

Jeannine Richard-Zappella, *La construction de l'opinion publique dans le sondage - De la question au discours de reformulation*

Marianne Henry



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/praxematique/3183>

DOI : [10.4000/praxematique.3183](https://doi.org/10.4000/praxematique.3183)

ISSN : 2111-5044

Éditeur

Presses universitaires de la Méditerranée

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 1990

Pagination : 179-184

ISSN : 0765-4944

Référence électronique

Marianne Henry, « Jeannine Richard-Zappella, *La construction de l'opinion publique dans le sondage - De la question au discours de reformulation* », *Cahiers de praxématique* [En ligne], 15 | 1990, document 16, mis en ligne le 01 janvier 2015, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/praxematique/3183> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/praxematique.3183>

Jeannine RICHARD-ZAPPELLA

LA CONSTRUCTION DE L'OPINION PUBLIQUE DANS LE SONDAGE - DE LA QUESTION AU DISCOURS DE REFORMULATION. Thèse, Université de Rouen, 1990.

La thèse de Jeannine Richard-Zappella s'inscrit dans un des problèmes majeurs de notre temps : l'irrésistible ascension des sondages à travers toutes les formes de la communication. « Radio, télévision, presse écrite publient pratiquement un sondage par jour, voire deux en période électorale ». Sondages économiques, sondages politiques, sondages de mœurs... bref les sondages sont omniprésents dans notre univers médiatique.

Nouvelle forme de connaissance, nouvel instrument de mesure qui permet à la société de se mettre quotidiennement en scène. Mais quelle représentation sociale se cache derrière cette spectacularisation ? De quelle réalité sociale nous parlent les média à travers cette notion complexe d'« opinion publique » ? En d'autres termes : « Que mesure le sondage ? Mesure-t-il ou construit-il son objet ? »

Questions que J. R. Z. aborde à travers deux aspects essentiels du sondage : l'analyse des actes langagiers dans l'enquête et celle du discours de reformulation.

Avant de se consacrer à l'étude de la question des sondages, à son fonctionnement et à ses spécificités, l'auteur retrace rapidement la genèse du sondage d'opinion, et en énumère les critères fondateurs qui se répartissent en trois ordres :

— neutralisation de l'interaction du sondeur et du sondé.

— univocité de la question : elle doit avoir le même sens pour tous les sondés ; les présuppositions de la question doivent être vraies pour tous les sondeurs et partagées par tous les sondés ; la question doit être neutre par rapport à la réponse, c'est-à-dire, qu'en principe, elle ne doit pas l'orienter.

- l'opinion publique ou un segment de celle-ci (selon l'échantillonnage) est considéré comme la sommation des réponses individuelles. La reformulation de cette sommation doit parfaitement refléter cette opinion.

J. R. Z. va soumettre à critique l'ensemble de ces postulats à partir des acquis sociologiques et sociolinguistiques. Elle utilisera notamment les résultats des enquêtes sociolinguistiques sur la diglossie, pour démontrer le manque de fondement des postulats posant la neutralité de l'interaction ainsi que l'univocité de la question.

De par la situation d'enquête elle-même, le sondé se retrouve (tout comme dans une enquête sur la diglossie) dans une position d'insécurité « qui lui fait rechercher la réponse normée, qui le fait opter pour le point médian s'il lui est offert et par conséquent lui fait neutraliser sa 'pensée' ». L'interaction du sondeur et du sondé s'ancre donc dans une relation de pouvoir. Relation de pouvoir qui se joue de même dans la production langagière.

Afin d'étudier la spécificité de l'interaction sondeur-sondé et d'en énoncer son usage dans la construction de l'opinion publique; J. R. Z. s'attache à définir et à caractériser la « question de sondage ».

