

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (2007)  
**Heft:** 1729

**Artikel:** Le miroir déformant des sondages : peut-on se fier à des sondages dont la méthodologie induit largement les réponses?  
**Autor:** Delley, Jean-Daniel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1024301>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 29.01.2026

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

## Le miroir déformant des sondages

*Peut-on se fier à des sondages dont la méthodologie induit largement les réponses?*

Jean-Daniel Delley (13 avril 2007)

Election présidentielle en France, renouvellement du Parlement en Suisse, les sondages d'opinion se succèdent à un rythme accéléré. Les candidats, en France du moins, ajustent leur campagne en fonction des résultats obtenus. Mais ce miroir en permanence tendu reflète-t-il vraiment les préférences politiques du corps électoral à un moment donné? Et si l'image qu'il impose contribuait à son tour à façonner l'opinion?

L'analyse des sondages eux-mêmes révèle des pratiques étranges. On apprend ainsi que les instituts procèdent à des redressements: les données récoltées sont corrigées selon de savantes formules tenues secrètes. Car les sondeurs ne croient pas les sondés sur parole. Le sympathisant de Le Pen n'aime pas, paraît-il, se déclarer comme tel. D'où la nécessité de ces corrections qui, secret commercial oblige, échappent à toute critique méthodologique. Les sondeurs, méfiants à l'égard des sondés, exigent des lecteurs la foi du charbonnier.

De manière générale, on sait que la structure des

questionnaires et la nature des énoncés influencent grandement les réponses. Des tests montrent que les personnes interrogées ont tendance à minimiser leur mécontentement lorsqu'elles sont préalablement confrontées à des événements graves. Le taux de satisfaction à l'égard de la relation conjugale est plus élevé si la question précédente porte sur la satisfaction en général; il baisse lorsque la question sur la satisfaction en général vient en second lieu.

La structure de l'échelle proposée influence également les réponses. 21% des personnes invitées à s'exprimer sur la fréquence de leur sensibilité aux variations météorologiques ont répondu «plus de deux fois par mois» sur une échelle allant de «jamais» à «plus de deux fois par mois». Dans un groupe de contrôle, elles furent 75% à donner la même réponse sur une échelle allant de «deux fois par mois» à «plusieurs fois par jour».

De nombreuses recherches empiriques confirment le rôle de la mémoire: lors d'un sondage téléphonique, la

dernière des réponses à choix sur une liste est la plus fréquemment choisie. Sur une liste d'affirmations qui se suivent, le taux d'approbation est plus faible que si ces mêmes affirmations sont proposées de manière séparée.

Ce qui est présenté comme une opinion ou un fait statistiquement fiable ne correspond trop souvent qu'à des préférences induites par le questionnaire lui-même. Reste à savoir s'il s'agit d'incompétence ou d'une procédure dictée par la volonté d'aboutir à des résultats déterminés.

NB. Les exemples cités sont tirés d'un article paru dans le *Tages Anzeiger* du 31 mars 2007 sous le titre *Die verborgenen Tricks in Fragebögen*.

**Sur le site du journal *Le Monde*, on peut suivre graphiquement, dans le temps et institut par institut, l'évolution des intentions de vote pour la prochaine élection présidentielle [prêtées aux Français par les sondages](#).**