Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 27 (1990)
Heft: 1016

Artikel: Une famille en or
Autor: Ricci Lempen, Silvia
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1020563

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: 15.07.2025

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

L'INVITÉE DE DP

Une famille en or

Non, ce titre n'annonce pas un plaidoyer bien senti en faveur d'une politique familiale digne de ce nom (ce sera pour une autre fois). Ce dont il est question cette fois-ci, c'est d'un jeu télévisé mettant aux prises deux familles, jeu dont le titre est, justement, «Une famille en or», et qui passe tous les jours de semaine en fin d'après-midi sur TF1. L'or est évidemment celui dont la famille gagnante se trouve couverte à la fin de l'émission.

Le principe du jeu est simple mais pervers. L'animateur pose une question, par exemple: *«A part les somnifères, quels sont les médicaments que les Français gardent le plus souvent sur leur table de nuit?»*. Pour gagner, il faut donner non pas la «bonne» réponse (celle qui correspondrait aux résultats d'un sondage sur les habitudes réelles de la population, et qui aurait été effectué sur un échantillon représentatif), mais une des cinq réponses fournies le plus fréquemment dans un groupe de 100 personnes auxquelles la question a été préalablement posée en des termes identiques à ceux où elle est posée pendant le jeu.

La nuance est de taille. En effet, les réponses fournies par les 100 personnes du groupe cobaye ne sont pas des informations sur leurs propres comportements: ce sont soit des hypothèses sur les comportements d'autrui ou sur tout autre état de fait non connu (ce n'est pas sur les médicaments figurant sur leur propre table de nuit qu'on les interroge, mais sur ceux figurant sur la table de nuit du Français moyen, dont elles ne savent rien); soit de simples réflexes culturels ou pseudo-culturels, par exemple dans les cas où la question est du type: *«Citez un personnage de la Bible»*. Et ce qui est demandé aux participant-e-s au jeu, c'est de deviner, non pas des données empiriques de quelque nature que ce soit, mais les opinions ou les automatismes psychiques dominants dans le groupe cobaye. Pourquoi les membres de ce groupe ont-ils cité Job plus souvent que Caïn? On n'en sait rien, on ne le saura jamais, mais peu importe: Job pèsera plus lourd que Caïn dans l'escarcelle de la «famille en or».

Les seuls moments supportables de l'émission sont ceux où l'un-e ou l'autre des participant-e-s déconnecte de la règle du jeu et donne une réponse non pertinente. Par exemple, à la question de savoir ce que les gens font quand ils rencontrent un être cher qu'ils n'ont pas vu depuis dix ans, une dame d'un certain âge répond: *«Je pleurerais»*. Ouf! Mais l'animateur la rappelle rudement à l'ordre: ce qu'il s'agit de savoir, ce n'est pas ce que cette dame ferait, mais ce qu'elle pense que les 100 personnes interrogées avant elle pensent que la majorité des gens font dans la circonstance évoquée.

Ces moments sont du reste rares, et habituellement la discipline règne. Il faut répondre aux questions, mais sans se les poser? Qu'à cela ne tienne: *«De toute façon, je me pose rarement des questions,* dit une participante, *comme ça je ne me complique pas la vie»*.

On a dit beaucoup de mal des sondages, et sans doute à juste titre. Il est possible que, dans bien des cas, les réponses des personnes sondées — sur leurs choix politiques ou sur leurs habitudes alimentaires, peu importe — soient dictées par le besoin plus ou moins inconscient de s'assimiler à la majorité. Mais dans un jeu comme «Une famille en or», la décérébration de l'individu est érigée en norme; se mouler sur l'opinion d'autrui est le seul et unique but de l'exercice.

Sans que subsiste même le dernier recours offert aux personnes soumises à un sondage, qui est de refuser la question (ce qui donne toujours quelques pour-cent de «ne sait pas» ou «sans opinion»). Le sang de la féministe que je suis n'a fait qu'un tour, un des soirs où je m'étais imposé de regarder l'émission pour pouvoir écrire cet article, en entendant l'animateur demander: *«Qu'est-ce qu'un homme sait mieux faire qu'une femme?»* Peut-être que l'une ou l'autre des dames présentes sur le plateau aurait eu elle aussi envie, dans d'autres circonstances, de contester le bien-fondé de la question elle-même. Mais quand il y a de l'or au bout, n'est-ce pas, on évacue ce genre de velléités.

Je ne m'y connais guère en jeux télévisés, et celui-là m'est tombé sous les yeux par hasard; j'ai voulu en parler parce que j'avais rarement rencontré exemple si monstrueux de massification de l'opinion. Mais peut-être que je ne regarde pas assez la télévision...

Silvia Ricci Lempen

L'invitée de DP s'exprime librement dans cette tribune. Silvia Ricci Lempen est rédactrice en chef du journal *Femmes suisses*.

FABRIQUE DE DP

Exercice annuel

Comme de coutume, la plupart de nos abonnés vont recevoir ces jours la facture pour le paiement de l'abonnement 1990. Le renchérissement ne nous épargnant pas, le prix de l'abonnement est porté à 70 francs, après plusieurs années à 65 francs. Cette modeste augmentation nous permettra de faire face à la hausse des tarifs postaux qui touche particulièrement les petits journaux, puisque les frais de routage nous coûteront deux fois plus cher à partir de 1991. L'adaptation des salaires et des charges sociales au coût de la vie représente évidemment un autre poste important.

DP Domaine Public

Rédacteur responsable: Jean-Daniel Delley (jd)
Rédacteur: Pierre Imhof (pi)
Ont également collaboré à ce numéro: Jean-Pierre Bossy (jpb), François Brutsch (fb), Jeanlouis Cornuz, André Gavillet (ag) Jacques Guyaz (jg), Yvette Jaggi (yj), Jacques Longchamp, Laurent Moutinot, Charles-F. Pochon (cfp), Philippe Poussière.
L'invitée de DP: Silvia Ricci Lempen
Abonnement: 70 francs pour une année
Administration, rédaction: Saint-Pierre 1, case postale 2612, 1002 Lausanne
Téléphone: 021 312 69 10 **Télécopie**: 021 312 80 40
Vidéotex: 021 312 69 10 **CCP:** 10-15527-9
Composition et maquette: Pierre Imhof, Liliane Monod, Jean-Luc Seylaz
Impression: Imprimerie des Arts et Métiers SA