

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1974)
Heft: 288

Artikel: Pour un service public d'étude de l'opinion
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1026655>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Pour un service public d'étude de l'opinion

La votation du 20 octobre sur l'initiative de l'Action nationale doit au moins réjouir les instituts de sondages d'opinion. En effet, les enquêtes se succèdent et au tarif pratiqué par ces maisons...

Résumés ci-dessous les résultats de quatre sondages publiés par la presse ces derniers mois, au sujet de l'initiative de l'Action nationale:

	<i>favorables</i> %	<i>défavorables</i> %	<i>sans opinion</i> %	<i>nombre de personnes interrogées</i>
mi-mars	40	46	14	500
fin juin	43,4	55,6	1	3677
fin août	33	46	21	500
mi-septembre	35,2	49,3	15,5	1000

Ce qui frappe le plus dans ces chiffres, c'est la grande variation du nombre des personnes sans opinion.

Une première remarque: nous n'avons pas pu retrouver le libellé de la question posée à l'occasion de ces quatre enquêtes; or des questions posées de manière différente — s'agit-il d'exprimer sa préférence ou son intention de vote, par exemple — peuvent faire varier de manière sensible les résultats.

Différences explicables

Pour tenter d'expliquer ces différences considérables dans le nombre des indécis, deux hypothèses, qui ne sont pas exclusives:

1. La deuxième enquête n'a pas été sérieusement faite; la taille de l'échantillon interrogé n'est pas une garantie de précision dans les résultats. En Suisse, beaucoup d'enquêtes se font à la sauvette, par des enquêteurs amateurs pressés d'en finir avec leur travail. D'autre part, toutes les garanties n'existent pas que l'échantil-

lon soumis à l'interview soit réellement représentatif de la population.

2. Les luttes intestines parmi les nationalistes, le refus de Schwarzenbach et de ses amis républicains de soutenir l'initiative devant le parlement lors de la session d'été, a pu impressionner une partie des électeurs et les porter vers le refus.

Il est pourtant peu probable qu'à un moment donné seul un pourcent de la population n'ait pas eu d'opinion au sujet de l'initiative. Selon des travaux sérieux effectués sur l'électorat, il semble que la masse des indécis en Suisse est régulièrement plus élevée.

Une proposition

Par conséquent, nous ne pouvons que répéter la proposition que nous avons faite il y a quelques années: créer un service public d'étude de l'opinion qui effectuerait lui-même des sondages d'intérêt général et qui pourrait contrôler le sérieux des instituts privés, au moins lorsqu'ils prétendent aborder des questions politiques.

Initiative xénophobe de l'Action nationale: les effets «boomerang» de l'information

Les spécialistes s'accordent à constater que les grands quotidiens d'information, la radio et la télévision ne peuvent créer des mouvements d'opinion, les courants d'idées dans les démocraties libérales. Les différentes initiatives sur «la surpopulation étrangère» le prouvent. Cependant les moyens de communication de masse ont les pouvoirs de révéler, d'amplifier, de dissimuler les faits, les idées, la réalité de notre temps. Et ils ont aussi dans certaines circonstances la possibilité

d'agir sur l'opinion publique, de freiner ou d'accélérer l'évolution de notre société.

Ainsi l'information n'est-elle pas un produit de consommation comme les autres. Service public, la radio-télévision a aussi une mission civique de formation et d'éducation. Mais il n'est pas sûr que sa politique, ses programmes — et encore moins ceux des grands journaux — tiennent toujours compte de l'intérêt général, des conditions de notre avenir.

La votation sur l'initiative dite «Schwarzenbach» a montré combien la distance est grande entre l'opinion publique et les relais officiels tels que les partis politiques, les parlements, les associations professionnelles, les leaders d'opinion, les moyens de communication de masse. Car enfin près de 47 % du corps électoral s'est prononcé

pour une initiative désavouée à la quasi unanimité. Situation à peu près semblable aujourd'hui. Les tenants de la nouvelle initiative paraissent encore plus isolés. Et les moyens de communication de masse portent une information dont presque tous les messages repoussent l'initiative.

La faiblesse de la logique

On sait que les arguments logiques et raisonnables sont le plus souvent impuissants à modifier des attitudes de vote. Surtout lorsque celles-ci dérivent de motivations irrationnelles: peur d'une crise, de l'avenir, frustrations diverses. On sait aussi que «qui veut trop convaincre et le fait avec trop d'insistance et d'indiscrétion risque fort de déclencher une réaction d'agacement et d'hostilité»¹.

¹ Jean Cazeneuve: «Le pouvoir de la télévision».