



uOttawa

L'Université canadienne
Canada's university

FACULTÉ DES ÉTUDES SUPÉRIEURES
ET POSTDOCTORALES



FACULTY OF GRADUATE AND
POSTDOCTORAL STUDIES

Daniel Ryan

AUTEUR DE LA THÈSE / AUTHOR OF THESIS

M.A. (sociologie)

GRADE / DEGREE

Département de sociologie et d'anthropologie

FACULTÉ, ÉCOLE, DÉPARTEMENT / FACULTY, SCHOOL, DEPARTMENT

Nouveaux médias, nouvelles politiques? La politique canadienne et québécoise de l'ère des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC)

TITRE DE LA THÈSE / TITLE OF THESIS

Martin Meunier

DIRECTEUR (DIRECTRICE) DE LA THÈSE / THESIS SUPERVISOR

CO-DIRECTEUR (CO-DIRECTRICE) DE LA THÈSE / THESIS CO-SUPERVISOR

EXAMINATEURS (EXAMINATRICES) DE LA THÈSE / THESIS EXAMINERS

J. Lopez

J-Y. Theriault

Gary W. Slater

Le Doyen de la Faculté des études supérieures et postdoctorales / Dean of the Faculty of Graduate and Postdoctoral Studies

**Nouveaux médias, nouvelles politiques?
La politique canadienne et québécoise à l'ère des Nouvelles technologies
de l'information et des communications (NTIC)**

Daniel Ryan

Thèse soumise à la
Faculté des études supérieures et postdoctorales
dans le cadre des exigences
du programme de maîtrise en sociologie

Département de Sociologie et d'Anthropologie
Faculté des Sciences Sociales
Université d'Ottawa

© Daniel Ryan, Ottawa, Canada, 2007



Library and
Archives Canada

Bibliothèque et
Archives Canada

Published Heritage
Branch

Direction du
Patrimoine de l'édition

395 Wellington Street
Ottawa ON K1A 0N4
Canada

395, rue Wellington
Ottawa ON K1A 0N4
Canada

Your file Votre référence

ISBN: 978-0-494-34106-3

Our file Notre référence

ISBN: 978-0-494-34106-3

NOTICE:

The author has granted a non-exclusive license allowing Library and Archives Canada to reproduce, publish, archive, preserve, conserve, communicate to the public by telecommunication or on the Internet, loan, distribute and sell theses worldwide, for commercial or non-commercial purposes, in microform, paper, electronic and/or any other formats.

The author retains copyright ownership and moral rights in this thesis. Neither the thesis nor substantial extracts from it may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

AVIS:

L'auteur a accordé une licence non exclusive permettant à la Bibliothèque et Archives Canada de reproduire, publier, archiver, sauvegarder, conserver, transmettre au public par télécommunication ou par l'Internet, prêter, distribuer et vendre des thèses partout dans le monde, à des fins commerciales ou autres, sur support microforme, papier, électronique et/ou autres formats.

L'auteur conserve la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent cette thèse. Ni la thèse ni des extraits substantiels de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms may have been removed from this thesis.

Conformément à la loi canadienne sur la protection de la vie privée, quelques formulaires secondaires ont été enlevés de cette thèse.

While these forms may be included in the document page count, their removal does not represent any loss of content from the thesis.

Bien que ces formulaires aient inclus dans la pagination, il n'y aura aucun contenu manquant.


Canada

Résumé

La mondialisation, la complexification des relations politiques nationales et internationales ainsi que l'émergence de sphères décisionnelles extraétatiques semblent miner la capacité d'action politique de l'État. Peu à peu se perd la capacité instituante de l'État qui est substituée par une logique réactive et gestionnaire.

Au cœur de ce processus de transformation de la politique gouvernementale, on doit reconnaître l'apport des médias et des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC). Secondés par des technologies de plus en plus performantes, les médias sont d'une importance grandissante en politique de par leur capacité de légitimation des acteurs politiques. C'est dans cette perspective donc que nous estimons que le succès politique dépend du succès et de l'image médiatique.

Une question fondamentale traverse notre étude : l'État peut-il toujours être porteur de changement et d'innovation politique, et ce, malgré les lacunes du système médiatico-politique en place?

Remerciements

Je tiens à remercier en premier lieu mon directeur de thèse, le professeur E.-Martin Meunier, sans qui l'élaboration de ce travail d'envergure n'aurait pas été possible. De par sa patience, ses bons conseils, son enthousiasme et son dévouement, il a su orienter mes lectures et recherches et me guider à travers un processus de longue haleine. De plus, la confiance et les responsabilités qu'il m'a accordées au cours des derniers semestres m'ont permis de vivre des expériences nouvelles et stimulantes ayant grandement enrichi ma formation académique et professionnelle.

Je voudrais également remercier les membres du jury de thèse, les professeurs José Lopez et Joseph Yvon Thériault, pour l'intérêt qu'ils ont démontré à l'endroit de ce projet et pour leurs judicieux conseils lors de la défense du projet de thèse en décembre 2006.

Des remerciements sincères s'imposent à Thea, avec qui j'ai pu grandir au cours des quatre dernières années, pour sa bonne humeur, son écoute attentive et son soutien moral.

Je veux aussi remercier mes amis et collègues, notamment Erwan, Éric et Stéphane, avec qui j'ai pu discuter de projets et d'autres tard le soir et loin du bureau.

Finalement, je tiens à remercier chaleureusement mes parents, Brigitte et Philip, qui m'ont fait comprendre l'importance et le privilège de poursuivre des études universitaires.

Table des matières

Résumé.....	ii
Remerciements.....	iii
Introduction	1
1. État des lieux: la démocratie libérale se doit-elle d'être la voie politique unique?	2
1.1 Un retour sur les grandes phases politiques internationales du XX ^e siècle	3
1.2 Quels sont les résultats de 20 ans de démocratie libérale?	7
2. Question de recherche et hypothèse	10
3. Motivations à l'endroit du sujet de recherche et pertinence actuelle du problème ...	12
4. Présentation des chapitres.....	13
Chapitre I : Mutations politiques et perte des capacités instituante et novatrice	19
1. Déclin du pouvoir de l'État-nation et (ré)-émergence d'autres sphères de pouvoir décisionnel	20
1.1 Régulateurs internationaux et sphères de pouvoir et d'influence extraétatiques – la déterritorialisation et la désétatisation du pouvoir décisionnel.....	20
1.2 La complexification des relations interétatiques	27
1.3 Le déplacement du politique et la question de la dépolitisation gouvernementale	32
2. La fin du monopole étatique : du pouvoir au contrôle	37
2.1 La mutation du mode de reproduction sociale.....	39
2.2 Le passage de l'autorité au contrôle et le passage de l'institution à l'organisation	42
3. De l'instituant au réactif – la société cybernétique.....	45
4. Conclusion	47
Chapitre II : La politique de l'image – aspects médiatiques de la vie politique	50
1. L'influence des médias sur le comportement électoral	51
2. La légitimation politique et l'impératif médiatique.....	56
2.1 La légitimité démocratique et la légitimité cathodique	57
3. L'image politique	62
3.1 L'image comme représentation physique.....	63
3.2 L'image comme représentation mentale : l'opinion publique.....	67
4. Création et contrôle de l'image politique	70
4.1 L'entourage politique	71
4.2 L'influence américaine.....	72
4.3 La mesure de l'opinion publique au Canada : Rapport du Service d'information et de recherche parlementaire (1994)	79
4.4 La nécessité de l'image en politique.....	82
5. Les médias : défenseurs de la démocratie et du statu quo	84
5.1 Les média, la loi du marché et les limites de la politique à grand public.....	84
5.2 Temps médiatique, temps politique.....	90

Chapitre III : Transformation de la politique au Canada – Une comparaison électorale	95
1. Des outils de la technocratisation : les technologies de l'information et des communications.....	97
1.1 NTIC – définition conceptuelle et (brève) historique.....	97
1.2 Théories des NTIC.....	100
1.3 Les NTIC et la politique fédérale canadienne	102
2. Les élections générales fédérales de 1984 – la politique à l'ère de la télévision	103
2.1 Contexte politique, chefs et enjeux électoraux.....	104
2.2 Aspects médiatiques – l'ère de la télévision.....	107
2.3 Administration interne.....	114
3. Les élections générales fédérales de 2004.....	117
3.1 Contexte politique, chefs et enjeux électoraux.....	119
3.2 L'utilisation des NTIC dans la campagne électorale.....	122
4. Analyse : différences et continuité en campagne électorale fédérale	133
5. Conclusion.....	137
 Chapitre IV : Grandeur et misère – Le parcours médiatique de l'ADQ en 2002-2003	138
1. Mise en contexte.....	139
2. Considérations méthodologiques.....	144
2.1 Collecte de données	144
3. Légitimation médiatique de l'ADQ - avril à novembre 2002	146
4. Le déclin – décembre 2002 à avril 2003.....	158
5. Conclusion.....	165
Annexe 1 : Méthodologie des sondages CROP, Léger Marketing et SOM	169
 Conclusion : Quelle innovation possible devant l'essor des NTIC?	171
1. La politique à l'ère des NTIC	172
1.1 Les médias, les NTIC et la politique	172
1.2 Les médias, les NTIC et la politique canadienne et québécoise : des illustrations	175
2. Régulation sociale : du pouvoir au contrôle	185
3. La capacité instituante de l'État : quelle innovation possible?.....	189
 Bibliographie sélective	196

Introduction

1. *État des lieux: la démocratie libérale se doit-elle d'être la voie politique unique?*

De « la fin de l'histoire »¹ au déclin et à la chute de l'empire soviétique, on pressent quelque chose comme une fermeture des possibles politiques. Depuis la fin du XIX^e siècle, la démocratie occidentale semble n'évoluer que vers un modèle unique. Cette situation consacre les États-Unis en tant qu'unique superpuissance mondiale et il s'agirait, dans l'optique du politicologue Robert Kagan, du début d'une nouvelle ère d'unipolarité.² La démocratie libérale s'impose, depuis la chute de l'empire soviétique, comme étant le modèle à suivre pour garantir la prospérité économique, la justice sociale, l'égalité et l'équité. Cette évolution de la scène internationale occasionne des répercussions d'importance à l'intérieur de l'État-nation.³ C'est pourquoi il semble pertinent, en guise d'introduction, de s'interroger sur ces répercussions en se penchant sur les mutations des relations internationales et de la prolifération de la démocratie libérale en tant que voie à suivre.

Près de 20 ans après la fin de Guerre froide, maints objectifs de développement liés à l'exportation du modèle démocratique occidental n'ont pas été atteints. Un questionnement évident s'en suit : la démocratie libérale, centrée sur le modèle de l'État-

¹ Comme le déclarait Francis Fukuyama dans son ouvrage *The End of History and the Last Man*, New York, Avon Books, 1993.

² Il convient d'apporter quelques précisions relatives à l'utilisation du concept de « polarité ». Dans ce texte, ce concept sera utilisé à la manière de Robert Kagan dans son ouvrage *La puissance et la faiblesse – Les États-Unis et l'Europe dans le nouvel ordre mondial*, Paris, Éditions Plon, 2003, dans lequel le pôle de puissance s'inscrit à l'échelle mondiale (les États-Unis représentant la seule superpuissance mondiale). Ainsi, cette définition se distingue de celle de Samuel Huntington pour qui les pôles de puissance sont inscrits dans des contextes de civilisations (les États-Unis représentent plutôt la seule superpuissance de la civilisation occidentale).

³ Dans le présent travail, le concept d'État-nation sera utilisé en se basant d'une part sur la définition de l'État westphalien et par ailleurs sur la définition de l'État proposée par Max Weber. Il s'agit donc de l'État souverain comme fondement du système de relations internationales (État westphalien) qui est lié à l'ordre juridique et la capacité d'administrer et de contrôler un espace délimité (c'est-à-dire un territoire). L'État-nation est donc l'espace central du pouvoir politique sur un territoire donné et est ainsi le fait central de l'identité politique.

nation westphalien,⁴ est-elle véritablement la forme ultime de démocratie par laquelle prospérité, justice et paix sont assurées? Comme le signalent bon nombre d’auteurs contemporains, on assiste à certaines résistances et à un débat croissant face à cette forme d’organisation politique et économique. D’autre part, on peut constater – ça et là – une nette volonté de changement et d’innovation politique consistant notamment « à proposer de nouveaux comportements, de nouvelles stratégies, de nouvelles structures; à mobiliser autour de ces idées nouvelles pour qu’elles se concrétisent ».⁵ Comment peut-on mieux comprendre la genèse de ces questionnements nouveaux et capitaux pour l’avenir de la démocratie en Occident? Afin de mieux saisir les mutations qui s’opèrent à l’intérieur de la sphère étatique contemporaine, un bref retour sur la politique internationale du XX^e siècle s’impose.

1.1 Un retour sur les grandes phases politiques internationales du XX^e siècle

Au cours du XX^e siècle, la scène internationale et le climat des relations entre États se sont vus bouleversés par des événements qui marqueront à jamais l’histoire. Le début du siècle se caractérise par un monde multipolaire : la France, la Grande-Bretagne, l’Allemagne, l’Autriche-Hongrie et la Russie, cinq États de force militaire et économique ayant de nombreuses similitudes, se hissent au haut de la hiérarchie étatique et assurent un certain équilibre sur le plan international. La situation change avec la Première Guerre mondiale qui entraîne la chute de trois de ces cinq puissances. La situation laisse un déséquilibre au niveau de la répartition des forces entre acteurs étatiques au niveau

⁴ Signés le 24 octobre 1648 et mettant fin à la guerre de Trente Ans et à la guerre de Quatre-Vingt ans, les traités de Westphalie mettent sur pied le principe de souveraineté de l’État-nation et le système de relations internationales moderne. Voir à ce sujet Claire Gantet, *La paix de Westphalie (1648) : une histoire sociale, XVIIe-XVIIIe siècles*, Paris, Belin, 2001.

⁵ <http://www.fondapol.org/fondation-questcequelininnovation.jsp> (Site Web de La fondation pour l’innovation politique)

européen mais aussi mondial. C'est dès lors que le rôle des États-Unis et surtout son influence sur le vieux continent commence à se faire sentir. Les États-Unis, qui ont relativement peu souffert de ce conflit, se trouvent dans une position avantageuse par rapport aux pays européens, qui se verront dans l'obligation d'emprunter auprès des grandes banques américaines. L'Europe tente dès lors « d'abandonner la politique du coup de force, de changer en vertu sa faiblesse ».⁶ La création de la Société des Nations (SDN), précurseur de l'ONU, vise alors à assurer la sécurité collective de ses membres. Le manque de force et de volonté des membres de l'organisation mènera à son échec tandis qu'une Allemagne dévastée par le premier conflit mondial est laissée seule face à sa reconstruction. En 1939, la Seconde Guerre mondiale divisera de nouveau les puissances étatiques lors de l'un des conflits les plus meurtriers de l'histoire.

Avec la fin de la Seconde Guerre mondiale, le monde multipolaire prend définitivement fin avec un système international qui se caractérise rapidement par le bipolarisme et le début de la Guerre froide. Le Bloc atlantique et Bloc soviétique se divisent bientôt le globe, sans pour autant que les deux grandes puissances ne s'affrontent directement. Dans le but de stopper ou du moins de minimiser les gains politiques, économiques et militaires de l'URSS, les États-Unis s'engageront à « fournir toute l'aide économique et militaire requise aux pays menacés par le communisme ».⁷ La politique extérieure américaine, qui avait jusqu'alors promue l'isolationnisme,⁸ se tourne dès lors vers les alliances avec d'autres États. La course à l'armement et à l'espace ainsi que

⁶ Robert Kagan, *La puissance et la faiblesse – Les États-Unis et l'Europe dans le nouvel ordre mondial*, Paris, Éditions Plon, 2003, p. 25.

⁷ Georges Langlois, *Histoire du XX^e siècle*, Laval, Éditions Beauchemin, 1999, p. 215.

⁸ Politique visant la paix à l'intérieur du pays et la liberté des citoyens tandis que les rapports avec d'autres États se limitent à des aspects strictement économiques.

l'expansion idéologique, politique et économique des deux pôles caractériseront les trois prochaines décennies sur le plan de la politique internationale. Du point de vue de la sécurité collective, l'équilibre américano-soviétique est perçue comme étant relativement efficace.⁹

La chute du mur de Berlin, sans contredire l'une des images les plus marquantes de la fin du siècle, la chute de l'empire soviétique et la fin de la Guerre froide transforment encore une fois la donne sur le plan international. Les États-Unis passent alors d'une politique d'endiguement à une politique d'élargissement;¹⁰ avec la disparition du monde bipolaire (et donc la perte du contrepoids soviétique), ils auront une plus grande liberté d'élargir leur zone d'influence politique, économique et culturelle. C'est sous l'administration Clinton que les États-Unis mettront sur pied une politique stratégique plus agressive misant sur la recherche, les sciences et technologies ainsi que le développement. On cherche à « accentuer le *leadership* américain dans la *nouvelle économie* par les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et par les technologies biomédicales ». ¹¹ L'élargissement américain se caractérise par la promotion d'un modèle politique et économique par la démocratie libérale et par le

⁹ L'Europe, tout juste sortie de la Seconde Guerre mondiale, n'est pas encline à se doter d'un puissant potentiel militaire malgré que les États-Unis souhaiteraient une plus grande implication de ces États dans la défense commune du Bloc. Consulter Robert Kagan, *op. cit.*, 2003, p. 32.

¹⁰ L'*endiguement* (aussi appelée *containement*) est une politique mise sur pied par le président américain Harry S. Truman en 1947 visant à contrer le développement et l'exportation du modèle soviétique. L'élargissement est un concept de géopolitique se définissant comme étant une universalisation de l'influence politique. Pour plus de détails, consulter Murielle Delaporte, *La politique étrangère américaine depuis 1945 – L'Amérique à la croisée de l'histoire*, Bruxelles, Éditions Complexe, 1996.

¹¹ Christian Saint-Étienne, *La puissance ou la mort – L'Europe face à l'empire américain*, Paris, Éditions du Seuil, 2003, p. 27.

néolibéralisme ainsi que par l'engagement sélectif quant à la défense des intérêts nationaux.¹²

L'universalisation et l'uniformisation de la démocratie libérale se feront d'une part par la volonté de certains États (dont, bien entendu, les États-Unis) mais également via certaines organisations internationales.¹³ Jusque là, l'ONU n'avait pas favorisé un régime politique puisque la *Charte des droits de l'Homme des Nations Unies* ne contenait aucune indication quant au type de régime politique à promouvoir; la démocratie ou encore le processus de démocratisation n'étaient pas parmi les objectifs à atteindre pour l'ensemble des peuples.¹⁴ Cependant, avec la *Déclaration du Millénaire*,¹⁵ l'ONU prend position officielle pour la toute première fois vis-à-vis la nature du régime politique souhaitable pour l'ensemble des nations. La démocratisation s'inscrit alors parmi les objectifs de premier plan de l'ONU et est conçue, depuis la Conférence mondiale de Vienne de 1993, comme l'un des piliers de l'aide internationale. Le développement, la démocratisation ainsi que les droits de l'Homme sont les trois concepts clefs et interdépendants de l'aide internationale. On instaure le principe de droit à la démocratie,

¹² Lors d'un discours prononcé à l'université Harvard, Anthony Lake, alors conseiller national en sécurité sous l'administration Clinton, évoque les intérêts nationaux justifiant une intervention militaire : « défense du territoire et des citoyens américains; contrer toute agression; défense des intérêts économiques; défense et promotion de la démocratie (laquelle renforce la sécurité des États-Unis); prévention en matière de prolifération d'armes de destruction massive, de terrorisme et de trafic de drogue; maintien des engagements pris; causes humanitaires (désastres naturels et violation des droits de l'Homme) ». Anthony Lake (1994) cité dans Murielle Delaporte, *op. cit.*, p. 250.

¹³ Le processus de démocratisation à l'échelle mondiale n'est pas un phénomène nouveau. Samuel Huntington propose un modèle de démocratisation à l'échelle planétaire ayant suivi trois vagues. La première vague de démocratisation débute en 1828 avec l'extension du suffrage aux États-Unis. Cette vague se termine au cours des années 1920-1930 avec l'arrivée au pouvoir de régimes fascistes en Europe. La seconde vague de démocratisation prend place entre 1945 et 1962, en plein coeur de la guerre froide. On assiste alors à un retour à la démocratie en Europe mais par ailleurs à la décolonisation et à l'émancipation de colonies françaises et britanniques. Finalement, une troisième vague de démocratisation aurait débuté en 1974 avec l'instauration d'un régime démocratique au Portugal (qui se joindra peu après à la communauté européenne) et qui se poursuivra jusqu'à aujourd'hui tout en englobant les changements provoqués par la chute le système soviétique. Consulter Samuel Huntington, *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, New York, Simon & Schuster, 1996.

¹⁴ Rostane Mehdi (dir.), *Les Nations Unies et la démocratisation*, Paris, Pedone, 2002, p. 26.

¹⁵ Résolution adoptée le 8 septembre 2000. Voir <http://www.un.org/french/millenaire/ares552f.htm>

régime politique unique pouvant protéger les droits de l'Homme et garantir le développement économique, social et culturel. L'ONU cherche donc à se faire l'un des principaux promoteurs de ce modèle.

Nous n'épargnerons aucun effort pour promouvoir la démocratie et renforcer l'état de droit, ainsi que le respect de tous les droits de l'homme et libertés fondamentales reconnus sur le plan international, y compris le droit au développement.¹⁶

L'ONU déploie des efforts considérables pour assurer le respect des droits humains et le développement de certaines régions du globe. Cependant, tout en reconnaissant les efforts de la communauté internationale, il semble impératif de prendre un certain recul et s'interroger sur les résultats des diverses mesures de démocratisation et de promotion du modèle occidental au cours des deux dernières décennies.

1.2 Quels sont les résultats de 20 ans de démocratie libérale?

La démocratie libérale est-elle le modèle par excellence pour assurer le développement et la justice sociale? Quels sont les résultats de 20 ans de démocratie libérale? Ces questions se posent aujourd'hui face à un monde caractérisé par l'inégalité, le sous-développement (dans certaines parties du globe) et, trop souvent, par la violence et l'injustice. On s'interroge alors sur la capacité des États de poser des actions concrètes par lesquelles les objectifs du développement peuvent être atteints. Autrement dit, sommes-nous dans la bonne voie pour répondre aux problèmes intra- et extraétatiques? Sans toutefois entrer dans les détails économiques de la question, on constate d'importants courants de dissidence qui se font entendre face à la mondialisation et l'émergence de nouveaux acteurs sur la scène internationale. Ceux-ci encouragent une

¹⁶ Déclaration du Millénaire des Nations Unies - Résolution adoptée le 8 septembre 2000. Voir <http://www.un.org/french/millenaire/ares552f.htm>, cité dans Mehdi, *op. cit.*, p. 13.

réflexion en profondeur sur la possibilité d'atteindre les objectifs démocratiques avec les moyens actuellement proposés. On voit apparaître depuis dix ou quinze ans, à diverses échelles, des formes de dissidence qui proposent des alternatives au système en place. La dissidence ne signifie pas le rejet total des concepts liés à la démocratie et au néolibéralisme mais plutôt la remise en question de certaines pratiques actuelles dans l'objectif de résoudre certains problèmes concrets.¹⁷ Le politicologue Daniel Drache propose une typologie de quatre objectifs poursuivis (et les moyens d'y arriver) par les « alters » et divers mouvements de dissidence. On y retrouve la responsabilité collective, la protection de la sécurité humaine, l'inclusion sociale ainsi que la promotion des libertés individuelles.¹⁸ Quatre voies sont de mise de l'avant et reflètent les moyens à prendre pour arriver à ces objectifs. On retrouve la protection de l'environnement, la lutte pour l'égalité des sexes et les droits homosexuels, la lutte contre le racisme ainsi que l'anti- (ou alter-) mondialisation.¹⁹

L'économiste français Serge Latouche aborde les limites et les lacunes de ce qu'il nomme le processus d'occidentalisation en se basant sur les contradictions inhérentes au système néolibéral (besoin d'expansion perpétuelle, limites de la capacité de l'Occident d'implanter les modèles culturels et sociaux au sein de certaines sociétés).²⁰ Son premier

¹⁷ L'économie sociale ou solidaire en serait un bon exemple. On réutilise des concepts propres au système de marché déjà en place en misant sur des valeurs outre la maximisation du profit et en faisant la promotion d'échanges économiques favorables pour tous les partis impliqués.

¹⁸ Dans un schéma simple et concis intitulé *Compass of Dissent*, Drache propose quatre azimuts reflétant les principaux enjeux liés à la mondialisation. Ce schéma est tiré de la présentation *The Iconography of Dissent and Global Politics*, disponible à la page Web suivante :

http://www.yorku.ca/drache/academic/presentations/global_dissent/index.html.

¹⁹ *Idem.*

²⁰ Serge Latouche, *L'Occidentalisation du monde*, Paris, Éditions La Découverte, 1989.

constat s'appui sur l'échec du développement du tiers-monde.²¹ La déculturation et la « clochardisation », plutôt que la prospérité et l'égalité promises, en sont les principaux résultats. Selon lui, l'impasse économique mènerait à l'impasse sociétale et au rejet des valeurs et principes de base de l'Occident par les populations. Le développement offre à celles-ci une nouvelle identité culturelle basée sur la nation (et son extension politique l'État-nation) inscrite dans la communauté universelle. L'État-nation est une création de l'Occident, tout comme l'illusion d'une communauté internationale égalitaire et démocratique.

Selon cette façon de penser le problème démocratique actuel, un cercle vicieux deviendrait ainsi de plus en plus perceptible. Le développement et l'individualisation sont proposés comme réponse aux écarts créés par le développement et l'individualisation; la technique veut résoudre les problèmes d'ordre technique. Les politiques du FMI et de la Banque mondiale poussent trop souvent les pays au bord du désastre économique et social dans un système grandissant d'endettement et de carences sociales.²² La solution proposée par les grandes agences de développement réside essentiellement en l'inscription des pays dans la course à la domination mondiale. Seule l'élite des pays en voie de développement peut alors accéder aux promesses de l'Occident tandis que la population est généralement négligée.

²¹ *Idem*, p. 86.

²² *Idem*, p. 89.

2. Question de recherche et hypothèse

Les interrogations soulevées par rapport à l'exportation du modèle occidental nous amène à réfléchir sur la capacité de la démocratie libérale de tenir ses promesses d'égalité, de paix et de justice sociale. Peu à peu, la mondialisation, l'essor de la technique et la rationalisation provoquent des mutations importantes chez les acteurs politiques et sociaux. C'est notamment le cas de l'État-nation dont le rôle, la place et la capacité d'influence ont subi des changements de taille au cours du dernier siècle. En conséquence, le principal questionnement de ce travail s'articule autour des mutations de l'État, des médias, des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) et de la capacité d'innovation politique. Quels sont les effets des médias et des NTIC sur le gouvernement et la politique au Canada et au Québec? Il s'agit là d'une interrogation très large. C'est pourquoi nous focaliserons nos énergies sur les aspects du changement de la place et du pouvoir de l'État ainsi que le rôle légitimateur joué par les médias dans l'exercice de la vie politique. Il ne s'agit pas de porter une réflexion sur l'impact des médias sur les comportements individuels face à la politique, mais plutôt d'explorer les effets des médias sur la sphère politique. Autrement dit, nous cherchons à comprendre comment les médias affectent la transformation de la capacité instituante de l'État contemporain.

Avec le déplacement du politique vers des sphères extragouvernementales et extraétatiques, la légitimité institutionnelle de l'État peut de plus en plus être remise en cause. Cherchant à légitimer et à conserver les pouvoirs qui lui sont attribués, les différentes composantes institutionnelles tentent alors de se faire entendre et de se faire

voir le plus souvent possible par l'entremise d'une panoplie de tribunes. La perte actuelle de pouvoir de l'État serait ainsi compensée par une mise en scène de grande importance, via l'image et surtout la présence médiatique. Il est donc important, pour le gouvernement ou le parti, de voir chacune de ses bonnes actions, aussi minimes soient-elles, diffusées par l'entremise du plus grand nombre de tribunes possible de façon à continuellement gagner des appuis. Ainsi considérée, notre interrogation se tourne tout naturellement vers les médias; quel est le rôle actuel de l'image et des médias, notamment en politique canadienne et québécoise? S'agit-il simplement d'un supplément aux idées politiques ou plutôt d'un substitut de certains pouvoirs perdus? Les journaux, la radio, la télévision et l'Internet sont des canaux par lesquels les citoyens s'informent par rapport à l'actualité et forment des opinions quant aux enjeux politiques et sociaux. Ainsi, pour gagner des appuis politiques, le parti cherchera à comprendre le processus médiatique et à contrôler son image dans les médias.

Sans postuler que le gouvernement et autres acteurs politiques sont à la solde des médias, il faut reconnaître les efforts mis de l'avant pour cultiver une saine image publique. Plus les médias deviennent performants, grâce notamment aux NTIC et à la convergence médiatique, plus les acteurs politiques doivent être outillés pour contrôler leur image politique. Comme jamais auparavant, la réactivité, l'instantané et l'image sont des éléments centraux de la politique. En partant de ce questionnement large quant au devenir des démocraties, l'objectif principal de cette recherche sera d'explorer les mécanismes porteurs de réactivité et de technicisation au sein de la sphère politique.

3. Motivations à l'endroit du sujet de recherche et pertinence actuelle du problème

Maintes raisons démontrent la pertinence d'une réflexion approfondie sur les transformations étatiques, les médias et les nouvelles technologies. Tout d'abord, les changements au sein de l'État-nation entraînent des impacts sociaux certains puisque l'État est aujourd'hui lié à de nombreux aspects de la vie en société. Cette association toujours plus grande, en plus des changements sur la scène nationale et internationale, semble limiter la capacité instituante du gouvernement et de l'État puisqu'une multitude d'autres acteurs sociaux ont une influence grandissante sur la prise de décision politique.²³

Parmi les acteurs sociaux ayant une influence certaine sur la direction prise par le gouvernement, l'omniprésence des médias ne cesse de croître grâce aux progrès technologiques. Agents de socialisation importants, les médias sont plus accessibles que jamais au Canada et au Québec. Qu'il s'agisse de RDI dans le métro de Montréal, des stratégies publicitaires présentes partout et à tout moment, de la presse gratuite dans les centres urbains ou encore des ordinateurs permettant l'accès à l'Internet dans les endroits publics (écoles, bibliothèques, cafés, etc.), les médias parviennent à surmonter les obstacles jadis imposés par le temps, l'espace et même la condition sociale. Cette omniprésence des médias affecte la vie politique en ce sens où le gouvernement et les partis politiques se doivent d'être à l'affût des plus récents développements médiatiques sous peine de critiques sévères et de perte de crédibilité. On dénote ici la capacité des médias à définir les enjeux qui seront à l'agenda des formations politiques. La réactivité caractérise désormais la vie politique qui évolue au rythme des médias.

²³ Ces idées seront développées au chapitre I.

Quoiqu'il s'agisse d'une problématique ayant un corpus bien établi (surtout en France et aux États-Unis), la situation des médias et de la politique au Canada et au Québec demeure d'actualité et d'un intérêt certain pour la recherche sociologique. Le lien entre la perte de pouvoir et la modification idéologique de la politique gouvernementale et le rôle légitimateur des médias me semble être d'une certaine originalité et les réflexions sur la démocratie et l'innovation politique se doivent d'être réfléchies plus encore dans le cadre académique.

4. Présentation des chapitres

Afin d'entreprendre cette étude portant sur les liens entre la politique et les médias au Canada et au Québec, le présent ouvrage sera divisé en quatre chapitres : *Mutations politiques et perte des capacités instituante et novatrice; La politique de l'image – aspects médiatique de la vie politique; Transformation de la politique au Canada – Une comparaison électorale ainsi que Grandeur et misère : le parcours médiatique de l'ADQ lors de l'élection provinciale de 2003*. Les deux premiers chapitres serviront à poser le cadre dans lequel la politique contemporaine s'inscrit aujourd'hui, tandis que les chapitres trois et quatre illustreront ces propos avec des études de cas. Une conclusion viendra par la suite récapituler les principaux thèmes de la thèse et poser une réflexion quant aux possibilités actuelles d'innovation politique. La visée de cette recherche est donc plurielle. Seront abordés les thèmes de la démocratie, de l'État, des médias et des technologies.

Le premier chapitre, intitulé *Mutations politiques et perte des capacités instituante et novatrice*, traitera des changements de l'État en tant qu'institution. Dans un premier temps, un questionnement sur les raisons et les caractéristiques du déclin du pouvoir étatique sera posé dans le but de démontrer la teneur actuelle de la politique étatique. Une mise en contexte quant à la place et au rôle de l'État au sein d'un système de relations interétatiques de plus en plus complexes s'impose pour réfléchir sur les limites actuelles de la capacité instituante de l'État. En partant de cet état des lieux des limites imposées à l'État en tant qu'acteur instituant, ces réflexions mèneront au constat d'un certain déplacement du politique vers des sphères extraétatiques et, dans une certaine mesure, d'une perte de l'autonomie étatique et d'une dépolitisation gouvernementale. Par hypothèse, on peut poser que cette mutation de l'État est entre autre le résultat du passage de l'autorité au contrôle et le passage de l'institution à l'organisation telle que signalée, notamment, par le sociologue Michel Freitag. D'après cet auteur, sur le plan pratique, la politique se transformerait en perdant sa capacité instituante au profit d'une logique réactive. Ces enjeux de la réactivité et l'automatisation de la régulation sociale seront donc abordés tout en regardant les caractéristiques typiques d'une société qui semble de plus en plus cybernétisée.

Le second chapitre, intitulé *La politique de l'image – aspects médiatiques de la vie politique*, offre des pistes de réflexion sur les effets des médias sur la politique. Si la mondialisation et l'interrelation des États limitent la capacité instituante des gouvernements sur le plan externe, force est de constater que certains acteurs internes auront des effets similaires. Parmi ceux-ci, on retrouve les lobbies, les mouvements

sociaux, les syndicats, la sphère économique ainsi que les médias et les NTIC. Après avoir regardé sommairement quelques grands courants en théorie des communications pour tenter de comprendre quelle importance accorder aux médias quant à leur influence sur les comportements individuels, ce chapitre se tournera vers les notions de légitimation politique et de l'impératif médiatique dans la politique contemporaine. Les concepts de légitimité cathodique et de légitimité démocratique²⁴ seront présentés et analysés pour illustrer à quel point le succès dans la vie publique dépend des performances médiatiques. Puisque les médias sont la principale source d'information politique pour la population, la sphère politique doit savoir apprivoiser ce canal pour maximiser ses appuis et minimiser ses lacunes et manquements. Il sera donc question de la place et des impacts des médias dans la lutte politique actuelle. L'image politique sera définie en se basant sur deux composantes : l'image comme représentation physique et l'image comme représentation mentale. À l'aide de ces définitions conceptuelles, nous aborderons ensuite l'épineuse question du contrôle de l'image par les politiciens et les partis politiques. Il sera question ici de l'entourage politique, de l'influence américaine sur les stratégies politiques au Canada et au Québec, ainsi que de la mesure de l'opinion publique et de la nécessité de cultiver l'image politique. Un regard sur le double rôle des médias en tant que défenseurs de la démocratie et entreprises à but lucratif viendra conclure ce second chapitre. On se penchera notamment sur les aspects marchands des médias ainsi que leur capacité de définir le temps politique.²⁵ Autrement dit, on regardera comme les médias poussent la politique à une réactivité de plus en plus efficace et rapide.

²⁴ Consulter Jean-Marie Cotteret, *Gouverner c'est paraître*, Paris, Presses universitaires de France, 1997, et Jean-Marie Cotteret, *La démocratie téléguidée*, Paris, Éditions Michalon, 2006.

²⁵ Les médias occupent un double rôle au sein de la société démocratique. D'une part, ils sont un organe assurant une critique de l'État et des institutions sociales. La liberté de presse est essentielle à un système

Afin d'illustrer les propos avancés dans les deux premiers chapitres, les chapitres trois et quatre porteront sur des analyses de cas liés à la politique canadienne et québécoise. Il faut souligner que chacun de ces chapitres joue un rôle illustratif particulier et ne prétend pas prendre en compte l'ensemble des concepts exposés au cours de la première partie du travail.²⁶ Plutôt que d'utiliser un modèle hypothético-déductif, nous avons utilisé la méthode d'illustration afin de tenter de voir comment le cadre théorique proposé dans les deux premiers chapitres s'applique à la réalité politique telle que vécue au Québec et au Canada (d'où la sélection d'exemples aux paliers fédéral et provincial).

Le chapitre III proposera une analyse comparative de deux campagnes électorales fédérales – soit celles de 1984 et de 2004. Ces événements politiques permettront de constater le type de mutations de la politique fédérale canadienne engendrées par la prolifération des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC). Dans le cas des élections de 1984, l'importance d'une saine image politique télévisuelle est primordiale – les partis prendront divers moyens pour contrôler ce paramètre devenu central au succès électoral. Le développement rapide des technologies informatiques au cours des années 1990 ouvre de nouvelles avenues quant à la diffusion et au contrôle de l'image politique, notamment l'utilisation politique du Web. La nouveauté introduite par les NTIC se trouve au niveau de rapidité de transfert de données, d'informations et de

démocratique en santé. D'autre part, les médias font partie de la sphère économique : il s'agit ainsi d'entreprises vouées à la recherche de profits. Cette double dynamique, les médias sont en ce sens Janus, pousse l'entreprise à rechercher à la fois qualité et rapidité de communication de l'information et spectacle.

²⁶ Chacun des cas se voulait une illustration partielle des concepts élaborés au cours des premiers chapitres – il faut donc voir qu'il s'agit d'illustrations complémentaires ayant leurs forces et leurs faiblesses. Il faut rappeler qu'il s'agit d'illustrations et non de démonstrations parfaites.

connaissances, trois éléments qui, selon nous, contribuent à un accroissement de la réactivité au sein de la formation politique. On verra comment ces technologies sont rapidement devenues des outils essentiels à la campagne électorale et comment les NTIC sont en quelque sorte des instruments de la technocratisation.

D'autre part, le chapitre IV aura comme objectif de démontrer comment les médias jouent un rôle de premier ordre dans la légitimation des partis politiques. Pour illustrer le propos, le cas de l'Action démocratique du Québec (ADQ) sera présenté pour permettre une réflexion sur le cheminement surprenant d'un tiers parti dans les médias au cours de 2002-2003. Une analyse de contenu de deux grands quotidiens québécois²⁷ permettra de constater la manière dont les performances médiatiques de l'ADQ ont fluctué au cours de 2002-2003. Si l'ADQ a réussi à gagner une forte proportion de l'appui populaire suite aux élections partielles d'avril et de juin 2002, on doit se questionner sur le rôle des médias dans les processus de légitimation de cette formation politique. Cependant, avec l'attention médiatique reçue par l'ADQ, les critiques se feront de plus en plus abondantes à l'égard du parti et de son chef. Après un automne ponctué de maladresses médiatiques, l'image médiatique de l'ADQ sera ternie et l'engouement pour la « troisième voie » s'estompera rapidement.

