

Opinion publique et organisation sociale

Extrait de *Social Organization. A Study of the Larger Mind*, New York, Schocken Books, 1962, chapitre XII, p. 121-125. (Première édition : Charles Scribner's Sons, 1909)

Charles Horton Cooley, Traduit de l'anglais par **Loïc Blondiaux**

DANS **HERMÈS, LA REVUE** 2001/3 (N° 31), PAGES 55 À 60
ÉDITIONS **CNRS ÉDITIONS**

ISSN 0767-9513

ISBN 2271059240

DOI 10.4267/2042/14542

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://preprod.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2001-3-page-55.htm>



CAIRN.INFO
MATIÈRES À RÉFLEXION

Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...

Flashez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour CNRS Éditions.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Charles Horton Cooley
(1864-1929)

OPINION PUBLIQUE ET ORGANISATION SOCIALE

**Extrait de *Social Organization.*
*A Study of the Larger Mind,***
New York, Schocken Books, 1962, chapitre XII, p. 121-125.
(Première édition : Charles Scribner's Sons, 1909)

Traduit de l'anglais par Loïc Blondiaux

Présentation

La présence dans ce volume de ce court extrait d'un ouvrage aujourd'hui oublié en France du sociologue américain Charles Horton Cooley peut surprendre. À la différence d'un Bryce ou d'un Lowell, il n'est pas d'usage de faire figurer Cooley au panthéon des pères fondateurs de la réflexion anglo-saxonne sur l'opinion publique. Connue essentiellement en France pour ses écrits sur les groupes primaires, il ne semble pas non plus qu'il ait eu une grande influence sur les milieux de la recherche sur l'opinion publique aux États-Unis. Au milieu des années 1950 ni Berelson, ni Lazarsfeld ne le citent ainsi dans leurs listes respectives des « œuvres les plus influentes » et des « classiques » de la réflexion sur l'opinion publique, listes d'une douzaine d'auteurs où l'on retrouve pêle-mêle

Tocqueville, Tarde, Bryce et Lowell toujours, Tönnies, Dicey, Bauer, Lippmann et Dewey (Berelson, 1956 ; Lazarsfeld, 1957). Aujourd'hui son nom n'est plus guère cité dans les écrits sur l'opinion publique aux États-Unis, à la différence de ses contemporains en sociologie Edward Ross ou Gabriel Tarde, dont les contributions à ce domaine ont été récemment exhumées, pour le premier par Elizabeth Noëlle-Neumann (Noëlle-Neumann, 1984) et le second par Elihu Katz (Katz, 1992).

Les quelques lignes qui suivent, extraites d'un ouvrage à l'ambition très générale et consacré aux différents aspects des phénomènes d'organisation sociale, ont essentiellement valeur d'exemplarité. Elles témoignent d'un moment, à l'importance aujourd'hui souvent négligée, dans l'effort de conceptualisation de l'opinion publique au tournant du xx^e siècle. Un moment au cours duquel des auteurs comme Cooley, Edward Ross ou Robert Park vont mettre en évidence la spécificité du *regard sociologique* qui peut être porté sur l'opinion publique et se distinguer en cela de leurs homologues européens que sont les Anglais Bryce et Dicey ou l'Allemand Wilhelm Bauer, dont l'inspiration et les intérêts se tournent plus volontiers vers le droit, la politique ou l'histoire. Une tradition de laquelle commence d'ailleurs par s'inspirer Robert Park lorsqu'il rédige lors d'un séjour en Allemagne en 1904 sa thèse de doctorat sur la masse et le public (sur ces questions, cf. Blondiaux, 1994, p. 137 et s.).

Ces pères fondateurs de la sociologie américaine, suivis en cela par de nombreux autres au cours des années 1910 et 1920, insistent tous sur la dimension communicationnelle et le caractère socialement construit d'un phénomène défini par Franklin Giddings comme « le jugement d'une communauté auto-consciente sur tout sujet d'intérêt général ». Pour ce dernier, comme pour les autres, il va de soi que « la genèse de l'opinion publique dépend évidemment du contact intellectuel et de la communication. Là où les rapports mutuels existent à peine, comme parmi les montagnards du Tennessee, il n'y a pas d'opinion publique » (Giddings, 1897, p. 131). En insistant notamment sur la dynamique des relations interpersonnelles, ils se révèlent également proches de ce que peut écrire Gabriel Tarde à la même période (Tarde, 1901).

Pour de tels auteurs — et Cooley y insiste d'emblée dans le passage qui suit — il est donc parfaitement absurde de confondre cette

opinion publique avec l'addition arithmétique des jugements portés par les membres d'un groupe sur une question donnée. « Jugement social atteint sur une question d'importance civique ou générale après une discussion publique, consciente et rationnelle » selon la définition de Clyde King (cité par Sedman, 1932), elle suppose une information et une délibération et ne saurait être assimilée à « l'impression populaire » facile et superficielle qu'évoque Cooley en négatif. Il faut voir évidemment aussi dans cette opposition, la permanence d'une critique classique de la *doxa* et des masses communes aux sciences sociales de ce temps et que l'auteur de *Social Organization* poursuit dans la suite de l'ouvrage.