Dans un bref exposé de la conception grammaticale de l'interrogation, elle pose la nécessité d'une approche énonciative qu'elle trouve notamment dans les analyses d'A. Borillo et A. Gresillon. Restituée dans son cadre interlocutif, la forme interrogative est analysée à travers ses diverses valeurs énonciatives. Aussi c'est à travers ses différentes valeurs illocutoires qu'une typologie des questions est avancée. « (...) Tirillé entre la demande d'information et l'assertion vigoureuse, la sollicitation d'énoncé et la sollicitation de faire, l'insinuation et la dénégation, l'énoncé interrogatif est fondamentalement ambigu quant à ses valeurs illocutoires ». Perçue comme un acte de langage, la question est alors abordée sous l'angle de l'allocutaire, de son interprétation. L'étude de la question s'inscrit donc dans sa spécificité interactive : la structure question-réponse.

C'est dans ce cadre théorique que J. R. Z. décrit la manière dont les questions orientent les réponses. Le dernier postulat fondateur du sondage (neutralité de la question par rapport

à la réponse), déjà mis à mal à travers l'analyse générale de la question, se trouve là totalement invalidé.

L'auteur appuie sa critique sur la structure même des diverses formes d'interrogation. Dans les sondages, cette orientation de la question vers la réponse est, en effet, constitutive de la forme interrogative : de par sa structure syntaxique, l'interrogation est plus une proposition de réponse qu'un questionnement. Elle préfabrique cette dernière qui n'est plus, de ce fait, véritablement soumise au choix. La critique s'étend à l'interrogation ouverte elle-même. Elle se limite le plus souvent à une demande de validation plus ou moins modalisée. Son ouverture se trouve, par ailleurs, fortement limitée par le type d'interaction : on ne peut la reformuler, déplacer les questionnements.

Question ouverte, question fermée, ce choix s'avère déjà une forte forme d'induction. Questionnés sur les catégories « pour lesquelles la collectivité dépense le plus », les sondés varient considérablement dans leurs réponses en fonction du type d'interrogation. Autre exemple : en question ouverte le choix de la catégorie « immigrés » représente 4 % en 1983, 5 % en 1984 et 8 % en 1987 ; En question fermée, le pourcentage se transforme en 28% en 1985 et 30% en 1986.

La question fermée orienterait-elle plus la réponse ou permet-elle au contraire une plus grande expression des sondés, en banalisant des lexèmes qui pourraient être considérés comme tabous ? Autrement dit, la question ouverte bride-t-elle l'expression, en mettant l'interlocuteur en situation de limiter son propos, pour ne pas « perdre la face » sociale, ou la libère-t-elle en faisant appel à ses pratiques sociales ? Enfin à quelles représentations du réel, le sondage fait-il appel ? Questions d'autant plus pertinentes que l'analyse statistique des réponses met à jour une disparité importante dans les jugements émis en fonction de l'élaboration des propositions.

Ici encore l'analyste repère une tendance vers la position médiane accompagnée d'un rejet des quantificateurs absolus. Pourquoi ce rejet ? Pour J. R. Z., les quantificateurs font office de garde-fou et induisent, par conséquent, la négation ou la modalisation (en fonction du choix proposé) de la proposition émise. Les disparités constatées, tout en indiquant la

force orientative des questions, posent le problème de l'interprétation des réponses et surtout de sa reformulation. J. R. Z. fait apparaître, dans son analyse du discours de reformulation, à quel point les média s'instituent en « donneur de sens », en gommant toutes les marques de la situation d'énonciation, les modalités d'interaction, donc la production de sens.

Gommage que l'on retrouve dans la question elle-même. L'orientation s'opère à travers les présuppositions qui sous-tendent la question. On enferme ainsi le locuteur dans une problématique qu'il ne peut réévaluer. Par exemple, dans la question, « Si la crise sociale se poursuivait, souhaiteriez-vous, ou non, que des élections générales soient organisées en France dans les semaines qui viennent ? », on présuppose non seulement l'existence de la crise sociale, mais aussi un accord tacite sur sa définition.

L'orientation s'inscrit de même dans la formulation :

- par le choix lexical qui mobilise tel ou tel type de représentation sociale.
- par la thématization qui crée le cadre du questionnement. Selon la formalisation de la mise en contexte (création d'un cadre réel, fictif, abstrait, exemplifié...) l'interpellation du locuteur sera plus ou moins forte, plus ou moins distanciée, plus ou moins positive.
- enfin par la modalisation des propositions avec les verbes d'opinion, et par l'appel explicite à l'expression personnelle. Ces procédés valorisent la parole de l'interlocuteur (on en appelle à son jugement personnel), tout en générant une « interaction productrice d'opinions non engageantes » par la modalisation du propos.