Finalement, la conclusion a comme objectif de revenir sur les grands thèmes du travail et d'inscrire ceux-ci dans un cadre plus large pour réfléchir l'apport de la technique dans les mutations de la démocratie. Ce dernier chapitre se veut une réflexion

²⁷ Il s'agira de *La Presse* et *Le Devoir*.

sur le lien entre technique et démocratie à l'ère des NTIC. Nous examinerons brièvement la possibilité de renouveau au sein de la démocratie occidentale grâce aux nouvelles technologies de l'information et des communications. Le questionnement se tournera alors vers la capacité de changement et d'innovation de la politique de l'image par l'entremise des nouvelles voies médiatiques offertes, entre autres, par les NTIC.

Chapitre I : Mutations politiques et perte des capacités instituante et novatrice

1. Déclin du pouvoir de l'État-nation et (ré)-émergence d'autres sphères de pouvoir décisionnel

La place et le rôle de l'État-nation subissent de profondes mutations depuis deux cents ans. Les conflits ayant opposés les grandes puissances d'antan bouleversent la hiérarchie étatique établie et reconfigurent le système de relations internationales. Plus récemment, la volonté d'universalisation du modèle de démocratie libérale, soutenue par certains États occidentaux et certaines organisations internationales, aura des impacts considérables sur la politique étatique, maintenant contrainte d'œuvrer selon des paramètres prédéfinis. On semble assister à une perte de capacité instituante de l'État, processus accéléré par la mondialisation. D'une part, la mise sur pied de régulateurs extraétatiques et internationaux ainsi que l'influence croissante de sphères de pouvoir extraétatiques semble, en partie, causer la déterritorialisation et la désétatisation du pouvoir décisionnel. De l'autre, une complexification des relations étatiques causées par l'interrelation des acteurs politiques, économiques et culturels mine la capacité de l'État à agir sur la société.

1.1 Régulateurs internationaux et sphères de pouvoir et d'influence extraétatiques – la déterritorialisation et la désétatisation du pouvoir décisionnel

Afin d'initier une réflexion sur les enjeux politiques de la mondialisation, une typologie des modes de régulation extraétatique peut être proposée.¹ Parmi les différentes sources de régulation extraétatiques, notons : la régulation institutionnelle, la régulation économique ainsi que la régulation culturelle. Une courte analyse de ces sources de

¹ On se basera sur la typologie proposée par Pierre de Senarclens. Voir Pierre de Senarclens, dans Guy Lachapelle et Stéphane Paquin (dirs.), *Mondialisation, gouvernance et nouvelles stratégies subétatiques*, Saint-Nicolas (Québec), Les Presses de l'Université Laval, 2004.

régulation illustre bien la déterritorialisation et la désétatisation du pouvoir décisionnel qui était jadis l'exclusivité de l'État. Avec la régulation extraétatique, la capacité d'action de l'État-nation se voit potentiellement diminuée (sans toutefois voir en cette régulation la fin de la souveraineté étatique).

1.1.1 La régulation institutionnelle

Diverses organisations et institutions ayant une portée internationale permettent le maintien d'un certain ordre à l'échelle planétaire. Pierre de Senarclens propose une typologie des institutions ayant permis le développement de la démocratie occidentale. Senarclens aborde tout d'abord l'Union européenne (UE) qui s'est développée suite à la Seconde Guerre mondiale dans l'objectif de reconstruire l'Europe et d'éviter un troisième conflit meurtrier. L'Union européenne « comprend des structures dans lesquelles se mêlent coopération intergouvernementale et autorité supranationale ».² Malgré les efforts qui ont été faits au cours des 50 dernières années pour promouvoir la création de l'Europe politique et sociale, l'UE se limite actuellement à la sphère économique. La création d'une sphère politique commune (ayant une constitution, un Parlement, une politique étrangère, etc.) n'est pas assurée, démontrant la capacité des États de défendre leur indépendance, leurs intérêts respectifs et résister aux pressions de l'extérieur.

La seconde instance de régulation institutionnelle identifiée par Senarclens se rapporte aux institutions mises en place par les États occidentaux suite au Plan Marshall et pendant la Guerre froide (on peut penser notamment à l'OTAN).³ Ces institutions ont

² *Idem*, p. 22.

³ *Idem*.

permis aux États occidentaux de « tisser des liens économiques, sociaux et culturels substantiels, notamment au sein de l'OCDE, soutenus par des interactions constantes entre leur gouvernement et leur administration ». ⁴ C'est par l'entremise de telles organisations et institutions que les pays les plus puissants se réunissent pour débattre des questions économiques ayant des retombées à l'échelle de la planète. Les liens économiques entretenus par les États membres de ces institutions visent dans un premier temps à stabiliser et maximiser l'efficacité de leurs économies respectives. Cependant, même dans cette défense d'intérêts nationaux, les relations entre acteurs se complexifient au point de devoir constamment négocier avec les pressions et les exigences des partenaires économiques, militaires ou autres. Cette « toile » a pu prendre une ampleur internationale plus vaste avec la chute du mur de Berlin, la fin de la Guerre froide ainsi que de la création d'un système de relations internationales unipolaire.

Le troisième mécanisme de régulation institutionnelle souligné par Senarclens se rapporte à l'interaction internationale dans son ensemble. ⁵ Il s'agit d'un vaste regroupement hétérogène de par des ressources économiques, financières et technologiques inégales ainsi que des objectifs et des intérêts souvent divergents. Cette hétérogénéité des institutions et organisations est problématique quant à l'interaction possible entre celles-ci. L'aide internationale démontre les problèmes encourus par cette hétérogénéité des acteurs; les moyens d'aide proposés ne sont pas automatiquement compatibles avec les institutions de développement local, et ce, malgré les visées universalistes de ces institutions. L'ONU fait partie de ce mécanisme de régulation

⁴ *Idem.*

⁵ Toutes les organisations et institutions ayant une visée internationale font partie de ce mécanisme. Consulter Pierre de Senarclens, *op. cit.*, p. 23.

internationale et donne (théoriquement du moins) la possibilité à tous pays membre de faire valoir ses intérêts auprès de la communauté internationale. Même à l'ONU, les acteurs doivent composer avec une hétérogénéité des pouvoirs décisionnels de par la structure institutionnelle (membres permanents du Conseil de Sécurité) mais aussi par le mode de financement de l'institution (les grands contributeurs ont moyen de se faire entendre plus facilement).

1.1.2 La régulation économique

Le second mode de régulation extraétatique au niveau international est lié à l'économie et est probablement le plus puissant quant à l'influence exercée sur l'État. La régulation économique regroupe différents acteurs dont les grandes entreprises multinationales ainsi que certaines institutions internationales dont le Fond monétaire international (FMI) ainsi que la Banque mondiale (BM). On doit également prendre en compte les ententes et les accords entre ces institutions qui sont d'un impact significatif sur l'État. Par exemple, le *Consensus de Washington*⁶ « est l'accord implicite du Fonds monétaire international et de la Banque mondiale pour imposer des normes libérales aux pays demandeurs de crédit ». ⁷ Autrement dit, ces instances octroient des prêts aux pays demandeurs seulement dans la mesure où ceux-ci respectent certaines conditions, notamment les plans d'ajustement structurels. De par le fait de recevoir des prêts en provenance de telles institutions internationales, l'État perd une partie de son autonomie

⁶ Le *Consensus de Washington* désigne ce nouveau programme qui vise essentiellement à abolir les obstacles au plein déploiement de la logique marchande dans tous les domaines de l'activité humaine, autant dans les biens et services traditionnels que la science, la culture, les biens publics et même les formes de vie. Le *Consensus de Washington* repose sur la conviction que l'État représente un obstacle au développement et que seul le marché est apte à créer de la richesse et à permettre ultimement sa juste distribution. Voir Raphaël Canet et Jules Duchastel (dirs.), *La régulation néolibérale : crise ou ajustement?*, Outremont (Québec), Athéna, 2004, p. 18.

⁷ ATTAC (collectif), *Le développement a-t-il un avenir?*, Paris, Éditions Mille et une nuits, 2004, p. 133.

économique, politique et sociale. Les institutions économiques internationales imposent des pratiques politiques et économiques aux États emprunteurs; comme le constate Christian Joly, la conditionnalité politique est un puissant instrument d'influence et même de contrôle interétatique caractérisé par un rapport de domination. On y reconnaît un contrôle partiel du comportement et de la pratique de l'État-receveur par une entité extérieure.⁸ On impose le système de *bonne gouvernance*, défini comme étant « une (bonne) direction gouvernementale des affaires d'un pays » permettant aux institutions économiques et États-créditeurs « d'inculquer les valeurs politiques occidentales aux pays emprunteurs ».⁹ Cette influence sur l'État national par des instances extérieures fluctue grandement selon le positionnement de l'État dans la hiérarchie internationale. Ainsi, les pays défavorisés¹⁰ sont les plus influencés (certains diront téléguidés) par la sphère économique internationale. La régulation économique a des retombées importantes sur la capacité d'action politique de l'État quant à la résolution de problèmes à l'interne comme à l'externe. On peut notamment penser aux politiques d'emploi qui se voient bouleversées de par certaines forces extérieures à l'État.

Un lien peut être fait entre régulation économique et déterritorialisation de la production. Le développement des NTIC combiné aux moyens de transport plus rapides et efficaces contribue à la délocalisation de la production vers des régions caractérisées par des ressources humaines et naturelles moins coûteuses. « Les progrès novateurs dans les domaines des communications et du transport démentent de plus en plus l'importance

⁸ Christian Joly dans Rostane Mehdi (dir.), *Les Nations Unies et la démocratisation*, Paris, Pedone, 2002.

⁹ Susan George et Fabrizio Sabelli, *Crédits sans frontières : la religion séculière de la Banque mondiale*, Paris, Éditions La Découverte, 1994, 165.

¹⁰ Au sens économique, militaire et technologique.

de la distance, de l'espace et des limites territoriales. »¹¹ On assiste ainsi au déclin (mais non pas à la disparition complète) de la spécialisation locale ou régionale afin de maximiser les profits de l'entreprise. Il s'agit du bris du pacte fordiste ainsi que le début du déclin du contrôle étatique de ressources productives. « La prédominance des régimes de marché dans le monde de concert avec une privatisation et une déréglementation universalisées a restreint le pouvoir des gouvernements de protéger et de valoriser les intérêts de leurs électeurs. »¹²

1.1.3 La régulation culturelle

« Aujourd'hui, et plus encore demain, de dire l'économiste Serge Latouche, le monde est appelé à vivre de façon uniforme. »¹³ La volonté d'exporter le modèle occidental s'explique dans un premier temps par l'exigence d'expansion économique liée au capitalisme et déjà signalée par certains penseurs marxistes.¹⁴ Dans cette expansion, la culture s'exporte de manière unidirectionnelle selon une logique centre/périphérie. La culture n'est pas imposée d'une manière brutale (comme à l'ère coloniale); elle se fait généralement par le don et influe et modifie subrepticement les besoins, les modes de vie, les systèmes d'éducation, etc. Le « don culturel » du centre vers la périphérie est perçu par certains auteurs¹⁵ comme étant propagandiste et permet à la culture occidentale de se propager relativement librement et devenir un outil de domination puissant. Cette

¹¹ Earl Fry, dans Guy Lachapelle et Stéphane Paquin (dirs.), *Mondialisation, gouvernance et nouvelles stratégies subétatiques*, Saint-Nicolas (Québec), Les Presses de l'Université Laval, 2004, p. 114.

¹² *Idem*, p. 114.

¹³ Cette citation résume bien la pensée de Latouche quant aux visées conformistes des États et autres acteurs non étatiques occidentaux. Voir Serge Latouche, *L'occidentalisation du monde*, Paris, Éditions La Découverte, 1989, p. 7.

¹⁴ Voir notamment Rosa Luxemburg, *Oeuvres v.3 - L'Accumulation du capital I*. Paris, Éditions Maspéro, 1969.

¹⁵ Serge Latouche, *op. cit.*, p. 28.

exportation culturelle débouche vers un idéal standardisé : les mentalités se tournent aujourd'hui de façon unanime vers la science, la technologie, l'économie et la culture occidentale. On imite de plus en plus les manières occidentales; l'impérialisme allant en se concrétisant via la recherche de l'*American Way of Life* qui s'offre comme modèle unique de style de vie. « Cette unification du monde achève le triomphe de l'Occident. [...] Il ne s'agit pas d'un triomphe *de* l'humanité, mais d'un triomphe *sur* l'humanité. »¹⁶

Latouche parle par ailleurs de déculturation relative à l'assimilation et la destruction culturelle reliée à l'exportation du modèle occidental. En se comparant à l'Occident, certaines sociétés peuvent se voir discréditées de par leurs faiblesses de développement au niveau technique et leur niveau de vie économiquement inférieur.¹⁷

L'individu mondialisé n'est que l'accomplissement extrême de l'homme occidental, seul et libre, détaché de tous les liens hérités et n'ayant que ceux qu'il a forgés lui-même. Les communautés implantées dans un espace, façonnées par le temps – la famille (dans ses formes classiques), le village, le bourg, l'entreprise familiale... – sont remplacées par des associations fonctionnelles (firmes mais aussi filières de migration), instables (bandes, sociétés constituées par des personnels expatriés).¹⁸

On comprend donc que la présence et l'influence de régulateurs extraétatiques aura un impact de taille sur la complexité des relations entre les États. Dorénavant, les États, tout en gardant leur souveraineté, devront agir selon un cadre délimité et complexifié par les modes de régulation mentionnés ci-haut. Il semble opportun de se pencher sur la complexification des relations entre les États que peut causer l'influence extérieure.

¹⁶ *Idem*, p. 31.

¹⁷ *Idem*, p. 65.

¹⁸ Philippe Moreau-Desfarges, *La mondialisation*, Paris, P.U.F., collection Que sais-je?, 1997, p. 47.

1.2 La complexification des relations interétatiques

Dans l'ouvrage *Après l'État-nation - Une nouvelle constellation politique*,¹⁹

Jürgen Habermas s'interroge sur quatre pôles par lesquels la mondialisation affecte l'État-nation : (1) la sécurité juridique et l'efficacité de l'État administratif; (2) la souveraineté de l'État territoriale; (3) l'identité collective ainsi que (4) la légitimité démocratique de l'État-nation.

La sécurité juridique et l'efficacité de l'État administratif relève de la capacité de l'État-nation de permettre à la société d'agir sur elle-même. Le processus de mondialisation engendre des changements majeurs de par le fait que les frontières étatiques sont perméables entre autres à diverses activités criminelles – drogue, armement et crime organisé. La sécurité intérieure devient plus difficile que jamais à garantir, et ce, malgré les promesses électorales répétées. La gestion de risque ne s'arrête plus aux frontières étatiques, les dangers peuvent provenir de l'extérieur du pays et les États doivent coopérer pour mettre sur pied des systèmes de droit international. La perte de la capacité d'action étatique face au crime en provenance de lieux extra-frontaliers est donc palliée par des ententes internationales; cependant, quoi qu'elles ne soient pas inutiles, l'efficacité de telles ententes peut être remise en cause. Les dangers et les risques ne se limitent pas seulement au crime (qui est utilisé dans certains cas comme munition politique visant à semer le doute et la peur), on retrouve également des enjeux plus significatifs encore liés à l'environnement, par exemple.

On peut toutefois observer que de nouveaux risques, qui ne respectent aucune frontière, surgissent du fait de l'atteinte portée aux cycles écologiques et du fait de la fragilité des installations de haute technologie. « Tchernobyl », le « trou de

¹⁹ Jürgen Habermas, *Après l'État-nation – Une nouvelle constellation politique*, Paris, Fayard, 2000.

l'ozone » et autres « pluies acides » renvoient à des accidents et à des transformations écologiques qui, par leur intensité et leur ampleur, ne sont plus contrôlables dans un cadre national et, de ce fait, dépassent la capacité de réglementation d'un seul État.²⁰

La complexification des relations économiques est un autre aspect de la mondialisation qui limite la possibilité d'une société d'agir sur elle-même. La complexification des relations économiques et fiscales entre acteurs étatiques provoque un certain déterminisme économique extraétatique depuis la fin des années 1980. « Le mot d'ordre de « l'État économe » doit moins sa popularité à la critique justifiée d'une administration rigide, invitée à accroître ses compétences en matière de management, qu'à la pression fiscale que la mondialisation économique exerce sur les ressources de l'État. »²¹

Le second aspect soulevé par Habermas, la souveraineté de l'État territorial, est également remis en question par les forces de la mondialisation. Le « dépérissement de l'État national »²² se caractérise pour sa part à des modifications portées au modèle étatique westphalien :

Bien que la souveraineté et le monopole de la force détenu par l'État soient restés intacts, l'interdépendance accrue au sein de la société mondiale remet en cause la prémisse selon laquelle la politique nationale peut encore s'identifier au niveau territorial des frontières étatiques, autrement dit au destin effectif de la société nationale.²³

²⁰ Ulrich Beck, *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Francfort-sur-le-Main, Suhrkamp, 1986. Cité dans Jürgen Habermas, *op. cit.*, p.58.

²¹ Jürgen Habermas, *op. cit.*, p. 59.

²² *Idem*, p. 59.

²³ *Idem*, p. 60.

Il s'agit là d'un phénomène important et qui pourrait modifier profondément le visage de la politique au XXI^e siècle. La complexification des enjeux ainsi que des relations entre acteurs ont un impact marqué sur la capacité de l'État d'agir indépendamment sur son territoire. Ainsi, les décisions prises par des États voisins ou encore des partenaires économiques peuvent entraîner des changements importants sur le territoire national sans pour autant que l'État en question ne soit en mesure d'intervenir pour protéger ses intérêts. L'exemple des normes environnementales peut être évoqué pour illustrer les problèmes engendrés par la pollution transfrontalière. « Comme l'État national doit prendre des décisions sur une base territoriale, les intéressés et les concernés sont toujours plus rarement réductibles les uns aux autres dans la société mondiale, dans laquelle tous dépendent les uns des autres. »²⁴

Dans cette même veine, on peut se pencher sur la question des organisations de commerce international ainsi que des zones de libre-échange par lesquelles il est possible pour certains États de faire valoir leurs intérêts sur d'autres territoires. La mise en place de systèmes permettant la gouvernance supranationale, surtout dans la sphère économique (OMC, ALÉNA), mais aussi dans la sphère culturelle (exportation de la culture occidentale).

Il est cependant indéniable qu'avec le passage du niveau national au niveau supranational, de tels changements de compétence font brutalement apparaître des déficits de légitimité. (j.s.) A côté d'un nombre important d'organisations gouvernementales internationales et de conférences permanentes de gouvernements, certaines organisations non gouvernementales, comme le World-wide Fund for Nature, Greenpeace ou Amnesty International, ont accru leur influence; elles appartiennent de fait au réseau des instances informelles de régulation. Mais les nouvelles formes de coopération internationale ne disposent

²⁴ David Held, *Democracy, the Nation State and the Global System*, Political Theory Today, Cambridge, Polity Press, 1991, p. 197-235. Cité dans Jürgen Habermas, *op. cit.*, p. 61.

pas d'une légitimation qui satisfasse, ne serait-ce qu'approximativement, aux exigences des procédures institutionnalisées au niveau de l'État-national.²⁵

Habermas se tourne ensuite vers l'identité collective en posant la question suivante : « [...] la mondialisation affecte-t-elle aussi le substrat culturel de la solidarité entre citoyens, tel qu'il s'est développé dans le cadre de l'État-nation? ».²⁶ En plus d'avoir des impacts sur l'État, la mondialisation contribue à la fragmentation identitaire à l'intérieur de la nation. On y reconnaît un certain renouveau de la volonté d'autodétermination des minorités à l'intérieur du cadre national ainsi qu'une hétérogénéisation des sociétés au point de vue culturel due à l'immigration. La fragmentation identitaire et le multiculturalisme complexifient la réalité politique à l'intérieur de l'État et rend plus difficile la mise en place de projets collectifs. En acceptant l'*autre* dans le cadre national et politique, la communauté nationale inclut les nouveaux membres de la société au même titre que tous les citoyens. Le multiculturalisme assure une intégration des nouveaux membres de la société et une défense des intérêts individuels. Cependant, Habermas souligne que « la création d'une « citoyenneté multiculturelle » requiert des politiques et des réglementations qui ébranlent la base nationale de la solidarité entre citoyens, base qui était devenue une seconde nature ».²⁷

La problématique du déficit démocratique et la remise en question de la légitimité démocratique de l'État-nation forment le quatrième pôle signalé par Habermas. L'État-

²⁵ Mark Imber, *Geo-Governance Without Democracy*, in Anthony McGrew (dir.), *The Transformation of Democracy?*, Cambridge, Polity Press, 1997. Cité dans Jürgen Habermas, *op. cit.*, pp. 62-63.

²⁶ Jürgen Habermas, *op. cit.*, p. 63.

²⁷ *Idem*, pp. 66-67.

nation démocratique est en mesure de « combler les lacunes de l'intégration sociale par le moyen de la participation politique de ces citoyens ». ²⁸ Autrement dit, l'État-nation tire sa légitimité du fait qu'il permet le choix démocratique à ses citoyens, qui sont en mesure de revendiquer des droits sociaux, économiques et culturels. Cependant, avec la mondialisation des marchés et le pouvoir d'entreprises de plus en plus mobiles, l'État perd progressivement son contrôle sur l'économie. ²⁹ « L'éviction de la politique par le marché se traduit donc par le fait que l'État national perd progressivement sa capacité à recouvrer des impôts, à stimuler la croissance et à assurer par là les bases essentielles de sa légitimité; or, cette perte n'est compensée par aucun équivalent fonctionnel. » ³⁰ En prenant des mesures pour demeurer compétitifs sur les marchés internationaux, l'État se trouve incapable d'assurer la cohésion sociale.

Les quatre pôles proposés par Habermas nous font constater la manière dont la mondialisation affecte l'État-nation ainsi que la démocratie. On y reconnaît des enjeux de taille quant à la capacité de l'État de remplir son rôle de protecteur, même sur son propre territoire. Certains risques auxquels font face les sociétés contemporaines se caractérisent par leur transnationalité. Les exemples de la criminalité internationale ou encore des risques écologiques démontrent comment l'État parvient difficilement à imposer sa volonté. D'autre part, avec l'émergence de nouvelles sphères décisionnelles et d'influence politique, la légitimité démocratique de l'État se trouve menacée. La perte de

²⁸ *Idem*, p. 70.

²⁹ « Sous la pression des marchés mondialisés, les gouvernements nationaux sont de moins en moins en mesure de contrôler la cycle de l'économie dans son ensemble » Robert W. Cox, *Global Restructuring. Making Sense of the Changing International Economy*, in Richard Stubbs and Geoffrey R.D. Underwood (dirs.), *Political Economy and the Changing Global Order*, New York, St. Martin Press, 1994. Cité dans Jürgen Habermas, *op. cit.*, p. 72.

³⁰ Jürgen Habermas, *op. cit.*, pp. 74-75.

contrôle de l'État dans certains domaines remet en cause la capacité de cet acteur social à assurer des choix démocratiques aux électeurs.

1.3 Le déplacement du politique et la question de la dépolitisation gouvernementale

La mondialisation entraîne diverses répercussions importantes quant à la place et au rôle politique de l'État-nation aux niveaux national et international. L'une de celle-là affecte directement la capacité de régulation des États, ce qui s'apparenterait à une dépolitisation effective de l'État-nation, c'est-à-dire la dispersion *du* politique vers des nouvelles sphères décisionnelles telles les corporations multinationales, les autres États, les ONG, la société civile, etc. Il pourrait s'agir d'un des changements sociopolitiques les plus importants causés par la mondialisation.

En donnant au politique le sens très large évoqué par Jacques Lagroye lorsqu'il parle des « actes qui tendent à organiser et à diriger la vie en société », ³¹ on y voit la capacité instituante détenue par certains groupes sociaux. Il rajoute à cette idée les concepts de dominant/dominé et de gouvernant/gouverné instaurés dans l'objectif d'assurer l'existence sociale impossible sans la mise en place de règles de conduite communes visant des buts communs. Il existe, bien entendu, de multiples formes d'organisation de ces rapports sociaux entre gouvernants et gouvernés. ³² Le politique ne se limite pas à l'État ou, de façon plus récente, l'État-nation. Une telle définition est restrictive puisqu'elle limite le politique à une organisation propre à certaines sociétés. Le

³¹ Jacques Lagroye, *Sociologie politique – 3e édition*, Paris, Presses de Sciences Po et Dalloz, 1997, p. 25.

³² Jean-William Lapierre, *Vivre sans État? Essai sur le pouvoir politique et l'innovation sociale*, Paris, Le Seuil, 1977. Cité dans Jacques Lagroye, *op. cit.*, p. 31.

politique est présent dans toute société dans laquelle on retrouve un rapport de commandement-obéissance, quel que soit le régime politique³³ en place. « Le commandement apparaît dès qu'au sein d'une masse ou d'un rassemblement quelconque s'ébauche une velléité de cohérence interne. »³⁴ La transition entre la masse et le groupement politique se fait de par une volonté d'organisation soutenue par le commandement.³⁵ Claude Lefort signale également que le politique ne relève pas de l'activité politique, « mais de ce double mouvement d'apparition et d'occultation du mode d'institution de la société ». ³⁶ Il le considère comme un mouvement d'apparition puisqu'il « émerge à la visibilité le procès par lequel s'ordonne et s'unifie la société »³⁷ mais aussi comme un mouvement d'occultation étant donné qu'il s'agit d'un principe générateur, camouflé par l'exercice politique (*la politique*).

L'effritement du pouvoir politique étatique, signalé et étudié entre autres par Geneviève Nootens,³⁸ se caractérise donc par une perte du *pouvoir instituant* dont disposait jadis l'État-nation westphalien. Quoique l'État-nation perd une partie de son

³³ Jean-Louis Quermonne propose une définition équilibrée de ce concept : « par régime politique, on entendra, par conséquent, l'ensemble des éléments d'ordre idéologique, institutionnel et sociologique qui concourent à former le gouvernement d'un pays donné pendant une période déterminée » Jean-Louis Quermonne, *Les régimes politiques occidentaux - Quatrième édition*, Paris, Éditions du Seuil, 2000, p. 10.

³⁴ Julien Freund, *L'essence du politique - 4^e édition*, Paris, Éditions Dalloz, 2004, p. 108.

³⁵ Dans la perspective d'Edward Evans-Pritchard et Meyer Fortes, il existe deux types de sociétés : le premier type se rattache à des sociétés pourvues d'un État tandis que le deuxième se caractérise par la «segmentation». Dans le cas des sociétés pourvues d'un État, il existe un gouvernement central qui impose le respect de règles et de lois communes sur un territoire donné. Les sociétés segmentées se caractérisent par l'absence d'un gouvernement central et fonctionnent selon un équilibre entre différents groupes ou segments de la société. Cet équilibre est fragile et est régi par des règles officieuses imposées par le risque de représailles. Néanmoins, il existe au cœur des sociétés segmentées, tout comme dans les sociétés pourvues d'un État, certaines forces d'organisation et de stabilité sociale. Voir Edward Evans-Pritchard et Meyer Fortes (dirs.), *Systèmes politiques africains*, Paris, PUF, 1964. Cité dans Jacques Lagroye, *op. cit.*, p. 26.

³⁶ Claude Lefort, *Essais sur le politique : XIX^e - XX^e siècles*, Paris, Éditions du Seuil, Collection Esprit, 1986, p. 19.

³⁷ Claude Lefort, *op. cit.*, p. 20.

³⁸ Geneviève Nootens, *Désenclaver la démocratie - Des huguenots à la paix des Braves*, Montréal, Éditions Québec Amérique, 2004.

pouvoir décisionnel et instituant, il demeure toutefois l'un des principaux régulateurs à l'échelle mondiale et nationale. Néanmoins, des changements majeurs s'opèrent quant à la capacité de régulation sociale par l'État, étant donné le développement de sphères décisionnelles extraétatiques.

En se basant sur le concept de l'État-nation tel que définit par Weber,³⁹ Nootens aborde le déplacement *du* politique de la sphère étatique vers d'autres sphères (ou lieux) de pouvoir dû à la régulation extérieure, la complexification des relations internationales et la déterritorialisation du pouvoir décisionnel politique.⁴⁰ La complexification des relations internationales ainsi que le déclin du pouvoir étatique seraient le résultat de la mondialisation qui cause la dislocation d'éléments propres à l'État-nation. Parmi ces éléments, on retrouve la capacité décisionnelle jadis détenue par l'État-nation qui serait maintenant brimée par des sphères décisionnelles échappant au contrôle démocratique dans un cadre national.⁴¹ Pour le politicologue français Bertrand Badie, la prolifération d'acteurs transnationaux, la mise en place de logiques infraétatiques, la logique de l'État segmentaire, la plus grande mobilité des individus ainsi que la perte de crédibilité économique de l'État sont les raisons pour laquelle le rôle de l'État est modifié par la

³⁹ Dans lequel l'État est lié à l'ordre juridique et la capacité d'administrer et de contrôler un espace délimité (donc un territoire). L'État devient « à la fois espace de justice redistributive, d'identification, d'allégeance et centre privilégié de vie civique et de débat politique. » Voir Geneviève Nootens, *op. cit.* p. 30. L'État-nation est donc l'espace central du pouvoir politique sur un territoire donné et est ainsi le fait central de l'identité politique. Dans cette perspective, l'État-nation est une construction propre à la modernité dans laquelle le pouvoir politique se retrouve concentré. L'État-nation est une forme d'organisation politique s'étant imposée à un moment et dans un espace politique précis, en occurrence l'Europe du XV^e siècle, et qui connaît sa période la plus forte entre le milieu du XIX^e siècle et la fin du XX^e siècle. C'est lors de cette période, qui concorde avec la mise en place du monde unipolaire, qu'elle commence à perdre pied face à la mondialisation qui contraint son pouvoir décisionnel.

⁴⁰ Voir Geneviève Nootens, *op. cit.*

⁴¹ Il est important de souligner que Nootens nuance toutefois ses propos en rappelant que malgré le transfert du pouvoir vers d'autres décideurs politiques, l'État demeure toujours un acteur influent quoi qu'il ne détient plus le monopole sur les décisions prises.

mondialisation.⁴² Le déplacement du politique se traduirait par une perte du pouvoir démocratique du citoyen qui se trouve dans l'incapacité de se prononcer sur des décisions qui l'affecteront tôt ou tard.

Ne perdant cependant pas l'ensemble de son pouvoir instituant, l'État contemporain doit à la fois respecter ses engagements envers les États-partenaires (système monde), se conformer aux normes internationales et prendre des décisions éclairées pour le bien de ses citoyens (qui ont élu leurs commettants par voie démocratique). Ce conformisme et cette subordination à des acteurs extérieurs provoquent un certain malaise face à l'électorat : il est difficile de gagner l'appui populaire lorsque l'État semble plus influencé par le système-monde que par les citoyens. L'univers des possibles politiques se voit limité par des forces internes répondant souvent à des forces externes. L'État est prisonnier d'un système unipolaire sur lequel il peut difficilement agir. On peut voir en la dépolitisation gouvernementale la dispersion du pouvoir politique dans des sphères autonomes et parfois antinomiques. Cette dispersion cause la perte du monopole de l'État au niveau de sa capacité d'agir sur la société. La dépolitisation gouvernementale peut donc être perçue comme une perte de la capacité instituante de cet organe étatique.

Pas étonnant qu'on réanime aujourd'hui l'idée que la transformation étatique soit marquée par la fin de l'idéologie⁴³ (ce qu'on pourrait désigner ici par la *désidéologisation*

⁴² Bertrand Badie, *De la souveraineté à la capacité de l'État*, dans Marie-Claude Smouts (dir.), *Les nouvelles relations internationales. Pratiques et théories*, Presses de Sciences Po, 1998. Cité par Geneviève Nootens, *op. cit.*, p. 66.

⁴³ Voir notamment Daniel Bell, *La fin de l'idéologie*, Paris, Presses universitaires de France, 1997.

*de la politique gouvernementale*⁴⁴). Daniel Bell écrira que : « Dans le monde occidental, il y a donc aujourd'hui un quasi-consensus parmi les intellectuels autour des enjeux politiques : acceptation de l'État-providence, avantage d'un pouvoir décentralisé, système mixte en économie et pluralisme politique. En ce sens, l'idéologie appartient au passé ».⁴⁵ On entend donc par désidéologisation l'évacuation d'éléments idéologiques de la politique gouvernementale. On constate la perte d'une ligne directrice quant à l'action politique, la perte de l'affrontement idéologique suite à la fin de la guerre froide, l'acceptation de systèmes politiques et économiques mixtes et pluriels, l'instauration d'un certain pragmatisme au niveau de la politique gouvernementale, etc. Autrement dit, on constate le passage de l'action politique (orientée par la ligne directrice véhiculée dans l'idéologie) à la réaction politique (orientée par les besoins impératifs définis par la situation et l'environnement présent). La fin de la Guerre froide (et donc de la guerre idéologique) et le consensus quant à la voie à suivre pour assurer le développement social marquent la fin de la composante émotive et de confrontation propre (et centrale) à l'idéologie.⁴⁶ Plutôt que d'avoir un plan politique stable défini par l'idéologie, l'État doit aujourd'hui composer avec la dissidence, l'instabilité et la remise en question de sa capacité d'action politique.⁴⁷

⁴⁴ Ce qu'on nomme la désidéologisation n'est qu'une variable tendancielle du plus large procès étudié ici – la dépolitisation.

⁴⁵ *Idem*, p. 56.

⁴⁶ *Idem*, p. 57.

⁴⁷ Qui est limité, nous l'avons vu, par la complexification des relations internationales et l'émergence de nouvelles sphères décisionnelles. Bell demeure optimiste quant à la possibilité de novation politique : « La fin de l'idéologie marque la fin d'un ère intellectuelle, celle des recettes faciles, des recettes « de gauche » pour le changement social. Mais elle ne signifie pas que l'on tourne le dos au changement. » Daniel Bell, *op. cit.*, p. 59.

2. La fin du monopole étatique : du pouvoir au contrôle

Maints facteurs sont venus transformer la nature de la vie démocratique et affecter en retour sa capacité à réguler avec justice et équité la vie politique. La complexification des relations institutionnelles, la désidéologisation de la politique gouvernementale et l'émergence de nouvelles sphères décisionnelles limitent, ou du moins encadrent, le pouvoir décisionnel et la souveraineté de l'État-nation. Le contexte actuel de mondialisation entraîne également la *dispersion du politique*, qui était jadis le fait primordial et quasi-exclusif de l'État (système de l'État-nation),⁴⁸ vers d'autres sphères décisionnelles. Bien que l'État ne soit pas totalement démunie de pouvoir politique⁴⁹ et demeure souverain, il ne détient plus aujourd'hui le monopole de la définition du politique. Cela se constate notamment par l'essor (ou la réémergence) de la sphère économique comme lieu de décision politique ayant des impacts sociaux importants.⁵⁰

Le sociologue québécois Gilles Gagné propose une typologie intéressante de cette transformation étatique dans un article intitulé *L'État commercial ouvert*.⁵¹ L'État serait passé, depuis le début du XIX^e siècle, par quatre étapes quant son rôle et son implication sociale. On retrouve l'*État libéral*, l'*État providence*, l'*État keynésien* et finalement l'*État commercial ouvert*.⁵² La situation initiale se caractérise par l'État gendarme. Modeste et

⁴⁸ Voir Jürgen Habermas, *Après l'État-nation – Une nouvelle constellation politique*, Paris, Fayard, 2000. Geneviève Nootens, *op. cit.* Daniel Drache, *The Political Economy of Dissent: Global Publics after Cancun*, 2004, document électronique, http://www.yorku.ca/drache/academic/papers/gcf_cancun.pdf

⁴⁹ Les événements du 11 septembre 2001 ont en quelque sorte réanimé sa souveraineté et sa nécessité pour la sécurité nationale.

⁵⁰ La complexification des relations internes et externes change le rôle et la capacité d'action politique de l'État. Plusieurs auteurs contemporains ont abordé la question de la dépolitisation étatique. Voir notamment Jürgen Habermas, *op. cit.*, p. 57.

⁵¹ Gilles Gagné, « L'État commercial ouvert », *Revue Conjoncture politique*, no. 6, printemps 1985, pp. 51 à 81.

⁵² *Idem*, p. 3.

minimaliste dans ses interventions, il s'agit d'une institution au service de la classe bourgeoise. Gagné signale la dynamique d'érosion⁵³ propre à l'État libéral. Cette institution se transforme vers la fin du siècle en *État providence*, caractérisé par des interventions dans des domaines divers pour assurer un minimum vital à la population⁵⁴ et « l'intervention de la puissance publique [...] et la formation d'un nouveau système mixte ». ⁵⁵ La caractéristique interventionniste se poursuit avec l'*État keynésien* dans lequel l'État prend un rôle de redistribution et de régulation du marché. Cette intervention, par laquelle « la Raison technique de Keynes prend le pas sur la Main Invisible d'Adam Smith », ⁵⁶ permet à l'État de prendre des mesures pour maintenir un minimum vital à la population, de renchérir le sociologue Jean-Jacques Simard. On agit donc au niveau de la politique monétaire, au niveau de la politique budgétaire ainsi qu'au niveau de la politique fiscale;⁵⁷ « l'État devient en quelque sorte le moment structurel du capitalisme organisé : pilotant, en direction du plein emploi, les grands paramètres qui définissent un état donné de l'économie, l'État se trouve à programmer le contexte général au sein duquel forcent les forces du marché ». ⁵⁸ Le retour d'un certain « laissez aller » économique suite à la Seconde guerre mondiale avec l'ouverture des frontières quant au commerce international change de nouveau le rôle de l'État. La complexification des relations économiques instaure l'*État commercial ouvert*, État

⁵³ L'État libéral est voué à sa disparition puisque son objectif ultime est l'autorégulation du marché. Cependant, les contradictions internes du système libéral empêchent l'atteinte de ce but.

⁵⁴ On désigne « les lois sur l'eau potable, sur l'hygiène publique et les épidémies, sur les obligations des communes envers les orphelins, sur le travail des enfants, sur le financement des écoles primaires, sur le plomb dans le poivre, sur la cendre dans le pain, sur le feu dans les bidonvilles ou sur les puits de secours dans les trous de mines » Gilles Gagné, *op. cit.*, p. 10.

⁵⁵ *Idem*, p. 11. Il s'agit, en Allemagne d'ailleurs, d'un moyen de repousser les percées social-démocrates : « on repousse la social-démocratie dans l'illégalité d'une main et de l'autre on met en place des programmes d'assurance : assurance-accidents, assurance-maladie, assurance-retraite » Gilles Gagné, *op. cit.*, p. 10.

⁵⁶ Jean-Jacques Simard, *La longue marches des technocrates*, Montréal, Éditions Saint-Martin, 1978, p. 28.

⁵⁷ Gilles Gagné, *op. cit.*, p. 13.

⁵⁸ *Idem*, p. 15.

caractérisé par la responsabilité de répondre aux demandes de support et d'aide économique.