Cette tradition sociologique d'analyse de l'opinion sera balayée aux États-Unis à partir des années 1920 par l'avènement de la psychologie sociale des attitudes et le triomphe de la *survey research*, à savoir la généralisation de l'usage des questionnaires en sciences sociales, lequel ouvrait la voie à un autre questionnement de l'opinion publique. C'est dans cette tradition de pensée pourtant que se sont inscrites les tentatives accomplies ultérieurement par certains sociologues américains ou français comme Blumer ou plus tard Bourdieu pour critiquer l'irréalisme sociologique d'une définition de l'opinion fondée exclusivement sur la pratique des sondages. C'est avec cette tradition de pensée que renoue aussi le projet intellectuel mené récemment par le politiste James Fishkin afin de mettre en place les conditions d'existence d'une opinion délibérative seule à même, aux yeux de son auteur, de mériter le nom d'opinion publique (cf. *infra*).

Loïc Blondiaux

L'opinion publique n'est pas la simple agrégation de jugements individuels séparés, c'est une organisation, le produit d'une coopération, issu d'une communication et d'une influence réciproque. Elle peut se révéler aussi différente de la somme de ce que les individus auraient pu penser séparément les uns des autres que pourrait l'être un bateau construit par une centaine d'hommes d'une centaine de bateaux construits chacun par un seul.

Un groupe « se fait son opinion » d'une manière très semblable à celle dont un individu se fait la sienne. Avant de savoir ce qu'il pense véritablement d'une question, ce dernier doit lui prêter du temps et de l'attention, rechercher dans sa conscience les idées et les sentiments pertinents et les élaborer ensemble afin d'en faire un tout cohérent. À l'échelle élargie d'une nation, il se met en œuvre un processus identique. En vue de se faire une opinion chaque individu prend en compte non seulement ce qui se trouve déjà dans sa mémoire ou sa pensée mais aussi les idées neuves que d'autres individus, simultanément engagés, mettent à sa disposition. Dans un tel processus, quiconque estime qu'un fait, une idée ou un sentiment n'est pas suffisamment mis en lumière où, pris en compte, cherchera à le communiquer. Ce n'est donc pas seulement une intelligence mais toutes les intelligences qui sont à la recherche de matériaux pertinents, lesquels nourrissent le flux de pensée général au sein duquel chacun peut puiser à loisir. Au sein d'un groupe en communication les esprits se fondent en une seule entité organique. Cette unité qu'ils forment ne repose pas sur leur identité. Il s'agit d'une unité de vie et d'action, de la cristallisation de pensées diverses mais reliées les unes aux autres.

Il n'est donc pas du tout nécessaire qu'il y ait accord ; l'essentiel est que l'on atteigne une certaine maturité et stabilité de la pensée, résultant de l'attention et de la discussion. Il se peut même qu'un tel processus laisse subsister autant de désaccords qu'auparavant, mais ces différences résiduelles seront comparativement plus intelligentes et plus durables. Les gens savent désormais ce qu'ils pensent réellement d'une question et savent aussi ce que les autres pensent. Des mesures, des programmes, des candidats, des professions de foi, d'autres symboles encore sont produits qui servent à exprimer et à fournir le support de cette coopération autant qu'à définir l'opposition. Il y a désormais une organisation de pensée relativement complète, à laquelle chaque individu ou groupe contribue à sa manière.

Prenez par exemple l'état de l'opinion américaine à propos de l'esclavage au sortir de la Guerre de sécession. Aucun consensus n'a été atteint, mais l'opinion populaire a été organisée sur cette question, elle a été retournée en tous sens et invitée à prendre en compte tous les points de vue, par tous les segments de la communauté, jusqu'à atteindre une certaine forme de maturité, révélant dans ce cas l'existence d'un conflit de pensée radical entre le Nord et le Sud et de nombreuses variantes locales dans chacun de ces camps.

Celui qui voudrait comprendre ce qu'est l'opinion publique devrait clairement distinguer ce qui se présente comme une opinion vraie et mature d'une impression populaire. La première requiert une attention consciencieuse ainsi qu'une discussion sur un temps considérable et acquiert une fois atteinte une signification, y compris lorsqu'elle se trompe. Elle se forme rarement sur les questions de pure actualité et les discussions ou la presse du jour en sont des indicateurs très incertains. Une impression populaire à l'inverse n'est que facile, superficielle et éphémère, avec cette inconstance et cette stupidité qui tiennent habituellement à l'opinion populaire en général. Elle s'apparente aux déclarations et points de vue irréflechis d'un individu solitaire et plus on est amené à l'étudier, moins on risque de la prendre aux sérieux. Il se peut même que l'opinion qu'affi-

chent aujourd'hui 99 personnes sur 100 soit contraire à celle qu'ils préconiseront dans un mois, en partie parce qu'ils n'ont pas arrêté leur esprit, en partie parce que ceux, peu nombreux, qui ont un point de vue réellement significatif et bien assis n'ont pas eu le temps d'imposer le leur.

