

## Sondage Ifop–Le Figaro sur les musulmans : une incitation biaisée à la stigmatisation

**Le 24 octobre 2012, Le Figaro publiait un « sondage de l’Ifop pour Le Figaro » d’où il ressortirait – c’est le titre de l’article figaresque – que « L’image de l’islam se détériore fortement en France ». Un chef-d’œuvre...**

Le même sondage, réalisé en décembre 2010, avait été démonté point par point par Pierre Tévanian dans un article intitulé « Pour 100 % des musulmans, les sondages sont plutôt une menace » publié sur le site Les mots sont importants. Il pointait par la même occasion ce que les indices sondagiers d’une défiance envers l’islam devaient à un agenda politico-médiatique qui fait de l’islam et des musulmans une obsession permanente. Et c’est justement ce tintamarre médiatique que le sondeur de l’Ifop et le journaliste du Figaro voient, mais refusent d’entendre... Ce qui nous gratifie d’un article d’« analyse » des résultats du sondage aussi pitoyable que la méthodologie de l’enquête est lamentable...

### I. Un sondage totalement biaisé

Une méthodologie lamentable, d’abord, en raison du contenu du questionnaire.

#### 1. À questions tordues, réponses faussées

Présentée sous le titre « *Le jugement à l’égard de la présence d’une communauté musulmane en France* », qui enferme d’emblée les musulmans dans les contours rigides d’une « communauté », la première question est amorcée ainsi : « *Diriez-vous que la présence d’une communauté musulmane en France est... ?* » Parler d’une « communauté musulmane » pourrait signifier : les personnes qui ont en commun d’être musulmans ? Forment-ils pour autant une « communauté » ? À supposer qu’elle existe, tous les musulmans en font-ils partie ou se pensent-ils comme en faisant partie ? Laissons la « communauté ». Que reste-t-il ? La question telle qu’elle est posée, et qui s’ouvre sur une alternative. Cette présence est-elle :

- ▶ « *Plutôt une menace pour l’identité de notre pays* » ?
- ▶ « *Plutôt un facteur d’enrichissement culturel pour notre pays* » ?

Une telle alternative présuppose que ladite « communauté » pourrait être un corps étranger dans le corps de « notre pays », ou n’en fait pas vraiment partie, alors même que les membres de la « communauté musulmane » sont partie intégrante de « notre pays » (jusqu’à détenir la nationalité française, pour une immense majorité d’entre eux !) Qui nous dira ce que les sondés entendent derrière « identité » et « enrichissement culturel » ? Cela revient-il à demander si la lecture du Coran est compatible avec celle du Nouveau Testament ou si le couscous et la calligraphie sont compatibles avec le béret et la baguette de pain ?

Passons à la deuxième question. Présentée sous le titre « *La perception de l’intégration des musulmans et des personnes d’origine musulmane* », elle assigne les musulmans aux contours flous d’une confession et d’une « origine »... La voici : « *Diriez-vous qu’aujourd’hui les musulmans et les personnes d’origine musulmane sont bien intégrés dans la société française ?* » « Finement », l’Ifop distingue donc, mais sans livrer aux sondés, qui l’interpréteront à leur guise, le sens de cette distinction, « les musulmans » et les « personnes d’origine musulmane ». Faut-il comprendre que l’on peut être musulman sans être d’origine musulmane ou, inversement, que l’on peut être « d’origine musulmane » sans être musulman ? Que signifie donc cette « origine » ? Un passé familial, national, tribal, génétique ? De quoi parle-t-on ? D’une confession religieuse ou d’une origine nationale ? La question, certes, n’évoque pas une nationalité. Mais les sondés répondent-ils à la question mal posée, telle qu’elle est posée, ou au sous-entendu qui vise les descendants des immigrés d’Afrique du Nord et de l’Ouest ?

Enfin, qui nous dira alors ce que signifie être « intégré » à la société française lorsqu’on en fait partie ? Et ce que signifie être « bien » intégré ? La notion « d’intégration » (dont on nous rebat les oreilles) renvoie à des normes dominantes, mais implicites et, en vérité, disparates. La « liberté » laissée aux sondés de comprendre ce qu’ils veulent hypothèque lourdement le sens de leurs réponses, surtout quand, en les additionnant, on prétend découvrir une « opinion publique », selon laquelle 67 % de les musulmans ne seraient « pas du tout » ou « plutôt pas » bien intégrés.