Devant une telle inflation de la demande insolvable, l'État tombe en déficit de capacités; comme les « décideurs » politiques ne peuvent opposer nulle Raison transcendante à l'ensemble des secteurs, ils se laissent définir par la demande mais s'associent à tous les centres de décisions privées pour y représenter les contraintes de la logique d'ensemble.⁵⁹

Autrement dit, l'État ne peut plus à lui seul diriger l'économie et doit négocier avec un certain nombre d'acteurs : « pas une ville du Nord ne se ferme et pas une raffinerie n'est tenue ouverte sans que cela n'ait été négocié entre les représentants de trois compagnies, de deux syndicats et ceux d'autant de ministères ». ⁶⁰

2.1 La mutation du mode de reproduction sociale

Le sociologue Michel Freitag aborde, quant à lui, la question au niveau de la transformation du mode de reproduction social. Il base son analyse sur l'évolution du modèle de production capitaliste qui a connu d'importants changements au cours de son développement et qui a transformé l'ordre social et sa reproduction de manières multiples. Ces changements auront des impacts considérables non seulement sur la société mais également sur la place et le rôle de l'État. À l'époque du capitalisme naissant, le rôle de l'État se limite, comme le soulignait Gilles Gagné, à la protection de la propriété privée. L'État gendarme se caractérise par une transcendance; il est encore au-dessus des conflits entre les différents acteurs sociaux et sert ultimement à contrer les pressions que peuvent exercer certains groupes. Dans l'optique de la production capitaliste, les conflits entre acteurs sociaux sont sans importance et doivent être refoulés

⁵⁹ *Idem*, p. 20.

⁶⁰ *Idem*.

par une force supérieure, soit l'État. Néanmoins, les conflits finiront par avoir un impact sur l'État qui se doit alors de réagir et est donc entraîné, lui aussi, dans un processus de transformation. Freitag utilise une analogie mécanique pour décrire le phénomène :

[...] on accordait à l'État le poids qu'il fallait pour contenir la pression d'en bas. [...] Cependant la pression d'en bas est montée dans les étages de la machine, la vapeur de la chaudière a pénétré dans les cylindres. [...] Ce fut alors l'amorce d'un autre mouvement, qui n'était pas celui du fonctionnement économique de la machine capitaliste, mais de son dérangement politique.⁶¹

On constate l'amorce d'une grande mutation sociale qui se caractérise dans un premier temps par une transformation politique, ce que Freitag appellera la « voie politique social-démocratique ». ⁶² Puisque la société capitaliste produit, malgré elle, non seulement des ouvriers mais aussi des citoyens, ceux-ci s'uniront pour affronter la bourgeoisie. Cet affront aura comme résultat de changer les institutions et développer le droit social. Comme le soulignent Jean-Marie Toulouse et Louis Maheu :

La modernité radicale, l'excroissance de la société administrée, le règne de la grande organisation, c'est aussi l'histoire de la longue marche de nombreux groupes sociaux vers et contre les institutions. La longue marche de nombreux groupes sociaux contre les assises du pouvoir autoritaire et du contrôle social bureaucratique cristallisés dans les institutions.⁶³

Une seconde forme de transformation se constate alors au niveau de la culture. Il s'agit de « l'érosion et l'effrichement progressif du monopole des institutions universalistes de l'État dans la régulation des rapports sociaux et dans la reproduction de leur structure ». ⁶⁴ On voit la croissance de l'appareil étatique ainsi que des interventions

⁶¹ Michel Freitag, « Transformation de la société et mutation de la culture II », *Revue Conjoncture politique au Québec*, 1983, no. 2, p. 6.

⁶² *Idem.*

⁶³ Jean-Marie Toulouse et Louis Maheu, « Gestion du social et social en gestion », *Sociologie et sociétés*, 1993, vol. 25 (no. 1), p. 11. Ces auteurs reprennent l'expression consacrée par le sociologue québécois Jean-Jacques Simard, *La longue marches des technocrates*, Montréal, Éditions Saint-Martin, 1978.

⁶⁴ Michel Freitag, *op. cit.*, 1983, p. 7.

dans des domaines de plus en plus variés. Cette implication crée un nouveau rôle pour l'État; il passe alors du rôle d'intervenant dans les situations conflictuelles (gendarme) au rôle de partenaire dans des domaines nombreux et variés. L'État passe du gendarme, universaliste et transcendant, à l'organisation technocratique divisée en ministères, en agences et en groupes de travail spécialisés.

[...] l'extension et la diversification des tâches amenaient dans l'État un processus accéléré de spécialisation d'abord « fonctionnelle » (ministérielle ou formelle), puis sectorielle (matérielle ou objective) et enfin purement « programmatique » (« organisationnelle »). Chaque ministère, chaque agence devenait une « organisation » particulière, orientée vers la gestion de son environnement concret dans la réalisation de ses tâches non seulement « spécifiques » mais de plus en plus autodéterminées.⁶⁵

Le droit est également affecté par la transformation de l'État. Le droit passe de la définition *a priori* à la résultante empirique des rapports sociaux; la société (caractérisé par l'État de droit) ne se définit désormais qu'*a posteriori*.

Ce qui caractérise ce mode de reproduction, c'est qu'il *ne réalise pas l'unité a priori de la société*, comme c'était le cas de la culture ou du pouvoir politique. Cette unité est réalisée *a posteriori*, par ajustements permanents de multiples procès décisionnels qui prolifèrent dans la société. En conséquence, ce mode de reproduction *n'est pas producteur d'identité collective*, dans la mesure où il n'est pas porteur en tant que tel de sens, ni directement, à travers l'idéologie de légitimation associée au pouvoir et à une communauté politique (par exemple la nation comme communauté de destin). Le propre de ce mode de reproduction est en effet de produire de l'information au sens cybernétique du terme, de manipuler les orientations significatives dont sont porteurs les acteurs, mais d'épuiser les réserves de tradition et de court-circuiter les discours de justification et d'orientation collective.⁶⁶

⁶⁵ Michel Freitag, *op. cit.*, 1983, p. 11.

⁶⁶ Michel Freitag et Yves Bonny, *L'oubli de la société – pour une théorie critique de la postmodernité*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002, p. 35.

2.2 Le passage de l'autorité au contrôle et le passage de l'institution à l'organisation

Deux mutations importantes peuvent alors être signalées quant aux caractéristiques de l'État. L'une se rapporte au passage de l'autorité au contrôle tandis que la seconde se rapporte au passage de l'institution à l'organisation, double processus redéfinissant selon Michel Freitag la capacité d'action politique de l'État-nation. Tout d'abord, le passage du pouvoir au contrôle se rapporte à la perte de transcendance de l'État. Max Weber examine l'autorité politique en distinguant le pouvoir de la domination; le pouvoir est un concept sociologiquement vague tandis que la domination est la forme sociologique du pouvoir.⁶⁷ La domination relève de la distinction et de la hiérarchie des rôles au sein de la société. Lorsqu'il existe une certaine stabilité sociale, on voit apparaître un groupe de domination. La domination demeure cependant fragile tant qu'une certaine légitimité ne lui est pas accordée. « La légitimité, c'est-à-dire la croyance que l'ordre donné est légitime, est un instrument infiniment plus puissant d'action sociale que tous les autres. »⁶⁸ Weber appelle donc autorité la domination légitime d'un groupe de domination. L'autorité politique est donc la domination légitime exercée par un groupe de domination politique. Weber distingue trois types idéaux de l'autorité politique se basant sur des modes de légitimation différents; l'autorité légale-rationnelle, l'autorité traditionnelle ainsi que l'autorité charismatique.⁶⁹

⁶⁷ Jean-Pierre Cot et Jean-Pierre Mounier, *Pour une sociologie politique – tome 1*, Paris, Éditions du Seuil, 1974, p. 243.

⁶⁸ Jean-Pierre Cot et Jean-Pierre Mounier, *op. cit.*, p. 244.

⁶⁹ L'autorité légale-rationnelle s'articule autour de « règles légales logiquement agencées » et décrit bien l'autorité présente dans la majorité des sociétés modernes. Consulter Jean-Pierre Cot et Jean-Pierre Mounier, *op. cit.*, p. 244. L'autorité traditionnelle tire sa légitimité du fait que le système a toujours fonctionné d'une certaine manière; on conserve les pratiques sans les remettre en question. L'ordre social est assuré par la tradition; chaque individu a un statut particulier hiérarchisé et subordonné à un dirigeant dont l'autorité est arbitraire et limitée que par la tradition. Finalement, l'autorité charismatique sur la reconnaissance sociale d'un individu dont l'autorité n'est pas remise en cause. « Ce consentement, qui est à

Beaucoup plus marqué par une lecture historiciste du changement social que Max Weber, Michel Freitag estime que le processus de mutation de l'autorité vers le contrôle débute lorsque l'État libéral, jadis caractérisé par la transcendance et la distance quant aux « tourbillons moléculaires des conflits d'intérêts « subjectifs » », ⁷⁰ devient de plus en plus impliqué dans la vie sociale. En se transformant par la « voie politique social-démocratique » ⁷¹ dans un premier temps et par l'implication étatique dans différents domaines par après, on en vient alors au passage de « la règle générale abstraite à la décision particulière, matérielle, ou encore, à ce qu'on a appelé de « contrôle » ». ⁷² Ainsi, l'État passe d'un mode universaliste, d'autorité et d'action politique à un mode de gestion, de contrôle et de réaction. Le contrôle se réfère à un mode de régulation sociale qui « s'effectue non pas par la médiation d'une culture commune intériorisée, mais sur la base de procédures, de normes (au sens opérationnel du terme), de rapports d'influence, de décisions pragmatiques, de déclenchements de réactions (selon le modèle input/output popularisé par la théorie des systèmes), etc. ». ⁷³ Autrement dit, la régulation sociale ne s'effectue plus sur la base de l'autorité transcendante mais plutôt par une gestion pragmatique et réactive.

Le passage de l'institution à l'organisation s'opère en même temps. L'État perd peu à peu sa capacité instituante au profit d'une gestion des problèmes encourus dans la vie sociale. « On ne surprendra personne en affirmant que le social soumis à la gestion est

la base du charisme, se distingue du consentement démocratique ordinaire en ce qu'il n'exprime pas la volonté des mandants, mais leur soumission. » Voir Jean-Pierre Cot et Jean-Pierre Mounier, *op. cit.*, p. 246.

⁷⁰ Michel Freitag, *op. cit.*, 1983, p. 6.

⁷¹ *Idem*, p. 7.

⁷² *Idem*, p. 9.

⁷³ Yves Bonny, *Michel Freitag ou la sociologie dans le monde*, dans Michel Freitag et Yves Bonny, *L'oubli de la société. Pour une théorie critique de la postmodernité*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2002, p. 34.

un social structuré en système, en organisation. »⁷⁴ Ce passage de l'institution à l'organisation se constate dans la fonction publique canadienne à partir de la fin des années 1960 et au début des années 1970 lorsqu'on introduit des principes de gestion propres à l'entreprise privée.⁷⁵ L'État passe ainsi de l'autorité au contrôle de différents paramètres; autrement dit, l'État passe d'un mode de régulation politico-institutionnel (propre à l'institution) à un mode de gestion des besoins du pays et de la population (propre à l'organisation chez Freitag).⁷⁶

L'utilisation de techniques de gestion infiltre également la vie politique par l'entremise des gouvernements et des partis. L'organisation prévoit la réactualisation constante de la politique gouvernementale plutôt que la mise en place de projets à long terme et ultimement d'un projet de société. Ce passage de l'institution à l'organisation peut aussi se comprendre via la logique cybernétique aperçue et théorisée par le sociologue québécois Jean-Jacques Simard, il y a bientôt 30 ans.

⁷⁴ Jean-Marie Toulouse et Louis Maheu, *op. cit.*, p. 8.

⁷⁵ « Immédiatement après les élections, le Premier ministre Trudeau se mit à l'oeuvre afin d'instaurer la « Société juste ». Pour la première fois, les méthodes savantes de la gestion moderne se manifestèrent dans la planification gouvernementale. De nouvelles priorités furent établies et de vieux programmes révisés. Une réorganisation massive du gouvernement créa de nouveaux ministères afin de faire face aux problèmes des années 70: Environnement, Affaires urbaines, Sciences et Technologie et Communications. » François-Pierre Gingras, *Le Parti Libéral du Canada : son histoire, son héritage, ses chefs* (document électronique), 10 janvier 2001, <http://aix1.uottawa.ca/~fgingras/doc/histoire-pc.html>.

⁷⁶ « Ce modèle d'organisation se développe non seulement dans les industries et dans les activités économiques, mais il tend aussi à devenir le modèle d'organisation de toute société. » Gérard Fortin, *Perspectives théoriques et étude de quatre C.E.R.*, 1968, Québec Conseil d'orientation économique du Québec cité dans Jean-Jacques Simard, *op. cit.*, p. 30

3. De l'instituant au réactif – la société cybernétique

Mais nous sommes dans une réalité sociale particulière, et à vrai dire unique dans l'histoire, où il ne nous est plus demandé de prendre place dans un ordre pratique et symbolique déjà établi, d'être fidèles à des valeurs substantiellement définies, ni même de tendre vers la réalisation d'un idéal, mais seulement de participer au mouvement général et de nous adapter au changement qui vient sur nous de lui-même, mécaniquement, comme une fatalité toute impersonnelle, indépendamment de toute finalité qui pourrait être assignée à notre existence individuelle et collective.⁷⁷

Cet extrait de l'ouvrage *Le naufrage de l'université* de Michel Freitag exprime bien la situation contemporaine qui se caractérise par la réactualisation constante des projets à différentes échelles. Jean-Jacques Simard parlera d'ailleurs de la cybernétisation de la société :⁷⁸ « une société techniquement parfaite, achevée, apte à s'adapter automatiquement aux transformations de son environnement, à l'abri des passions et des jugements de valeurs humains, où la division du travail social ne répond qu'à des nécessités techniques. Une société cybernétique ». ⁷⁹ Son essor transforme non seulement la façon de faire de la politique, mais la façon de penser la politique et sa capacité de régulation de la société.

Deux conclusions s'imposent : 1. l'organisation, la rationalisation de tous les domaines de travail qu'une société exerce sur elle-même et son monde deviennent nécessaires; donc, 2. l'État et l'Entreprise doivent oeuvrer dans le même sens, se complétant mutuellement. Pour transformer la Société en appareil technique, l'Entreprise (où cela se paye), l'État (où cela ne se paye pas à court terme), concourent à une bureaucratisation généralisée de la vie en commun. Et comme l'implacable unité d'intention du productivisme évacue à l'avance les débats sur les grands objectifs que devrait poursuivre la communauté nationale, il ne reste qu'à discuter des moyens et des fins secondaires. Là-dessus, ceux qui oeuvrent au sommet des appareils de production/information détiennent le langage technique, donc un avantage qui déprécie le non-initié.⁸⁰

⁷⁷ Michel Freitag, *Le naufrage de l'université et autres essais d'épistémologie politique*, Montréal, Éditions La découverte, 1995, p. 9.

⁷⁸ Jean-Jacques Simard, *op. cit.*

⁷⁹ *Idem*, p. 30.

⁸⁰ *Idem*, p. 29.

La rationalité et la planification sont des éléments centraux de l'organisation contemporaine moderne. « Cette rationalité prend la forme de la planification, qui suppose ou constitue un système. Elle est prise en charge par les spécialistes qui constituent une couche sociale aspirant au statut de classe sociale et même de classe dominante sans pour autant y parvenir : la techno-bureaucratie. »⁸¹ En effet, la gestion (ou *management*) est aujourd'hui à la base de toute activité économique, politique et même sociale. La rationalisation infiltre toutes les sphères de la vie individuelle et sociale.⁸²

Notre époque aime l'idée, vénère l'image que tout processus se gère. Il se gère au sens où l'on peut, son identification et sa délimitation ne posant en principe aucun problème insurmontable, concevoir puis actualiser des actions, des interventions consistant à en infléchir le cheminement ou l'évolution dans une direction préalablement arrêtée.⁸³

Dans la société moderne, l'appartenance à une organisation politique est la manière la plus sûre et le plus simple de gravir les échelons de la structure politique et obtenir des postes privilégiés. L'organisation politique, soit le parti politique, se caractérise par sa « participation directe à la compétition pour des postes et des positions de pouvoir politique ». ⁸⁴ Cette professionnalisation signale, pour Weber, un nouveau type de compétition entre les partis politiques; en plus de lutter pour l'accès au pouvoir, les

⁸¹ Henri Lefebvre, *Vers le cyberanthrope*, 1971, Paris, Denoël/Gonthier cité dans Simard, Jean-Jacques, *op. cit.*, p. 29.

⁸² « Gérer des organisations, gérer des personnes, gérer des produits, gérer la santé, gérer l'éducation, gérer son temps, gérer les problèmes sociaux sont des expressions qui reflètent bien cette propension à étendre les filets de la gestion à de plus en plus de processus et de personnes. » Jean-Marie Toulouse et Louis Maheu, *op. cit.*, p. 7.

⁸³ *Idem*, p. 7.

⁸⁴ Jacques Lagroye, *op. cit.*, p. 205. C'est au cours du XIX^e siècle que l'on voit naître, en Occident, une spécialisation des rôles politiques; il s'agit alors d'une transition du « travail politique » au « professionnel politique ». La professionnalisation de la politique entraîne le développement d'emplois rémunérés. On y retrouve des postes politiques, des postes à l'intérieur des partis ou organisations politiques, postes liés à l'administration, etc. Voir Jacques Lagroye, *op. cit.*, p. 212.

partis politiques luttent pour l'accès aux emplois politiques, fruits de la division sociale du travail. La professionnalisation du politique amène avec elle une spécialisation et une rationalisation de la tâche reliée au monde politique. Face à cette situation, le parti et ses membres doivent être en mesure de constamment défendre leurs positions mais aussi avoir la capacité d'attaquer leurs rivaux politiques. Il s'agit d'un combat de toute heure, d'une crise perpétuelle qui exige une gestion intégrée du risque, méthode de gestion propre à l'entreprise privée. On y reconnaît la rationalisation et la technicisation de la politique.

4. Conclusion

Le rôle et la place de l'État-nation ont grandement évolué depuis le début du XX^e siècle. Bien entendu, les Guerres mondiales sont venues changer à jamais le paysage géopolitique et les relations internationales. De plus, la Guerre froide a eu comme effet de diviser le globe en deux camps opposés dont l'un, le Bloc atlantique, sortira «vainqueur». La promotion du modèle occidental, caractérisé par la démocratie et le libéralisme, par certaines organisations supranationales (notamment l'ONU) mais aussi par les États occidentaux a comme objectif le développement économique et technologique de certaines régions du monde. C'est avec un certain recul (presque 20 ans maintenant) que l'on peut s'interroger sur les résultats pour s'apercevoir des lacunes et des manquements du système en place pour contrer les problèmes sociaux. On constate pendant ce temps un déclin de la capacité d'action politique de l'État-nation qui se trouve piégé par des mécanismes de régulation internationaux ainsi que des sphères de pouvoir et d'influence extraétatiques. La mondialisation affecte l'État-nation et cause la complexification des

relations interétatiques; on enclenche un processus de transformation des relations interétatiques et une perte partielle de l'autonomie des États. Le politique se déplace vers de nouvelles sphères à l'extérieure de l'État : il s'agit d'une certaine dépolitisation gouvernementale. L'effritement du pouvoir de l'État se constate par une perte du pouvoir instituant qui le caractérisait auparavant. L'État ne perd toutefois pas l'ensemble de ses capacités institutantes mais doit respecter les règles propres au système interétatique dont il fait partie.

Cette fin du monopole étatique est signe d'une transformation du mode de reproduction sociale qui se base chez Michel Freitag sur l'évolution du modèle de production capitaliste. Cette transformation se constate par une double dynamique : le passage de l'autorité au contrôle ainsi que le passage de l'institution à l'organisation. Dans le cas du passage de l'autorité au contrôle, il s'agit de la remise en question de l'autorité transcendante, substituée par une gestion perpétuelle et un contrôle de différents paramètres qui composent la société. Cette mutation entraîne la perte de la capacité institutante de l'État et par conséquent le passage de l'institution à l'organisation. En d'autres termes, l'État passe d'un mode instituant à un mode de régulation réactif. C'est ce que Jean-Jacques Simard constate avec la logique cybernétique : le management s'impose pour régler tout enjeu, quel que soit sa nature. Il en va de même pour la politique nationale. Voyant sa capacité institutante grandement limitée, le gouvernement doit se tourner vers le contrôle des paramètres qui lui sont encore accessibles. Les nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) permettent une réactivité rapide par rapport à diverses situations et sont donc des outils d'une importance

capitale pour les gouvernements. Parmi les paramètres contrôlés par les gouvernements et les partis politiques, l'image politique diffusée par les médias en est, comme nous le verrons au cours du prochain chapitre, l'un des plus importants.

Chapitre II : La politique de l'image – aspects médiatiques de la vie politique

1. L'influence des médias sur le comportement électoral

La politique est la lutte.¹ Il en va de soi, donc, que les campagnes électorales soient marquées par ce combat pour le pouvoir politique. Étant le moteur du marché politique, le pouvoir est convoité, recherché et est acquis de chaudes luttes. Au cours d'une campagne électorale, différents candidats et partis se livrent un combat de toute heure pour gagner des appuis politiques.² Ces appuis, gagnés au cours de la transaction politique en suivant la loi de l'offre et de la demande, c'est-à-dire l'échange de la promesse électorale contre l'appui politique,³ se traduiront en votes lors des élections.⁴ À l'intérieur d'un cadre législatif, les candidats et les partis politiques utiliseront différents moyens pour gagner des appuis au sein de la population. L'un des moyens les plus utilisés par les partis sont la mise en scène et le faire-valoir de leurs « qualités » par l'entremise des médias. Il semble donc impératif de s'interroger sur l'impact des médias sur l'électorat : quel type d'impact les différentes tribunes ont-elles sur les tendances de vote lors d'une élection? Autrement dit : quels impacts auront les médias sur les comportements politiques et même sur la décision de voter pour tel ou tel candidat?

¹ Consulter Julien Freund, *L'essence du politique – 4^e édition*, Paris, Éditions Dalloz, 2004.

² « La caractéristique essentielle des campagnes électorales est la lutte que se livrent les grands partis pour obtenir la faveur des électeurs et électrices, mais cette lutte, qui se déroule dans les circonscriptions et, plus encore, dans les médias, a un certain nombre de conséquences qui dépassent le seul scrutin. » Fletcher, Frederick J. (dir.), *Médias, élections et démocratie*, Ottawa, Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis et Groupe Communication Canada, Approvisionnements et services Canada et Dundurn Press, Wilson & Lafleur, 1991, p. 202.

³ Jean Laliberté, *Les rouages du marché politique*, Montréal, Éditions Agence d'Arc, 1991.

⁴ Jean Laliberté souligne que les élections sont la manifestation la plus visible du marché politique et permettent l'accès à ce marché à tout citoyen par l'entremise de son vote. Cependant, il est à noter que le marché politique fonctionne non seulement lors de la période électorale mais aussi entre les élections puisque l'individu doit entretenir ses relations et en gagner des nouvelles pour assurer sa réélection. Voir Jean Laliberté, *op. cit.*

Il s'agit là de l'une des questions centrales des recherches en communications et pour laquelle la réponse n'est jamais claire, nette et précise. Sans toutefois prétendre y répondre de manière définitive, il semble néanmoins pertinent de faire un retour rapide sur quelques grands courants de pensée en communication. C'est au cours des années 1920 que Walter Lippmann et Harold Lasswell⁵ proposent le *propaganda model*, établi en se basant sur certains événements politiques de l'époque. Ce modèle accorde aux médias une très grande capacité d'influence sur les auditeurs et donc un impact direct sur les comportements individuels.⁶ Ce que l'on appellera le *modèle hypodermique* de communication se base sur le concept de masse⁷ pour aborder la transmission de publicité et de propagande. Il s'agit de tentatives de persuasion adressées à la masse selon une logique centre/périphérie. La communication est unidirectionnelle et vise à imposer un message aux auditeurs. Le modèle se caractérise par une logique de stimulus-réponse (on y reconnaît des aspects d'influence behavioriste); autrement dit, le message pousse l'individu à agir d'une manière prédéterminée. Les médias, inducteurs et injecteurs d'idées et de pensées, sont perçus comme étant tout-puissants tandis que le public est faible, aliéné et atomisé.

C'est au cours des années 1940 qu'émerge une théorie fonctionnaliste des médias qui vient remettre en cause le modèle de Lasswell et Lippmann. En se basant sur certaines recherches quantitatives, on démontre que les médias ont un effet (au mieux)

⁵ À qui l'on doit le célèbre théorème: « Qui, dit quoi, par quel canal, à qui et avec quel effet? »

⁶ Agnieszka Dobrzynska, André Blais et Richard Nadeau (dirs.), *Do the Media have a Direct Impact on the Vote? The Case of the 1997 Canadian election*, International Journal of Public Opinion Research, Oxford Journals, 2003, vol. 15 (no. 1), p. 28.

⁷ Dans laquelle on retrouve certaines caractéristiques de la modernité telles que la division sociale du travail, le bris communautaire et l'interchangeabilité des individus. Judith Lazar fait d'ailleurs une distinction entre la foule (spontanée et ayant un but précis), le public (permanent et ayant un but précis) et la masse (permanent et sans but précis). Voir Judith Lazar, *L'opinion publique*, Paris, Sirey, 1995.

indirect sur les comportements individuels. En 1948, Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson et Hazel Gaudet publient *The People's Choice*,⁸ recherche portant sur l'analyse de l'électorat lors des élections présidentielles américaines de 1940. Cette recherche démontrera que les médias n'ont pas d'influence directe sur le comportement électoral mais servent plutôt à reconfirmer des idées déjà présentes. L'entourage des électeurs avait pour sa part un impact direct sur les comportements électoraux; les groupes d'appartenance renforcent les idées qui sont ensuite confirmées et validées par les médias. Lazarsfeld parlera d'ailleurs de l'impact des *leaders d'opinion* qui sont des individus de bonne réputation et généralement mieux informés qui sont en mesure de renforcer les idées reçues par les membres de leur entourage.

C'est au cours des années 1960 et 1970 que sont remis en question les postulats de l'impact minimal des médias avancés par Lazarsfeld et ses collaborateurs; perspective par laquelle les médias ont une influence moindre sur les comportements individuels. On assiste alors à la mise sur pied de théories se penchant sur l'effet indirect des médias sur les comportements individuels. Cette résurgence de l'étude des médias en période électorale est en grande partie due à la perte d'identification face aux partis politiques ainsi qu'à la massification de la télévision.⁹ On peut notamment penser à l'automne 1960 où le public américain a pu assister au premier débat des chefs télévisé opposant John F. Kennedy et Richard Nixon¹⁰ dans une certaine guerre des médias. Ce serait en l'*agenda-*

⁸ Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet (dirs.), *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, New York, Columbia University press, 1968.

⁹ Il s'agit d'un phénomène constaté dans un premier temps aux Etats-Unis. Voir Agnieszka Dobrzynska, André Blais, Richard Nadeau (dirs.), *op. cit.*, p. 28.

¹⁰ Consulter Susan A. Hellweg, Michael Pfau and Steven R Brydon (dirs.), *Televised Presidential Debates: Advocacy in Contemporary America*, New York, Praeger, 1992.

*setting*¹¹ que résiderait le principal pouvoir d'influence des médias; n'étant pas en mesure de modeler les comportements individuels, ils procèderaient plutôt à définir l'ordre des préoccupations politiques et sociales. « This line of research suggests that the media's power lies in exerting an influence over what considerations are salient to voters. »¹² En 1972, Maxwell McCombs et Donald Shaw publient une recherche portant sur les campagnes présidentielles de 1968, 1972 et 1976 dans laquelle on se penche sur le contrôle médiatique des préoccupations des électeurs (et non pas sur l'influence des comportements individuels).¹³ Dans cette perspective, ce sont les médias qui déterminent ce que sont les grands enjeux de la campagne.

Il appartient aux journalistes de sélectionner les informations qui constitueront l'ordre du jour des préoccupations de la société, ce que McCombs et Shaw (1972) appellent l'*agenda-setting*. Or, cette sélection passe à travers une série de gardes barrière, les *gatekeepers*, qui vont filtrer, orienter et teinter la couleur de l'information à partir de préoccupations commerciales, idéologiques et sociales des médias.¹⁴

La conception des impacts minimaux de la théorie fonctionnaliste a longtemps marqué la recherche en communication, surtout au niveau de la question des médias et de la démocratie. Comme en témoignent Fletcher et Everett :

Comme on présumait, d'après les premières études des élections menées aux États-Unis, que les impacts des campagnes électorales étaient limités, cela a découragé, encore plus au Canada que dans ce pays, toute étude sérieuse de l'influence des médias sur les élections.¹⁵

¹¹ La notion d'*agenda-setting* remonte à 1963 lorsque Bernard Cohen déclarait que: "The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about." Voir Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton (New Jersey), Princeton University Press, 1963.

¹² Agnieszka Dobrzynska, André Blais, Richard Nadeau (dirs.), *op. cit.*, p. 28.

¹³ Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw (dirs.), *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, *Public Opinion Quarterly*, 1972, vol. 36 (Summer), pp. 176-187.

¹⁴ Bernard Dagenais, *Les relations publiques, véritable instrument de démocratie*, *Communication*, 2004, vol. 23 (no. 1), p. 22.

¹⁵ Frederick J. Fletcher (dir.), *op. cit.*, p. 203.

Néanmoins, force est de constater que le public demeure attentif aux communications électorales; il semble donc impératif de se dissocier au moins partiellement de Lazarsfeld et cie. Si les médias ont un certain impact sur les comportements individuels et possèdent la capacité de prioriser certains messages par leur fonction d'*agenda-setting*, ils ont aussi une influence sur la façon dont la politique est mise en scène. Le mode d'interprétation de l'information est un autre aspect fondamental des médias qui porte à croire qu'ils ont un pouvoir plus grand que leur accordent les défenseurs de la théorie de l'impact minimal. Noam Chomsky développe une théorie par laquelle les médias ont une très grande capacité d'interprétation et donc de contrôle de l'information. Cette thèse est mise de l'avant dans des ouvrages tels que *Propagande, médias et démocratie*¹⁶ ainsi que *La fabrique de l'opinion publique : politique économique des médias américains*.¹⁷ Pour cet auteur, la conception prédominante de la démocratie en Amérique du Nord se caractérise par l'exclusion du peuple dans les décisions politiques et économiques, ainsi que par un contrôle accru des moyens de communication.¹⁸ Par la convergence des médias, les entreprises bénéficient d'un pouvoir politique important qui est défendu par des mythes défendant l'importance de médias indépendants et commerciaux. Les élites politiques et économiques ont ainsi la possibilité d'interpréter l'information de manière à défendre des intérêts particuliers. La politique, les actualités et les nouvelles deviennent ainsi des mises en scènes à la défense d'intérêts des élites. Bien que la thèse de Chomsky peut être perçue comme étant quelque

¹⁶ Noam Chomsky, Robert McChesney (dirs.), *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Éditions Écosociété, 2000.

¹⁷ Noam Chomsky, Edward Herman (dirs.), *La fabrique de l'opinion publique : politique économique des médias américains*, Paris, Éditions Le serpent à plumes, 2003.

¹⁸ Consulter Noam Chomsky, Robert McChesney (dirs.), *op.cit.*

peu extrême, elle offre des pistes de réflexion intéressantes quant à la capacité des médias d'influencer la sphère politique de par sa capacité d'interprétation de l'information.

Dans le cadre du présent travail, l'impact des médias sur les comportements individuels sera compris au sens évoqué par John R. Zaller :

No empirical research has gone so far as to argue that the direct persuasive impact of mass communication is, in general, large. "Not so minimal" is perhaps the best characterization of the current consensus among quantitative researchers on the size of media effects.¹⁹

Puisque nous considérons que les médias ont un certain effet de persuasion parfois considérable sur l'auditoire, on peut alors s'interroger sur les utilisations qu'en font les partis politiques. L'impératif médiatique s'impose à ces acteurs politiques en ce sens où, avec le développement des TIC, les médias sont le moyen le plus rapide et efficace d'entrer en communication avec ses électeurs. Le succès politique exige un succès dans les médias, ceux-ci ayant un pouvoir légitimateur important. C'est la portée de cette nouvelle exigence et son impact sur la nature du politique qui doivent être bien comprises et définies.

2. La légitimation politique et l'impératif médiatique

Dans nos sociétés, l'accès au pouvoir d'État est en grande partie fondé sur la « politique médiatique » - sur des systèmes d'information qui induisent le soutien ou le rejet, et qui influencent ainsi les comportements électoraux. Puisque les citoyens ne font pas confiance aux programmes mais seulement aux personnalités, la politique médiatique est très personnalisée et s'organise autour de l'image des candidats.²⁰

¹⁹ John R. Zaller, *The myth of massive media impact revived: New support for a discredited theory*, 1996, cité dans Agnieszka Dobrzynska, André Blais, Richard Nadeau (dirs.), *op. cit.*, p. 28.

²⁰ Manuel Castells, *La galaxie Internet*, Paris, Fayard, 2002, p. 194.

Cette citation de Manuel Castells traduit bien la réalité politique contemporaine : l'importance des médias quant à l'accès au pouvoir politique. Les médias sont le canal principal par lequel le citoyen reçoit les informations qui influenceront ses préférences et ses comportements politiques. Bien entendu, il ne faut pas négliger d'autres sources d'influence tel que les leaders d'opinion ou même le contact direct avec le parti ou le candidat. Ceci dit, on doit reconnaître que les partis politiques contemporains mettent en place des stratégies médiatiques dans l'optique de gagner des appuis sur le marché politique. Ces stratégies médiatiques leur accordent une crédibilité certaine par rapport aux petits partis qui ne sont pas présents dans l'arène médiatique, et ce, pour des raisons qui varient. L'expression « il faut le voir pour le croire » semble résumer l'état de la politique actuelle : la présence et la bonne performance médiatique, sans toutefois garantir le succès électoral, accorderait au parti une crédibilité qui lui serait indispensable.

2.1 La légitimité démocratique et la légitimité cathodique

Jean-Marie Cotteret²¹ distingue deux formes de légitimité politique dans les systèmes occidentaux.²² On retrouve en premier lieu la légitimité électorale (ou démocratique) qui est formelle, officielle et régulée par des lois. Les élections sont le processus par lequel les citoyens décident de leurs représentants qui s'engagent à défendre leurs intérêts. Cependant, l'élection ne survient (généralement) qu'à des

²¹ Consulter Jean-Marie Cotteret, *Gouverner c'est paraître*, Paris, Presses universitaires de France, 1997. Ainsi que Jean-Marie Cotteret, *La démocratie téléguidée*, Paris, Éditions Michalon, 2006.

²² Cotteret se base sur la politique française dans son analyse. « Actuellement la vie politique française s'articule autour de deux pôles de légitimité. D'un côté, la légitimité électorale qui juridiquement, constitutionnellement, règle la vie politique, confère l'autorité aux élus et impose l'obéissance aux électeurs. Son centre est l'institution parlementaire. De l'autre, une légitimité cathodique informelle mais toute-puissante. Elle confère aux « plus apparents », ceux qui accèdent aux médias, une autorité réelle » Jean-Marie Cotteret, *La démocratie téléguidée*, Paris, Éditions Michalon, 2006, p. 32.

intervalles de quelques années; si une semaine est une éternité en politique, le monde peut changer dix fois en quatre ans. Ainsi, le gouvernement, les partis et les politiciens doivent trouver un moyen de conserver une certaine légitimité d'action lors de leur mandat.

On retrouve dans un second temps la légitimité cathodique qui est accordée par le biais des médias écrits ou électroniques. Puisque cette forme de légitimité est d'une importance capitale pour être en mesure d'assurer un certain succès électoral (et donc de se voir légitimé démocratiquement), le gouvernement et/ou le parti politique se retrouve dans l'obligation de passer par les médias et de se faire connaître, voir et entendre. Le moyen le plus sûr est de passer par les médias, d'être parmi les *plus apparents* : « de tout temps les « plus apparents » ont occupé le devant de la scène politique, économique mais aussi littéraire ou religieuse ». ²³ Cette forme de légitimité confère aux plus apparents une autorité certaine par l'entremise des divers médias. L'une des différences entre les deux types de légitimité se constate quant à la régulation qui les entoure. La légitimation électorale est un processus clairement défini et régulé par l'entremise de la loi électorale au Canada. Pour sa part, la légitimité cathodique est relativement peu ou prou régulée.

Pierre Bourdieu abonde dans le même sens en soulignant un passage de George Berkeley lorsqu'il parle des intellectuels, des écrivains et des philosophes en France. Pour être en mesure de laisser leur trace, les intellectuels se doivent d'utiliser le plus grand nombre de tribunes possibles, les médias jouent une fonction légitimatrice non seulement

²³ *Idem.*

dans la sphère politique, mais aussi dans la sphère économique et même la sphère académique.

« Être, disait Berkeley, c'est être perçu ». Pour certains de nos philosophes (et de nos écrivains), être, c'est être perçu à la télévision, c'est-à-dire, en définitive, être perçu par les journalistes, être, comme on dit, bien vu des journalistes (ce qui implique bien des compromis et des compromissions) - et il est vrai que ne pouvant guère compter sur leur oeuvre pour exister dans la continuité, ils n'ont pas d'autres recours que d'apparaître aussi fréquemment que possible à l'écran, donc d'écrire à des intervalles réguliers, et aussi brefs que possibles, des ouvrages qui [...] ont pour fonction principale de leur assurer des invitations à la télévision.²⁴

À l'instar de Bourdieu, Cotteret pense que les médias, notamment la télévision, sont des acteurs sociaux d'une importance capitale ayant des répercussions majeures sur la vie sociale et politique. Chez Cotteret, la démocratie fonctionne selon une série de règles et de normes – du moins dans le cadre de la légitimation élective. Cependant, avec le mode de légitimation cathodique :

[...] la communication directe entre le représentant et les représentés est perturbée du fait de l'absence de règles définies. Ces interférences vont jusqu'à la substitution pure et simple des hommes politiques par des journalistes qui prescrivent en période électorale les choix politiques aux électeurs et peuvent donner à des minorités contestataires une audience démesurée par rapport à ce qu'elles représentent réellement.²⁵

Le processus officiel demeure donc tel quel : la « machine électorale » fonctionne toujours et tente de gagner des appuis pour le parti ou le candidat, les élections ont un déroulement similaire pour ce qui est du suffrage et de l'anonymat, les nombres de députés élus demeurent le même, etc. Cependant, ce processus se trouve lourdement influencé par le jeu des médias et cet aspect de légitimité cathodique.

²⁴ Pierre Bourdieu, *Sur la télévision* (suivi de *L'emprise du journalisme*), Paris, Éditions Liber, 1996, p. 11.

²⁵ Jean-Marie Cotteret, *op. cit.*, 2006, pp. 37-38.