Il n'est pas déraisonnable, dans ces conditions, de tenir pour quantité négligeable l'essentiel de ce qui passe aujourd'hui pour de l'opinion publique, tout en maintenant sa confiance dans la valeur d'un jugement organique, éclairé et mûr.

Il existe une croyance largement répandue et que je crois fausse, selon laquelle l'action ou la réflexion publique doivent d'une manière ou d'une autre exprimer ce que serait le jugement d'un esprit ordinaire, établir une sorte de moyenne entre les intelligences les plus élevées et les plus basses d'un groupe. Il serait plus correct d'affirmer que le sentiment prépondérant du groupe cherche une expression définie et efficace à travers certains individus spécialement habilités et délégués pour cette tâche. Prenez par exemple l'implication de nos collègues dans les débats ou compétitions athlétiques inter-universitaires. Ce qui émane du groupe dans son ensemble, c'est le vague désir de participer et d'exceller dans ce type de confrontations ; mais pour se réaliser, ce désir requiert comme agents les meilleurs athlètes ou débatteurs qui puissent se trouver. Un peu de bon sens et de l'observation suffisent à montrer que l'expression d'un groupe est presque toujours supérieure à la capacité moyenne de ses membres. Je ne veux pas dire moralement supérieure, mais simplement plus efficace au regard des objectifs que le groupe s'est fixé. Une foule, par exemple, exprime sa nature brutale à travers l'action des hommes les plus brutaux du groupe ; une entreprise commerciale est capable de mettre en avant les agents les plus habiles qu'elle peut trouver, sans s'intéresser à d'autres qualités morales de leur part que leur loyauté à l'entreprise.

Mais si la vie du groupe est marquée par la réflexion et la compréhension, son expression peut s'élever moralement au niveau non pas de la moyenne de ses membres, mais des plus compétents et des meilleurs d'entre eux. On se trompe généralement sur ce qui entraîne la conscience publique. L'intelligence publique se placera toujours à un niveau différent de l'intelligence individuelle, quelle lui soit supérieure ou inférieure. Une opinion juste, qu'elle porte sur le gouvernement, la science ou la morale, ralliera les autres en vertu d'un réflexe général de déférence ou de reconnaissance, de la même manière qu'une opinion erronée pourra le faire en se fondant sur un réflexe soudain de rage ou de peur.

C'est ainsi que des jugements sociaux justes sont produits dans des domaines dont l'exigence excède très largement la compétence moyenne, comme la science, la philosophie et l'essentiel de la littérature et de l'art. Tous les bons critiques nous affirment que le jugement humain est sur le long terme sûr et fondé. Le monde ne se trompe pas, en effet sur l'importance de Platon même si, comme le souligne Emerson il ne se trouvera jamais un nombre de lecteurs suffisamment éclairés pour épuiser une édition de ses œuvres complètes. Ce jugement est le fait d'un petit nombre, comme le sont en un sens tous les jugements un peu exigeants. L'important est que le nombre ait suffisamment de bon sens pour les faire siens.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

BERELSON, B., « The study of public opinion », in L.D. White (dir.), *The State of the Social Sciences. A Reappraisal of the Problems, Methods and Goals of the Social Sciences Disciplines at Mid-Century*, Chicago, The University of Chicago Press, 1956.

BLONDIAUX, L., *La Fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages aux États-Unis et en France*, Paris, thèse IEP, 1994.

GIDDINGS, F., *Principes de sociologie*, Paris, Giard et Brière, 1897.

NOELLE-NEUMANN, E., *The Spiral of Silence. Public Opinion – Our Social Skin*, Chicago, The University of Chicago Press, 1984.

KATZ, E., « On parenting a paradigm : Gabriel Tarde's agenda for opinion and communication research », *International Journal of Public Opinion Research*, 4, 1992.

LAZARSFELD, P., « Public opinion and the classical tradition », *Public Opinion Quarterly*, vol. 21 (1), 1957.

PARK, R.E., *The Crowd and the Public*, Chicago, The University of Chicago Press, 1972 (1^{re} éd. 1904).

PARK, R.E., BURGESS, E.W., *Introduction to the Science of Sociology*, Chicago, The University of Chicago Press, 1921.

ROSS, E.A., *Principles of Sociology*, D. Appleton Century Company, 1938 (1^{re} éd. 1920).

SEDMAN, V., « Some interpretations of public opinion », *Social Forces*, 10, 1932.

TARDE, G., *L'Opinion et la foule*, Paris, PUF, 1989 (1^{re} éd. 1901).