La question suivante permet de mesurer combien il est absurde d’agrèger ainsi les réponses des sondés. Les 67 % (et eux seuls) auxquels cette question s’adresse semblent très divisés. Le sondage leur demande de préciser les raisons qui « *expliquent le plus que les musulmans et les personnes d’origine musulmane [comprendre « étrangère* ?] *sont mal intégrées dans la société française ?* ». « Mal » = « pas du tout » + « plutôt pas » ! Or les réponses traduisent des jugements qui peuvent être tout à fait contradictoires. Certes, plus de la moitié des 67 % choisissent des réponses qui attribuent aux intéressés les causes de

leur mauvaise intégration supposée (« *leur refus de s'intégrer à la société française* », « *les trop fortes différences culturelles* »). Mais entre un quart et la moitié choisissent aussi des réponses qui discolpent, peu ou prou, les musulmans ou les « personnes d'origine musulmane » de cette intégration prétendument déficitaire (« *Le fait que les personnes d'origine musulmane soient regroupées dans certains quartiers et certaines écoles* », « *Les difficultés économiques et le manque de travail* », « *Le racisme et le manque d'ouverture de certains Français* »). On remarquera au passage que la ségrégation, la stigmatisation, le chômage et la misère ne figurent pas dans le vocabulaire de l'Ifop–*Le Figaro*.

Les réponses aux questions suivantes (sur « *l'ouverture de la société française aux musulmans* », sur les termes qui permettent de qualifier l'islam, sur « *la visibilité de l'islam* », sur la construction de mosquées ou sur le port du voile) livrent sans doute les indices d'un rejet important. Mais elles sont partiellement induites par ces premières questions qui produisent ce que l'on appelle un effet « de halo » et « de cadrage ». Poser d'emblée que l'islam pourrait être « *une menace pour notre pays* » sème le doute et incite à l'inquiétude, tout en leur donnant une consistance et une crédibilité qu'entretient la suite du questionnaire qui alimente une confusion permanente entre nationalité et confession, ainsi qu'une opposition, virtuelle ou irréductible, entre « eux » et « nous » [1].

## 2. Misères de la sondologie

Si ce sondage sur « l'image de l'islam en France » *construit* l'opinion publique pour sondeurs que ceux-ci prétendent *enregistrer*, ce n'est pas seulement parce que les questions qu'il pose sont biaisées, c'est aussi parce qu'il souffre d'une tare inhérente à toutes les « enquêtes d'opinion », une tare inlassablement dénoncée depuis plus de trente ans par de nombreux sociologues [2] : c'est le sondage qui suscite des « opinions » qui n'existent pas, *sous la forme que le sondage leur donne*, indépendamment de lui. Il amalgame des opinions d'inégale valeur et d'inégale intensité.

En effet, à supposer que le mode d'administration du questionnaire ne l'adresse pas prioritairement à ceux qui sont mobilisés sur le problème posé, il s'adresse à des enquêtés pour qui le problème ne prend l'importance que le sondage lui donne qu'au moment où le sondage le pose. Ainsi en va-t-il du sondage sur l'islam et les musulmans [3]. Dès lors, les opinions émises apparaissent largement artificielles, car provoquées, voire extorquées par la situation d'enquête, et en quelque sorte improvisées par les enquêtés, du moins quand leur conviction n'était pas déjà arrêtée avant l'administration du sondage.

L'enquête s'appuie, nous dit-on sur un « *échantillon de 1 736 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus* » ; « *Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (Assisted Web*

*Interviewing)*. » Ce que l'Ifop ne nous dit pas, c'est dans quelle mesure ce mode de questionnement et de recrutement des enquêtés peut affecter la représentativité de l'échantillon. Et pour le peu que l'on en sait [4], ces sondages en ligne sont un défi permanent à la rigueur scientifique et la transparence démocratique ! Ne serait-ce que parce qu'on n'en sait justement presque rien...