La télévision n'est pas une autorité au sens juridique du terme, mais elle va déposséder les institutions (qu'elles soient judiciaires, exécutives ou représentatives) de leur autorité. Son véritable pouvoir consiste, par le rôle qu'elle tient dans le système politique, à réduire, voire à supprimer le pouvoir de ceux qui l'exercent au sein des institutions.²⁶

La légitimation par l'entremise des médias prend une importance plus grande lors de périodes de volatilité électorale, c'est-à-dire des périodes caractérisées par d'importantes fluctuations de l'opinion publique face à la politique, aux partis politiques et aux candidats. On a dénoté, au cours des années 1980, une hausse de la volatilité de l'électorat au niveau fédéral :

En ce qui concerne le choix des électeurs et les résultats du scrutin, tout nous porte à croire que les campagnes électorales ont de plus en plus d'importance. Tant en 1984 qu'en 1988, on a vu, au cours de la campagne, la faveur populaire passer d'un parti à un autre, ce qui reflète la volatilité croissante de l'électorat canadien.²⁷

De plus, les campagnes électorales semblent être en mesure de hausser la connaissance des électeurs et électrices quant aux enjeux, mais aussi par rapport aux candidats. Les médias remplissent donc l'une de leurs fonctions démocratiques primaires en fournissant des informations aux électeurs quant à leurs choix politiques. « Il est amplement prouvé que les campagnes électorales augmentent le degré d'information des électeurs et électrices. »²⁸ Dans cette même veine, on constate que plus l'électeur est indécis, plus il a tendance à écouter les messages et les communications en provenance des partis politiques et des candidats. « Les électeurs et électrices qui mettent du temps à se décider et les indécis attribuent plus volontiers que les autres une influence aux médias, mais les mécanismes par lesquels s'exerce cette influence demeurent

²⁶ *Idem.*

²⁷ Frederick J. Fletcher, *op. cit.*, p. 202.

²⁸ *Idem*, p. 205.

incertains. »²⁹ Les partis politiques ont tout à gagner en cultivant une image politique dans les médias – le succès électoral peut en dépendre.

Bien que la légitimité cathodique ne soit pas officielle, c'est tout de même elle qui prête aux candidates et candidats la possibilité d'accéder à la légitimation démocratique par la voie des élections. Sans une certaine présence médiatique (et en retour une certaine légitimation des médias), le parti peut difficilement faire élire des députés. Il ne s'agit pas ici d'entrer dans le débat de l'influence des médias sur le comportement électoral, mais plutôt de se questionner sur l'impact des médias et des TIC sur le parti et le comportement des acteurs politiques. On s'interroge alors sur l'impact qu'aura le traitement médiatique et le développement des TIC sur les stratégies électorales et de manière plus précise l'image politique.

Le développement de l'image politique a consacré l'importance d'une opinion publique qu'on veut mobiliser, convaincre ou séduire pour la pousser à des actions ou faire évoluer l'image qu'elle se fait des incarnations du pouvoir et du rôle qu'elle peut elle-même jouer dans la défense de ses intérêts, et la gestion des affaires publiques.³⁰

L'image politique se développe en fonction de l'opinion publique; il s'agit donc d'un processus réagissant à une panoplie de variables. Divers moyens sont utilisés pour tenter de mesurer et prévoir les tendances lourdes face à l'opinion publique de manière à ajuster, le plus rapidement et précisément possible, son discours, son apparence, son programme, ses politiques, etc. On tente par tous les moyens possibles de gagner des

²⁹ *Idem*, p. 206.

³⁰ Jean-Paul Gourévitch, *L'image en politique : de Luther à Internet et de l'affiche au clip*, Paris, Hachette Littératures, 1998, p. 237.

appuis politiques dans l'objectif de s'assurer une légitimation démocratique suite aux campagnes électorales.

3. *L'image politique*

La première difficulté méthodologique est de délimiter les frontières et les rapports entre deux acceptations de l'image en politique: l'une qui s'attache à la conception, à la production, à la diffusion et aux effets des divers supports physiques de l'image, et l'autre qui est centrée sur la construction d'une représentation mentale, d'une image de marque comme celle d'un leader, d'une formation, ou d'une idéologie qui ont, chaque fois que leur jugement du public est sollicité, leurs supporters, leurs détracteurs et leurs simples spectateurs.³¹

Cette citation de Jean-Paul Gourévitch³² offre une piste intéressante quant à la réflexion sur l'image en politique. Le concept d'image en politique serait donc binaire. D'une part, on retrouve l'image physique qui est transmise par une myriade de tribunes et reçue par les capacités sensorielles de l'individu. On peut penser aux affiches et pancartes électorales ou encore aux photographies des acteurs politiques qui paraissent dans diverses publications. D'autre part, l'image peut être perçue comme une représentation mentale. Cette formulation de l'image est plus large que la première et renvoie à la construction d'une opinion globale de l'électorat face aux partis et aux candidats. La construction d'une telle image requiert généralement une connaissance plus approfondie de la politique pour différencier les acteurs, leurs intentions, leurs rôles, etc. De part et d'autre, l'image politique est cultivée par des professionnels de l'image travaillant au sein des diverses formations politiques. Les stratégies mises sur pied visent à donner l'image la plus positive possible du parti et de ses candidats dans l'optique de trouver de nouveaux appuis, tout en conservant les supporters de longue date.

³¹ *Idem*, p. 9.

³² Jean-Paul Gourévitch est spécialiste de l'image et maître de conférence à l'Université Paris XII.

3.1 *L'image comme représentation physique*

L'image est une représentation simplifiée de la réalité et est le produit du processus³³ par lequel on rend sensible un concept en provoquant son apparition au moyen d'un substitut qui lui ressemble, correspond ou simplement représente. La représentation donne forme à un concept et nous informe : les images ont une capacité d'influence et de manipulation pouvant instaurer des idées et pousser à l'action. Elles sont susceptibles de déjouer la rationalité puisqu'elles sont un symbole simplifié ayant un sens et renvoyant à des idées préconçues. Malgré leurs imperfections, leur pouvoir réside dans le fait qu'elles sont accessibles à tous sans compétences ni apprentissages préalables.³⁴ La diffusion des images connaît un essor considérable avec la venue de la photo et autres moyens de reproduction (XIX^e siècle).

3.1.1 *Les trois dimensions de l'image physique*

Concept récurrent à la présente recherche, l'image physique se rapporte à trois dimensions interreliées telles que décrites par Charles S. Peirce.³⁵ On y retrouve le fondement (dimension plastique), l'objet (la dimension représentative) et l'interprétant (dimension symbolique). Pour illustrer ses dimensions, l'exemple de l'affiche (ou

³³ Ce processus de représentation varie selon la société, la culture, l'époque, le sexe, etc.

³⁴ Les sociétés prennent divers moyens pour contrôler la diffusion de l'image. On peut penser, dans les sociétés occidentales, à la censure visant à assurer la dignité humaine ainsi qu'à protéger les mineurs qui, juge-t-on, ont une capacité limitée de défense face aux images. La censure s'applique en fonction de l'accès et non à la diffusion des images. L'image demeurant relativement stable, le contrôle des images change selon l'époque, la société et la culture. Chez Lippmann, la masse entière n'est pas prédisposée à tout voir et recevoir. Le bien commun échappe à l'opinion publique et doit être géré par des leaders responsables; on doit conduire les masses. On retrouve une stratification des rôles dans la société démocratique; on retrouve les participants/spécialistes et les spectateurs.

³⁵ Chez Peirce, le *signe* (ou *représentamen*) est composé de trois parties: un *fondement* (signe matériel), un *objet* (un objet de pensée) et un *interprétant* (une représentation mentale de la relation entre le représentamen et l'objet). On regarde la relation solidaire entre trois pôles: la face perceptible du signe, ce qu'il représente et ce qu'il signifie. Voir Jean Fisette, *Introduction à la sémiotique de Peirce*, Saint-Léonard, Québec, Éditions XYZ, 1990.

pancarte) électorale sera utilisé. Le fondement (ce qu'on appellera ici la dimension plastique) est « la facette du signe, immédiatement perceptible »³⁶ – il s'agit de la face visuellement perceptible de l'image. La dimension plastique se rapporte aux aspects strictement visuels de l'image : les techniques de photographie, les plans et clichés, les vêtements sont des exemples de la dimension plastique de l'image politique. En utilisant l'exemple de la pancarte électorale, le fondement se situe au niveau de la perception physique de la pancarte : le spectateur y reconnaît certaines formes et certaines couleurs.

L'objet (ce qu'on appellera ici la dimension représentative) peut être défini comme étant « ce à quoi renvoie le fondement ».³⁷ Autrement dit, l'objet est ce qui est représenté par le fondement de l'image. La dimension représentative se rapporte aux messages transmis par l'effort communicatif : les idées, les valeurs et l'orientation du parti ou du candidat, l'image globale que tente de projeter le politicien ainsi que l'intention du publicitaire. Sur une affiche électorale, en plus de la perception des formes et des couleurs (fondement), on reconnaît des individus, parfois des membres du parti, parfois des figurants qui représentent certains groupes sociaux. On voit donc la mise en scène proposée par l'affiche et on identifie les acteurs présents. Par rapport à la dimension représentative, le physicien et philosophe français Abraham Moles propose une échelle d'iconicité qui se base sur deux critères opposés : l'iconicité, qui évalue l'exactitude de la représentation de l'objet, et de l'abstraction, qui évalue au contraire les différences avec l'objet. Cette échelle comporte 12 catégories dans lesquelles sont classés

³⁶ Jean Fisette, *op. cit.*, p. 11.

³⁷ *Idem*, p. 11.

les niveaux d'iconicité et d'abstraction. La valeur iconale est mesurée selon « la quantité de réalisme, d'imagerie immédiate contenue dans la représentation ».³⁸

L'interprétant est la troisième dimension de l'image chez Peirce. « L'interprétant peut être saisi comme la résultante, la portée, l'aboutissement, la retombée, le destinataire, le datif du travail de sémiologie opéré à l'intérieur du signe : en somme, il s'agit d'un état second du signe. »³⁹ L'interprétant est donc le résultat d'une perception physique (fondement ou dimension plastique) et d'une représentation (objet ou dimension représentative) qui renvoie à une signification parfois précise, parfois libre à l'imagination du spectateur. Pour reprendre l'exemple de la pancarte, l'interprétant serait le message qui est véhiculé par l'addition et l'articulation des images. En somme, on perçoit tout d'abord physiquement l'image, on saisit par la suite ce que représente l'image et, finalement, on interprète ce que signifie le message.

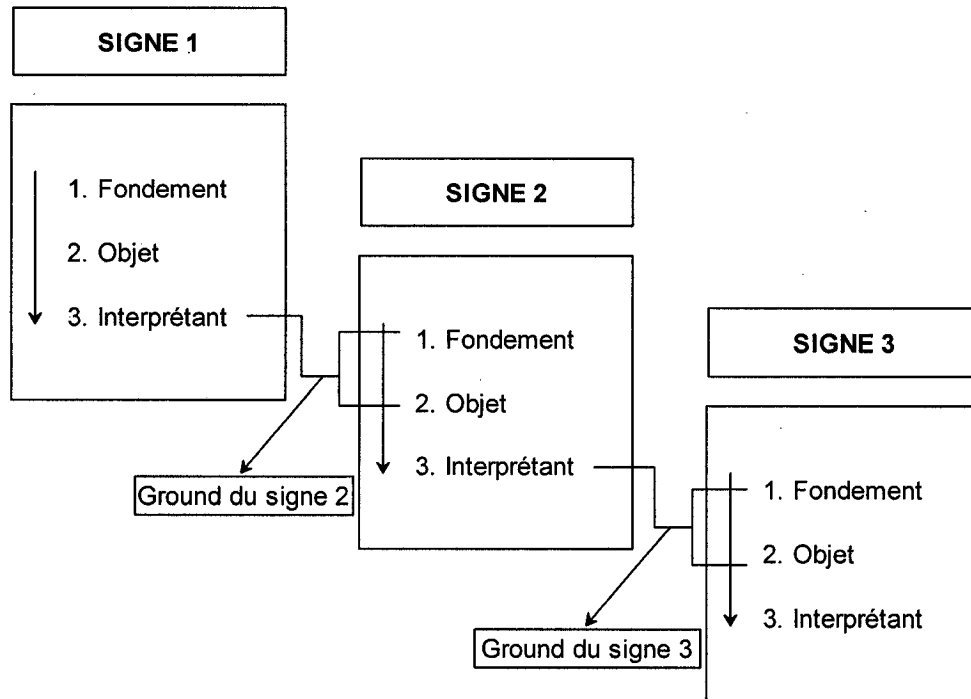
Ces trois dimensions forment l'image. Cependant, le parcours d'interprétation continue avec ce que Peirce appellera le *ground* (l'assise). « Aussitôt qu'un signe ou *représentamen* a atteint le niveau de l'interprétant, il est prêt à entreprendre ce processus de médiation, à « muter », c'est-à-dire à devenir le *ground* d'un nouveau signe, et ce, suivant un processus théoriquement illimité : c'est la sémiologie ad infinitum. »⁴⁰ Le schéma

³⁸ Au sommet de l'échelle, on retrouve le plus haut niveau d'iconicité (12) et le plus faible niveau d'abstraction (0); il s'agit du niveau d'iconicité maximal par lequel l'objet lui-même joue le rôle de la fonction plastique (fondement). On peut penser, par exemple à l'exposition d'un objet dans la vitrine d'un magasin. Au bas de l'échelle, on retrouve le plus bas niveau d'iconicité (0) et donc le plus haut niveau d'abstraction (12); il s'agit de l'iconicité nulle dans lequel les signes sont strictement abstraits et n'entretiennent aucun lien avec le signifié. Consulter Abraham Moles, *L'affiche dans la société urbaine*, Paris, Dunod, 1969, p. 102.

³⁹ Jean Fiset, *op. cit.*, p.11.

⁴⁰ *Idem*, p. 16.

de Jean Fisette⁴¹ démontre bien la relation entre les dimensions de l'image ainsi que la fonction du *ground*.



C'est par l'entremise de l'interprétant que le premier signe s'associe à un second, qui peut s'associer à un troisième et ainsi de suite. L'affiche électorale présentera donc des éléments qui pousseront le spectateur vers des assises qui mettront en lien de nouveaux signes. Cette dimension se caractérise par le non-dit (positif ou négatif) que l'on retrouve par le sens multiple de l'image et de la représentation. Les signes retrouvés sur la pancarte électorale pourront être associés à d'autres qui seront positifs ou négatifs, selon l'intention du parti. On fait appel, de manière explicite ou non, à l'imaginaire public en revoyant à des idées et des images du passé (passé structurant) et à des archétypes singuliers à une culture donnée.

⁴¹ Jean Fisette, *op. cit.*, p. 16.

L'image politique est d'une part le contrôle et la manipulation de l'image physique. Les politiciens s'efforceront de bien paraître physiquement dans l'objectif d'attirer le support électoral. La coiffure, le veston et la cravate sont des exemples classiques par lesquels les politiciens tenteront de projeter une bonne image (physique). Avec le développement des stratégies électorales à grand déploiement, la photographie, le graphisme et la mise en scène visuelle occupent une place de choix dans la campagne électorale. Cependant, l'image politique est beaucoup plus vaste que seulement l'image physique projetée lors des campagnes électorales. Une représentation plus globale du politicien (ou de parti) se forge à partir de son image physique mais aussi par ses gestes, ses actions, ses paroles, ses idées et ses opinions. L'image politique dans son sens plus large peut être perçue comme une représentation mentale de l'acteur politique présente au sein de la conscience collective et forgée, en grande partie, par les médias.

3.2 L'image comme représentation mentale : l'opinion publique

Plus large que l'image physique, l'image politique en tant que représentation mentale est une impression générale qui se base, entre autres, sur les informations et les opinions reçues par l'électorat (en provenance des médias mais aussi des leaders d'opinion, par exemple). Autrement dit, il s'agit de l'opinion publique. Bien entendu, l'image physique est d'une certaine importance et aura une influence sur l'opinion publique. Cependant, en plus des pancartes électorales et des clips médiatiques, la représentation du parti ou du politicien dans la conscience collective prend racine dans la diffusion d'informations, d'articles et d'éditoriaux dans les quotidiens, d'entrevues avec

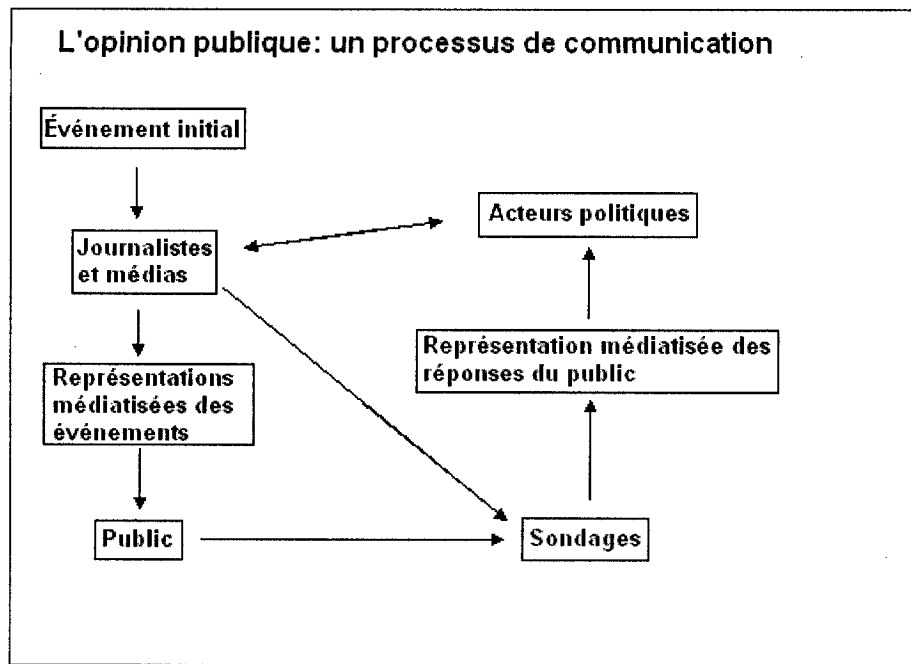
des analystes et des spécialistes, dans les blogues, les conversations entre collègues, les intérêts personnels des électeurs, etc.

3.2.1 *L'opinion publique*

L'opinion publique est devenue un instrument important quant à la prise de décision politique et la création de l'image politique : « aujourd'hui, les sondages sont pour les dirigeants politiques et les décideurs ce que la Bourse constitue pour les analystes financiers ».⁴² Avec les NTIC, il est plus facile que jamais de sonder l'opinion publique de plus que les techniques de recherche (sondages, enquêtes, *focus groups*, etc.) permettent une précision plus grande des résultats. La preuve en est dans l'utilisation des sondages par les partis politiques malgré ce qu'en disent les politiciens. Les résultats sont scrutés, décortiqués et analysés minutieusement pour tenter de saisir la volonté populaire, le pouls de la société. Afin de visualiser le processus de communication relatif à la création et au parcours de l'opinion publique, la sociologue française Judith Lazar propose le schéma suivant⁴³ :

⁴² Martin Goldfarb, *The Art of the Pollster*, in Carla Cassidy, Phyllis Clarke and Wayne Petrozzi (dirs.), *Authority and Influence: Institutions, Issues and Concepts in Canadian Politics*, Oakville (Ontario), Mosaic Press, 1985, p. 306 cité dans Claude Emery, *Les sondages d'opinion au Canada*, 1994, Chambre des Communes, document électronique : <http://www.parl.gc.ca/information/library/PRBpubs/bp371-f.htm>, p. 4, (traduction de l'auteur).

⁴³ Voir Judith Lazar, *L'opinion publique*, Paris, Sirey, 1995, p. 41.



Ce schéma démontre comment l'événement initial est d'abord filtré par les journalistes et les médias. Ces derniers enclencheront un mouvement tridirectionnel : 1) l'événement sera représenté par l'entremise de diverses tribunes; 2) des moyens de mesurer la réaction du public (méthodologie de sondage) seront mis en place et 3) les acteurs politiques offriront leur réaction initiale à l'événement. La représentation médiatisée, qui comprend la réaction première des acteurs politiques, est alors reçue par le public qui réagira de manière positive ou négative, selon l'événement et les mesures prises par le gouvernement. La réaction du public sera mesurée par les sondages qui produiront une représentation médiatisée des réponses du public. En réaction aux réponses du public, les acteurs politiques prendront des mesures face à la situation. Ces mesures seront filtrées par les médias et le processus recommence, sans toutefois avoir à attendre un nouvel événement.

Malgré les efforts pour démentir l'importance des sondages et des conseillers, les décisions politiques peuvent être prises selon les résultats transmis par les médias ou autres vecteurs d'information interne.⁴⁴ Un premier type de sondage politique se fait par les partis eux-mêmes; il s'agit des *focus groups* qui donnent leur opinion sur le parti, le chef, les candidats, etc. Ce type de sondage prend souche aux États-Unis et sera exporté dans bon nombre de systèmes électoraux, en Occident comme ailleurs. Un second type de sondage, effectué par des entreprises privées pour les médias qui transmettent les résultats à leur auditoire, est d'une importance égale pour les partis politiques. Les médias peuvent brosser un tableau de la situation politique et interpréter les chiffres selon les intérêts de l'entreprise (dans sa section éditoriale notamment). Aux États-Unis, c'est au cours des années 1970 que les entreprises médiatiques commencent à se tourner vers les sondages d'opinion publique pour l'élaboration des nouvelles; on y reconnaît l'ajout de techniques propres aux sciences sociales au journalisme traditionnel.⁴⁵

4. Création et contrôle de l'image politique

Avec la tendance à la dépolitisation⁴⁶ ainsi qu'avec la prolifération de nouvelles technologies permettant la communication rapide de messages et d'informations, faire de la politique devient de plus en plus cultiver son image. Le politicien se doit d'être en

⁴⁴ Dans le cas des *focus groups*, par exemple.

⁴⁵ Voir à ce sujet Albert E. Gollin, *Exploring the Liaison Between Polling and the Press*, Public Opinion Quarterly, 1980, vol. 44 (issue 4), pp. 445. Philip Meyer a été un auteur important quant à l'élaboration de cette méthode. Paru en 1973, son ouvrage *Precision Journalism* propose l'utilisation de méthodes de sondage comme mode de reportage. Plutôt que de simplement utiliser les sondages en provenance de sources externes, les journaux procèdent eux-mêmes à la mise sur pied de ces recherches. Consulter Philip Meyer, *Precision Journalism – a reporter's introduction to social science methods*, Bloomington, Indiana University press, 1973.

⁴⁶ Tel qu'il fut question dans le premier chapitre du présent travail, la capacité d'action de l'État se voit limitée par des forces extraétatiques. On peut notamment penser aux forces de régulation économique, institutionnelle et culturelle. La complexification des relations interétatiques est l'un des facteurs causant une certaine évacuation de la capacité instituante de l'État. On assiste alors à une sorte de passage de l'autorité au contrôle ainsi qu'à un passage de l'instituant au réactif.

mesure de créer une image positive de lui-même et de conserver celle-ci dans l'optique de gagner des appuis politiques. Mais comment gère-t-on l'image politique et quelles sont les pratiques qui caractérisent la politique au Canada et au Québec?

4.1 L'entourage politique

Avec les avancées dans les techniques de sondage et l'importance accordée aux différents indicateurs de l'opinion publique, l'entourage politique devient primordial au succès politique. L'entourage politique d'un chef regroupe généralement des députés (qui forment l'« équipe » ministérielle), de conseillers (dont les spécialités varient selon la situation et le besoin) ainsi que de certains hauts fonctionnaires qui, sans toutefois être officiellement de l'entourage politique, exercent une pression sur les dirigeants de par leurs connaissances sur les dossiers de l'heure. On dénote ici une seconde phase dans la professionnalisation de la sphère politique.⁴⁷ Les conseillers (*consultants*) sont les nouveaux guides politiques permettant la victoire électorale ou encore le maintien de popularité d'un parti, d'un chef ou d'un député.

Il est indéniable que les entourages ont contribué à la professionnalisation du leadership parlementaire au Canada. Aucun leader parlementaire qui se respecte ne cherche à exécuter ses tâches sans s'appuyer sur les conseils d'un sondeur professionnel et d'un porte-parole des médias. Les consultants spécialisés dans l'image, les spécialistes de politiques, les entraîneurs des orateurs et les experts en relations publiques peuvent aussi donner de l'aide.⁴⁸

La mise sur pied de l'entourage nécessite une participation active du chef et du parti pour être en mesure de bénéficier des apports importants que peuvent amener les

⁴⁷ Tel qu'abordé au cours du premier chapitre, la politique fut marquée, au XIX^e siècle, par une première phase de professionnalisation par laquelle on passe du « travail politique » à la « profession politique ». Autrement dit, on assiste à la création d'emplois rémunérés pour les représentants.

⁴⁸ Christine De Clercy, *Les exigences du leadership de nos jours à la Chambre des Communes*, Groupe canadien d'études des questions parlementaires, no. 4, novembre 2001, p. 13.

spécialistes. « Les leaders doivent se soumettre à la gestion de l'image de leurs conseillers. Cette tâche semblait facile à l'origine, mais elle peut cependant être assez difficile car il faut modifier des comportements qui sont profondément ancrés, comme la façon de rire, les gestes, les sourires, entre autres. »⁴⁹

Le perfectionnement de l'image peut également avoir des effets néfastes sur la classe politique. « Comme c'est le cas d'une discipline de parti excessive, la norme du perfectionnisme du chef sert à amplifier les déviations de la norme. »⁵⁰ Lorsque la norme fixée est la perfection, toute erreur, aussi mineure soit-elle, est très mal reçue par le public et les médias et peut nécessiter des efforts et des énergies supplémentaires pour rectifier la situation. C'est pourquoi le parti politique dispose d'une myriade de spécialistes de l'image pour contrôler ce paramètre si valorisé.

4.2 L'influence américaine

Les pratiques américaines quant à la politique de l'image ont eu un impact de taille sur la vie politique au Canada. On peut penser, par exemple, à l'importance accordée au chef du parti ainsi qu'à une certaine centralisation de la politique lors des campagnes électorales. On mise de prime abord sur l'image du chef, ensuite sur certains candidats-vedettes (qui deviendront ministres) et finalement sur les autres candidats dans les circonscriptions.⁵¹ Outre cet exemple, plusieurs dimensions entrent en jeu ici.

⁴⁹ *Idem*, p. 14.

⁵⁰ *Idem*, p. 15.

⁵¹ « La campagne de 1972 a accentué la tendance à la présidentialisation de la politique canadienne, les chefs de partis devenant le centre de la communication politique. » Denis Monière, *Votez pour moi – Une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*, Montréal, Fides, 1998, p. 69. Cette tendance à la centralisation se constate lors de la prise de décision des électeurs. Bien que, au sens de la loi, l'électorat vote pour un candidat indépendamment de son affiliation politique, le chef et l'affiliation

Analysons trois de celles-ci qui nous apparaissent plus prégnantes : il s'agit des débats télévisés, de la publicité négative et finalement de l'utilisation des « blogues » politiques.

4.2.1 Les débats télévisés

De l'agora grecque aux studios de télévision, on retrouve la même logique politique : le citoyen est exposé à diverses propositions faites par ceux qui veulent se faire élire. Il les compare, les évalue et choisit le candidat ou la position qui se rapproche le plus de ses intérêts ou de sa conception de la bonne société.⁵²

Si la logique électorale est demeurée similaire, on ne peut pas en dire autant des techniques de communication permettant au politicien d'entrer rapidement en contact avec son électorat et de diffuser ses idées et ses positions. « La télévision a donc donné une extension maximale à l'agora; elle est devenue le forum de la nation. »⁵³ La télévision est un instrument de communication puissant pour les stratégies des partis politiques modernes; il est impératif d'en tenir compte lors de la mise sur pied de la stratégie électorale. Les débats télévisés « sont considérés comme le moment fort des campagnes électorales » et « sont devenus la grande messe du rituel démocratique ». ⁵⁴ Les Américains seront les premiers à organiser des débats télévisés lorsqu'à l'automne 1960 John F. Kennedy et Richard Nixon s'affronteront au petit écran sous l'œil attentif des analystes et téléspectateurs. On se rappellera de ces débats comme étant le début d'une nouvelle ère de politique électorale. C'est avec une image de jeunesse, de santé et de dynamisme que Kennedy surprendra son adversaire : ne s'étant pas préparé

politique du candidat sont d'une importance prépondérante, d'où l'engouement médiatique pour les courses à la chefferie.

⁵² Denis Monière, *Le combat des chefs – Analyse des débats télévisés au Canada*, Montréal, Éditions Québec/Amérique, 1992, pp. 17-18.

⁵³ *Idem.*

⁵⁴ *Idem*, p. 18.

adéquatement aux effets de la caméra, Nixon projettera une image de fatigue et de laissez aller (notamment au niveau de la barbe). Kennedy et son entourage auront su utiliser les nouvelles technologies à son avantage et Kennedy sortira vainqueur des débats télévisés de 1960.

En 1962, la toute première expérience de débat télévisé au Québec et au Canada opposait le président de la CSN, Jean Marchand, au chef national adjoint du Crédit social, Réal Caouette.⁵⁵ « Radio-Canada mit ses ondes à la disposition des deux orateurs les plus colorés du Québec d'alors, qui s'affrontèrent directement pendant une heure de façon passionnée, mais civilisée. »⁵⁶ La mise en onde du débat entre Marchand et Caouette sera le coup d'envoi pour la politique télévisée au Québec et au Canada. Au niveau provincial, c'est le 11 novembre 1962, à seulement trois jours des élections, que Daniel Johnson et Jean Lesage s'affronteront dans un premier débat de chefs télévisé au Québec et au Canada. Constatant l'importance et l'impact potentiel du débat télévisé sur le comportement électoral, les partis se tournent vers l'exemple américain lors de la négociation de l'organisation du débat. « Le livre de Theodore H. White, *The Making of the President*, connut une grande vogue au Québec à l'automne de 1962, chaque parti s'y référant pour apprendre les techniques propres à l'exercice. »⁵⁷

Au niveau fédéral, on devra attendre les élections de 1968 pour assister à un débat des chefs en ondes. Celui-ci opposait Pierre Trudeau, Robert Stanfield, Thomas C.

⁵⁵ *Idem*, p. 55.

⁵⁶ *Idem*, p. 56.

⁵⁷ *Idem*, p. 56.

Douglas et Réal Caouette et fut diffusé sur les réseaux CTV et Radio-Canada.⁵⁸ Encore une fois, des négociations très serrées ont eu lieu pour établir les règles du jeu, notamment au niveau de la langue et de la répartition du temps de parole. Le débat eut lieu le 9 juin,    deux semaines des élections, dans un studio installé dans la salle de la Confédération à l'intérieur du Parlement.⁵⁹ Les réactions face au débat furent mitigées. Malgré un grand nombre de t  l  spectateurs⁶⁰ et des commentaires positifs de la part de Stanfield et Douglas,⁶¹ les grands quotidiens feront part de leur mécontentement face à cet exercice, comme le feront aussi Trudeau et Caouette. On accuse le format du débat télévisé de ne pas donner la place à un réel débat d'idées, étant donné les règles trop strictes qui gouvernent les interactions. Malgré les critiques, force est de constater que le débat télévisé finit par s'imposer et demeure aujourd'hui un moment fort dans les campagnes électorales fédérales et provinciales.

4.2.2 La publicité négative

La publicité négative est un autre résultat de l'influence américaine sur les campagnes électorales canadiennes.

On définit la publicité négative comme un discours verbal et visuel qui dénigre l'adversaire, soit en dénonçant des attributs liés à sa personnalité, soit en critiquant le contenu de son programme politique ou ses réalisations antérieures. Le but est de susciter une réaction de rejet en ternissant la réputation de l'autre ou en lui prêtant des intentions néfastes pour l'électeur.⁶²

⁵⁸ Il est à noter que, même en ce premier débat télévisé, les réseaux voulaient limiter la participation aux chefs des deux grandes formations politiques, soit Trudeau et Stanfield. On peut y voir le potentiel d'*agenda-setting* des médias. Voir Denis Monière, *op. cit.*, p. 70.

⁵⁹ *Idem*, p. 72.

⁶⁰ évalué à 9 millions par la Société Radio-Canada. Voir Denis Monière, *op. cit.*, 1992, p. 102.

⁶¹ « L'ère des débats télévisés est avec nous et je ne pense pas qu'à l'avenir il y ait une seule élection fédérale sans débat télévisé. » Thomas C. Douglas, cité par *La Presse*, 10 juin 1968.

⁶² Denis Monière, *op. cit.*, p. 133.

Jean-Paul Gourévitch analyse le lexique de l'image politique en y voyant quatre formes de discours distinctes. Le « je » par lequel le candidat est seul et on mise sur l'individu qui est un leader, une personne de confiance. On y retrouve également sa forme plurielle, le « nous » auquel s'ajoute les autres membres du parti, les militants, etc. Le «tu» qui interpelle directement le spectateur et l'incite à se joindre au mouvement. Finalement, le « il » offre une satire politique de l'adversaire en critiquant ses positions ou en le rendant ridicule.⁶³

Quoique la critique de l'adversaire et la publicité négative ait toujours été présente en politique, c'est au cours de l'élection fédérale de 1988, mettant encore une fois en vedette les Conservateurs de Brian Mulroney, les Libéraux de John Turner et les Néo-démocrates d'Ed Broadbent, que la publicité négative prendra de l'ampleur. « À partir de l'élection fédérale de 1988, le contenu négatif s'accroît et surclasse même le contenu positif dans le cas du parti gouvernemental. »⁶⁴ Au sein de la publicité négative se trouve l'utilisation du « il », par laquelle on ne valorise pas les politiques et les pratiques de son propre parti, mais on vise plutôt à rendre l'adversaire malhonnête et d'apparence confuse. On voit donc la transition du message positif (caractérisé par l'utilisation du « je », du « nous » et du « tu ») au message négatif (caractérisé par le « il »). Il s'agit là d'une transformation importante de la politique puisque le politicien agit non seulement sur son image mais aussi sur celle de ses adversaires.

La campagne de 1988 fut une des plus spectaculaires de l'histoire politique canadienne non seulement parce qu'on assista à des revirements rapides de l'opinion publique, mais aussi parce qu'on y fit un usage intensif de la publicité négative, les stratèges canadiens étant allés à l'école des publicitaires américains.

⁶³ Consulter Jean-Paul Gourévitch, *op. cit.*

⁶⁴ Denis Monière, *op. cit.*, p. 235.

Ils y apprirent aussi à ajuster leur tir en cours de campagne en faisant produire des messages en réaction à la stratégie adverse après les débats télévisés des chefs qui modifièrent le momentum électoral en imposant le thème du libre-échange comme enjeu central de la campagne.⁶⁵

Plutôt que de marteler les forces de son propre programme électoral, le parti politique se tourne vers la critique et les attaques parfois personnelles à l'endroit de ses adversaires. On y reconnaît là encore des éléments de réactivité politique : on réagit aux techniques publicitaires de l'adversaire, on réagit aux stratégies électorales de l'autre. La publicité négative propose peu d'idées nouvelles et contribue rarement à trouver des solutions aux problèmes soulevés lors des campagnes électorales. C'est pour cette raison que la publicité négative comporte un certain risque pour le parti émetteur : le public peut y voir une stratégie démagogique et déloyale et parfois réagir défavorablement. Néanmoins, la publicité négative fait aujourd'hui partie du décor politique canadien, tant au niveau fédéral qu'au niveau provincial – à un moindre niveau qu'aux États-Unis, faut-il le noter avec joie, cependant.

4.2.3 L'utilisation de l'Internet en politique canadienne : l'émergence des blogues

La campagne électorale fédérale de 2006 sera marquée à son tour par l'influence américaine mais aussi l'influence des nouvelles technologies. L'évolution du Web permet aux acteurs politiques une utilisation accrue des « blogues », phénomène informatique encore récent et permettant à tout individu ayant une connexion Internet de faire connaître son opinion aux innombrables utilisateurs du réseau.

The 2006 campaign marked the emergence of blogging as part of the political game in Canada. Bloggers abounded — professional bloggers like Paul Wells and Andrew Coyne, amateur bloggers with exotic names, bloggers who sought fame

⁶⁵ Denis Monière, *Votez pour moi – Une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*, Montréal, Fides, 1998, p. 131.

and bloggers who insisted on anonymity. Anybody with a Web site can now be a pundit.⁶⁶

Certains blogueurs ont la capacité de fournir des renseignements et des informations plus rapidement que les organes de presse traditionnels étant donné la non censure du message : la publication d'un message sur un blogue ne nécessite pas l'approbation du chef de pupitre ou de l'éditeur en chef. On fonctionne selon la logique « publier d'abord, confirmer par la suite ». En plus de la communication d'informations sur un parti ou une élection, le blogue se voit mis au service de la publicité négative sous forme de commentaires personnels en provenance d'individus proches de la politique.⁶⁷ Bien entendu, la légitimité d'un blogueur et de son forum dépend en grande partie de la pertinence et de l'exactitude des opinions et des informations fournies.

Différents blogues ont différents lecteurs. Si certains ne sont rien de plus que des babillards affichant de l'hostilité envers l'autorité publique ou encore des idées farfelues sur des sujets divers, d'autres blogues présentent des points de vue nuancés et ont une capacité d'influence sur son lectorat et l'électorat. C'est notamment le cas de Michael Geist, professeur à la Faculté de Droit de l'Université d'Ottawa, qui a publié, sur son blogue, sa consternation face à une députée du Parti libéral du Canada qui entretenait des liens avec l'industrie du spectacle. Selon Geist, la députée Sam Bulte était en conflit d'intérêt puisqu'elle avait participé à la rédaction d'un rapport en lien avec l'industrie du spectacle dans lequel un Comité parlementaire prenait une position favorable à celle-ci.

⁶⁶ John Bowman, « 2006 – Year of the Blog », *Options politiques*, Mars 2006, p. 88.

⁶⁷ Lors de l'élection fédérale de 2006, le vice-président exécutif du Parti Libéral, Mike Klander publiait sur son blogue des images comparant une candidate du NPD à un chien. Au cours des prochains jours, l'incident fit les manchettes et Klander s'excusa publiquement en ajoutant que les images avaient été supprimées du site Web. Cependant, d'autres blogues politiques ont pu mettre la main sur les images et révélèrent que Klander avait publié d'autres messages disgracieux à l'endroit du NPD et du chef conservateur, Stephen Harper. Par la force des blogues politiques (et non des médias traditionnels), Klander n'eut d'autre choix que de déposer sa démission le 26 décembre. Consulter John Bowman, *op. cit.*

Bien que les quotidiens aient contribué au débat, c'est par le biais de l'Internet que cette confrontation s'est jouée. Les publications de Geist ont été postées sur le blogue *Boing Boing*,⁶⁸ un site hautement fréquenté ayant permis à l'histoire de se faire connaître rapidement, notamment dans la circonscription de Bulte, tandis que d'autres blogueurs se sont ralliés à Geist. Lors des élections, Bulte se vit vaincue par Peggy Nash, candidate pour le NPD. Comme l'a écrit Michael Geist sur son blogue: « It is difficult to quantify, but I'm fairly confident that the on-line community had a real impact in Parkdale-High Park (although I again hasten to add that without a strong candidate running against Bulte this definitely would not have happened) ». ⁶⁹ Malgré qu'on ne puisse pas établir de relation directe entre le blogue de Geist et la défaite de Bulte, il faut reconnaître que les NTIC ont une place de plus en plus importante dans les campagnes électorales au Canada.

