



BERNARD MARTINEZ POUR SCIENCES ET AVENIR

530 internautes ont répondu à nos questions en ligne.

Sondage Deux phrases pour changer d'avis

Dans un questionnaire mis en ligne sur le site de « Sciences et Avenir », nous avons testé l'influence d'un conditionnement positif ou négatif sur les réponses des internautes.

La polémique a percé à l'issue des élections européennes le 7 juin dernier. *Home*, le film au propos ouvertement écologique de Yann Arthus-Bertrand diffusé en début de soirée sur France 2 deux jours avant le scrutin, aurait influencé le vote au point de propulser la liste Europe Ecologie au rang de troisième force politique du pays ! Un film de deux heures suffirait-il à transformer nos

convictions ? A vrai dire, il en faudrait... beaucoup moins que cela. Quelques mots bien choisis suffisent parfois. Pour le comprendre, nous avons mené pendant plusieurs semaines une expérience exclusive de sondage « manipulé » sur notre site www.sciences-et-avenir.com. Conseillés par le professeur de psychologie sociale Jean-Léon Beauvois, nous avons élaboré

une enquête sur le thème du réchauffement climatique en recueillant l'avis de nos internautes à la question suivante : « *Que pensez-vous des mesures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre ?* » Mais nous avons présenté cette question de plusieurs manières différentes apparaissant de façon aléatoire sur notre site, chaque internaute n'ayant accès qu'à un seul question-

naire et ne pouvant répondre qu'une fois. Deux des sondages se composaient de deux questions, la première (A) n'étant posée que pour orienter négativement ou positivement la réponse à la deuxième (B). Ainsi, dans le premier sondage, la question A insistait sur les conséquences négatives des mesures pro-environnement. Les conséquences positives étaient mises en avant dans le deuxième sondage. Dans le troisième sondage, appelé sondage contrôle, la question B était posée directement, sans la moindre manœuvre d'influence. Ce groupe représentait notre opinion de référence.

L'influence des formules insistant sur les effets néfastes des politiques de réduction des gaz à effets de serre a fonctionné de manière tout simplement spectaculaire ! Alors que notre groupe contrôle (3) était à 86 % favorable aux mesures de protection de l'environnement, ce taux a chuté à 69 % de moyenne pour le sondage négatif (1). 20 % des personnes se sont déclarées contre les mesures alors qu'elles étaient moins de 9 % dans le groupe contrôle, et 11 % se sont dites hésitantes contre 6 dans le groupe contrôle.

En revanche, l'influence positive de la question A dans le sondage 2 n'a tout simplement pas fonctionné. La population est déjà très largement convaincue des bienfaits des mesures pour l'environnement, ce que démontre le fait que le groupe contrôle (3) y est à 86 % favorable. Il aurait été difficile de faire mieux...

En psychologie sociale, cette forme d'influence s'appelle l'« effet de priming ». Elle consiste à mettre dans la mémoire des sondés certaines notions, choisies avec soin, qui vont subrepticement orienter leur jugement. Ainsi, au moment de répondre, le sondé fait appel à ce qui est disponible dans sa mémoire la plus accessible, et ressent la vague impression que ces mesures pourraient avoir des conséquences sur le chômage ou l'amélioration de l'air. Sa réponse s'en trouve orientée.

D'autres formulations du sondage testaient également « l'effet normatif », visant à orienter le sondé vers l'opinion qui semble être la norme. Pour cela, nous avons utilisé la phrase de présentation suivante : « Sciences et Avenir réalise une enquête d'opinion sur le réchauffement climatique auprès de personnes ayant un bon niveau culturel », faisant l'hypothèse qu'une personne éduquée agit pour l'environnement. Mais l'important consensus dans la population générale en faveur des mesures pro-environnement a annulé cet effet.

Ainsi l'opinion peut-elle être une valeur très volatile, car une simple phrase a suffi pour bouleverser celle de certains de nos internautes.

O. H.

Sondage 1

Affirmations préparatoires
à effet négatif

A. Parmi ces deux affirmations, laquelle est selon vous la plus vraie ?

- Les politiques environnementales pour réduire les émissions de gaz à effet de serre dans le secteur de l'automobile vont avoir de lourdes conséquences sur l'emploi
- La création d'une taxe écologique prélevée sur les revenus contribuera à réduire le pouvoir d'achat des Français

Sondage 2

Affirmations préparatoires
à effet positif

- La réduction des gaz à effet de serre dans l'industrie rendra l'atmosphère de nos villes plus respirable
- La baisse des gaz d'échappement dans les villes va diminuer l'importance des maladies respiratoires chez les enfants

B. Après avoir bien réfléchi, que pensez-vous des mesures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre ?

Contre	20 %
Hésite	11 %
Pour	69 %

Contre	8 %
Hésite	7 %
Pour	85 %

Sondage 3 - Contrôle

Question directe sans influence
(pas d'affirmations préparatoires).

Que pensez-vous des mesures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre ?

Contre	8 %
Hésite	6 %
Pour	86 %

Au total, 530 internautes répartis en trois groupes (un par sondage) ont répondu spontanément sur notre site www.sciences-et-avenir.com. Nous avons réalisé un test dit de χ^2 (prononcer khi-deux) pour vérifier que nos résultats étaient statistiquement significatifs. Dans chacun de ces sondages, la question finale était :

« Après avoir bien réfléchi, que pensez-vous des mesures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre ? »

- Résolument contre
- Plutôt contre
- J'hésite
- Plutôt pour
- Résolument pour