

L'Actualité économique

L'opinion publique, par ALFRED SAUVY. (Collection « Que Sais-je? »). Un vol., 4½ po. x 7, broché, 128 pages. — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boulevard Saint-Germain, Paris, 1956

Camille Martin

Volume 32, numéro 1, avril-juin 1956

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1002784ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1002784ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (imprimé)

1710-3991 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Martin, C. (1956). Compte rendu de [*L'opinion publique*, par ALFRED SAUVY. (Collection « Que Sais-je? »). Un vol., 4½ po. x 7, broché, 128 pages. — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boulevard Saint-Germain, Paris, 1956]. *L'Actualité économique*, 32(1), 166–166. <https://doi.org/10.7202/1002784ar>

L'opinion publique, par ALFRED SAUVY. (Collection «Que Sais-je?»). Un vol., 4½ po. × 7, broché, 128 pages. — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boulevard Saint-Germain, Paris, 1956.

L'opinion publique est cet «arbitre», cette «conscience», presque ce «tribunal» ou ce «for intérieur d'une nation» qui est, ou pourrait être, ou devrait être ou que l'on croit être, dans le camp politique occidental tout au moins, un élément essentiel de la notion même de démocratie et de libéralisme. Plutôt que de chercher à enfermer une notion aussi complexe dans d'étroites frontières de définition, l'auteur a cru qu'il valait mieux en décrire les multiples manifestations et en aborder les mécanismes essentiels de formation. Il expose donc, dès le premier chapitre, la part des sentiments et de la raison dans la formation de l'opinion publique puis il montre, attendu que celle-ci peut se former que d'après la connaissance qu'elle a des faits et des situations, comment se fait l'information du public et combien elle est déficiente, l'informateur se préoccupant trop souvent de flatter les préjugés, d'entretenir les erreurs ou d'amener les informés à ses vues.

Étant admis le rôle de l'opinion publique, il importe de savoir comment connaître cette opinion et suivre ses évolutions. C'est la question que se posent tous les jours les hommes politiques, les diplomates, les hommes d'affaires, etc., et à laquelle essaient de répondre les «sondages» ou enquêtes sur l'opinion. L'auteur indique ce que valent les méthodes en usage et à quelles conditions on peut atteindre des résultats satisfaisants.

Ici, M. Sauvy essaie, par la méthode des cas, de donner une idée de la valeur de l'opinion comme arbitre de la vérité et de l'erreur. Il expose successivement le mythe du «passé rosé», celui de l'abondance, puis les grands courants d'opinion en France d'une guerre à l'autre, l'exemple dramatique Blum, Reynault et Front Populaire et les grands courants d'opinion depuis 1939. C'est peut-être là la partie la plus intéressante de l'ouvrage. Le choix des exemples est tel, en effet, que tout en poursuivant son but d'aider le lecteur à se faire une idée de la valeur de l'opinion, qui ne laisse pas, incidemment, d'ébranler la foi en l'infailibilité de l'axiome *Vox populi* . . . , l'auteur peut représenter sous un angle extrêmement captivant les grands courants politiques depuis la fin de la première grande guerre.

L'ouvrage se termine par un court aperçu sur les méthodes de la propagande, c'est-à-dire sur les moyens de capter cette puissance qu'est l'opinion publique, ainsi que sur le rôle de l'information de l'opinion et de celle-ci en tant que telle dans le fonctionnement de la société.

Camille Martin

World Economic Geography with an Emphasis on Principles, par EARL B. SHAW. Un vol., 8¾ po. × 6¼, 339 figures, 1 carte hors-texte, VIII et 582 pages. — JOHN WILEY & SONS, INC., 440, 4^e avenue, New-York, 1955. (\$6.50).

L'auteur est un géographe américain, professeur à une école normale de l'État du Massachusetts. La première question qu'il se pose est de savoir ce qu'est la géographie économique et de quelle manière on doit en aborder l'étude. Cette science, dit-il, traite des moyens pour l'homme de gagner sa vie, c'est-à-dire des