Et le sondage sur l'islam ne fait pas exception à la règle. Est-on d'abord bien certain que les internautes sont représentatifs de l'ensemble de la population ? Rien n'indique ensuite comment a été constitué l'échantillon représentatif qui s'est « auto-administré » le questionnaire. Les sondés ont-ils été sollicités préalablement par porte-à-porte, par téléphone, ou directement sur internet, par mail, sur des réseaux sociaux, etc. ? Dans ce cas, est-il possible de contrôler leurs auto-déclarations sur des critères aussi élémentaires que l'âge, le sexe ou la commune de résidence ? Ont-ils été recrutés pour ce sondage uniquement ou font-ils partie d'un vaste réservoir dans lequel puise l'Ifop au gré de ses « enquêtes » ? Leur participation, comme c'est le cas pour nombre de sondages en ligne, a-t-elle été encouragée par des cadeaux ou la participation à des loteries lucratives ? Le cas échéant, « l'auto-administration » du questionnaire ne présente-t-elle pas le risque que les répondants expédient l'exercice en répondant au plus vite et au hasard ? Pis : est-on assuré que le thème du sondage ne suscite pas prioritairement la volonté de répondre de ceux qui se sentent concernés – voire que des militants politiques ne s'organisent pas pour participer systématiquement à ce type d'enquêtes ? En clair : rien n'assure que ce sondage n'a pas mobilisé prioritairement ceux qui, précisément, sont mobilisés contre l'islam et les musulmans.

Mais, puisque comme l'Ifop l'annonce triomphalement, cette méthodologie des sondages en ligne respecte (on ne sourit pas) « *fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage* », peu importe que sa fiabilité soit grevée d'un cortège de doutes et d'interrogations...

## II. Un sondage instrumentalisé

Malgré tous ces biais, et même si le questionnaire l'a bien aidée, il reste qu'une part importante des sondés se déclare franchement hostile à toute manifestation visible de l'islam. Mais pourquoi ? Comment expliquer les réponses ? Il appartenait évidemment à un plumitif du *Figaro* et à un expert de l'Ifop de nous le dire et de tirer de ce sondage les conclusions qui s'imposent...

### 1. Commentaires figaresques

Que montre ce sondage ? Le chapeau de l'article du *Figaro* l'annonce d'emblée : « *Une étude de l'Ifop pour Le Figaro montre que la montée du communautarisme des musulmans accentue leur rejet par l'opinion.* » Comme on pouvait le redouter, « communauté » implique « communautarisme ». La réponse, pour *Le Figaro*, était donc dans la question.

Évidemment, le sondage ne « montre » rien de tel – ni « montée » ni « communautarisme » –, l'explication figaresque est une création du cerveau fertile du journaliste qui commente le sondage.

Ce dernier, particulièrement créatif pour mettre en scène cette explication, disserte dans un prologue sur l'inquiétante étrangeté des musulmans de France et d'ailleurs : « *La communauté musulmane de France s'apprête à fêter, vendredi, sa plus grande fête de l'année, Aïd-el-Kébir, également dénommée Aïd-el-Adha, fête du sacrifice. Elle intervient au lendemain du rassemblement de millions de pèlerins, jeudi, sur le mont Arafat, près de La Mecque. Cette fête commémore l'acte de sacrifice, interrompu par l'ange, du fils d'Ibrahim (Abraham, dans la tradition juive). Elle voit donc les familles musulmanes immoler, après le sermon de l'aïd, un mouton ou un bélier, parfois un bovin ou une chèvre, couché sur le flanc gauche et la tête tournée vers La Mecque.* » Cela n'a aucun rapport avec le sondage lui-même ? Qu'importe !

Et pour souligner l'angoisse qui l'étreint, notre plumitif poursuit immédiatement : « *Une fête qui tombe dans une France qui conteste de plus en plus cette religion, comme le démontre un sondage exclusif de l'Ifop pour Le Figaro [...]* ». Autrement dit : cette fête tombe bien pour alimenter les fantasmes du pur Français de service... qui s'appuie non seulement sur le sondage pour élaborer ses « analyses », mais lui amalgame l'action des purs Français de souche qui ont voulu arrêter les Arabes à Poitiers : « [...] *comme le démontre un sondage exclusif de l'Ifop pour Le Figaro, mais aussi des faits spectaculaires comme l'occupation symbolique, samedi dernier, de la mosquée de Poitiers.* » Pour *Le Figaro*, qu'on a connu plus véhément contre des modes d'action moins malséants, Génération identitaire, puisque c'est le nom du sympathique groupuscule qui a mené cette « *spectaculaire occupation* », serait donc l'avant-garde agissante de tous les sondés et des purs Français outragés par l'islam triomphant... Sans doute est-ce la raison pour laquelle le « résumé » des résultats du sondage le « résume »... à sens unique, avant que les autres médias ne résumant ce résumé [5].