*4.3 La mesure de l'opinion publique au Canada : Rapport du Service d'information et de recherche parlementaire (1994)*⁷⁰

Au Canada, les sondages d'opinion publique sont d'une importance capitale quant aux stratégies politiques adoptées par les partis, quoiqu'en disent les politiciens. Le sondage vise à prendre le pouls d'un segment (échantillon) de la population dans un cadre temporel concis et limité permettant de dégager des tendances quant à l'opinion de la population envers une formation politique. Puisque les opinions varient généralement

⁶⁸ <http://boingboing.net/>

⁶⁹ Cité dans John Bowman, *op. cit.*

⁷⁰ En 1994, le Parlement du Canada met sur pied, à la requête des sénateurs et députés, une étude sur les sondages d'opinion au Canada. Document court et concis, on y retrouve les grandes lignes de l'historique, l'utilisation, la précision, les méthodes et la réglementation des sondages au Canada. Voir Claude Emery, *Les sondages d'opinion au Canada*, 1994, Chambre des Communes, document électronique : <http://www.parl.gc.ca/information/library/PRBpubs/bp371-f.htm>, p. 4.

plus rapidement que les attitudes,⁷¹ on retrouve une certaine volatilité de l'opinion publique face à la politique; ainsi, la pertinence du sondage dépend de sa rapidité de production. Malgré les avancées techniques quant aux bases de données et à la comptabilisation des résultats, il existe néanmoins des limites temporelles exigées par la méthodologie⁷² et la simple mise en forme et mise en page du sondage. Un sondage perd rapidement sa valeur et son utilité si les résultats ne sont pas « livrés » à temps, surtout en période électorale.

Qu'en est-il de l'interprétation des résultats? Le rapport dénote que dans bien des cas, les résultats ont été détournés et mal interprétés par les partis politiques pour promouvoir leurs intérêts, faire valoir leurs arguments ou démontrer que la population les supporte dans leurs plans et priorités.⁷³ « Bref, les sondages d'opinion sont des outils de prévision émoussés, susceptibles d'être truffés de nombreuses erreurs. »⁷⁴ On dénote ici une instrumentalisation des sondages d'opinion par les acteurs politiques. Dans cette optique donc, les partis et leurs candidats occupent un rôle double : ils sont à la fois manipulés par les sondages tout en gardant un certain contrôle sur l'interprétation des résultats. Il s'agit ici d'une technique de contrôle de l'image politique du parti.

⁷¹ L'opinion est variable et peut changer rapidement selon la conjoncture tandis que l'attitude demeure relativement stable et varie peu. L'électorat se caractérise généralement par un petit nombre d'attitudes et un nombre plus grand d'opinions qui causent la volatilité électorale. Voir Judith Lazar, *op. cit.* Consulter également Serge Moscovici, *L'âge des foules*, Paris, Fayard, 1981.

⁷² La dualité linguistique au Québec et au Canada pose un défi non négligeable quant à la production de résultats valables. Les questionnaires doivent être produits dans les deux langues officielles et les questions doivent être identiques. Consulter Claude Emery, *op. cit.*

⁷³ Claude Emery, *op. cit.*, p. 4.

⁷⁴ Angela Mangiacassale, *The Problem with Polls*, The Ottawa Citizen, 10 octobre 1992, cité dans Claude Emery, *op. cit.*, p. 5.

Pour ce qui est de l'incidence des sondages sur le processus électoral, le rapport distingue l'incidence directe de l'incidence indirecte. La première relève de la perception du sondage comme étant scientifique, rigoureux et précis par le lectorat. En ce sens, le sondage publié dans les médias a une influence sur le comportement électoral de l'individu; un « effet d'entraînement » qui suppose l'existence d'une sorte de « vague populaire »⁷⁵ qui emporte l'opinion des électeurs. L'électeur appuierait dans ce cas le candidat favorisé dans le sondage, pré-élu par la « sagesse populaire ». À l'inverse, se trouve l'idée que certains individus voteront à l'encontre du parti favorisé par le sondage, par sympathie ou encore par volonté de conserver l'aspect multipartite du système⁷⁶. C'est ainsi qu'on arrive à s'interroger sur la question du vote stratégique et son lien avec les sondages d'opinion publique. Si le vote stratégique existe, c'est que les sondages et leur diffusion médiatique ont un impact sur les individus et sont donc des facteurs influents sur la sphère politique.

Les sondages ont également une incidence indirecte sur l'électorat qui peut être d'une très grande importance. Le rapport souligne que « les sondages détournent le débat des questions essentielles » puisque « les médias mettent surtout l'attention sur les gagnants et les perdants (et sur le « style » des campagnes des chefs et de leur parti) »⁷⁷. La question de l'image devient alors fort importante pour le chef et le parti; il est primordial de bien se classer dans les sondages sans quoi les appuis politiques peuvent être difficiles à trouver ou à conserver. Les médias ont un très grand pouvoir sur le parti

⁷⁵ Claude Emery, *op. cit.*, p. 5.

⁷⁶ Patrick Martin, *Do Opinion Polls Influence Voters?*, dans Paul W. Fox et Graham White (dirs.), *Politics: Canada, sixième édition*, Toronto, McGraw-Hill Ryerson Limited, 1987, p. 303.

⁷⁷ Claude Emery, *op. cit.*, p. 6.

politique puisqu'ils peuvent déclarer ce dernier « hors de la course » en se basant sur les sondages d'opinion publique.

4.4 La nécessité de l'image en politique

Si la politique contemporaine est caractérisée par l'utilisation abondante de techniques de marketing et de stratégies de manipulation de l'image, cette mise en scène (représentation simplifiée) de la politique devient nécessaire avec la complexification des enjeux politiques ainsi que la perte de la capacité instituante de l'État. La mise en scène politique et l'image politique positive sont des éléments essentiels au succès électoral dans les sociétés caractérisées par un grand nombre de tribunes et l'effervescence des technologies de l'information et des communications.

Dans un premier temps, la politique de l'image s'impose puisque la complexification des enjeux politiques exige une connaissance approfondie d'un dossier donné pour être en mesure d'en saisir les difficultés et impacts potentiels. Il ne s'agit pas de dire que l'électorat est incapable de comprendre les enjeux politiques, mais plutôt de reconnaître la complexité des décisions politiques modernes. Cette complexité des dossiers sert la cause des partis politiques et est à la base d'une des techniques utilisées par les politiciens lors des débats télévisés : on récite des chiffres et des statistiques sur un dossier chaud pour démontrer que son parti est le mieux informé et le plus apte à trouver une solution au problème souligné. Cependant, à défaut de s'être intéressé vivement à un dossier, l'auditeur moyen dépend des analyses et des opinions de spécialistes pour se faire une idée du candidat et du parti qui correspond le plus à ses opinions et intérêts.

« L'opinion des électeurs dépend non seulement de ce qu'ils ont vu, mais aussi de ce qu'ils ont entendu dire ou de ce qu'ils ont pu lire dans les journaux le lendemain du débat. »⁷⁸ Les médias occupent ainsi une place de choix dans la création de la représentation politique d'un parti, de son chef ou d'un candidat.

Par ailleurs, la perte de la capacité instituante de l'État, telle qu'abordée au cours du premier chapitre, force le gouvernement à se tourner vers l'image comme source de légitimation de sa position dominante (au sens où l'entendait Max Weber). Étant donné une certaine diminution de la capacité d'action politique de l'État, on se tourne vers la représentation et l'image pour encourager le support du parti et maximiser ainsi les appuis politiques. Le vide créé par le déplacement du politique se compense par la mise en scène; le *paraître* devient presque aussi important que l'*être*. Encore une fois, les médias jouent un rôle-clef dans la création de cette représentation : les partis politiques en tiennent compte et adopteront des techniques et des stratégies pour rendre leur image positive et favorable. À la constante recherche de la perfection, le parti politique se tourne vers le marketing politique, la rationalisation et le rationnement de ses communications, la réaction rapide à des situations politiques ou autres ainsi que la promotion continuelle de ses idées (campagne perpétuelle).

⁷⁸ Denis Monière, *op. cit.*, 1992, p. 103. Kathleen H. Jamieson et David S. Birdsell, spécialistes de débats politiques aux États-Unis, ajouteront : « the voter's shifting perception of the candidate's success in a debate is shaped not by actual debate performance but by the media call on who won or lost ». Consulter Kathleen H. Jamieson et David S. Birdsell, *Presidential Debates*, New York, Oxford University Press, 1988, p. 171. Cité dans Denis Monière, 1992, *op. cit.*, p. 103.

5. Les médias : défenseurs de la démocratie et du statu quo

Les médias jouent un rôle de régulation important dans la vie politique et sont un élément central d'un système démocratique en santé. On doit donc reconnaître leur nécessité tout en soulignant qu'ils obéissent aux règles du marché et ont un impact sur les comportements politiques des partis et de leurs membres. Quelles sont donc les caractéristiques générales des médias par rapport au marché et quels sont les impacts les plus directs sur les partis et les candidats? Il semble pertinent de se pencher sur la facette commerciale des médias, leur fonction de limiteur de la politique à grand public ainsi que leur rôle dans la régulation du temps politique.

5.1 Les média, la loi du marché et les limites de la politique à grand public

Parmi les secteurs les plus prolifiques de l'économie contemporaine se retrouvent aujourd'hui les communications et les technologies de l'information et de la communication. Les grandes corporations médiatiques engendrent d'innombrables emplois directs et indirects ainsi que des profits faramineux. Les médias sont Janus – à la fois défenseurs du pacte démocratique et entreprises vouées au gain économique. Michel Sénécal,⁷⁹ parmi d'autres, signale le paradoxe créé par le cadre libéral dans lequel les médias de masse s'inscrivent : il y a conflit entre le droit individuel à la propriété privée et le droit collectif de l'accès à l'information (en tant que fondement démocratique). Tout en combattant la répression étatique, la liberté de presse succombe bien souvent aux pressions économiques.⁸⁰

⁷⁹ Michel Sénécal est professeur et chercheur en communication à la Télé-université de l'UQAM.

⁸⁰ Michel Sénécal, *L'espace médiatique : les communications à l'épreuve de la démocratie*, Montréal, Éditions Liber, 1995, p. 26.

Les médias sont des entreprises qui recherchent d'abord et avant tout le profit. Ainsi, il semble pertinent de regarder la théorie des médias de Pierre Bourdieu exposée dans son ouvrage *La distinction – Critique sociale du jugement*.⁸¹ Bourdieu examine le rôle et les caractéristiques des quotidiens français en tentant de préciser la relation entre la classe sociale et l'opinion politique socialement construite. Il constate d'emblée que le quotidien n'est pas exclusivement politique : il présente des faits divers, l'actualité sportive, etc. et se fait donc pluriel dans ses objectifs.⁸² Le quotidien cherche également le gain financier et l'élargissement du lectorat. Ainsi il se voudra, dans le cas des journaux omnibus, neutre et choquant à l'endroit de personne :

En outre, obéissant à la recherche consciente de la maximisation du nombre de lecteurs, précieux pour les profits qu'ils apportent par l'achat du journal, mais aussi pour le surcroît de valeur qu'ils procurent aux yeux des annonceurs, les organes de presse que l'on peut appeler omnibus (et parmi lesquels on peut ranger la plupart des journaux locaux) se doivent d'éviter méthodiquement tout ce qui peut choquer et rejeter une fraction de leurs publics actuels ou potentiels [...].⁸³

Cette caractéristique de la presse omnibus ne fait que s'accroître proportionnellement au public visé : plus un journal vise un public élargi, plus politiquement et socialement neutre sera le ton et l'opinion véhiculée par ses articles. Ces produits sont « parfaitement *non-classants* »⁸⁴ au niveau de l'opinion politique, tout comme bon nombre de produits de consommation de masse qui catégorisent fort peu l'individu.⁸⁵ Bourdieu utilise l'exemple du quotidien français *Le Monde* pour démontrer

⁸¹ Pierre Bourdieu, *La distinction – Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

⁸² *Idem*, p. 516.

⁸³ *Idem*, p. 516.

⁸⁴ *Idem*, p. 517.

⁸⁵ Cette analyse est similaire à celle de Bernard Miège (professeur à l'Université Stendhal – Grenoble 3) qui propose quatre grands modèles de communication médiatique : la presse d'opinion (milieu du XVIII^e siècle), la presse commerciale (à partir du milieu du XIX^e siècle), les médias audiovisuels de masse (depuis le milieu du XX^e siècle) et les relations publiques généralisées (depuis les années 1970). Voir Bernard Miège, *La société conquise par la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1989.

qu'il est possible pour un journal d'être à la fois omnibus et informatif/critique, « *Le Monde* était bien placé sous les deux rapports: il était suffisamment grand par son tirage pour être un pouvoir de point de vue des annonceurs et suffisamment doté en capital symbolique pour être une autorité. Il cumulait les deux facteurs du pouvoir dans ce champ ». ⁸⁶ Il en va de même pour le journal *La Presse* au Québec. ⁸⁷

À cet égard, Daniel Boorstin propose dans son ouvrage *The Image* ⁸⁸ (originellement publié en 1961) le concept de *pseudo-event* (que l'on traduira par « pseudo-événement » pour les fins du présent travail). Le pseudo-événement est une nouvelle préfabriquée dans le but précis d'être rapportée et qui garde un élément d'ambiguïté (ou de manque de précision) dans sa direction ou ses intentions. Pour Boorstin, les sondages d'opinion publique publiés dans les quotidiens en sont des exemples parfaits; ils proposent une vision figée dans le temps et dans l'espace et peuvent être interprétés de manières fort différentes. Non seulement les résultats peuvent être interprétés vus leur aspect simplifié et crédible, mais ils peuvent, selon Boorstin, devenir influents sur les comportements individuels étant donné leurs aspects rigoureux et scientifiques. ⁸⁹

⁸⁶ Pierre Bourdieu, *Sur la télévision* (suivi de *L'emprise du journalisme*), Paris, Éditions Liber, 1996, pp. 48-49.

⁸⁷ Consulter Louis Cornellier, *Lire le Québec au Quotidien*, Québec, Les éditions Varia, 2005.

⁸⁸ Daniel J. Boorstin, *The image: a guide to pseudo-events in America*, New York, Atheneum, 1977.

⁸⁹ Plus les sondages deviennent précis, plus la société est segmentée en sous-groupes ayant des caractéristiques distinctes (l'âge, le sexe, la croyance religieuse, l'occupation professionnelle, par exemple). Les individus chercheront donc à s'identifier à l'un ou l'autre de ses sous-groupes et arriveront même à adopter des caractéristiques ou de nouveaux comportements. Pour Boorstin, l'individu peut se découvrir par l'entremise des médias, des sondages d'opinion et du pseudo-événement.

Il existe, au Québec comme ailleurs, une relation médias/industrie de par laquelle les médias sont soumis aux principes du marché. La recherche de profits et d'expansion est un aspect central du monde médiatique : on cherche à attirer, capter et garder l'attention du public. C'est ainsi que s'inscrit l'enjeu de la marchandisation de l'information. Pour attirer les lecteurs, les entreprises de presse trouvent divers moyens de promotion, le plus important étant au niveau du contenu. Comme le soulignait Bourdieu, on abandonne la presse d'opinion au profit d'une presse⁹⁰ de plus en plus omnibus dans l'objectif d'attirer une clientèle plus élargie. La presse quotidienne passe par trois grandes phases au Québec : la presse d'opinion, la presse populaire et la presse d'information.⁹¹ Au XIX^e siècle, on retrouve plusieurs journaux d'opinion dans lesquels on constate la primauté de la politique tant au niveau du contenu éditorial que dans le choix d'articles. Le journal d'opinion prend position dans le débat politique et s'adresse à un public bien défini ; « le lecteur choisit son journal en conformité avec sa propre idéologie ».⁹² Il est alors possible d'identifier certains journaux à certains groupes sociaux. Le déclin de ce type de presse, qui débute à la fin du XIX^e siècle, s'explique par deux facteurs d'importance : la naissance de la presse populaire ainsi que la constante

⁹⁰ La presse écrite peut être divisée en trois catégories distinctes : les quotidiens, les hebdomadaires et les périodiques (Voir Marc Raboy et Geneviève Grimard, *Les médias québécois – Presse, radio, télévision, inforoute* (2e édition), Montréal, Gaëtan Morin Éditeur, 2000, p. 7). Le quotidien se définit simplement comme étant un « journal qui paraît cinq fois ou plus par semaine » (*Idem*, p. 5) et est généralement publié dans les grands centres urbains. On retrouve au Québec 12 quotidiens (en comptant *Le Droit* qui est publié à Ottawa, mais distribué et lu au Québec). Par ailleurs, l'hebdomadaire se définit comme étant un journal publié une fois par semaine traitant surtout d'affaires locales et régionales (*Idem*, p. 11). On retrouvait, en 1998, 208 hebdomadaires dans l'ensemble du Québec dont 68 étaient indépendants de grandes entreprises médiatiques. Les publications de même périodicité, mais qui abordent des sujets divers peuvent être classées comme faisant partie du monde des magazines, se définissant comme étant des « publications qui paraissent [...] sur une base régulière, c'est-à-dire plus d'une fois par année sans dépasser une fois par semaine, dont le contenu publicitaire ne dépasse pas 70% » (*Idem*, p. 13). On retrouvait, en 1995, 377 titres de périodiques au Québec.

⁹¹ Jean De Bonville, *La presse québécoise de 1884 à 1914 : genèse d'un média de masse*, Québec, Presses de l'Université Laval, 1988.

⁹² *Idem*, p. 217.

recherche de la nouvelle pour attirer l'attention du lecteur.⁹³ La presse populaire se veut proche des classes populaires, prenant leur défense sans toutefois s'inscrire dans un discours socialiste ou revendicateur d'égalité sociale. Règle générale, on constate une certaine dépolitisation du message véhiculé par le journal. Par ailleurs, la recherche continuelle de la nouvelle vise à renouveler l'intérêt du lecteur à tous les matins, quelle que soit son allégeance politique – on s'adresse donc à un public plus large. Grâce aux nouvelles technologies (télégraphe, réseau transatlantique, téléphone, etc.), il est possible de trouver un plus grand nombre de nouvelles pour remplir les pages du journal. Par le fait même, les revenus des grands quotidiens augmentent et permettent souvent l'expansion de l'entreprise. En reprenant les concepts évoqués par Bourdieu, on y reconnaît la première étape du passage de la presse réflexive à la presse omnibus. Cette dépolitisation et la primauté de la nouvelle transforment donc la presse écrite une nouvelle fois ; c'est le début du journal d'information.⁹⁴ Ce journal se caractérise par un ton plus neutre dans les articles d'information et une section d'opinion circonscrite et bien identifiée.

Il serait impossible de décrire l'évolution de la presse au Québec (et au Canada) sans faire allusion à la concentration de presse et la simplification subséquente de l'espace politique. La rationalité économique infiltre ainsi le milieu médiatique et permet l'économie d'échelle quant à la réutilisation des mêmes articles dans de nombreux quotidiens. « Dans une perspective d'affaires, la concentration s'inscrit dans la tendance à

⁹³ *Idem*, p. 220.

⁹⁴ *Idem*, p. 230.

la maximisation des rendements sur l'investissement. »⁹⁵ Au Québec, les corporations Gesca⁹⁶ et Quebecor⁹⁷ contrôlent la grande majorité des titres en circulation. On peut se questionner quant aux effets de la concentration médiatique sur le bon fonctionnement de la démocratie. D'une part, la concentration porte entrave à la pluralité des sources d'information et, comme le soulignait déjà en 1980 la Commission Kent, a tendance à homogénéiser le contenu des publications.⁹⁸ L'espace politique se voit par le fait même simplifié puisque la communication politique se fait dorénavant par un nombre limité de sources. D'autre part, la concentration de la presse a des effets plus positifs en ce sens où elle permet des assises financières solides aux entreprises médiatiques. Ainsi, ces entreprises ne sont pas à la solde de pressions extérieures telles que les groupes de pression, les mouvements sociaux ou même l'État.

Cette évolution de la presse québécoise illustre la recherche de profit des entreprises médiatiques contemporaines. La publication d'articles et d'opinions se fait selon une logique marchande régulée par les ventes de journaux et d'espaces publicitaires. Ainsi, pour maximiser ses profits, l'entreprise visera un public aussi élargi que possible et focalisera ses énergies sur les grandes formations politiques. Si les médias n'ont pas une influence directe sur les comportements individuels (au sens du modèle hypodermique), ils détiennent cependant la capacité de sélectionner les informations

⁹⁵ Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie – Le grand malentendu*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université du Québec, 1999, p. 113.

⁹⁶ Filiale de Power Corporation, Gesca publie *La Presse*, *La Voix de l'Est*, *La Tribune*, *Le Nouvelliste*, *Le Droit*, *Le Soleil* ainsi que *Le Quotidien*.

⁹⁷ Quebecor détient huit grands quotidiens: *Le Journal de Montréal*, *Le journal de Québec*, *The Ottawa Sun*, *The Toronto Sun*, *The London Free Press*, *The Winnipeg Sun*, *The Edmonton Sun* ainsi que *The Calgary Sun*. Il publie également neuf quotidiens locaux et sept quotidiens distribués gratuitement dans les grands centres urbains.

⁹⁸ Anne-Marie Gingras, *op. cit.*, p. 119.

diffusées (modèle de l'*agenda-setting*). Ainsi, tout laisse croire qu'ils ont la capacité de limiter la perception de l'électorat face à son choix de parti et/ou de candidat. Les médias se font ainsi les œillères de l'horizon politique, déterminant les candidats et les partis dont les idées et les opinions cadrent généralement avec le système en place. Les médias délimitent les « grands » partis des tiers partis, les partis ayant une chance de remporter un certain succès électoral de partis confinés à la marginalité.

5.2 Temps médiatique, temps politique

La présence médiatique est d'autant plus forte avec le développement des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) : on constate, depuis 15 ans environ, une explosion des tribunes offrant information, opinion et divertissement. Les technologies permettent non seulement aux individus, aux groupes et aux entreprises de se faire entendre, voir et connaître, mais rendent possible un échange plus rapide de la connaissance et de l'information. Dans la conjoncture actuelle, le succès dans la vie publique exige la présence de l'individu, du groupe, de l'entreprise ou du parti dans le plus grand nombre de médias possible. Plus que jamais, l'existence sociale dépend de la présence médiatique. En plus d'être (pour la plupart) des entreprises recherchant le profit, les médias sont marchands d'actualité. Qui dit actualité dit réaction rapide à des situations sociales, politiques et économiques fort diverses. Le métier de journaliste est de rapporter rapidement les informations reçues; il s'agit de la recherche perpétuelle du « scoop ».⁹⁹ Les informations communiquées à l'heure des nouvelles sont

⁹⁹ « Sur la télévision, l'audimat exerce un effet tout à fait particulier: il se retraduit dans la pression de l'urgence. La concurrence entre les journaux et la télévision, la concurrence entre les télévisions, prend la forme d'une concurrence temporelle pour le scoop, pour être le premier. » Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p. 29. Au Canada et en Amérique du Nord, les médias télévisés et radiophoniques se tournent vers des entreprises

rapidement périmées et se doivent d'être continuellement rafraîchies. En tant que consommateur d'informations, on trouverait bien banal de recevoir des informations reportées par d'autres sources quelques jours auparavant. « Le citoyen est devenu un consommateur de politique. Les programmes qui lui sont proposés doivent correspondre à ses attentes immédiates. »¹⁰⁰ Il est donc du devoir des tribunes médiatiques d'apporter des informations les plus récentes possibles et en plus de fournir une analyse « à chaud » de la situation ou du phénomène.

Le temps politique se retrouve assujetti au temps médiatique : plus les médias sont en mesure, grâce à de nouvelles technologies, de transférer rapidement de l'information, plus la sphère politique se doit d'être rapide à fournir cette information. On doit reconnaître que les médias jouent un rôle de chronomètre quant à la réaction du gouvernement par rapport à un événement donné. Pour toute question, qu'il s'agisse d'une urgence nationale, d'un meurtre en région ou d'une grande performance d'une délégation sportive, le gouvernement doit toujours être en mesure de répondre rapidement. Les exemples de cette mécanique par laquelle le gouvernement est demandé de réagir rapidement face à des situations diverses et parfois insolites sont nombreux. Au quotidien, le gouvernement se doit d'être en mesure de se prononcer sur des sujets complexes et diversifiés.

Le temps télévisuel transforme la réalité - en donnant le sentiment qu'il faut agir dans la précipitation. La représentation télévisuelle d'un phénomène incite à une action immédiate. [...] L'action urgente, par nature désordonnée, n'a pas le temps

tels que Nielsen Media Research et Sondages BBM pour sonder l'opinion publique quant à leur programmation. Ces sondages permettent aux médias de s'ajuster à la demande du public ainsi que de conserver et d'élargir leurs clientèles.

¹⁰⁰ Jean-Marie Cotteret, *op. cit.*, 2006, p. 44.

de recourir aux valeurs fondatrices de l'intérêt général, sources de cohérence et d'agrégation sociale.¹⁰¹

Les médias et l'électorat sont critiques face à un gouvernement qui ne répond pas rapidement et efficacement à une situation à domicile ou à l'étranger. Sans une réponse rapide et bien calculée, le parti au pouvoir se verra la cible d'attaques en provenance non seulement des partis de l'opposition mais aussi des chroniqueurs, analystes et éditorialistes, sans compter l'indignation parfois rapide du public. Dans l'urgence, on passe de l'action (lente mais bien réfléchie) à la réaction (instinctive, parfois banale et souvent en manque d'informations pertinentes).

L'instant conditionne le comportement du citoyen qui, en l'absence de mise en perspective de l'avenir, exige une satisfaction immédiate. Quant au gouvernement, il n'agit pas, il réagit; attentif à la présentation des défilés aux journaux télévisés, son action politique est devenue réaction politique, et une réaction bien évidemment dans l'urgence.¹⁰²

On peut penser, à titre d'exemple, à la catastrophe naturelle qui s'est abattue sur l'Asie du Sud en décembre 2004. André Pratte relatera, dans un éditorial intitulé *Vacances zéro!*, l'intolérance de l'électorat pour les réponses inadéquates du gouvernement.

Le tremblement de terre et les raz-de-marée qui ont suivi se sont produits le soir de Noël, heure d'Ottawa. L'ampleur de la catastrophe a commencé à apparaître en soirée le dimanche 26, et dans la matinée du 27. C'est là que la réaction du gouvernement Martin a paru particulièrement inadéquate.

Le 26, M. Martin a fait publier une courte déclaration. Ce jour-là et le lendemain, le gouvernement a annoncé, par voie de communiqués, une aide totale de 4 millions. Le montant a moins choqué que l'absence des ministres concernés. Où étaient donc les ministres des Affaires étrangères, Pierre Pettigrew, et de la Coopération internationale, Aileen Carroll?

¹⁰¹ *Idem*, pp. 50-51.

¹⁰² *Idem*, pp. 46-47.

[...]

Depuis jeudi dernier, le gouvernement Martin est passé en deuxième vitesse. Pour l'essentiel, c'est-à-dire l'aide aux centaines de milliers de sinistrés, le piétinement des premiers jours ne changera rien. Mais l'image du gouvernement en sort flétrie. À l'impression d'insensibilité des premiers jours s'ajoute maintenant celle de l'opportunisme.¹⁰³

Bien entendu, la réaction initiale du gouvernement n'a pas été des plus sensibles et calculées. Néanmoins, on doit reconnaître que le gouvernement ne peut pas avoir réponse à toute question, sans mentionner que l'événement a eu lieu le soir de Noël... Comme le souligne Bourdieu :

La télévision n'est pas très favorable à l'expression de la pensée. J'établissais un lien, négatif, entre l'urgence et la pensée. C'est un vieux topique du discours philosophique: c'est l'opposition que fait Platon entre le philosophe qui a du temps et les gens qui sont sur l'agora, la place publique, et qui sont pris par l'urgence. Il dit, à peu près, que, dans l'urgence, on ne peut pas penser.¹⁰⁴

Cependant, le sociologue rajoute « qu'il ne s'agit ni de condamner ni de combattre les journalistes, qui souffrent souvent beaucoup des contraintes qu'ils sont obligés d'imposer ». ¹⁰⁵ André Pratte mentionnera d'ailleurs dans son ouvrage *Le temps des girouettes* que « l'éditorial est un art délicat. De nos jours, les lecteurs s'attendent à ce que nous réagissions rapidement aux événements. En même temps, ils veulent que l'éditorial témoigne d'une réflexion plus profonde que les commentaires livrés à chaud par les différents observateurs. Il faut concilier les deux, savoir quand faire vite et quand attendre ». ¹⁰⁶

¹⁰³ André Pratte, « Vacances Zéro! », *La Presse*, mardi 4 janvier 2005, p. A14.

¹⁰⁴ Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p. 30.

¹⁰⁵ *Idem*, p. 12.

¹⁰⁶ André Pratte, *Le temps des girouettes – journal d'une drôle de campagne électorale*, Montréal, VLB éditeur, 2003, p. 101.

On revient ici à l'idée du passage de l'instituant au réactif évoqué au cours du premier chapitre. Les conséquences démocratiques d'une telle mutation sont graves. Dans un système marqué par le réactif, comment peut-on penser instituer des programmes et de projets à longue échéance? Le gouvernement-partenaire,¹⁰⁷ impliqué dans une foule de secteurs à l'échelle de la société, doit être en mesure de proposer de nouvelles idées et de les implanter rapidement pour se faire accorder un nouveau mandat lors des élections. Ce qui est de plus, le gouvernement doit aussi être en mesure de réagir aux différents enjeux qui font surface au cours de son mandat. Les médias et l'électorat exigent des réactions rapides et bien calculées en provenance des dirigeants politiques. Bien entendu, certains programmes à long-terme demeurent, cependant, les stratégies électorales, elles, se basent sur des changements rapides et de plus en plus à court-terme. Le présent est désormais la clef du succès politique et le futur, un horizon à défricher dès maintenant.

¹⁰⁷ Dans la logique de l'*État commercial ouvert* décrite et analysée par Gilles Gagné.

Chapitre III : Transformation de la politique au Canada – Une comparaison électorale

Nous l'avons dit, le processus de rationalisation et de technicisation entraîne une profonde mutation de l'État, qu'il s'agisse de la bureaucratisation ou du passage du pouvoir au contrôle évoqué par Michel Freitag. Le contrôle des divers paramètres et la réactivité¹ (le passage à une régulation *a posteriori* chez Freitag) deviennent la voie à suivre. L'un des paramètres que l'État et le parti tentent de contrôler (avec des succès inégaux) est l'image politique. Comme il fut question au cours du second chapitre, l'image politique est, d'une part, physique, et, d'autre part, une représentation mentale collective – c'est-à-dire l'image telle que définie par l'opinion publique. Les médias jouent un rôle important dans la perception de l'image politique par le public et occupent ainsi une place de choix dans l'élaboration des stratégies électorales. Les conseillers et stratèges politiques cherchent à tout prix à contrôler l'image du candidat et du parti et ont recours à un nombre toujours croissant d'outils pour le faire.

Les méthodes de contrôle de l'image politique varient selon la société, l'époque et les technologies disponibles. En ce sens, les technologies de l'information et des communications (TIC), comme les médias d'ailleurs, jouent un rôle de premier plan dans la création, le contrôle et l'entretien de l'image d'un politicien ou d'un parti politique. Un questionnement s'impose : comment la politique de l'image se fait-elle à l'ère des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC)? Autrement dit, quelles sont les différences entre la politique d'aujourd'hui et la politique d'il y a 20 ans? Une analyse comparative de deux élections générales fédérales offre ici des pistes de réflexion pertinentes. Cependant, avant de procéder à cette analyse, une présentation rapide des TIC, de leur évolution et de certains courants théoriques s'impose.

¹ Voir Michel Freitag, *Dialectique et société*, Tome II, Montréal, Éditions Saint-Martin, 1986.

1. Des outils de la technocratisation : les technologies de l'information et des communications

Si on peut voir en la technocratisation l'automatisation et la mise en processus technique de la régulation sociale, celle-ci dépend, dans la société réseau, de la capacité de transiger rapidement des informations et des données d'un acteur à un autre.² La capacité de régulation dépend alors de la rapidité et de l'efficacité de transfert de données qui évoluent au rythme des TIC – l'un des secteurs les plus prolifiques de l'économie contemporaine. Ces technologies n'ont eu de cesse d'évoluer depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. Cependant, c'est à la fin des années 1980 et surtout au cours des années 1990 que les TIC ont pris un envol considérable en permettant un accès plus répandu aux technologies et aux réseaux pour un nombre considérable d'internautes.

1.1 NTIC – définition conceptuelle et (brève) historique

Le Grand Dictionnaire Terminologique offre une définition intéressante des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) :

Technologies de l'information qui se caractérisent par les développements récents dans les domaines des télécommunications et du multimédia, ainsi que par la convivialité accrue des produits et services qui en sont issus et qui sont destinés à un large public de non-spécialistes.³

Cette définition, pourtant très large, contient l'élément distinctif des NTIC par rapport aux TIC : il s'agit de technologies dont l'usage est facile d'apprentissage et dont les interfaces sont devenues de plus en plus standardisés.⁴ Une compréhension de certains

² Voir Manuel Castells, *L'ère de l'information*, Tome 1, Paris, Fayard, 2001.

³ Consulter le site Web du Grand dictionnaire terminologique : http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index1024_1.asp

⁴ On utilise parfois en anglais l'expression *user friendly* pour désigner cette composante des NTIC.

concepts de base permet aux nouveaux utilisateurs de communiquer via des systèmes informatiques complexes et d'accéder à des quantités phénoménales d'informations, de données, d'idées, d'opinions, etc. Certains y verront la démocratisation des technologies des communications, jadis l'exclusivité de spécialistes et de professionnels.⁵ Dans le cadre de ce travail, les NTIC se distingueront des TIC de par leur facilité d'utilisation et leur rapidité d'échange d'informations.

Bien que les ordinateurs étaient déjà présents au milieu du XX^e siècle, les communautés et les organisations virtuelles datent de la fin des années 1960, bien avant l'utilisation répandue de l'Internet.⁶ En effet, à cette époque, les amateurs d'informatique avaient déjà la possibilité d'échanger des informations, des idées et des opinions via leurs ordinateurs. Il est cependant à noter qu'il s'agit ici de groupes restreints ayant de bonnes compétences en informatique et que le système de communication (le réseau) est encore à une phase embryonnaire. L'évolution de la communication par ordinateur se fera par la suite de façon très rapide : on assiste à la mise sur pied des premiers forums de discussion en ligne au cours des années 1980; les babillards électroniques⁷, connus en anglais sous l'acronyme BBS (*Bulletin Board Service*). Ces babillards électroniques offrent la possibilité aux utilisateurs de discuter, d'échanger des informations ainsi que de faire la distribution de certains logiciels (le « shareware »; sorte de logiciel échantillon distribué gratuitement par son créateur). Avec la création de ces forums de discussion en ligne, on

⁵ On peut notamment penser à l'ancien vice-président américain Al Gore mais aussi à Stefano Rodota. Consulter Stefano Rodota, *La démocratie électronique*, Rennes, Éditions Apogée, 1999.

⁶ « Internet est un réseau de réseaux interconnectés à l'échelle planétaire qui possède une série de caractéristiques technologiques résultant de recherches militaires et scientifiques ». Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie le grand malentendu*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université du Québec, 1999, p. 173. Sur ce thème, consulter également Pascal Lapointe, *Utopie.net, la réalité après le rêve*, Sainte-Foy (Québec), Éditions Multimondes, 2002.

⁷ Consulter Pascal Lapointe, *op. cit.*

reconnaît la création des toutes premières communautés virtuelles. L'une des particularités de ces babillards électroniques était leur facilité (relative) de mise sur pied et d'entretien. En effet, il n'était plus nécessaire d'être un ingénieur informatique pour créer et entretenir un forum de discussion en ligne. Le nombre de babillards électroniques s'est alors accru rapidement, chacun offrant des particularités et des services différents. Plusieurs groupes de discussions se spécialisent et on y aborde une grande diversité de thèmes (politique, enjeux sociaux, militantisme, films, musique, sports, séries télévisées, etc.).⁸

Pendant ce temps se développe peu à peu le réseau qui deviendra Internet. Réseau d'origine militaire, son développement se fait dans les universités américaines et permettra sa croissance à l'échelle internationale. Tout d'abord à UCLA (1969) se développe *ARPAnet* (acronyme désignant *Advanced Research Project Agency*; une agence américaine de recherche de pointe) dans lequel on retrouve les premières boîtes aux lettres électroniques ainsi que des forums de clavardage. D'autre part, l'Université de Duke peaufine *ARPAnet* et met sur pied *Usenet*, qui deviendra avec le temps *Internet*. Au cours des années 1990, l'Internet ainsi que les technologies s'y rattachant évoluent très rapidement. On parle alors des *autoroutes de l'information*⁹ qui prendront forme aux

⁸ Malgré la technologie encore quelque peu primitive (lorsque comparée avec les ordinateurs d'aujourd'hui), on retrouve des problèmes similaires à ceux de l'Internet quant à l'accès à certains types d'informations et de messages. En effet, certains babillards électroniques font déjà la promotion de matériel pornographique et de messages haineux. Il importe de constater que ces enjeux sont présents depuis le tout début de l'utilisation publique de services en ligne. Consulter à ce sujet Pascal Lapointe, *op. cit.*

⁹ Il s'agit d'une traduction de l'expression anglophone *Information Super Highway*. « L'utilisation du mot *autoroute* est le fruit d'une coïncidence. [...] Al Gore est le fils d'un ancien ministre des Transport des Etats-Unis qui après la guerre avait fait considérablement développer le réseau autoroutier américain. Le fils baptise donc son projet, dans la continuité de l'action de son père, « les autoroutes de l'information » (en anglais « the *Information Super Highway* »). » Antoine Iris, *Les autoroutes de l'information*, Paris, PUF, collection Que sais-je?, 1996, pp. 90-91.

États-Unis sous l'administration Clinton à partir de 1992. « Au moment de l'élection de Bill Clinton à la présidence des États-Unis d'Amérique, en 1992, son vice-président Al Gore met en chantier un vaste projet qui doit sortir le pays de la crise économique : le National Information Infrastructure, ou NII. »¹⁰ Le commerce en ligne prend un envol spectaculaire, les ordinateurs personnels et les serveurs deviennent de plus en plus performants et l'Internet devient ainsi peu à peu un élément de la vie quotidienne des individus, partout à travers le monde. Plus que jamais, les groupes de discussion et les services en ligne sont utilisés par des individus provenant de divers milieux socio-économiques grâce à un accès répandu au réseau. Avec ces évolutions technologiques, les barrières liées au temps et à la distance s'estompent graduellement permettant un accès rapide et fiable à des informations et des données partout sur la planète, et ce, à tout moment. Il s'agit du début de l'ère de l'instantané, de la rapidité des communications ainsi que de l'absence de distances; autrement dit, *l'ère des NTIC*.

1.2 Théories des NTIC

Il existe, parmi les théories liées aux technologies, trois courants dominants : le déterminisme technologique,¹¹ le constructivisme social¹² ainsi que la coévolution de la technologie et de la société.¹³ Si le déterminisme technologique et le constructivisme social sont aux antipodes quant à la relation entre société et technologie, la théorie de la coévolution semble être la plus équilibrée et représentative cette relation. Dans cette

¹⁰ *Idem.*

¹¹ « Le déterminisme technologique postule que la technologie détermine les effets, positifs ou négatifs, qu'elle induit dans la société. » Voir Patricia Vendramin et Gérard Valenduc (dirs.), *Technologies et société, destins croisés*, La lettre Emerit, Deuxième trimestre, no. 42, 2005, p. 2.

¹² « Pour le constructivisme social, la technologie est déterminée par les rapports sociaux, elle est un artefact socialement construit » Voir Patricia Vendramin et Gérard Valenduc (dirs.), *op. cit.*, p. 3.