On rencontre là autant de facteurs qui indiquent l'inscription idéologique du mandateur du sondage dans l'interrogation, et dévoilent le caractère non moins idéologique des postulats fondateurs du sondage d'opinion.

L'intérêt majeur de cette analyse est de placer au premier plan les procédures de réglage du sens qui conditionnent à son insu le participant à un sondage. En effet, les sondages d'opinion imposent une spectacularisation du réel de façon non explicite et enferment les sondés dans cette représentation du monde. L'intervention des sondés est restreinte à la seule validation de cette représentation. L'interlocuteur est canalisé dans son rôle de destinataire

et n'est pas autorisé à « investir le rôle du destinataire ». Il n'a aucune possibilité notamment de reformuler la question qui lui est posée. Au nom de la neutralité de l'interaction et de l'essentialisation du sens, ce type de sondage confine le sondé dans la production de sens du mandateur. « Sonder, c'est donc briser toute réciprocité, c'est faire obstacle à la circulation de la parole, c'est empêcher "tout troisième tour" ». Le sondé est constitué en un simple « fournisseur de données ». La réponse est, en quelque sorte, « une matière première à laquelle le journaliste donne forme ou plus exactement sens ». La boucle est ainsi bouclée et le sens réifié.

L'opinion publique émane de cette re-construction de la parole des sondés qui s'opère dans une intense médiatisation et sur l'exclusion des sondés. J. R. Z. en analyse les procédés discursifs dans sa troisième partie intitulée *La mise en scène de l'opinion publique ou le discours rapporté*. A travers une analyse du discours journalistique sur les sondages, l'opinion publique n'apparaît que comme le produit d'une parole monologique : c'est une mise en scène spectaculaire de la problématique du mandeur. « Parlez-nous de ce dont nous vous parlons, écrit J. Decornoy, et nous vous retransmettrons ce discours qui sera un écho du nôtre » (*Le Monde Diplomatique*, avril 1988). Témoignage, admirable, d'un rapport interactif manipulateur.

On aboutit ainsi à ce que Francis Jacques dénomme « le dialogue paradoxal » qui, sous couvert d'une apparence dialogique, produit une parole purement monologique. « Dialogue paradoxal » qui s'oppose au « dialogue référentiel » construit sur un consensus préliminaire et investigatif des interlocuteurs face à la question. J. R. Z. propose, pour conclure en accord avec les approches philosophiques de Michel Meyer et Francis Jacques, une distinction entre la question, phrase interrogative, et la question comme un essai de résolution d'une problématique impliquant une co-énonciation, une co-construction. la première serait constitutive du sondage, la seconde en serait exclue par l'exclusion même de l'interlocuteur, donc d'une véritable interaction.

Cette distinction peut à mon avis en cacher une autre. Si la neutralité ne peut exister dans la question comme dans toute énonciation, cette parole monologique ne proviendrait-elle pas moins d'un manque d'un consensus référentiel que de la distanciation interactive créée par cette fausse neutralité ? On peut se demander si, dans le cadre des sondages, construits essentiellement sur l'écrit, le rapport d'interaction ne doit pas être, là plus que dans toute autre situation langagière, mis clairement en jeu dans la stratégie interrogative.

Ce travail novateur et rigoureux présente un intérêt majeur. Il place au premier plan, au niveau des sondages, un facteur qui au-delà même de cet objet est d'une grande productivité pour l'analyse de toute structure interrogative : la question comme lieu de questionnement de l'interaction. Reste à se demander si le modèle du fonctionnement diglossique est le plus approprié pour rendre compte des contradictions de la relation sondeur-sondé. Il s'agit là d'une question ouverte, ce problème dépassant le cadre de ce compte-rendu. Aussi je me bornerai à dire qu'il ne saurait s'agir, à mon avis, d'une homologie de situation.

Marianne HENRY