## 2. Commentaires savants

Et comme si tout ceci ne suffisait pas, la manipulation du sondage est déontologiquement requise. Le sondologue de l'Ifop ayant diagnostiqué « *un durcissement supplémentaire des Français* » vis-à-vis de l'islam, le sondomaniaque du *Figaro* l'illustre par un chiffre : 43 % des sondés considèrent l'islam comme une « menace », alors qu'en 2010, ils n'étaient que... 42 %. Pas de chance ! Compte tenu de la marge d'erreur, ce petit point supplémentaire ne veut strictement rien dire – et il se pourrait même, sans qu'il soit possible de trancher, que les Français se sentant « menacés » soient en réalité moins nombreux cette année qu'il y a deux ans ! Mais que deviendrait la sondologie, si elle ne permettait pas à ses zéloteurs de trouver un « mouvement d'opinion » sur lequel gloser doctement ?

Le sondomaniaque du *Figaro* s'appuie alors sur des citations du sondologue de l'Ifop, en mêlant ses propres élucubrations aux commentaires savants de l'expert chargé, lui aussi, de lire dans les entrailles du sondage les explications qui jaillissent de son seul cerveau. Voici comment ce dernier explique le « durcissement » de l'opinion : « *Ces dernières années, il n'est pas une semaine sans que l'islam, pour des questions sociétales, voile, nourriture halal, ou pour une actualité dramatique, attentats, ou géopolitique, n'ait été au cœur de l'actualité* ». Mais comme ladite actualité n'est pas indépendante de sa médiatisation, peut-être l'expert de l'Ifop pourrait-il justement en toucher un mot à ses clients et amis qui fabriquent chaque semaine une actualité saturée d'islam menaçant et de musulmans fanatiques... Avec le concours régulier des instituts de sondage, qui plus est.

De surcroît, poursuit l'expert, « *la polémique sur le fast-food halal à Roubaix – certes largement instrumentalisée politiquement – ou certaines publicités halal, ont eu plus d'effets que n'importe quel discours politique.* » Des polémiques qui seraient nées sans le concours des médias et qui auraient été instrumentalisées sans eux ? Pour l'affirmer, il aurait fallu cracher dans la soupe... du *Figaro*. « *Certaines publicités halal* » ? De quoi parle-t-on ? Qu'importe au bavard ! « *Ces faits, poursuit-il, confirment dans l'opinion l'irréversibilité de l'enracinement de l'islam en France, qui n'est plus perçue comme un problème passager.* » Et de conclure... « *Voilà une clé d'interprétation de ce sondage : cette **caisse de résonance permanente** conduit à une prise de conscience très forte qui n'a peut-être jamais été atteinte à ce point* ». Si la prise de conscience de la présence de l'islam en France doit tant à une mystérieuse « *caisse de résonance* » – qui ressemble à s'y méprendre à l'orchestration médiatique et sondagière –, pourquoi ne pas lui attribuer le « rejet » que le sondage prétend enregistrer, alors qu'il n'en fournit, au mieux que des indices plus ou moins frelatés ?

Au plumitif du *Figaro* de reprendre la main, de glisser de la présence de l'islam à celle du communautarisme et de conclure par où il avait commencé ; « *Tout se passe comme si les marqueurs du communautarisme étaient devenus insupportables aux Français* », CQFD.

\*\*\*

Ce sondage sur « l'image de l'islam » et son commentaire participent pleinement de ce qu'ils prétendent enregistrer et mesurer... En prétendant photographier la peur, ils l'entretiennent. Ce ne sont pas des enregistrements mais des actes : ils font ce qu'ils disent. Ils sont donc, pour employer un terme en usage chez les analystes du langage, performatifs.