¹³ Patricia Vendramin et Gérard Valenduc (dirs.), *op. cit.*, p. 1.

perspective, la société est à la fois déterminée par les technologies et déterminante face aux développements technologiques. « Dans le cas des technologies de l'information et de la communication (TIC), on rencontre à la fois les effets structurants des systèmes technologiques et le façonnage de ces systèmes par les acteurs sociaux. »¹⁴ Bien entendu, les nouvelles technologies ont un impact sur les comportements individuels et collectifs. L'Internet et ses technologies connexes ont modifié la quasi-totalité des sphères privées et publiques : la communication, le commerce, le travail, le divertissement, etc. Cependant, face à cette composante propre au déterminisme technologique, les entreprises qui développent et produisent ces technologies répondent à une demande en provenance de différents milieux.¹⁵ On s'ajuste à la demande et on procède, par exemple, à des études de marché avant de lancer un produit ou avant de le modifier. C'est selon cette logique de réactivité mercantile¹⁶, caractéristique centrale des NTIC, que se développent actuellement les communications.¹⁷ Les NTIC sont ainsi à la fois outils de réactivité parfois imposés aux utilisateurs tout en étant eux-mêmes réactifs à la demande et aux exigences de leur clientèle. Cette double dynamique caractérise bien le modèle de coévolution dans le rapport société/technologie et permet de comprendre pourquoi

¹⁴ Patricia Vendramin et Gérard Valenduc (dirs.), *L'atome, l'octet, le gène : une même approche?*, La lettre Emerit, Deuxième trimestre, no. 42, 2005, p. 5.

¹⁵ On peut notamment penser aux développements technologiques liés aux besoins militaires ou du secteur des affaires.

¹⁶ Que l'on peut définir comme étant le rapport qui découle du rapport client/fournisseur et qui pousse l'entreprise à réagir aux besoins et aux demandes de sa clientèle dans le but de maximiser les profits.

¹⁷ Comme le soulignent Vendramin et Valenduc : « Ils construisent des systèmes d'information et des applications logicielles dont ils savent que les usages auront un effet structurant sur le fonctionnement des entreprises, l'organisation du travail, les représentations mentales et les compétences des utilisateurs, la qualité de la vie, la communication dans la société. Toutefois, cette construction est elle-même déterminée par une série de spécifications qui ne sont pas de nature technique : les politiques publiques, les exigences de clients, les préférences des consommateurs, les mécanismes du marché, les contraintes et opportunités du changement organisationnel, les qualifications disponibles, les trajectoires sociotechniques existantes. Patricia Vendramin et Gérard Valenduc (dirs.), *op. cit.*, p. 5.

certaines technologies deviennent des éléments du quotidien tandis que d'autres se perdent rapidement.

1.3 Les NTIC et la politique fédérale canadienne

Si l'image a toujours fait partie de la politique, son utilisation a grandement évolué avec le développement de technologies de l'information et des communications. Au Canada comme ailleurs, l'utilisation de la presse, de la radio, de la télévision et, plus récemment, de l'Internet et de ses technologies connexes (courriels, bases de données, moteurs de recherche, etc.) a eu des impacts considérables sur la pratique politique. Si l'image politique doit être réactive face aux variations de l'opinion publique et aux différentes situations qui surviennent, la capacité des partis politiques à réagir à ces situations diverses et complexes se voit maximisée grâce aux nouveaux outils à leur disposition. Une autre interrogation s'impose : au cours des 20 dernières années, quelles technologies ont gagné du terrain et quels impacts ont-elles eu sur le contrôle de l'image en politique fédérale canadienne?¹⁸ Pour répondre à ce questionnement, une comparaison de deux élections fédérales canadiennes sera proposée dans le but d'illustrer l'évolution de la politique de l'image en tenant compte des technologies à la disposition des partis et des candidats. On se penchera sur les élections de 1984 et les élections de 2004 qui ont été retenues étant donné leur excellent potentiel d'illustration de la rationalisation, la technicisation, l'utilisation des NTIC ainsi que des changements sur la scène politique canadienne. Il doit être précisé que ces élections ont lieu à des époques d'évolution

¹⁸ La politique fédérale canadienne a été choisie comme objet d'analyse puisque les recherches demeurent relativement limitées face à l'utilisation des NTIC par les partis politiques. Il semble alors pertinent de se pencher sur cette question pour voir à quel point les nouvelles technologies changent la manière dont on fait de la politique au Canada.

technologiques différentes : l'une avant la généralisation de l'utilisation de l'informatique au cours des années 1990, l'autre à la suite de cette prolifération des technologies de l'information et des communications. Ceci dit, l'objectif de l'analyse comparative ne sera pas de démontrer que l'utilisation de l'image est strictement le produit des NTIC, mais plutôt d'illustrer comment ces technologies ont changé la pratique de la politique au Canada.¹⁹

2. Les élections générales fédérales de 1984 – la politique à l'ère de la télévision

Les élections fédérales de 1984 ont été retenues pour illustrer la politique de l'image avant la venue de l'Internet comme acteur médiatique et communicationnel d'importance.²⁰ Il s'agit ici de démontrer certaines facettes de la politique avant le développement massif des NTIC au cours des années 1990. On constate toutefois que les techniques de contrôle de l'image des candidats et des partis sont bien en place et occupent un rôle de première importance dans les stratégies électorales. Avant de se pencher sur le rôle des médias et des technologies au cours de l'élection de 1984, il semble pertinent de procéder à une mise en contexte générale de l'événement étudié. On abordera ainsi certains événements ayant précédés les élections, les chefs des grands partis ainsi que les enjeux de l'élection, pour ensuite passer à une analyse du rôle de l'image, des médias et des technologies.

¹⁹ Il ne faut pas oublier que les NTIC ne se limitent pas au phénomène du Web et du support de l'ordinateur personnel. Les terminaux mobiles de poche (mieux connu sous les marques de commerce *Blackberry* ou *PalmPilot*) et les téléphones cellulaires ont, eux aussi, contribué à accentuer la réactivité et, lorsque nécessaire, l'adaptation rapide aux divers changements de l'environnement politique.

²⁰ En plus de fournir un exemple de la politique canadienne avant la venue des NTIC, l'« élection de 1984 marque un point tournant dans la vie politique canadienne, d'une part parce qu'elle mettait aux prises deux partis qui avaient changé de chefs, qui prétendaient chacun à sa manière incarner le renouveau, et d'autre part parce que ce fut une élection de réaligement qui porta le Parti conservateur au pouvoir après vingt ans de règne libéral. » Voir Denis Monière, *Le combat des chefs – Analyse des débats télévisés au Canada*, Montréal, Éditions Québec/Amérique, 1992, p. 149.

2.1 Contexte politique, chefs et enjeux électoraux

C'est dans un contexte politique mouvementé que s'inscriront les élections générales fédérales de 1984. Sur une période de cinq ans, Pierre Trudeau, Joe Clark et John Turner seront tour à tour Premiers ministres et les Canadiens seront appelés aux urnes lors de deux élections générales.²¹ En plus de cette volatilité parlementaire, le Canada est ébranlé par la tenue d'un premier référendum sur la souveraineté du Québec au mois de mai 1980. Le gouvernement péquiste de René Lévesque affrontera alors le camp fédéraliste de Claude Ryan dans une campagne référendaire qui se soldera par le rejet de la proposition de souveraineté-association du Parti québécois. Malgré la victoire du *Non*, l'unité de la fédération canadienne aura été mise à l'épreuve par voie référendaire pour une première fois. De l'autre côté du Canada, la fédération doit faire face à la grogne de certaines provinces de l'Ouest se sentant lésées par des gouvernements élus en grande partie par l'Ontario et le Québec. Toujours sur le plan de l'unité nationale, le rapatriement de la Constitution en 1982 peut être considéré comme l'un des moments forts de la politique canadienne depuis 30 ans et aura des impacts à plus long terme sur les relations entre le Québec et le Canada. L'unité du pays est de nouveau en cause puisque le Québec ne ratifiera pas cette nouvelle constitution. Des efforts infructueux pour intégrer le Québec seront faits plus tard avec l'Accord du Lac Meech et l'Accord de Charlottetown.

²¹ Les élections tenues le 22 mai 1979 ont permis aux Conservateurs de Joe Clark de défaire les Libéraux de Pierre Trudeau, au pouvoir depuis 1968. Cependant, le gouvernement minoritaire que formeront les Conservateurs sera de courte durée : le parti restera au pouvoir jusqu'au 18 février 1980. Suite à un vote de non confiance, les Libéraux reprendront le pouvoir formant un gouvernement majoritaire sous le leadership de Trudeau, de retour à la tête du parti. Trudeau restera au pouvoir jusqu'au 30 juin 1984 et sera succédé par John Turner, qui deviendra le troisième Premier ministre depuis 1979. Consulter Alan Frizzell et Anthony Westell (dirs.), *The Canadian General Election of 1984: Politicians, Parties, Press and Polls*, Ottawa, Carleton University Press, 1985.

Lors du déclenchement des élections de 1984, les deux grands partis auront à leur tête de nouveaux chefs. Au Parti conservateur, la course au leadership aura eu lieu dès 1983 puisqu'on considère que la défaite électorale aux mains des Libéraux en 1980 porte atteinte à la crédibilité et la confiance qu'on accorde à Joe Clark. La course à la chefferie débute dès le mois d'avril et les principaux rivaux seront Joe Clark, John Crosbie et Brian Mulroney.²² La préoccupation première du parti est de trouver un chef capable de remporter des élections : on recherche un chef capable de mener une campagne forte et imposer le PPC comme parti dominant sur la scène fédérale.²³ Le 11 juin 1983, les membres du parti éliront Brian Mulroney.²⁴

Du côté des Libéraux, c'est lorsque Pierre Trudeau se retire définitivement de la politique en 1984, que le parti, au pouvoir depuis 21 ans (le court mandat de Joe Clark de 1979-1980 mis à part), se doit de trouver un successeur capable d'assurer la transition et le succès électoral. Cependant, cette tâche est plus difficile que d'ordinaire : le choix ne semble pas évident et aucun membre du parti s'impose comme leader évident.²⁵ Malgré les candidatures de Donald Johnson, John Roberts, Mark MacGuigan, John Munro et Eugene Whelan, la course à la chefferie se voit dominée par John Turner et Jean

²² R. Kenneth Carty, *Choosing New Party Leaders: The Progressive Conservatives in 1983, the Liberals in 1984*, in Howard Penniman (dir.), *Canada at the Polls, 1984: A Study of the Federal General Elections*, Durham (North Carolina), Duke University Press, 1988, p. 62. Outre Clark, Crosbie et Mulroney, cinq autres candidats se sont présentés à la chefferie: David Crombie, Michael Wilson, Peter Pocklington, John Gamble et Neil Fraser.

²³ « In the welter of speeches and promises, it soon became clear that there was really only one important issue – the Conservative delegates desperately wanted a leader who would take the party to power, and the developing campaign was increasingly shaped by this imperative ». R. Kenneth Carty, *op. cit.*, p. 65.

²⁴ Il faudra quatre tours aux Conservateurs pour élire leur nouveau chef. À la suite du retrait de John Crosbie lors du troisième tour, 1584 membres du Parti conservateur (soit 54.5% des membres présents) supporteront Brian Mulroney contre 1325 (45.5%) pour Joe Clark. Voir R. Kenneth Carty, *op. cit.*, p. 67.

²⁵ Comme le souligne R. Kenneth Carty : « with no obvious successor in the parliamentary party many of the Liberal ministers who might otherwise have been more modest about their leadership potential were encouraged to consider their chances ». Voir R. Kenneth Carty, *op. cit.*, p. 69.

Chrétien.²⁶ Comme chez les Conservateurs l'année précédente, le style et les idées du prochain leader important peu dans la mesure où ce dernier est en mesure de vaincre les Conservateurs de Mulroney lors de la prochaine campagne électorale.²⁷

John Turner deviendra ainsi Premier ministre du Canada le 30 juin 1984 et affrontera Brian Mulroney lors des élections subséquentes. D'emblée, ces deux politiciens semblaient bien outillés pour une campagne dans laquelle la télévision aurait une importance certaine. John Turner est un politicien photogénique tandis que Brian Mulroney évoque une certaine confiance et passe bien à la télévision.²⁸ Les partis ayant fait leurs choix quant aux dirigeants, la campagne électorale n'allait pas tarder à suivre. « Le nouveau chef libéral, misant sur l'apparente popularité de son parti dans les sondages, déclencha les élections le 9 juillet, soit quelques semaines à peine après son assermentation comme Premier ministre. »²⁹ C'est par cette décision stratégique du PLC que se mettent en branle les élections fédérales du 4 septembre 1984.

Dans leur analyse du traitement médiatique de la campagne de 1984, Frizzell et Westell proposent de regrouper les enjeux électoraux dans des catégories larges

²⁶ Les deux hommes adopteront des styles différents lors de la course au leadership. Chrétien jouera la carte du « p'tit gars de Shawinigan » (stratégie qu'il utilisera tout au long de sa carrière) en adoptant un style populiste pour se montrer proche des citoyens, faisant contraste avec le style de Trudeau. Pour sa part, Turner, qui s'était présenté à la course au leadership contre Trudeau en 1968, adoptera un style d'outsider, ayant délaissé la vie politique en 1975 au profit d'une carrière dans le milieu des affaires. Voir R. Kenneth Carty, *op. cit.*, p. 70.

²⁷ « The Liberal party establishment, like its Conservative counterpart, was preoccupied with winning elections. For them, the best leader would be the man who could restore the party's position in the polls and then defeat Brian Mulroney. Turner looked to be that man. [...] Not surprisingly the party elite abandoned Chrétien and came down heavily for Turner. » Voir R. Kenneth Carty, *op. cit.*, p. 71.

²⁸ « John Turner, especially in his younger days, photographs very well and Brian Mulroney walks confidently and comes across well on television. While they have nothing to do with political ideas, these characteristics do matter on television. » Consulter Mary Anne Comber et Robert S. Mayne (dirs.), *The News Mongers*, Toronto, McClelland and Stewart, 1986, p. 39.

²⁹ Denis Monière, *op. cit.*, p. 149.

permettant de dénoter les grandes lignes de l'élection.³⁰ Les enjeux d'ordre économique occupent le premier rang quant aux occurrences médiatiques. Cette catégorie regroupe notamment le déficit budgétaire, la valeur du dollar canadien sur le marché des changes ainsi que les différentes stratégies des partis pour contrer les problèmes d'ordre économique et leurs coûts.³¹ La question de l'unité nationale reçoit également une importante couverture : en plus du séparatisme québécois, le bilinguisme, le multiculturalisme et une certaine aliénation des provinces de l'Ouest remettront en cause l'unité canadienne.³² Les revendications quant aux droits des femmes occupent pour leur part le troisième rang. D'autres enjeux notables sont la défense et le maintien de la paix (*peacekeeping*), le clientélisme, le chômage, la réforme du système d'imposition, la question énergétique, les affaires sociales ainsi que le changement gouvernemental.

2.2 Aspects médiatiques – l'ère de la télévision

Au cours d'une période électorale, les électeurs dépendent grandement des médias pour recevoir des informations, des analyses et des opinions quant à la campagne. Sans toutefois postuler que les médias exercent un contrôle direct sur les comportements électoraux, force est de constater qu'ils jouent un rôle « non-minimal »³³ au cours des campagnes électorales. Depuis les premiers débats télévisés de 1968, se trouve au cœur de la campagne électorale l'utilisation de la télévision. Une quinzaine d'années plus tard,

³⁰ Quatorze catégories ont été établies en se basant sur 5609 articles parus dans les quotidiens. Parmi les articles analysés, seuls les 1459 articles traitant des politiques (policy) des différents partis ont été retenus. Pour dénombrer et comparer la présence médiatique des enjeux, les auteurs ont ensuite divisé les sujets présents dans les articles en deux sous-groupes : les sujets primaires (« Main Topic ») et les sujets secondaires (« Secondary Topic »). Par exemple, un article qui porte sur des enjeux sociaux (sujet primaire) peut aussi porter, de manière indirecte, sur des enjeux économiques (sujet secondaire); on prend en compte les relations entre les différents sujets. Alan Frizzell and Anthony Westell, *op. cit.*, pp. 61-62.

³¹ *Idem*, p. 62.

³² *Idem*.

³³ *Idem*, p. 55.

L'utilisation de ce médium est devenu un impératif stratégique pour toute campagne sérieuse. Les débats télévisés constituent l'un des moments les plus importants de la campagne tandis que les publicités télévisées aident à forger l'opinion publique et l'image du parti politique. La majorité des domiciles sont alors pourvues de cet appareil permettant de communiquer informations, opinions et divertissements. Tel qu'il en fut question au cours du deuxième chapitre du présent travail, la télévision est couronnée médium par excellence quant à la diffusion de publicité et d'informations en période électorale. L'élection fédérale de 1984 peut donc être classée comme faisant partie de l'*ère de la télévision* caractérisée par la technicisation de la politique, le contrôle de l'image politique ainsi que l'utilisation accrue des médias (notamment la télévision mais aussi la presse et la radio).³⁴

Pourquoi la télévision connaît-elle tant de succès quant à la diffusion d'informations, d'images et d'opinions? Ce média, à la manière de la radio d'ailleurs, permet une réaction plus rapide aux événements que la presse écrite. Grâce à cette technologie, il est possible d'avoir les nouvelles de la journée en soirée plutôt que le lendemain matin. Avec l'évolution des réseaux de communication, la vitesse de réactivité se voit accrue, notamment depuis l'apparition des chaînes de nouvelles continues.³⁵

D'autre part, la télévision combine les aspects auditifs de la radio avec les aspects visuels du cinéma. « L'impact de l'image télévisuelle dépend de sa capacité à présenter une série

³⁴ La Commission Kent souligne d'ailleurs l'importance de la télévision dans le monde des médias: « As part of its inquiry into the state of the press, the Commission also assessed the impact of television on the news industry. The results of this examination are even more disturbing than the developments in the newspaper industry. The Kent Commission found that the television reporter was the *prima donna* of the Ottawa press corps ». Voir Mary Anne Comber et Robert S. Mayne (dirs.), *op. cit.*, p. 26.

³⁵ On peut penser à CPAC, LCN, CTV NewsNet, RDI et CBC Newsworld et, au plan international, à CNN, BBC World.

d'images variantes avec des couleurs attrayantes et des contrastes prononcés [...]. Les coupures, zooms, montages vidéo, narrations et graphiques ont la capacité d'attirer et de conserver l'attention des téléspectateurs. »³⁶ Les stratégies de l'image politique doivent tenir compte de ce format et peuvent alors concentrer leurs efforts sur des clips rapides et efficaces.

En 1984, une fois la période de campagne électorale débutée, l'engouement pour l'utilisation de la télévision est palpable chez plusieurs politiciens. C'est notamment le cas de Brian Mulroney qui souhaite profiter de ce média pour redorer l'image de son parti et prouver qu'il est de taille pour gouverner le pays. Aussitôt l'élection déclarée par Turner, Mulroney propose le débat télévisé comme espace de discussion. « Comme il se doit, dès l'annonce des élections, Brian Mulroney profita de sa première conférence de presse pour mettre au défi ses adversaires de le rencontrer dans un débat télévisé [...]. Le chef conservateur désirait à tout prix affronter John Turner devant les caméras de télévision ».³⁷ D'emblée, Mulroney et son équipe sentaient qu'ils avaient tout à gagner en affrontant en ondes John Turner et Ed Broadbent. Comme c'est souvent le cas en période électorale, le parti au pouvoir risque le plus dans de telles situations puisqu'il doit défendre son bilan, y compris les erreurs commises en cours de mandat. Dans le cas des Libéraux, aux risques découlant de longues années de gouvernance s'ajoute le risque d'une mauvaise performance médiatique du chef.

Pour le chef libéral, le risque était plus élevé que le bénéfice potentiel. D'abord, son parti avait une avance de 10 points sur les Conservateurs dans les sondages. De plus, après une absence prolongée de la vie politique, John Turner était mal à l'aise devant les caméras. Durant la course au leadership, il s'était montré nerveux

³⁶ Traduction libre de Mary Anne Comber et Robert S. Mayne (dirs.), *op. cit.*, p. 29.

³⁷ Denis Monière, *op. cit.*, p. 150.

et hésitant dans ses réponses aux questions des journalistes. Ses tics, bouche sèche, mouvements trop rapides des yeux, inquiétaient ses conseillers qui craignaient qu'il ne commette une gaffe. Ceux-ci estimaient même qu'il était trop « hot » pour la télévision.³⁸

Les Conservateurs auront misé juste quant aux débats télévisés. À la suite du débat francophone, les médias québécois donnent de manière quasi-unanime la victoire à Mulroney. « Tous les journaux francophones accordèrent la victoire au chef conservateur. « Mulroney a marqué des points », titrait *Le Droit*; « Mulroney a l'avantage » (*Le Soleil*); « Mulroney sort gagnant » (*La Presse*). »³⁹ Du côté de la télévision, le verdict est similaire : Radio-Canada et TVA accordent la victoire à Mulroney.⁴⁰ Cependant, les réactions furent différentes du côté des médias anglo-canadiens. À l'examen du débat en français, la presse anglophone ne déclara pas de vainqueur, y voyant plutôt un match nul dans lequel chacun des participants avait réussi à tenir le coup. Ce n'est que suite au second débat, cette fois en anglais, que « la presse fut unanime à dire que Turner avait perdu, les opinions restant partagées quant à savoir qui de Broadbent ou de Mulroney avait remporté le débat ». ⁴¹

Les débats des chefs de 1984 semblent démontrer le potentiel des médias quant à l'influence sur les intentions de vote au Québec comme au Canada. Le quotidien *Globe and Mail* publie le 18 juillet 1984 un sondage démontrant les intentions de vote avant et après le débat des chefs qui laisse croire que le débat a réussi à influencer l'électorat.

³⁸ *Idem*, p. 151. On peut comprendre l'expression « trop hot pour la télévision » comme étant signe d'un chef misant trop sur l'improvisation et la spontanéité. Il devient alors difficile pour les conseillers de planifier et de peaufiner les stratégies médiatiques.

³⁹ *Idem*, p. 198.

⁴⁰ *Idem*.

⁴¹ *Idem*, p. 199.

Tableau 1 : Préférences partisans avant et après les débats⁴²

	Montréal		Toronto	
	Avant	Après	Avant	Après
Parti libéral	45%	41%	39%	23%
Parti conservateur	15%	26%	32%	38%
NPD	5%	8%	9%	18%
Indécis / refus	35%	22%	20%	21%

« While the polls support the notion that the debates had an immediate effect on party standings, it is also clear that the feeling that Mulroney had won (or Turner lost) was strongly reinforced by subsequent media assessments. »⁴³ On peut croire que les débats et les médias ont eu un impact de taille sur la campagne et le déclin de Turner et des Libéraux. Il faut cependant noter que Mulroney n'a pas été le seul à bénéficier des débats : Broadbent et le NPD ont vu les intentions de vote doubler à Toronto et grimper de 60% à Montréal. L'étude électorale nationale de 1984⁴⁴ a démontré dans un sondage postélectoral que Mulroney avait surclassé Turner lors des débats mais soulignait aussi que Broadbent avait presque aussi bien performé que le chef conservateur.⁴⁵ En somme, les débats ont été bénéfiques à tous, sauf à Turner, qui verra son avantage dans les sondages fondre comme neige au soleil, au Québec comme au Canada.

Outre son succès lors des débats télévisés, Brian Mulroney allait prendre les moyens de cultiver une saine image médiatique et d'exploiter au maximum ses capacités d'orateur pour gagner des appuis politiques. Dans le camp conservateur, l'influence

⁴² Denis Monière, *Le combat des chefs – Analyse des débats télévisés au Canada*, Montréal, Éditions Québec/Amérique, 1992, p. 200.

⁴³ Frederick J. Fletcher, *The Media and the 1984 Landslide*, in Howard Penniman (dir.), *Canada at the Polls, 1984: A Study of the Federal General Elections*, Durham (North Carolina), Duke University Press, 1988, p. 182. Sur ce sujet, voir aussi David J. Lanoue, « Debates That Mattered: Voters' Reaction to the 1984 Canadian Leadership Debates », *Canadian Journal of Political Science / Revue canadienne de science politique*, vol. 24 (no. 1), Mars 1991, pp. 51-65.

⁴⁴ Traduction libre de : *1984 National Election Study*.

⁴⁵ Frederick J. Fletcher, *op. cit.*, p. 181.

américaine se fait de sentir au niveau de la mise en scène médiatique : « Taking a leaf from the book of Ronald Reagan, Mulroney traveled with a portable backdrop, along with a lectern and sound system, which he used for all his public appearances. »⁴⁶ Lors des discours en campagne électorale, l'utilisation de ce matériel et d'une toile de fond blanche avec un logo aux couleurs du parti permet à Mulroney et son équipe d'avoir un certain contrôle sur l'environnement et donc l'image du chef.⁴⁷ Les similarités entre la campagne de Mulroney et celle de Reagan ne se limitant pas à l'utilisation d'une toile de fond et d'un lutrin : le chef conservateur et son équipe avaient en tout temps un cartable dans lequel se trouvaient des indications précises quant aux dispositions à prendre pour chaque arrêt lors de la campagne.⁴⁸

Si les stratèges conservateurs remportent un certain succès quant au contrôle de l'image de chef, on peut entrevoir que l'équipe de John Turner est moins prête pour une guerre de l'image. Un incident notable et malheureux pour les supporteurs libéraux survient le 18 juillet lors d'un événement organisé par le Parti libéral. Turner croit alors acceptable de saluer Iona Campagnolo, alors présidente du PLC, d'une tape amicale sur le fessier; le tout sous l'œil attentif des journalistes présents.⁴⁹ Deux jours plus tard, soit le 20 juillet, CTV diffusera le clip incriminant et l'incident fera boule de neige. « Le clip a été montré et la couverture médiatique qui a suivi a transformé cet événement de

⁴⁶ *Idem*, p. 166.

⁴⁷ « Its purpose was to provide a clear, uncluttered background against which the leader could be seen and photographed. » Consulter Mary Anne Comber et Robert S. Mayne (dirs.), *op. cit.*, p. 37.

⁴⁸ « The binder was a compendium of requirements for how a visit from the Tory leader was to be handled by his advance staff. It specified everything from what colour and make of car should be rented for the visit to what back-up arrangements should be made for any planned outdoor event, in case of bad weather. » Voir Mary Anne Comber et Robert S. Mayne (dirs.), *op. cit.*, pp. 37-38.

⁴⁹ Consulter notamment à cet égard « A very tactile politician », reportage télévisé diffusé sur les ondes de la CBC le 20 juillet 1984. Le reportage peut être trouvé sur le Web à l'adresse suivante : http://archives.cbc.ca/IDC-1-73-2106-13007/politics_economy/john_turner/clip7

soixante secondes en l'un des plus gros enjeux de la campagne électorale fédérale de 1984. »⁵⁰ En plus des questionnements sur le respect de Turner pour la gente féminine, les journalistes s'en prendront à cœur joie dans les blagues, les jeux de mots et les caricatures. Bien que Campagnolo ne s'est pas offusquée du geste du chef à son endroit,⁵¹ cet incident ternira l'image de Turner qui sera perçu comme étant quelque peu rétrograde à l'endroit des enjeux de sexe. Si les médias semblent avoir eu une influence sur les comportements électoraux, il fait également reconnaître leur capacité d'*agenda setting*.

The point of most interest about bum patting [...] is that it was an issue placed on the political agenda by the media. It wasn't that the party leaders had different policies on bum patting that needed to be publicly discussed or debated [...] No, the point is that the media placed bum patting on the agenda and then, by dint of constant attention, kept it there. It was a media-created issue.⁵²

Les médias ont en cela joué un rôle de premier plan quant à l'image politique lors de l'élection de 1984. Chez les Libéraux, les manquements au niveau du contrôle de l'image politique de Turner semblent avoir eu un impact de taille sur les comportements électoraux – notamment suite aux débats des chefs. Une utilisation efficace des technologies disponibles aura permis aux Conservateurs de garantir une image positive dans les médias et gagner les débats télévisés. Le peu de prise en compte de la variable médiatique par Turner n'aidait en rien une reprise de contrôle et un regain de popularité. Turner a appris à ses dépens que la politique des années 1980 n'était plus celle du « hugging » et du « patting »; bref, de la spontanéité. Au contraire, comme l'avait compris les Tories, elle devait maintenant être rationalisée, aseptisée, standardisée, soigneusement contrôlée et mise en scène.

⁵⁰ Traduction libre de Mary Anne Comber et Robert S. Mayne (dirs.), *op. cit.*, p. 45.

⁵¹ Au moment de l'incident, Campagnolo répliquera elle aussi par une tape amicale sur le fessier de Turner pour montrer aux journalistes présents qu'il s'agit d'échanges amicaux entre collègues de travail.

⁵² Mary Anne Comber et Robert S. Mayne (dirs.), *op. cit.*, p. 46.

2.3 Administration interne

Le débat des chefs et les performances médiatiques de Mulroney ont grandement contribué au succès des Conservateurs. Cependant, il faut souligner que cette performance médiatique et le succès électoral subséquent nécessitent une stratégie efficace, une réactivité prête de la part des dirigeants et des conseillers ainsi qu'une excellente coordination des ressources financières, matérielles et humaines. Pour recueillir les appuis nécessaires au succès politique et électoral, la publicité et les communications se doivent d'être efficaces et ciblées. L'objectif même de la campagne électorale est de recueillir des appuis politiques qui se traduiront en votes le jour du scrutin. Concrètement, ces appuis peuvent prendre trois formes : les dons (en argent, en biens ou en services rendus), le militantisme et le bénévolat, ainsi que l'appui sous forme de vote.

Les partis doivent remplir les coffres tout au long de l'année (et surtout avant les élections) pour payer pour les diverses dépenses occasionnées par la vie politique, incluant salaires, bureaux, fournitures, transports, communications, etc. Ainsi, de vastes campagnes de financement sont mises sur pied et auront des impacts significatifs sur la capacité du parti à performer dans les médias. À partir du milieu des années 1970, l'une des techniques de publicité ciblée utilisée systématiquement par les partis politiques est le publipostage. « Le financement par publipostage (appelé aussi « publicité directe ») consiste dans l'envoi de lettres à des particuliers ou à des organismes afin de les inciter à fournir un don à un parti ou à un candidat ou une candidate. Les dons sont envoyés par

courrier. »⁵³ Sur le plan du matériel et de la technique, le publipostage fonctionne au rythme du service postal et requiert un certain investissement quant au papier et coûts reliés à la poste.⁵⁴ Malgré les coûts associés au matériel et à l'effort, le publipostage est un élément essentiel de toute campagne électorale puisqu'il contribue à amasser des dons importants en provenance d'individus et d'entreprises.

À l'évidence, les militants et les bénévoles supportent les partis dans leurs efforts pour gagner des appuis. Bien que le financement des partis, par l'entremise de dons, soit d'une importance primordiale à la survie politique, les formations politiques doivent aussi recruter des militants et des bénévoles pour assurer le bon fonctionnement des campagnes électorales. Le téléphone et la poste seront les moyens de communication favorisés par les partis pour recruter des bénévoles et militants. Le téléphone est le moyen privilégié puisqu'il permet de rejoindre des bénévoles potentiels de manière rapide et avec des coûts moindres. Cependant, le téléphone permet de rejoindre une personne à la fois et nécessite des bénévoles ou des militants pour effectuer les appels à partir d'une liste prédéfinie.

Au niveau des communications internes, le téléphone est l'outil le plus employé en 1984, puisque l'utilisation de ressources informatiques ne permet pas, pour l'instant,

⁵³ W.T. Stanbury, *L'argent et la politique fédérale canadienne – Le financement des candidates et candidates et des partis*, Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis et Groupe Communication Canada, Approvisionnements et services Canada et Dundurn Press, Wilson & Lafleur, 1991, p. 271.

⁵⁴ « Le coût unitaire de la sollicitation par correspondance était, en 1990, de 0,40\$ à 0,50\$ pour un publipostage « de prospection », cette somme pouvant atteindre 1\$ environ dans le cas des envois avec salutation personnalisée établis d'après une liste interne. » W.T. Stanbury, *op. cit.*, p. 273.

une exploitation efficace du courriel comme système de communication primaire.⁵⁵ Bien que le téléphone permette une communication rapide et efficace, d'importants coûts peuvent y être associés. Comme le souligne Grant Kippen⁵⁶ quant aux campagnes ayant précédées 1993, l'utilisation du téléphone et des tableaux de distribution (*switchboard*) limitait l'efficacité des communications internes du parti.⁵⁷ En plus du potentiel de frustration lié aux lignes occupées, le système avait des limites quant à son efficacité et nécessitait des ressources importantes.

Les élections fédérales de 1984 démontrent bien le processus de rationalisation qui caractérise la politique moderne au Canada. Les efforts déployés par les Conservateurs pour contrôler l'image du chef et du parti auront porté fruit avec la victoire de Mulroney sur Turner. Suite à des problèmes au niveau du leadership, des bévues dans les médias ainsi que des débats télévisés plutôt difficiles, les Libéraux n'ont pas été en mesure de conserver leur avance dans les sondages. Cette victoire électorale entamera neuf ans de règne conservateur au Canada. Ce n'est qu'en 1993 que les Libéraux, sous la direction de Jean Chrétien, réussiront de nouveau à former un gouvernement. Bien qu'on voit l'importance de l'image et la rationalisation de la politique, les campagnes se déroulent alors en l'absence de bon nombre d'outils qui permettront plus tard (notamment suite aux années 1990) aux partis d'être plus efficaces et rapides dans la saisie de

⁵⁵ Bien que des systèmes informatiques permettent l'utilisation du courriel, les réseaux ne sont pas encore assez performants pour être utilisés à grande échelle. Consulter Grant Kippen, *The Use of Information Technologies by a Political Party*, Vancouver, SFU-UBC Centre for the Study of Government and Business, 2000.

⁵⁶ Grant Kippen est co-fondateur de la firme de consultation et de communication The Hillbrooke Group à Ottawa. Il a participé à de nombreuses campagnes électorales avec le PLC.

⁵⁷ « The national office had used up to three switchboards in order to answer and direct telephone calls and if all incoming lines were occupied the caller simply received a busy signal – an extremely frustrating experience » Grant Kippen, *op. cit.*, p. 28.

données, dans leurs communications ainsi que dans leurs efforts de recrutement et de financement.

3. Les élections générales fédérales de 2004

Si les élections fédérales de 1984 permettent de constater l'importance de l'image et des médias en politique fédérale canadienne, les stratèges politiques n'ont pas accès aux mêmes technologies de l'information et des communications qu'en 2004, notamment l'Internet et de ses technologies associées. Lorsque mise en comparaison avec l'élection de 1984, l'élection fédérale de 2004 permettra d'illustrer les impacts des NTIC sur la pratique de la politique, le contrôle de l'image, la rationalisation et la technicisation du processus électoral. Bien que l'Internet était présent au cours d'élections précédentes, ce n'est qu'au cours des élections fédérales de 2000⁵⁸ que l'ensemble des partis politiques dispose de sites Web.⁵⁹ Dès lors, l'utilisation de l'Internet et de ses technologies connexes aura une influence majeure sur les stratégies électorales des partis politiques : l'utilisation de l'Internet dans les campagnes électorales sera désormais impérative. Comme le soulignent Paul Attallah et Angela Burton, la présence du parti politique sur le Web ne relève plus de la stratégie mais de la simple nécessité.⁶⁰ On constate ici la double dynamique d'évolution des technologies et des pratiques politiques. Les nouvelles

⁵⁸ "The federal election of 2000 may well be remembered as a key transitional period in the coverage and circulation of political information. Indeed, its most outstanding media event may well have been the emergence of the Internet as a new and legitimate source of information capable of challenging television as the dominant information medium." Consulter Paul Attallah and Angela Burton, « Television, the Internet, and the Canadian Federal Election of 2000 », in Jon H. Pammett and Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2000*, Toronto, Dundurn Press, 2001, p. 215.

⁵⁹ « The general election of 2000 was Canada's inaugural Internet election simply by virtue of the fact that all actors in the political process were present and active online throughout the campaign. » Paul Attallah and Angela Burton, *op. cit.*, p. 226.

⁶⁰ « All five political parties with official party status had a web presence during the election campaign; indeed some form of web presence is clearly not a strategic decision anymore, but rather a bare necessity. » *Idem*, p. 227.

technologies permettent l'accès à des réseaux de communication plus efficaces et réactifs pour les partis politiques, mais exigent à la fois leur participation à ces réseaux. Il devient impensable pour un acteur politique (ou social) d'être absent de cette sphère : le succès dans la vie publique dépend dorénavant de la présence dans les médias et dans le cyberspace.

Les élections fédérales de 2004 ont à leur tour été marquées par cet impératif technologique, plus encore sans doute qu'au cours de la campagne de 2000. Au Canada, l'accès et l'utilisation de l'Internet auront augmenté de 13% entre 2000 et 2004 tandis que les connexions seront devenues plus rapides.⁶¹ De plus, certaines leçons ont été retenues de l'expérience de 2000, notamment au niveau de la facilité d'utilisation pour les internautes (*user friendly*) et de la performance des serveurs⁶². « In the 2000 election, cyberspace was uncharted territory for political parties, and they did not make effective use of the technology. By 2004, the parties were much more proficient in their understanding of this new political space. »⁶³ Toutefois, avant de se tourner vers les

⁶¹ « The number of people surfing the Web continued to grow in Canada. In fact, 64 percent of Canadian households use the Internet regularly. This represents a 13 percent increase since 2000. Today, most Canadians access the Internet from home (55 percent) and subscribe to the Internet using a high-speed connection (65 percent). » Tamara A. Small, « parties@canada: The Internet and the 2004 Cyber-Campaign », in Jon H. Pammett and Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2004*, Toronto, Dundurn Press, 2004, p. 205.

⁶² Au cours des élections fédérales de 2000, certaines contraintes techniques ont limitées le succès de l'utilisation de l'Internet lors de la campagne. Certains partis avaient des sites trop complexes et certains utilisateurs n'ont pu avoir accès aux informations sans de longs moments d'attente : « CanadianAlliance.ca was plagued by over-ambitious web design that in many cases served only to alienate Internet surfers using less sophisticated computers and web browsers. » Par ailleurs, certains serveurs n'ont pas été assez puissants pour suffire à la demande le soir des élections : « Server problems were also the culprit on election night, as most major media websites were completely overwhelmed when the voting results began pouring in from across the country between 10:00 and 10:30 p.m. » Voir Paul Attallah and Angela Burton, *op. cit.*, pp. 228-233.

⁶³ Tamara A. Small, *op. cit.*, p. 230.

aspects médiatiques et technologiques de cette élection, penchons-nous sur le contexte politique et social entourant l'événement.

3.1 Contexte politique, chefs et enjeux électoraux

À la manière des élections de 1984, les élections fédérales de 2004 auront lieu au cours d'une période de transition dans la vie politique canadienne. « If elections are contests over how the country is to be governed and by whom, then the election of 2004 was an aftershock to a more seismic contest that had been going on for years. »⁶⁴ Cette citation de Jon Pammett et Christopher Dornan⁶⁵ est révélatrice quant au contexte ayant mené aux élections de 2004. On fait allusion à la situation dans laquelle se trouve le PLC à la veille des élections qui viendront arracher la majorité parlementaire aux troupes de Paul Martin. Pour les Libéraux, deux éléments allaient marquer cette campagne : la transition Jean Chrétien / Paul Martin ainsi que le scandale des commandites. Le leadership du parti est remis en question dès 2002 et on reconnaît les premiers balbutiements d'une course au leadership. Les divisions à l'intérieur du PLC se font sentir : les supporters de Martin appellent à la démission de Chrétien, qui n'entend pas prendre sa retraite immédiatement. Le 21 août 2002, Chrétien annonce qu'il quitte ses fonctions de chef de parti au début de l'année 2004. Paul Martin sera élu chef du PLC en novembre 2003 et deviendra, par le fait même et à la manière de John Turner, Premier ministre du Canada.⁶⁶ Lorsque les travaux de la chambre reprennent en février 2004, les

⁶⁴ Jon H. Pammett and Christopher Dornan, *Election Night in Canada: The Transition Continues*, in Jon H. Pammett and Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2004*, Toronto, Dundurn Press, 2004, p. 7.

⁶⁵ Jon Pammett et Christopher Dornan sont professeurs à l'École de journalisme et de communication de l'Université Carleton.

⁶⁶ Jon H. Pammett and Christopher Dornan, *op. cit.*, p. 11.

« lézardes du vieil édifice rouge, notamment la guerre intestine qui a opposé et qui oppose encore le clan Chrétien au clan Martin »⁶⁷ se font toujours sentir. À peine une semaine plus tard, la Vérificatrice générale Sheila Fraser dépose son rapport d'enquête qui rend compte d'un programme de commandites fédérales, ce qu'on appellera bientôt le *scandale des commandites*.

À la fin de l'année 2002, les pourparlers d'une fusion éventuelle entre l'Alliance canadienne et le Parti progressiste conservateur débutent, redonnant espoir aux supporteurs de tendance plus conservatrices. Cette fusion viendrait mettre fin à une guerre entre deux partis similaires, regrouperait le mouvement conservateur sous l'emblème d'un parti unique et permettrait par le fait même de concurrencer avec les Libéraux. Le PLC ne pourrait plus compter sur la division du vote pour remporter des élections. Cependant, pour plusieurs, dont l'ex-chef du Parti Joe Clark, une fusion avec l'Alliance signifierait la fin du PPC. Le Conservateur de longue date stipule que son ancien parti est en expansion et n'a pas besoin d'une union avec un parti qu'il juge extrémiste⁶⁸. « La survie, c'est réglé! [...] Il est encore possible que nous soyons au moins deuxièmes aux prochaines élections. »⁶⁹ D'autres membres du Parti progressiste conservateur se montreront plus favorables à une unification de la Droite au Canada.⁷⁰ Le 15 octobre 2003, les deux partis arrivent à une entente et forment le nouveau Parti conservateur du Canada; la course à la chefferie débute dès janvier 2004. Lors du congrès

⁶⁷ Gilles Toupin, « L'impénétrable avenir du gouvernement Martin et du Parti libéral du Canada », *Possibles*, Vol. 29 (no. 1), hiver 2005, p. 18.

⁶⁸ Michel Vastel, « La droite tourne en rond », *L'Actualité*, Vol. 27 (no. 20), 2002, p. 78.

⁶⁹ Cité dans Michel Vastel, *op. cit.*

⁷⁰ On retrouve parmi ces partisans Brian Mulroney, ancien premier ministre conservateur, ainsi que les premiers ministres provinciaux conservateurs Ralph Klein (Alberta), John Hamm (Nouvelle-Écosse) et Pat Binns (l'Île-du-Prince-Édouard). Ces derniers voient en la fusion un renouveau de la Droite au Canada plutôt qu'une assimilation du PC par l'Alliance.

à la direction tenu le 20 mars 2004 à Toronto, Stephen Harper, ancien leader de l'Alliance canadienne, sera choisi par ses pairs pour mener le nouveau parti.⁷¹

Le 23 mai 2004, la Gouverneure générale dissout la Chambre des communes : les élections seront tenues le 28 juin. Comme dans chaque campagne électorale, certains enjeux occupent une place plus importante dans les médias, les débats et la conscience collective. Lors des élections de 2004, le sujet de l'heure est le scandale des commandites qui se traduit par une remise en question de l'intégrité du gouvernement libéral. La corruption gouvernementale et la « bonne gouvernance » seront au centre des enjeux électoraux.⁷² Les partis de l'opposition auront attaqué les Libéraux sur ce point avec un succès inégal. Outre l'intégrité gouvernementale, administrative et parlementaire, la santé, surtout en ce qui a trait à la réduction des temps d'attente, a été le cheval de bataille des Libéraux. « The health care issue did work in the Liberals' favour and appears to be a major factor in the limited victory they eventually achieved. »⁷³ Les enjeux liés à la santé et aux politiques sociales ont lentement surpassé les enjeux économiques quant à leur importance au cours des campagnes électorales : « over the last four elections, the emphasis of the electoral campaign discourse has changed from economics to social policy agenda, and particularly health ». ⁷⁴ Le tableau suivant démontre cette mutation en partant de 1993 :

⁷¹ Consulter le site officiel du Parti conservateur : www.conservative.ca

⁷² Les Conservateurs parleront de « faire le ménage à Ottawa ».

⁷³ *Idem.*

⁷⁴ Jon H Pammett and Christopher Dornan, *op. cit.*, p. 16.

Tableau 2 : Enjeux les plus importants selon les électeurs canadiens (sondage pan-canadien), 1993–2004⁷⁵

Enjeux	2004	2000	1997	1993
Santé	32%	31%	8%	3%
Chômage, emploi	1	2	24	44
Économie	3	3	4	8
Déficit, dette	4	6	10	18
Impôts	3	7	3	-
Unité nationale, régionalisme québécois	1	3	13	4
Ressources, environnement	2	2	1	-
Enjeux sociaux	1	4	2	1
Confiance et imputabilité du gouvernement, des partis et des leaders	18	8	3	7
Scandale des commandites	4	-	-	-
Autre	12	5	3	4
Aucun / ne sais pas	19	29	29	10

Sources: 1993 *Insight Canada Research Post-election survey*; 1997–2004 *POLLARA Post-election surveys*

Les enjeux économiques (dont la dette et le déficit) et ceux touchant l'unité nationale ont laissé place à des enjeux de santé et d'imputabilité gouvernementale. Notons que le gouvernement garde un contrôle important sur ces enjeux, tandis qu'il perd peu à peu le monopole sur la sphère économique, tel que discuté au cours du premier chapitre du présent travail.

3.2 L'utilisation des NTIC dans la campagne électorale

La décennie qui a précédé ces élections a été caractérisée par un développement rapide et une transformation profonde des TIC. Si l'utilisation de plus en plus répandue de l'Internet fut l'une des caractéristiques importantes de la campagne de 2004, il ne faut pas négliger la place et le rôle occupé par la télévision : ce média a continué de primer sur tout autre quant à son importance dans l'élaboration des stratégies. Cependant, avec

⁷⁵ André Turcotte, *Canadians Speak Out*, in Jon H. Pammett and Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2004*, Toronto, Dundurn Press, 2004, p. 324. (Traduction libre)

l'évolution des connaissances des technologies et les avantages liés à l'utilisation de l'Internet en campagne électorale, les partis politiques ont déployé de plus grands efforts dans la conception et l'entretien des sites.

Dans son ouvrage *Communication Technology*,⁷⁶ Darin Barney⁷⁷ identifie trois rôles qu'occupent les NTIC dans les récentes campagnes électorales. Tout d'abord, les NTIC sont utilisées à des fins d'administration interne et pour faciliter la mobilisation et la recrutement des militants et des bénévoles. Un second usage que font les partis politiques des NTIC est la publication de messages, d'informations et de publicités. Cette forme de communication est efficace puisque le parti exerce un contrôle quasi-total sur le message qui est communiqué. Finalement, les partis politiques utilisent les NTIC pour recueillir des informations et en faire l'analyse pour peaufiner leurs stratégies électorales.⁷⁸

3.2.1 L'Internet comme outil d'administration interne

Du côté interne, l'utilisation de l'Internet, des courriels, des bases de données (et leurs outils associés) et autres fonctions informatiques semble avoir contribué à rendre le parti politique, comme l'entreprise privée, plus efficace et performante. « The use of electronic communication media such as e-mail to coordinate administration and to facilitate mobilization, recruitment, and fundraising have undoubtedly made parties more

⁷⁶ Darin Barney, *Communication Technology*, Vancouver, UBC Press, 2005.

⁷⁷ Darin Barney est titulaire de la Chaire de recherche du Canada en technologies et citoyenneté et professeur au département de communications de l'Université McGill.

⁷⁸ Darin Barney, *op. cit.*, p. 135.

efficient in terms of internal communication. »⁷⁹ L'instauration de systèmes informatiques aura permis aux partis politiques de transiger plus rapidement de l'information tout en créant des registres de supporteurs et de militants (sous forme de bases de données), ainsi qu'effectuer des recherches souvent complexes dans un laps de temps restreint. On assiste en quelque sorte à l'outillage technocratique du parti politique, hérité du monde des affaires.

Au cours de la campagne 2004, les partis politiques utilisent les technologies à leur disponibilité pour maximiser l'efficacité de l'administration interne. Les sites Web permettent aux partis de recueillir des dons, de trouver de nouveaux membres et de recruter des bénévoles. Le tableau suivant, tiré du chapitre *parties @canada : The Internet and the 2004 Cyber-Campaign* de Tamara A. Small,⁸⁰ donne un aperçu des utilisations du Web par les partis politiques, lors de la campagne de 2004.

Tableau 3 : Caractéristiques permettant l'engagement des électeurs sur les sites Web des partis lors de la campagne 2004⁸¹

	BQ	Cons	Vert	Lib	NPD
Dons	X	X	X	X	X
Adhésion au parti	X	X	X	X	X
Bénévolat		X	X	X	X
Cartes électroniques	X	X			
Envoyer à un ami		X	X	X	
Action politique			X	X	
Téléchargement		X			
Contribuer au site Web	X				
Marchandises			X		X

⁷⁹ Darin Barney, *op. cit.*, p. 140.

⁸⁰ Tamara A. Small, « parties@canada: The Internet and the 2004 Cyber-Campaign », in Jon H. Pammett and Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2004*, Toronto, Dundurn Press, 2004.

⁸¹ *Idem*, p. 222. (Traduction libre)

Dans un premier temps, le financement est une caractéristique commune à l'ensemble des sites qui permet au public de contribuer au financement de la campagne avec des dons. L'utilisation du site Web en plus de la sollicitation par courriel sont des alternatives peu coûteuses lorsque comparées au publipostage (qui demeure néanmoins utilisé). Il est à noter que tous les sites des partis politiques avaient en place des serveurs sécurisés, c'est-à-dire des dispositifs de sécurité permettant des transactions en ligne à l'abri du piratage et de la fraude. Les Libéraux et les Conservateurs accorderont une grande importance au financement par le Web : « the importance of resource generation and recruitment is evident in the many hypertext links on the home pages of some of the parties. For instance, the Conservatives and Liberals had six and five such links on the home pages of their sites, respectively ». ⁸² Tous les sites permettaient également à l'électeur de devenir membre du parti. Encore une fois, l'utilisation du Web et du courriel est une alternative et/ou un ajout économique à l'utilisation du papier et de la poste.

Par rapport au bénévolat, l'Internet devient un outil très efficace pour solliciter l'aide et l'appui d'individus dans l'ensemble des circonscriptions. Quant au recrutement, tous les sites, à l'exception du Bloc québécois, permettaient aux usagers de s'informer des besoins du parti en matière de main d'œuvre gratuite. Nous l'avons dit, malgré les progrès techniques liés à l'ère des NTIC, les bénévoles demeurent un élément fondamental de toute campagne électorale. Ce sont eux qui feront du porte-à-porte pour le parti, assembleront les paquets publicitaires, contribueront à la campagne téléphonique et feront « sortir le vote » le soir des élections. Cependant, en plus de ces fonctions classiques accordées aux bénévoles, la campagne fédérale de 2004 verra la naissance

⁸² Tamara A. Small, *op. cit.*, p. 222.

d'une nouvelle forme de bénévolat basée sur le Web. Il s'agit du cyber-bénévolat (*cyber-volunteering*), développé au cours de la campagne de 2000 aux États-Unis⁸³ et qui se caractérise par l'efficacité et la facilité de communication et de publicité ainsi que d'un rôle de supervision relativement restreint du parti. La clef du cyber-bénévolat est l'implication minimale qu'on demande aux participants : il s'agit bien souvent d'envoyer quelques courriels ou encore de publier une bande annonce sur un site personnel.⁸⁴ Ces courriels et publicités sont standardisés (souvent sous forme de cartes électroniques) et requiert simplement que le bénévole les expédie à sa liste de contacts. Il s'agit donc d'une forme de communication très directe et efficace avec des supporteurs potentiels. « The « send to a friend » and e-campaigning links seen in this election represent recognition of the benefit of providing on-line links for voters to get involved. Very easily and quickly Internet users became cyber-volunteers helping to spread the message and generate excitement on behalf of the campaign. »⁸⁵

La mobilisation des supporteurs a été un autre aspect important de l'utilisation des NTIC au cours de la campagne de 2004. On constate que le Web permet une plus grande réactivité aux enjeux qui surviennent tout au long de la campagne. « Within a few moments of an important event occurring, the Web can be used by the campaign in public relations. It can quickly get out messages to the public, supporters, and the press. »⁸⁶ On peut notamment penser au Parti vert qui, après s'être vu exclus des débats télévisés,

⁸³ Howard Dean a popularisé cette technique au cours de la campagne électorale de 2000: « he was able to create an army of hundreds of thousands of supporters to campaign on his behalf without direct organization from campaign headquarters ». Voir Tamara A. Small, *op. cit.*, p. 224.

⁸⁴ On appelle cette technique « word of mouse ». *Idem*, p. 223.

⁸⁵ *Idem*, p. 225.

⁸⁶ *Idem*.

utilisera les technologies disponibles pour réagir rapidement face à la situation et mobiliser les militants et bénévoles. Une pétition en ligne fut mise en place dans le but de démontrer la volonté du public pour un débat des chefs plus ouvert. Cette pétition permettait aux électeurs de faire connaître leur mécontentement envers les réseaux de télévision sans nécessiter une coordination active de la part du Parti vert et en minimisant l'utilisation de ressources financières humaines.

3.2.2 *La communication du message politique par Internet*

Si l'Internet est présent dans les campagnes électorales canadiennes depuis 1997,⁸⁷ ce n'est qu'en 2000 que son utilisation se répand à l'ensemble des partis et, en 2004, que les techniques et les stratégies se peaufinent. Avant même que la campagne ne soit enclenchée, le Parti libéral lance une série de publicités télévisées négatives dans lesquelles le spectateur peut lire des citations critiquables de Stephen Harper. Bien entendu, la publicité négative n'est pas nouvelle au Canada. Cependant, la particularité de ces messages télévisés se trouvait à la fin de la publicité : on encourage alors le spectateur de consulter un site Web intitulé *StephenHarperSaid.ca* sur lequel on pouvait trouver d'autres citations en provenance du chef du Parti conservateur.⁸⁸ Les Conservateurs ont alors répliqué quelques jours plus tard en créant le site *TeamMartinSaid.ca* sur lequel on retrouvait des citations embarrassantes en provenance de Paul Martin et du Parti libéral.

Lorsque les élections sont déclenchées le 23 mai, les sites Web des deux grands partis seront mis à jour très rapidement. Le Parti libéral n'aura besoin que de quelques

⁸⁷ *Idem*, p. 203.

⁸⁸ *Idem*, p. 203.

heures pour faire des ajouts sur son site tandis que les Conservateurs feront de même le lendemain matin.⁸⁹ Pour sa part, le NPD ne se contentera pas de simples ajouts sur un site préexistant mais dévoilera un tout nouveau site. Cette tactique s'avèrera périlleuse puisque le nouveau site était alors toujours en construction, le chargement des pages étant difficile au cours de la première journée.⁹⁰ Du côté du Parti vert et du Bloc québécois, les sites avaient été rénovés plusieurs semaines avant le déclenchement officiel des élections.⁹¹ Le tableau suivant démontre les différents types d'informations retrouvés sur les sites Web des partis politiques au cours de la campagne fédérale de 2004.

Tableau 4: Informations retrouvées sur les sites Web des partis lors de la campagne de 2004⁹²

	BQ	Cons	Vert	Lib	NPD
Histoire du parti	X	X	X	X	X
Structure du parti	X				
Dirigeants du parti	X			X	
Profil du chef	X	X	X	X	X
Comment rejoindre les candidats	X	X	X	X	X
Biographies des candidats	X		X	X	
Nouvelles de la campagne	X	X	X	X	X
Salle de presse	X	X	X	X	X
Plateforme du parti	X	X	X	X	X
Enjeux et politiques	X	X	X	X	X
Comparaison des plateformes des différents partis			X		
Discours électoraux	X	X	X	X	X
Appuis de personnalités connues			X		
Calendrier de campagne	X	X	X	X	X
Journal de campagne		X			X
Information pour voter	X			X	X
Information sur les circonscriptions			X	X	
Forum de réfutation		X		X	
Couverture médiatique de la campagne		X	X	X	
Comment joindre le parti	X	X	X	X	X
Archives	X	X	X	X	X
Section réservée aux membres	X			X	

⁸⁹ *Idem*, p. 210.

⁹⁰ *Idem*.

⁹¹ *Idem*.

⁹² Tamara A. Small, « parties@canada: The Internet and the 2004 Cyber-Campaign », in Jon H. Pammett and Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2004*, Toronto, Dundurn Press, 2004, p. 212. (Traduction libre)

L'ensemble des sites permet aux utilisateurs d'accéder à des informations concernant l'histoire du parti; un profil du chef; des liens pour contacter les candidats; des nouvelles de la campagne; une section *nouvelles*; la plateforme électorale du parti; les orientations du parti en matière de politique; des discours électoraux; un calendrier de la campagne; des liens pour contacter le parti ainsi que des archives contenant des informations publiées antérieurement. Chaque site offre ainsi un grand nombre d'informations qui sont accessibles rapidement et à toute heure de la journée ou de la nuit. Les sites Web minimisent les contraintes dues à l'espace et au temps – la politique n'étant pas limitée aux heures normales de travail. « As a dynamic space, the Web allows for the continual publication of new information. From their computer desks, Internet users could essentially be on the campaign trail, since the Web sites were frequently updated to reflect the events and messages of the campaign. »⁹³ D'autre part, les partis font usage de l'Internet non seulement pour rejoindre l'électorat, mais aussi pour entrer en contact avec les médias. « For practical purposes, the Internet serves as an efficient and inexpensive tool for the campaign to reach the press. Moreover, there is evidence that the Internet is “reshaping political journalism” by being an important research tool »⁹⁴

Constatant que l'usage de l'Internet par les partis politiques est de plus en plus répandu, surtout en période électorale, la publicité électorale sur le Web se verra réglementée au même titre que la publicité dans les médias classiques. Dans le Rapport du directeur général des élections du Canada sur la 37^e élection générale tenue le 27 novembre 2000, certaines règles seront définies pour encadrer la publicité électorale et

⁹³ *Idem*, p. 213.

⁹⁴ *Idem*.

les messages publicitaires⁹⁵ sur le Web. Ainsi, on propose une série de questions pour savoir si un message publié sur Internet constitue de la publicité électorale au sens de la *Loi électorale du Canada*.

Pour juger si un message émis par un tiers peut se définir comme de la publicité électorale, il faut se poser quatre questions : Une élection est-elle en cours? Le message est-il diffusé au public? S'agit-il d'un message publicitaire? Une personne raisonnable y verrait-elle un message favorable ou défavorable à un candidat ou à un parti, ou une prise de position sur une question à laquelle est associé un candidat ou un parti? Si la réponse aux quatre questions est Oui, le message constitue de la publicité électorale.⁹⁶

Les messages reflétant l'opinion d'un individu ne seront pas perçus, par la loi, comme de la publicité électorale. Les groupes de discussion en ligne ainsi que les sites Web personnels vont donc devenir d'importants véhicules de communication d'idées et d'opinion lors d'une campagne électorale (ou à tout autre moment dans le combat politique). Cependant, la publication d'annonces faisant la promotion d'un blogue ou d'un site Web fait partie de ce qu'on considère comme étant de la publicité électorale. Autrement dit, si on fait la promotion d'un blogue partisan dans les pages d'un quotidien, il s'agit de la publicité électorale. Par ailleurs, l'usage de moyens de communication directe (i.e. l'envoi de courriels ou la mise en ligne de publicités dans des sites Web) sera considéré comme étant de la publicité électorale.

⁹⁵ « Un message publicitaire s'entend d'une publicité achetée, par exemple, à la télévision, à la radio, dans un journal ou une revue, ou sur un panneau-réclame; un message inclus dans des dépliants ou des publipostages envoyés à des foyers qui ne l'ont pas demandé ou dans des appels téléphoniques non sollicités; ou un bandeau publicitaire sur le site Web d'un autre organisme ou individu. » Rapport du directeur général des élections du Canada sur la 37^e élection générale tenue le 27 novembre 2000. Document électronique http://www.elections.ca/gen/rep/re2/statreport2000ge_f.pdf

⁹⁶ Rapport du directeur général des élections du Canada sur la 37^e élection générale tenue le 27 novembre 2000. Document électronique http://www.elections.ca/gen/rep/re2/statreport2000ge_f.pdf

3.3.3 Bases de données et gestion d'information

La mise sur pied du *Registre national des électeurs* en 1993 a eu des impacts considérables sur la politique au Canada. « Probably the single most important technological innovation during this election campaign was the provision of electronic voter's lists by Elections Canada to registered candidates and political parties. »⁹⁷ Le *Registre national des électeurs* est une base de données offerte aux partis et aux candidats enregistrés qui « contient des enseignements généraux sur chaque électeur : le nom, l'adresse, le sexe et la date de naissance. L'inscription au registre est facultative ».⁹⁸ En 1993, ces listes sont offertes sur disquettes et en 1997, sur CD-ROM.⁹⁹ Les renseignements retrouvés dans ces bases de données permettent aux partis politiques d'adapter leurs stratégies électorales de manière plus efficace qu'auparavant. En effectuant des croisements de données, les partis sont en mesure de dresser des portraits sociodémographiques pour chacun des comtés électoraux. La publicité peut alors devenir plus ciblée et s'adapter aux différents « marchés politiques » que courtisent les partis en campagne électorale. Cette méthode est employée, entre autres, pour tenter de maximiser les chances de succès électoral de candidats-vedettes. Ainsi, lorsqu'il s'agit d'individus qui n'ont pas une très grande expérience politique, on procède à des « études de marché » pour trouver un comté qui lui permettrait d'être élu le plus facilement possible.

⁹⁷ Grant Kippen, *op. cit.*, p. 9.

⁹⁸ Élections Canada: Le Registre national des électeurs (Site Web)

<http://www.elections.ca/content.asp?section=gen&document=ec90780&dir=bkg&lang=f&textonly=false>

⁹⁹ Grant Kippen, *op. cit.*, p. 9.

En plus du *Registre national des électeurs*, le parti politique dispose de ses propres bases de données internes qui deviennent des outils nécessaires à toute campagne électorale. Ceux-ci permettent d'extraire rapidement des informations précises sur une panoplie de sujets liés à la campagne électorale. « Electronic databases allow for the storage, search, and retrieval of massive volumes of complex information, and increasingly powerful computers enable increasingly sophisticated processing and modeling of this information. »¹⁰⁰ On utilise ces bases de données pour identifier des bénévoles et des militants potentiels ainsi que de recueillir des dons auprès d'entreprises. Avec l'évolution et la standardisation du matériel informatique et des systèmes d'exploitation,¹⁰¹ il devient possible d'exporter rapidement l'information contenue dans les bases de données à un grand nombre d'analystes politiques, de militants et de bénévoles.

L'utilisation de bases de données est un élément central de toute campagne électorale sérieuse puisqu'elle permet d'esquisser le portrait de l'électorat selon différents paramètres contrôlables. Les stratégies y voient un puissant outil de recherche, d'administration et de planification électorale. « Strategists from the New Democratic, Liberal, and Canadian Alliance parties spent considerable time highlighting the utility of ICTs for profiling and tracking voter preferences [...] »¹⁰² Les technologies ont été adoptées par les différents partis politiques pour permettre un contrôle accru des

¹⁰⁰ Darin Barney, *op. cit.*, p. 138.

¹⁰¹ Notamment par les grandes firmes américaines telles que Microsoft, IBM, HP ou, plus récemment, Apple.

¹⁰² Darin Barney, *op. cit.*, p. 138.

paramètres électoraux et une réactivité plus grande aux événements qui ponctuent le parcours électoral.

4. Analyse : différences et continuité en campagne électorale fédérale

Après s'être penché sur la politique fédérale canadienne en temps d'élections en 1984 et en 2004, quelles conclusions peut-on tirer quant aux changements qu'ont occasionnés les NTIC sur la manière dont on fait de la politique au Canada? Les élections de 1984 ont permis de voir que l'image politique, transmise par les médias classiques tels que la télévision, la radio et la presse écrite, est d'une importance capitale quant au succès des candidats, du parti et de son chef. Si l'utilisation des médias a pu être favorable à la campagne de Mulroney et des Conservateurs, on ne peut pas en dire autant pour John Turner et les Libéraux. Comme l'ont suggéré Frizzell et Westell, les médias n'ont pas réellement fait preuve de favoritisme envers les Conservateurs.¹⁰³ Selon ces auteurs, il s'agit plutôt de la conjoncture dans laquelle se trouvaient les partis.¹⁰⁴

Bien que les médias aient gardé une certaine objectivité face à l'élection, on ne peut pas dire que Turner ait aidé sa cause avec de nombreuses gaffes médiatiques. Un manque de préparation et une utilisation de technologies vétustes auront également mené à une perte de contrôle de l'image politique. Les médias auront réagi en reflétant ces manquements au niveau de l'image en accordant une importance peut-être artificielle à certains événements ainsi qu'en publiant des photos plutôt embarrassantes dans les

¹⁰³ Consulter Alan Frizzell and Anthony Westell (dirs.), *op. cit.*, pp. 55-74 (Chapitre 3).

¹⁰⁴ « We cannot now deduce from these results any bias in the coverage. Turner and Mulroney were treated with an even hand; as the party in power and in charge of patronage, the Liberal party may have attracted criticism simply by what it did, while the Conservative party, free from the responsibilities of office, had less to answer for [...]. » *Idem*, p. 65.

grands quotidiens publiées en première page du *Globe and Mail* au cours des jours qui ont précédé les élections.

Analysts have advanced a number of widely differing but equally plausible explanations for the outcome. Leadership has been an obvious choice in this regard. Almost all agree that Liberal leader John Turner stumbled badly during the campaign, appearing rusty, disorganized and ineffective in debate. Many have suggested that these image problems were responsible for the Liberals' steeply declining performance in the polls over the course of the campaign. Brian Mulroney's smooth and tightly organized operation provided a dramatic contrast, but proponents of the leadership explanation point as well to the role that Mulroney's Quebec origins may have played in manufacturing the P.C. breakthrough in that province.¹⁰⁵

Lorsqu'on compare ces élections à celles de 2004, on constate que les médias classiques gardent toute leur importance, tandis que les NTIC permettent de nouvelles voies stratégiques aux partis politiques. Les NTIC sont à la source d'au moins deux grands changements de la politique canadienne; l'un se rapportant à la communication et l'organisation interne et l'autre se rapportant à la publicité et la diffusion de messages. Du côté interne, les NTIC permettent une gestion plus efficace des ressources humaines ainsi qu'un potentiel de recrutement et de levée de fonds moins coûteux que les méthodes classiques (notamment le téléphone et le publipostage).

Sur le plan externe, la prolifération des NTIC aura des impacts sur la capacité des partis à diffuser des informations et de la publicité. « Similarly, parties' use of the web to publicize party and campaign material probably means that more people, both inside and outside the party, have better access to unmediated partisan information than was

¹⁰⁵ Steven D. Brown, Ronald D. Lambert, Barry J. Key and James E. Curtis (dirs.), *The 1984 Election: Explaining the Vote*, Waterloo (Ontario), Wilfrid Laurier University, Department of Political Science, 1987, p. 1.

previously the case. »¹⁰⁶ Tamara Small énumère cinq différences majeures entre l'Internet et les autres médias.¹⁰⁷ Dans un premier temps, l'Internet permet aux usagers d'interagir rapidement, contrairement aux médias traditionnels. L'émetteur et le récepteur peuvent ainsi établir un dialogue permettant l'échange d'idées. Deuxièmement, l'Internet permet l'archivage d'une quantité phénoménale d'informations qui sont repérables grâce à différents moteurs de recherche.¹⁰⁸ Troisièmement, l'aspect multimédia de l'Internet permet de combiner l'écrit, l'image et le son ce qui occasionne des changements dans la forme et le style des messages. Par ailleurs, la diffusion sélective permet à l'émetteur de s'adresser à des individus plutôt qu'à la masse. On peut alors focaliser son message pour communiquer plus efficacement. Finalement, la communication sur Internet pousse à la décentralisation et une sélectivité accrue quant aux messages envoyés et reçus.

Where parties have been quick to seize upon the potential of these technologies is in their usefulness for sophisticated gathering, storage, and processing of data about voters and their preferences, in an effort to craft campaign strategies that are at once highly centralized and highly customized. Some might argue that such practices enable parties to be more precisely responsive to the particular preferences of citizens.¹⁰⁹

Ce constat mène à des questionnements quant à l'utilisation des NTIC par les parlementaires et les partis politiques. Tout d'abord, les NTIC permettent-elles véritablement un échange entre l'électorat et les élus? Malgré l'abondance d'informations et la mise à jour rapide des sites des partis, on constate que la communication se fait encore, en bonne partie du moins, de manière unidirectionnelle. Pour le moment, les sites

¹⁰⁶ Darin Barney, *op. cit.*, p. 140.

¹⁰⁷ Tamara A. Small, *op. cit.*, p. 207.

¹⁰⁸ On doit noter que la facilité de repérage d'informations ne joue pas toujours en la faveur des partis qui misent fortement sur l'oubli.

¹⁰⁹ Darin Barney, *op. cit.*, p. 140.

offrent généralement peu d'options interactives au cours de cette campagne. Le tableau suivant démontre l'utilisation d'éléments à caractère interactif selon le parti politique.

Tableau 5: Caractéristiques interactives des sites Web des partis lors de la campagne 2004¹¹⁰

	BQ	Cons	Vert	Lib	NPD
Formulaire de rétroaction	X	X		X	X
Adresse courriel			X		
Bulletin d'info par courriel	X	X	X	X	X
Boîte à commentaires	X				
Jeux en ligne					
Livre d'invité					
Sondages d'opinion					
Dialogue en ligne avec le chef	*	*			
Blogue					
Forums de discussion			X		

* Gilles Duceppe et Jim Harris ont participé à un forum de clavardage sur le site cyberpresse.ca.

Ce tableau de Tamara A. Small démontre que relativement peu d'éléments interactifs étaient mis à la disposition des usagers lors de la campagne électorale de 2004. Cependant, tel qu'il fut question au cours du second chapitre, les citoyens ont les moyens de faire valoir leur opinion en ligne par l'entremise de blogues et de sites Web personnels; il s'agit du *user generated content*. Les tribunes permettant l'échange d'idées et d'opinion existent donc, mais en parallèle des sites officiels. On peut alors se questionner sur la volonté des partis à s'ouvrir aux idées des électeurs et à poser des gestes concrets d'innovation technologique et politique : quelle place la technicisation¹¹¹ de la sphère politique laisse-t-elle à l'innovation et au changement?

¹¹⁰ Tamara A. Small, « parties@canada: The Internet and the 2004 Cyber-Campaign », in Jon H. Pammett and Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2004*, Toronto, Dundurn Press, 2004, p. 216. (Traduction libre)

¹¹¹ On entend par « technicisation » le processus de transformation de la politique par la technique. On peut penser notamment aux impacts de l'utilisation du cellulaire et des terminaux mobiles de poche (*Blackberry*, *PalmPilot*, etc.)

5. Conclusion

Ce chapitre, mettant en comparaison les élections de 1984 et de 2004, a eu comme objectif premier d'illustrer la manière dont les nouvelles technologies ont pu s'intégrer au monde politique et par le fait même changer le travail quotidien des spécialistes et du personnel de support (dont les militants et les bénévoles). La nouveauté introduite par les NTIC se trouve au niveau de rapidité de transfert de données, d'informations et de connaissances, trois éléments qui, selon nous, contribuent à un accroissement de la réactivité au sein de la formation politique et/ou du gouvernement. On peut en quelque sorte y voir la venue de nouveaux outils permettant une réactivité toujours plus grande aux derniers enjeux. Tel qu'il en fut question au cours du second chapitre du présent travail, le temps médiatique, issu de l'utilisation des technologies de pointe, semble exercer une certaine influence sur le temps politique. On doit réagir toujours plus rapidement à des enjeux divers et complexes. Combiné à une certaine fonction d'agenda-setting, c'est-à-dire la répartition du temps (et donc des énergies) sur différents enjeux, les médias occupent un rôle privilégié quant à leur influence sur les élus (et, ainsi, les électeurs).

**Chapitre IV : Grandeur et misère – Le parcours médiatique de l'ADQ
en 2002-2003**

1. Mise en contexte

Avec l'échec du Lac Meech, le débat constitutionnel et la séparation des pouvoirs demeurent (et demeurent toujours d'ailleurs) des enjeux politiques de taille au Canada et au Québec. L'Accord de Charlottetown, soumis au référendum pan-canadien le 23 octobre 1992, se voulait une tentative nouvelle de séparer les pouvoirs constitutionnels provinciaux et fédéraux. Au Québec, les libéraux de Robert Bourassa appuient la ratification de l'Accord. Cependant, il y a dissidence au sein du parti : on constate rapidement la formation du camp du *Oui* (l'aile fédéraliste) et le camp du *Non* (l'aile souverainiste). L'aile jeunesse du parti, alors dirigée par Mario Dumont, se rangera du côté du *Non*. Une fois l'Accord rejeté par les canadiens, Dumont se trouve dans une situation délicate : bien qu'il ait eu raison d'appuyer le *Non*, il est allé à l'encontre de la ligne de parti et de son chef. Son avenir au sein du parti est incertain : le 26 novembre 1992, l'exécutif du parti juge que Dumont doit admettre son errement et rentrer dans le rang. Il refusera de s'excuser et se verra suspendu de l'exécutif du parti.¹¹² Le lendemain même, Dumont démissionne en tant que président de la Commission-Jeunesse et remet sa carte de membre.¹¹³

C'est dans ces conditions que Mario Dumont se trouve, comme le décrit si bien Julien Béliveau, dans les *limbes politiques*.¹¹⁴ Dès son départ du PLQ, il déclare ne pas vouloir se joindre au Parti québécois et « qu'il à l'intention de procéder à une profonde

¹¹² Le PLQ suspendra également Marie-Claude Barrette (qui deviendra plus tard l'épouse de Mario Dumont), Jean Norbert et Dany Morin.

¹¹³ Consulter Julien Béliveau, *Mario Dumont : le pouvoir de l'image*, Montréal, Éditions Trait d'Union, 2002, pp. 88-89.

¹¹⁴ *Idem*, p. 89.

réflexion politique, et, qui sait, peut-être songera-t-il même à une troisième voie ».¹¹⁵ Il s'agit du coup d'envoi du groupe «Réflexion Québec»¹¹⁶ qui vise à « attirer des penseurs de toutes orientations politiques pour définir un nouveau projet de société ».¹¹⁷ Ce nouveau projet de société, cette « troisième voie », a comme objectif principal d'innover politiquement pour contribuer au développement du Québec. À la fin mai 1993, Dumont déclare « qu'il souhaite qu'entre en scène un troisième parti politique même si la création d'une telle formation devait éloigner certains penseurs du club de réflexion, peu enclins à l'action politique ».¹¹⁸ La table est mise pour l'entrée d'une nouvelle formation sur la scène politique québécoise et les réactions des partis en place se feront bientôt entendre. Julien Béliveau rapporte les commentaires de Jacques Parizeau face à l'Action démocratique du Québec :

Parizeau, pour sa part, n'aime pas du tout l'idée d'une troisième voie qui pourrait potentiellement faire dévier du mauvais bord un scrutin serré, « divisant le vote ». Avec sa faconde, habituelle, il pose la question aux journalistes: si vous n'êtes pas fédéraliste ou souverainiste, vous êtes pour qui: « Les limbes, l'Arctique? » (Presse canadienne, La Presse, 8 octobre 1993).¹¹⁹

Dumont construira son parti sur « la voie de l'entre-deux »,¹²⁰ ne voulant pas se limiter aux options politiques traditionnelles; soit le séparatisme et le fédéralisme. On constate ainsi l'émergence d'un parti visant une nouvelle voie politique et l'élargissement des options disponibles pour les électeurs. Bien que la direction prise par l'ADQ quant à ses idées politiques peut être remise en question (un nouvel emballage pour de vieilles

¹¹⁵ Julien Béliveau, *op. cit.*, p. 89.

¹¹⁶ Qui deviendra plus tard Action Québec et finalement, lorsqu'il se lance en politique, Action démocratique du Québec (ADQ).

¹¹⁷ *Idem*, p. 92.

¹¹⁸ *Idem*, p. 95.

¹¹⁹ *Idem*, p. 98. Cette interrogation de Parizeau démontre bien la dualité politique qui caractérise la scène politique québécoise.