La diffusion de ces actes en amplifie le rôle. Ainsi, sans se poser de questions, des médias en grand nombre ont grossièrement repris ce sondage, sur la foi, non de son examen, mais de dépêches d'agence (Reuters, Sipa) : « *Les Français jugent "trop importante" la place de*

l'islam » (Lemonde.fr), « Les Français estiment que l'islam est trop important » (Le Point), « La méfiance envers les musulmans grimpe, selon un sondage Ifop pour Le Figaro » (Atlantico), « Les Français jugent que l'islam est trop influent » (Le Nouvel Observateur, Challenges, RMC, 20minutes.fr, Yahoo Actualités). Sauf omission, nous n'avons relevé qu'une seule exception critique, publiée sur Rue89, mais sous la forme d'une tribune : « Le grand malaise des sondages sur l'islam et les musulmans » signée par Marwan Muhammad, porte-parole du Collectif contre l'islamophobie en France (CCIF).

De la même façon que le thème de « l'insécurité » est périodiquement l'objet (comme il le fut particulièrement entre 2001 et 2007) d'une sorte de bulle médiatique dont les sondages sont une justification et un moteur, l'islam et les musulmans fournissent depuis quelques années la matière d'une même circulation circulaire, non pas de l'information, mais de la stigmatisation (et de l'angoisse persécutive).

Les médias se saisissent de la moindre saillie politique contre l'islam, montent en épingle le moindre fait divers où intervient un musulman, se focalisent sur l'actualité du monde arabo-musulman sous le seul prisme de la religion et de la violence, multiplient les « dossiers » à charge et les « unes » racoleuses, et font mine de constater ensuite, sous couvert de mesure scientifique et objective, ce qu'ils ont activement contribué à produire. Les sondeurs, eux, accompagnent le mouvement et font leur chiffre d'affaires en pontifiant déontologiquement. Quant à la Commission des sondages, elle contemple tout cet écheveau benoîtement... Tout ceci serait finalement assez burlesque si à la clé n'étaient pas stigmatisées et offertes à la vindicte publique des franges entières de la population : hier, les jeunes des quartiers populaires, aujourd'hui, et se sont souvent les mêmes, les « musulmans » réels ou putatifs...

**Blaise Magnin et Henri Maler (avec Léandri)**, le 12 novembre 2012.

### ► Un post-scriptum du Point

Une semaine après la publication du sondage Ifop-*Le Figaro*, *Le Point*, sans gêne, mettait à la « une » sa contribution à un prochain sondage.



### Notes

[1] Un seul exemple avec la question suivante : « Entre les mots suivants, quels sont les trois qui correspondent le mieux à l'idée que vous vous faites de l'islam ? » Pour répondre, les sondés ont le choix prescrit entre des termes négatifs (« rejet des valeurs occidentales », « fanatisme », « soumission » et « violence ») et des termes positifs (« tolérance », « liberté », « justice », « protection de la femme » et « démocratie ») qui mettent en balance des valeurs couramment associés à la République française... et les stéréotypes communément associés à l'islam. Que dirait-on si *Le Figaro* avait proposé, pour qualifier le judaïsme, « finance », « lobby », « avidité », « impérialisme » ?

[2] Pour une synthèse de cette critique des sondages, voir par exemple, ici-même, la présentation du livre de Patrick Lehingue, *Subunda. Coups de sonde dans l'océan des sondages*.

[3] À titre d'indice sérieux – car les sondages fournissent des indices... –, lorsque l'on demande à un échantillon de Français, non pas ce qu'ils pensent de tel ou tel grand sujet d'actualité, mais ce qui les préoccupe personnellement, viennent en tête invariablement les mêmes thèmes : le chômage, le pouvoir d'achat, les inégalités sociales, l'école, les retraites et le système de santé, comme permettent de le constater les « baromètres » TNS-Sofres régulièrement publiés. L'« immigration » et « l'intégration et les relations entre les groupes sociaux » étant reléguées loin dans le classement...

[4] Et que l'on doit essentiellement aux travaux d'Alain Garrigou et de l'Observatoire des sondages. Voir notamment le Manuel anti-sondages, et l'article « Sondages en ligne : où est le problème ? »

[5] Ainsi, le graphique-illustration du sondage qui l'accompagne omet la première question (« Diriez-vous qu'aujourd'hui les musulmans et les personnes d'origine musulmane sont bien intégrés dans la société française ? ») pour immédiatement proposer la deuxième (« Quelles sont les deux causes qui, selon vous, expliquent le plus que les musulmans et les personnes d'origine musulmane sont mal intégrés dans la société française ? »), indiquant à peine dans une note que cette question s'adresse exclusivement à 67 % des sondés.