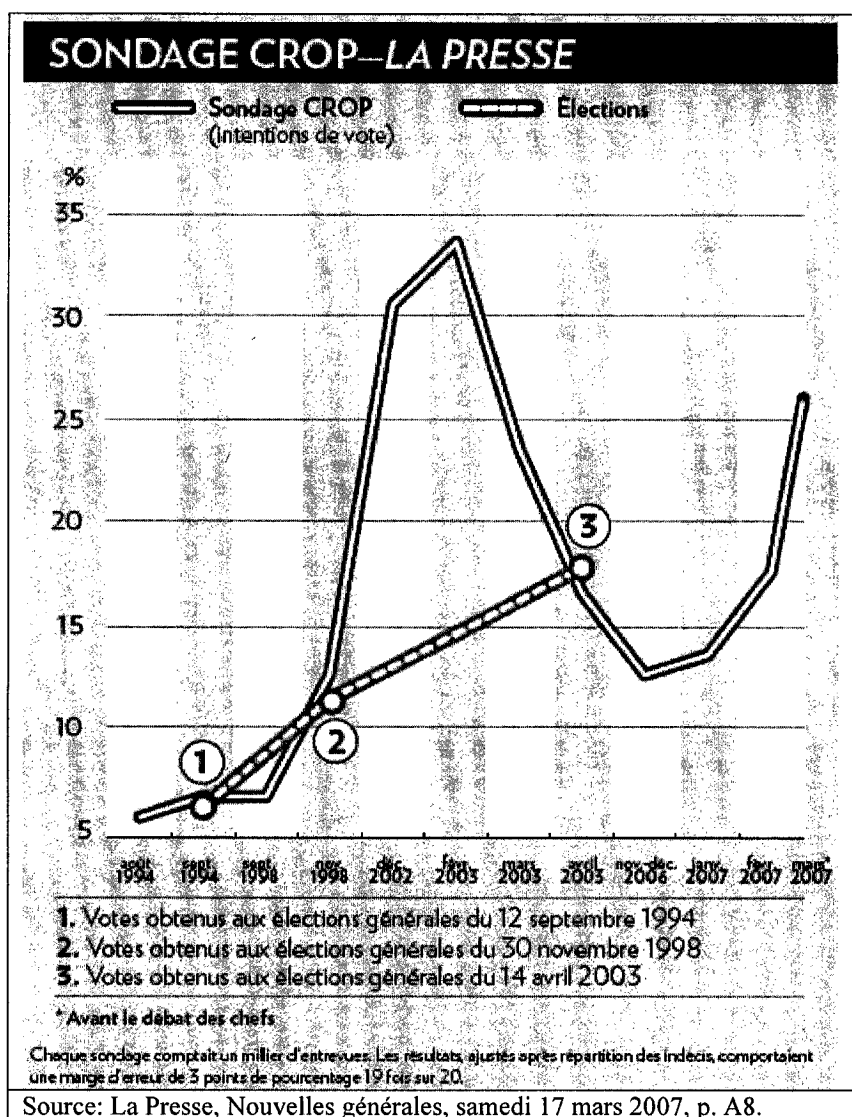
¹²⁰ *Idem*, p. 98.

idées diront certains, une droite rétrograde diront d'autres), il s'agit néanmoins d'un élargissement de l'offre politique au Québec.¹²¹

Jusqu'aux élections générales provinciales de mars 2007, le succès de la formation politique de Mario Dumont a été mitigé. On réussit, au mieux, à faire élire quelques candidats tandis que l'appui populaire ne permet pas d'accéder au statut de parti officiel à l'Assemblée nationale. Pourquoi alors se pencher sur le cas d'un tiers parti qui, jusqu'à tout récemment, n'a pas été en mesure de rivaliser avec le Parti libéral et le Parti québécois? La réponse à cette question se trouve dans la performance médiatique de l'ADQ, notamment entre avril 2002 et avril 2003, ce qui sera l'objet d'analyse de ce présent chapitre.¹²² En effet, il fut un temps, à l'été 2002, où rien ne semblait pouvoir stopper la *vague adéquiste*. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution de l'ADQ dans les intentions de vote telles que rapportées par la maison CROP. Bien qu'on constate un progrès relativement constant quant aux votes obtenus lors des élections de 1994, 1998 et 2003, on doit reconnaître que les intentions de vote ont fluctué de manière surprenante entre novembre 1998 et avril 2003.

¹²¹ Plus récemment, Québec solidaire, né de la fusion de l'UFP et Option citoyenne, est un autre parti offrant une voie nouvelle pour la politique provinciale.

¹²² Si l'ADQ a connu un succès phénoménal au cours de l'été 2002, c'est grâce à sa capacité à utiliser les médias. Au contraire de formations politiques d'envergure similaire, il s'agit d'un parti relativement jeune qui a su utiliser les techniques de communication politique pour gagner l'appui des médias et, dans une certaine mesure, le support populaire. Par son utilisation du clip et ses bonnes performances dans les tribunes politiques, Mario Dumont garde l'attention des médias et des électeurs et se taille une place aux côtés du PQ et du PLQ. On se rappellera qu'en 1998, lorsqu'il est l'unique député de l'ADQ à l'Assemblée nationale, Dumont parvient même à faire partie des débats télévisés en compagnie de Lucien Bouchard et Jean Charest. Comme le fait valoir Julien Béliveau, « depuis son élection à la direction de la Commission-Jeunesse, Dumont avait, au fil des ans, développé une belle assurance devant les caméras ainsi que le talent de la phrase lapidaire qui vous fait passer et remarquer dans un « clip » télé de quinze secondes. S'en priver, comme diffuseur, serait tout simplement bête ». Consulter Julien Béliveau, *op. cit.*, p. 181.



Si les sondages se sont montrés assez précis lors des périodes électorales, un questionnement s'impose quant à l'importante variation de l'opinion publique entre les élections de 1998 et de 2003. Après plusieurs années difficiles, pendant lesquelles Dumont siègera seul à l'Assemblée nationale, l'Action démocratique du Québec et son chef connaîtront un succès phénoménal dans les sondages d'opinion publique lors de l'été 2003. Après ses victoires lors des élections partielles d'avril et de juin 2002, le jeune parti se hissera au premier rang dans les sondages quant aux intentions de vote, avant de

dégringoler tout aussi rapidement. Le politicologue Guy Laforest, président de l'ADQ au cours de la campagne 2003, souligne l'importance des médias dans le parcours de cette formation politique :

Les médias furent remarquablement généreux envers Mario Dumont et l'ADQ quand nous représentions l'espoir d'un renouveau pour le Québec après les élections partielles du printemps 2002. [...] Les médias ont incontestablement contribué à la montée de l'ADQ en 2002. Ils ont amplifié notre poussée. La même remarque s'applique à notre dégringolade avant et pendant la campagne d'avril 2003.¹²³

Quelles conclusions peut-on tirer de ces fluctuations vertigineuses de l'opinion publique par rapport au rôle et à l'impact des médias sur la politique au Québec et au Canada? Pour mieux comprendre ce phénomène, une analyse de la trame de l'opinion publique en lien avec le discours médiatique s'impose.

L'objectif de cette analyse est de tenter de faire le lien entre le contrôle de l'image médiatique¹²⁴ et les intentions de vote telles que rapportées dans les sondages. On tentera également de démontrer le contrôle (et la perte de contrôle subséquente) exercé par l'ADQ sur l'image politique grâce à l'utilisation du *clip* bien calculé dans les médias. Le but n'est pas de voir si les sondages affectent directement ou non les comportements de l'électorat, mais plutôt de dégager certaines tendances quant à la relation entre le ton employé dans les médias et le succès du parti dans les sondages. Le parcours de l'ADQ a été sélectionné pour illustrer le pouvoir légitimateur des médias, clef de voûte du succès politique. Contrairement à d'autres tiers partis de la scène provinciale québécoise, l'ADQ et son chef auront su utiliser les médias de manière à gagner crédibilité et notoriété

¹²³ Guy Laforest, *Pour la liberté d'une société distincte*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université Laval, 2004, pp. 320-321.

¹²⁴ C'est-à-dire la capacité du parti de se représenter de manière positive dans les médias.

auprès de l'électorat. L'analyse de ce cas servira de surcroît, et en un second temps, à illustrer la difficulté actuelle de proposer des solutions différentes aux problèmes politiques et sociaux au Québec. En somme, le parcours médiatique de l'ADQ en 2002-2003 est un événement signifiant quant à la compréhension du pouvoir légitimateur des médias, ainsi que leur impact sur le processus politique au niveau provincial.

2. *Considérations méthodologiques*

2.1 *Collecte de données*

Puisque cette recherche porte sur les médias canadiens et québécois, l'analyse de contenu¹²⁵ sera utilisée pour démontrer le parcours de l'ADQ entre avril 2002 et avril 2003. Cette technique de démonstration empirique a été retenue puisqu'elle permet de constater les évolutions d'un objet d'étude sur une période donnée et comporte plusieurs avantages dont une certaine exhaustivité, la capacité de comparaison, la profondeur, la liberté du chercheur ainsi que la liberté de l'analysé.¹²⁶ Pour contrer les lacunes subjectives possibles, l'analyse se limitera, étant donné l'ampleur de la démonstration ainsi que du cadre de recherche, au contenu manifeste des articles recueillis. Il s'agit donc de faire une analyse de premier niveau de manière à diminuer le risque d'interprétation fautive. À ce point, une analyse qualitative nous semble suffisante pour mettre en lien l'image politique et le discours médiatique. Cependant, l'élaboration d'une analyse

¹²⁵ Il s'agit d'une technique qui « observe son sujet d'étude d'une manière indirecte, au moyen d'un document ou du message produit par ce dernier ». François Dépelteau, *La démarche d'une recherche en sciences humaines*, Saint-Nicholas (Québec), Presses de l'Université Laval, 2000, p. 296.

¹²⁶ Par contre, il est à noter que cette technique comporte également des désavantages dont le facteur temps (une telle analyse peut être très longue), la subjectivité de l'analyse ainsi que la subjectivité du chercheur. François Dépelteau, *op. cit.*, pp. 311-314.

quantitative pourrait être d'un grand intérêt pour permettre une compréhension plus globale et approfondie du sujet d'étude.¹²⁷

Quant à la saisie de données, les textes informatifs, les articles généraux, les éditoriaux, les textes d'opinion et les lettres publiées dans deux grands quotidiens du Québec¹²⁸, soit *La Presse*¹²⁹ et *Le Devoir*¹³⁰, ont été recueillis sur une période s'étalant sur approximativement un an, soit des élections partielles du printemps 2002 aux élections générales 2003 (avril 2002 à avril 2003).¹³¹ L'objectif de cet exercice est de dégager les tendances lourdes quant au ton des articles publiés dans ces quotidiens à l'égard de Mario Dumont et de l'ADQ lors de périodes importantes de fluctuation de l'opinion publique.¹³²

¹²⁷ Au départ, une approche statistique a été mise sur pied dans le but d'analyser le contenu des deux quotidiens montréalais. Cependant, faute de temps et de données, nous avons renoncé à cette approche pour focaliser nos efforts sur une analyse qualitative du cas de l'ADQ.

¹²⁸ Dans le contexte de cette recherche, les quotidiens montréalais francophones ont été pris en compte.

¹²⁹ *La Presse*, le plus grand titre du Groupe Gesca (une filiale de Power Corporation), est le second quotidien d'importance au Québec avec environ 195 000 copies vendues par jour en semaine et 275 000 le samedi (Louis Cornellier, *Lire le Québec au quotidien*, Québec, Les éditions Varia, 2005, p. 98). *La Presse* entretient une ligne éditoriale marquée par des opinions penchant vers le fédéralisme. Il est le journal le plus « polyvalent » de Montréal, regroupant à la fois, analyse politique et sociale, sports et divertissement. Ce quotidien s'inscrit quelque peu entre les deux catégories évoquées par Bourdieu.

¹³⁰ *Le Devoir* est un quotidien indépendant à saveur indépendantiste et, depuis les années 1990, sociale-démocrate. Sa situation de corporation indépendante lui permet de prendre position sans que des intérêts, autre que ceux du journal lui-même, soient affectés, ce qui lui confère une grande crédibilité. « Tous, ou presque, le reconnaissent comme un grand journal » (Louis Cornellier, *op. cit.*, p. 129). Cependant, la popularité du journal est limitée ; on vend, à l'échelle de la province, 27 000 copies par jour la semaine et 42 000 copies le samedi (Ibid., p. 129). Selon Cornellier, sa réputation de journal « intellectuel » et difficile d'accès, ses faibles moyens financiers, son contenu limité quant aux sports et au divertissement ainsi que le succès de *La Presse* en tant que journal d'information sont des raisons pour lesquelles le tirage de ce quotidien est relativement petit. Des quotidiens montréalais, *Le Devoir* est celui qui se rapproche le plus du journal d'opinion tel que décrit par Bourdieu.

¹³¹ La recherche d'articles s'est fait par l'entremise du moteur de recherche *Sélection Audio Universia* en utilisant les mots de recherche suivants : « ADQ » ou « Mario Dumont » ou « Action démocratique du Québec », etc. Les articles ont été triés selon le type (information ou opinion), le journal et la date de publication (par mois). Avant de passer à l'analyse, une sélection des articles pertinents à l'objet d'étude a été effectuée dans le but de fournir des résultats plus précis.

¹³² La recherche documentaire sera une l'autre méthode utilisée pour recueillir des informations, des données et des récits relatifs à la scène politique provinciale. Cette seconde méthode de démonstration a été retenue puisqu'elle permet de se faire une idée globale quant à la situation à analyser. Une revue de

Pour permettre une analyse du discours médiatique, deux grandes phases seront analysées. Les sondages serviront de « bornes temporelles » pour délimiter ces périodes. Dans un premier temps, on se penchera sur la montée de l'ADQ dans les sondages, c'est-à-dire la période s'étalant entre avril et novembre 2002. On constatera au cours de cette période un discours médiatique positif à l'endroit de l'Action démocratique. Par la suite, une seconde phase, s'étalant de décembre 2002 à avril 2003, sera analysée. Celle-ci sera caractérisée par le déclin de l'ADQ dans les sondages et la perte du contrôle de l'image médiatique.

3. Légitimation médiatique de l'ADQ - avril à novembre 2002

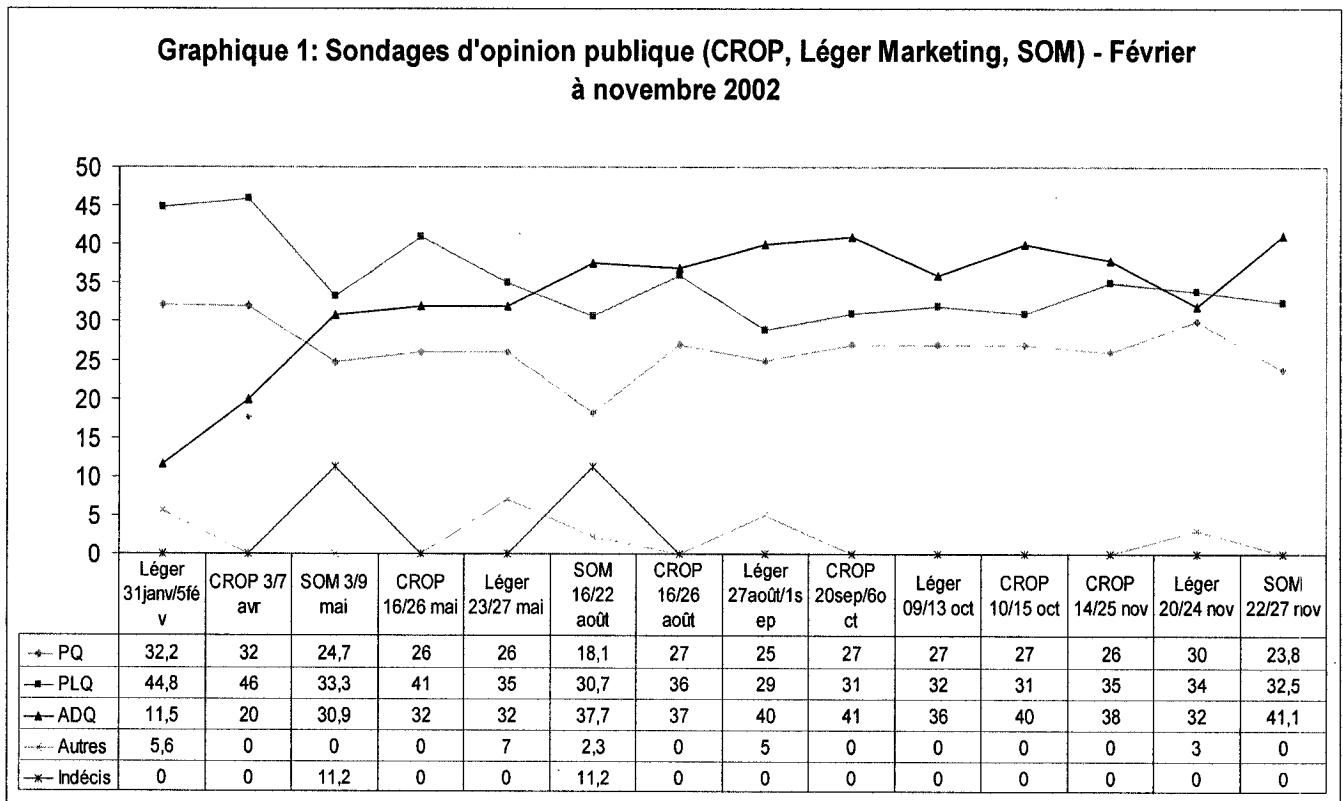
« Malgré le travail qui se poursuivait sur le plan de l'organisation et des idées, l'ADQ ne connut pas de poussée substantielle dans la faveur populaire entre 1999 et le printemps 2002. »¹³³ Jusqu'au printemps 2002, Mario Dumont demeure le seul député de son parti à siéger à Québec tandis que l'ADQ n'a pas encore atteint le statut de parti officiel à l'Assemblée nationale. En gardant une moyenne variant entre 10 et 20% du support populaire dans les sondages, l'ADQ devient peu à peu un joueur d'influence sur la scène provinciale en occupant, au mieux, un rôle de tiers parti.¹³⁴ Ce n'est qu'au printemps 2002 que le parti de Mario Dumont prend son envol et connaît sa première

littérature concise a permis de se familiariser avec le sujet d'étude mais aussi d'incorporer des éléments qui n'étaient pas présents par l'entremise de l'analyse de contenu médiatique. Autrement dit, il fut possible de trouver des informations supplémentaires relatives à l'ADQ en se basant sur des sources produites avec un certain recul par rapport au sujet. Deux ouvrages ont été d'un intérêt particulier au présent travail. Le premier fut *Le temps des girouettes* de l'éditorialiste André Pratte qui offre un aperçu de la campagne électorale de 2003 à partir de la perspective du journaliste. Il s'agit d'un rapport débutant en octobre 2002 et se terminant en avril 2003 qui propose des analyses intéressantes quant à la campagne. Par ailleurs, l'ouvrage *Pour la liberté d'une société distincte* de Guy Laforest, ancien président de l'ADQ, propose un aperçu des coulisses de son parti lors de la période concernée. Cf. André Pratte, *Le temps des girouettes: journal d'une drôle de campagne électorale*, Montréal, VLB Éditeur, 2003 et Guy Laforest, *Pour la liberté d'une société distincte*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université Laval, 2004.

¹³³ Guy Laforest, *op. cit.*, p. 314.

¹³⁴ *Idem.*

vague de popularité accrue. Le graphique ci-dessous démontre la progression de l'Action démocratique du Québec entre février et novembre 2002.¹³⁵



On constate que la popularité de l'ADQ auprès des électeurs a grimpé rapidement entre février et mai, atteignant le plateau des 30% au niveau des intentions de vote, avant de grimper jusqu'à 41% en octobre. La montée de l'ADQ commence véritablement avec les élections partielles d'avril 2002. Le 15 avril 2002, des élections partielles se tiennent dans trois circonscriptions du Québec : Anjou, Saguenay et Viger. L'ADQ présentera un candidat dans chacun de ces comtés et remportera un siège dans la circonscription de Saguenay, bastion péquiste de longue date. François Corriveau devient ainsi le second

¹³⁵ La méthodologie de ces sondages est présentée dans l'Annexe 1 à la fin du présent chapitre.

député de l'ADQ à siéger à l'Assemblée nationale.¹³⁶ Le succès l'ADQ dans la circonscription de Saguenay est une surprise pour tous et est l'élément déclencheur des événements qui allaient suivre.¹³⁷ Cette victoire confère dès lors à l'ADQ une plus grande importance dans la presse québécoise. « Après la victoire de François Corriveau dans Saguenay, le conversation démocratique a brusquement rendu acceptable, voire à la mode, le fait d'appuyer la formation dirigée par Mario Dumont. »¹³⁸

Légitimé de plus en plus par les médias, le parti de Mario Dumont délaisse soudainement son rôle de tiers parti - sorte de « parking » pour les indécis et mécontents,¹³⁹ pour devenir un parti qu'on croit capable de rivaliser avec les Péquistes et les Libéraux. Les plus optimistes croient qu'il est désormais possible que l'ADQ accède au statut d'opposition officielle. Au cours de la seconde moitié du mois d'avril 2002, le traitement médiatique s'articule d'abord autour de la crédibilité du parti, les aspects de nouveauté et de renouveau de la politique provinciale québécoise ainsi que de la hausse de popularité du parti. Les quotidiens analysés demeurent toutefois réticents à offrir leur support à l'ADQ, malgré qu'on reconnaisse des possibilités de succès éventuels. Néanmoins, les quotidiens sont relativement positifs à l'égard de l'ADQ. Il s'agit donc du début de la phase de légitimation médiatique du parti.

¹³⁶ François Corriveau 47,84% des voix (10 129 votes) contre 28,21% pour Isabelle Melançon du PLQ (5973 votes) et 23,95% pour Louise Levasseur du PQ (5070 votes). Consulter le site Web du Directeur général des élections du Québec : www.electionsquebec.qc.ca.

¹³⁷ Voir Guy Laforest, *op. cit.*, pp. 315-316.

¹³⁸ André Pratte, *op. cit.*, p. 210.

¹³⁹ Consulter Jean-Philippe Warren, « Le « parking » », *Relations*, no. 678, août 2002, pp. 4-5.

Dans les jours et les semaines qui suivent le succès de Corriveau lors des élections partielles, les médias se tournent vers le programme du parti pour analyser les idées promues par Dumont et l'ADQ. Au cours du mois de mai, bon nombre d'articles portent sur les idées, le programme et certains aspects idéologiques du parti. Les articles recensés démontrent des opinions mitigées quant au programme du parti; on reproche à Dumont et l'ADQ de ne pas être clair quant à ses intentions dans de nombreux domaines.¹⁴⁰

Néanmoins, on perçoit toujours la percée de l'ADQ comme étant positive et comme signe de renouveau politique au Québec. Dans les quotidiens, on souligne la dépolarisation de la politique québécoise provoquée par l'ADQ; les options ne se limitent pas aux positions fédéraliste/souverainiste. La « troisième voie » de Dumont lui accorde une certaine crédibilité et un succès dans l'appui populaire. De par son ambiguïté constitutionnelle, il est en mesure d'attirer à la fois souverainistes et fédéralistes.¹⁴¹

Si la victoire de Corriveau dans Saguenay anime la ferveur québécoise pour l'ADQ, des élections partielles tenues le 17 juin 2002 dans les circonscriptions de Berthier, Joliette, Lac-Saint-Jean et Vimont viendront confirmer la popularité montante du parti. L'ADQ sera en mesure de gagner trois nouveaux sièges à l'Assemblée nationale grâce aux victoires de Marie Grégoire à Berthier, Sylvie Lespérance à Joliette et François Gaudreau à Vimont. Sur une période d'un peu plus d'un mois, l'ADQ réussit à faire élire

¹⁴⁰ Malgré que le ton médiatique soit positif quant à la crédibilité du parti, on rappelle qu'une forte proportion de la population ne connaît pas le programme de l'ADQ. En ce qui a trait au programme et au l'aspect idéologique, les médias comme les autres partis deviennent déjà plus critiques face à l'ADQ. Au moment des élections partielles, les enjeux de l'éducation, de la santé et des garderies sont en tête. On dit qu'à ce sujet, le programme de l'ADQ est trop vague ou trop « à droite ». Néanmoins (et malgré un certain malaise envers le programme et la direction du parti), l'électorat appuie considérablement l'ADQ dans les sondages.

¹⁴¹ Voir notamment Claude Castonguay, « Au-delà de la démagogie - Le changement proposé par l'ADQ en matière de santé mérite un débat », *La Presse*, 3 juillet 2002, p. A19.

quatre nouveaux députés (sur une possibilité de sept) et passe ainsi à cinq sièges à l'Assemblée nationale.¹⁴² Les victoires lors des élections partielles du 17 juin viendront renforcer la crédibilité de l'ADQ grâce à un effet de légitimation démocratique (ou électorale) et de légitimation médiatique (ou cathodique). Les autres partis n'auront d'autre choix que de considérer l'ADQ comme un adversaire sérieux; l'équipe de Mario Dumont se détache de son rôle de tiers parti, il semble être celui qui définit désormais l'agenda politique.

Bien que la légitimité cathodique soit indispensable au succès politique, elle est parfois difficile à soutenir au cours d'une longue période, surtout dans le cas d'une formation politique dont les bases sont encore fragiles. Le succès de l'ADQ peut jusqu'ici être perçu, en partie, comme un résultat du désenchantement de l'électorat pour les grands partis ainsi qu'à des performances médiatiques positives se traduisant par une image politique positive. Comme le souligne Guy Laforest, la popularité de l'ADQ est en partie attribuable à une construction médiatique : « Cet engouement était sans le moindre doute quelque peu artificiel, alimenté par la ferveur et la démesure des médias ».¹⁴³ Dans

¹⁴² Dans la circonscription de Berthier, Marie Grégoire reçoit 51,00% des voix (16 389 votes) contre 27,92% (8 973 votes) pour David Levine du PQ et 21,07% (6 771 votes) pour Carole Majeau du PLQ. Dans la circonscription de Joliette, Sylvie Lespérance remporte 38,40% des voix (10 970 votes) contre 31,90% (9 115 votes) pour Michel Bellehumeur du PQ, 24,73% (7 064 votes) pour Pierre Delangis du PLQ et 4,97% (1 421 votes) pour Mathieu Lessard à titre de candidat indépendant. Dans la circonscription de Vimont, François Gaudreau reçoit 50,00% des voix (15 236 votes) contre 33,17% (10 109 votes) pour Vincent Auclair du PLQ, 16,14% (4 918 votes) pour Manon Sauvé du PQ et 0,70% (212 votes) pour Régent Millette à titre de candidat indépendant. Consulter le site Web du Directeur général des élections du Québec : www.electionsqbec.qc.ca.

¹⁴³ Guy Laforest, *op. cit.*, p. 316.

un éditorial publié dans *Le Devoir*, Alain-G. Gagnon et al.¹⁴⁴ abondent dans le même sens quant au vocabulaire utilisé par les journalistes pour décrire la *mariomanie* :

Les analystes de la scène politique québécoise ont rivalisé d'audace au cours des dernières semaines pour décrire la montée en popularité de l'Action démocratique. Reprenant certains des clichés les plus éculés de l'histoire contemporaine québécoise, on a parlé d'une nouvelle révolution tranquille, d'une ère nouvelle où rien ne sera plus jamais pareil au pays du Québec, voire de l'apparition d'un discours politique inédit sur la scène politique québécoise.¹⁴⁵

L'ADQ tentera de profiter de l'été 2002 pour consolider ses acquis et gagner de nouveaux appuis. La popularité du parti et celle de son chef continuent à grimper. Bien qu'ils soient critiqués par certains, notamment pour leur manque d'expérience et pour le manque de clarté de certaines de leurs idées, Dumont et l'ADQ n'essuient pas encore d'échec dans les sondages. La vague adéquiste ne redescend pas aussi rapidement qu'elle est montée. On ira même jusqu'à proposer que Mario Dumont, *Golden Boy* de la politique québécoise,¹⁴⁶ pourrait se retrouver Premier ministre du Québec suite aux prochaines élections provinciales. *La technique du clip* fonctionne toujours très bien pour Mario Dumont et sa capacité d'utiliser les médias se maintient.¹⁴⁷ En somme, l'ADQ va bien et prend de l'expansion au sein de la politique québécoise.¹⁴⁸ La visibilité et la légitimation du parti par les médias permettront à l'ADQ de recueillir des ressources

¹⁴⁴ Alain-G. Gagnon est Professeur titulaire au Département de science politique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Il est également titulaire de la Chaire de recherche du Canada en études québécoises et canadiennes.

¹⁴⁵ Alain-G. Gagnon, Olivier de Champlain et Luc Turgeon, « L'Action démocratique du Québec Un tiers parti en quête de pouvoir », *Le Devoir*, jeudi 11 juillet 2002, p. A7.

¹⁴⁶ Michel David, « Le syndrome du parking », *Le Devoir*, 15 juin 2002, p. B3.

¹⁴⁷ André Pratte, « Parlez! », *La Presse*, 20 août 2002, p. A10.

¹⁴⁸ Robert Dutrisac, « Charest « n'a pas les bons réflexes » », *Le Devoir*, 29 juillet 2002, p. A1.

financières indispensables à une campagne électorale, d'attirer des candidats-vedettes¹⁴⁹, d'augmenter (doubler) le nombre de membres ainsi que de faire croître l'appui populaire.

L'Action démocratique du Québec a profité de l'été pour franchir le cap des 25000 membres. Et les demandes continuent d'affluer, à raison de 800 à 1000 par semaine. [...] Avec cette croissance, l'ADQ élargit son réseau, non seulement en ce qui a trait au nombre de membres, mais aussi à son champ d'action, ce qui lui permet également de gonfler ses coffres.¹⁵⁰

Si la montée dans les sondages permet une plus grande visibilité médiatique à Mario Dumont et l'ADQ, ce succès deviendra un couteau à double tranchant et ne va pas sans attirer l'ire des autres formations politiques. Dès lors, les autres partis commencent dès lors à réfléchir à des moyens de stopper l'ascension de l'ADQ.¹⁵¹ Dumont est une menace aux yeux des grands partis et il devient impératif de s'en prendre à ses idées, son image et sa plateforme.¹⁵² Libéraux et Péquistes profiteront de la seconde moitié de l'été pour structurer les attaques à l'endroit de l'ADQ, notamment en ciblant sa position conservatrice ainsi que sa plateforme mal définie. Jean Charest sera particulièrement incisif au cours des mois de juillet et août.¹⁵³ Ses attaques prendront différentes formes : comparaisons avec le *Reform Party*, discrédit des idées et de la plateforme, accusations d'un manque d'expérience et d'organisation, etc. Charest reprendra également le thème du désengagement de l'État qu'il proposait au cours de la campagne électorale de 1998 pour tenter de démontrer qu'il ne s'agit guère d'une idée nouvelle.¹⁵⁴ Le PQ ne tardera pas à se joindre à la partie en lançant une sorte de campagne de peur à l'endroit des

¹⁴⁹ On peut penser à Pierre Bourque, Joëlle Lescop, Hubert Meilleur et Diane Bellemarre qui se sont joint au parti au début de l'année 2003.

¹⁵⁰ Pascale Breton, « L'ADQ franchit le cap des 25 000 membres », *La Presse*, 30 août 2002, p. A4.

¹⁵¹ Bernard Descôteaux, « Une autre façon de gouverner? », *Le Devoir*, 6 juillet 2002, p. B8.

¹⁵² Consulter notamment Lysiane Gagnon, « Révolution à l'horizon », *La Presse*, 13 août 2002, p. A9.

¹⁵³ Mario Cloutier, « Charest s'attaque à l'ADQ – « Une photocopie du Reform Party » », *La Presse*, 11 août 2002, p. A1.

¹⁵⁴ Presse canadienne, « Charest rejoue le thème de la réduction du rôle de l'État - Il faut « réinventer le Québec », dit le chef du PLQ », *Le Devoir*, 12 août 2002, p. A1.

Adéquistes. Si ces flèches en direction de l'ADQ et de Mario Dumont ont comme objectif de tempérer la ferveur populaire à l'égard de ce parti, elles attestent en revanche que l'ADQ est devenu un acteur de premier plan sur la scène politique québécoise qui, désormais, force les autres acteurs politiques à réagir et à se repositionner.¹⁵⁵ Les effets de la popularité de l'ADQ se feront sentir jusqu'à Ottawa : même le Bloc québécois tempérera bientôt ses critiques à l'endroit de Dumont de peur de perdre des électeurs potentiels devenus des supporteurs adéquistes.¹⁵⁶

Continuant sur sa lancée, Mario Dumont prend la route vers Toronto pour prononcer un discours devant le prestigieux *Canadian Club*. Il s'agit de l'événement majeur du mois de septembre et peut-être même du point tournant de la campagne de l'ADQ. Cette visite allait à la fois légitimer Mario Dumont en tant que candidat crédible et handicaper son parti dans les médias face à sa position constitutionnelle. Dans le chapitre 10 de son ouvrage *Pour la liberté d'une société distincte* (2004)¹⁵⁷, Guy Laforest se penche sur la montée et le déclin de popularité de Mario Dumont et de l'ADQ lors de l'élection de 2003.

La montée en flèche de l'ADQ lors des élections partielles du printemps 2002 et dans les sondages subséquents était principalement attribuable à un déplacement vers l'ADQ d'électeurs péquistes désabusés. C'est ce que l'on vit à l'oeuvre dans les comtés de Saguenay, Berthier, Joliette et le Lac-Saint-Jean. Les gens qui ont fait temporairement monter l'ADQ de 20% à 40% étaient des nationalistes québécois, des « Québec d'abord », dit autrement des gens qui se réclamaient de cette fidélité première au Québec qui a accompagné Mario Dumont et l'ADQ depuis l'échec de Meech. Pour ces gens, le discours prononcé par Mario Dumont

¹⁵⁵ Mario Cloutier, « Le gouvernement est en retard sur les électeurs, selon Mario Dumont », *La Presse*, 16 août 2002, p. A4.

¹⁵⁶ Joël-Denis Bellavance, « Le Bloc baisse le ton devant l'ADQ », *La Presse*, 29 août 2002, p. A1.

¹⁵⁷ Guy Laforest, *Pour la liberté d'une société distincte*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université Laval, 2004.

au *Canadian Club* de Toronto en septembre 2002 a eu un énorme effet repoussoir.¹⁵⁸

Prononcé le 23 septembre 2002 et intitulé *Québec : solid partner and fierce competitor*, ce discours devient en quelque sorte le point tournant de la campagne de l'ADQ. Le discours s'articule autour de la privatisation du régime de santé public; du retrait de l'État dans certains domaines; de l'économie comme enjeu bien plus important que le débat constitutionnel et les référendums; de la prise de décision des citoyennes et citoyens sans obstruction gouvernementale; de la réduction rapide de la dette publique; ainsi que de la séparation des fonds et des programmes gouvernementaux puisque les individus ont droit à un plus grand pouvoir décisionnel en ce qui concerne l'utilisation de leurs impôts. L'événement est significatif puisque Dumont affiche (pour une première fois depuis le référendum de 1995) sa position quant à l'avenir du rapport entre le Québec et le Canada. Les réactions seront vives : Jean Charest accuse Dumont d'avoir abandonné le Québec lors de son passage à Toronto¹⁵⁹, tandis que certains éditoriaux accusent le chef adéquiste de s'être abaissé devant le ROC.¹⁶⁰ Guy Laforest fait valoir que le discours à saveur fédéraliste allait semer ce doute dans l'esprit de supporters séparatistes. Dans un article d'Alexander Panetta publié dans *La Presse* en décembre 2002, le journaliste résume bien l'impact du discours de Dumont au Canadian Club :

[...] au lendemain de sa visite à Toronto, les médias étaient remplis d'images de M. Dumont photographié sur fond de drapeau canadien. Quelques jours plus tard, M. Dumont a expliqué qu'il voulait éviter le retour du débat sur la question nationale, ce qui a donné l'impression qu'il était fédéraliste. Puis une manchette du

¹⁵⁸ *Idem*, pp. 318-319.

¹⁵⁹ Denis Lessard, « Charest retrouve son tonus - Il accuse Mario Dumont d'avoir abandonné le Québec à Toronto », *La Presse*, 30 septembre 2002, p. A1.

¹⁶⁰ Alexis Cossette-Trudel, « Mario Dumont – Le changement qui nuit », *Le Devoir*, 30 septembre 2002, p. A7.

National Post l'a décrit comme plus à droite que l'ex-premier ministre ontarien Mike Harris.¹⁶¹

Si Mario Dumont avait jusqu'alors connu un succès grâce à un contrôle de l'image basée entre autres sur l'ambiguïté, sa grande popularité allait (comme en ressac) rendre les médias et les détracteurs plus critiques et incisifs à son égard. Des précisions et des nuances allaient devoir être apportées aux idées du parti pour être en mesure de conserver les appuis gagnés au cours de l'été. Julien Béliveau perçoit l'automne 2002 comme la fin de la lune de miel de la population québécoise avec l'ADQ. Le jeune parti allait devoir trouver de nouveaux moyens pour tenir tête aux critiques.

Le véritable test du jeune chef commence à l'automne 2002. La proximité du pouvoir change la donne. Ses déclarations seront scrutées, ses propositions politiques, analysées. Il devra composer avec une équipe. Et qui dit équipe dit propos intempestifs. Surtout, il devra se prononcer sur les sujets hautement controversés, ceux que 50% de la population appuie et que l'autre moitié conspue. [...] On lui posera les questions délicates, celles dont les réponses risquent d'offenser les nouveaux partisans, ceux et celles que le pouvoir de l'image plutôt qu'un véritable programme avait attirés.¹⁶²

La popularité de Mario Dumont et de l'ADQ continuera de croître et atteindra bientôt la barre des 40% dans les sondages d'opinion publique.¹⁶³ Cependant, on pressent une sorte de changement au sein du discours médiatique entre le mois de septembre et novembre 2002.¹⁶⁴ Malgré des sondages toujours favorables pour l'ADQ, l'automne 2002

¹⁶¹ Alexander Panetta, « L'étoile de Mario Dumont pâlit », *La Presse*, 9 décembre 2002, p. A3

¹⁶² Julien Béliveau, *op. cit.*, p. 297-298.

¹⁶³ L'ADQ obtient 41% (après répartition des indécis) de l'appui populaire dans le sondage CROP du 20 septembre au 6 octobre 2002. Le parti obtient par après 40% (après répartition des indécis) de l'appui populaire dans le sondage CROP du 10-15 octobre 2002. Les résultats des sondages sont disponibles sur le site Web du Centre de recherche et d'information sur le Canada (CRIC) : http://www.cric.ca/fr_html/guide/election_qc/elections_quebec_sondages.html

¹⁶⁴ Dans son journal de campagne, André Pratte abonde en ce sens lorsque, le 8 octobre 2002, il affirme que « les appuis de l'ADQ vont considérablement s'effriter au cours des prochaines semaines. Maintenant que les médias et les autres partis lui portent une attention soutenue, Mario Dumont se débat avec maladresse et son image de sauveur en prend pour son rhume. L'immaturation du parti sort de plus en plus. Ces gens-là ne sont pas prêts à gouverner. » Consulter André Pratte, *op. cit.*, p. 19.

allait signaler le début de confrontations plus intenses entre l'Action démocratique et ses détracteurs. Si l'ADQ est parvenue à provoquer des changements sur la scène politique québécoise et par le fait même à modifier les stratégies d'autres acteurs politiques, le parti devra rapidement s'ajuster lui aussi aux exigences du monde politique. On mesure maintenant le parti à l'aune du pointage qu'il obtient : celui d'un futur gouvernement. Ainsi, Mario Dumont et son équipe doivent maintenant démontrer qu'ils sont prêts à gouverner et qu'ils sont en mesure de produire un plan d'action cohérent. Le contrôle de l'opinion publique, c'est-à-dire l'image comme représentation mentale, se jouera pour l'ADQ sur sa capacité de bâtir et de défendre les idées, qui l'avaient distingué de ses adversaires. Lui qui avait misé sur la nouveauté doit maintenant démontrer qu'il a la capacité d'assurer les changements proposés. Les idées « novatrices » de l'ADQ sont remises en question par certains acteurs politiques, les médias et le parti lui-même. Dès lors, plusieurs idées que l'Action démocratique avait défendues au cours des dernières années, qui le distinguaient d'ailleurs des Libéraux et du PQ, se voient rapidement mis en veilleuse. « L'ADQ dilue encore son programme » titrait un article de Denis Lessard publié en première page de *La Presse* le 4 octobre 2002. Le lendemain, un éditorial signé Lysiane Gagnon soulignera que :

[...] Mario Dumont abandonnait, à toutes fins utiles, l'idée d'un taux d'imposition unique (le « flat tax rate »). Puis ce fut aux « bons d'éducation » de prendre le chemin de la poubelle, la vice-présidente Marie Grégoire déclarant que cette mesure ferait d'abord l'objet de projets pilotes.

Cela, bien sûr, c'est sans compter la volte-face constitutionnelle. Mario Dumont, qui a quitté le Parti libéral parce qu'il n'était pas assez nationaliste, ne veut plus entendre parler de la question nationale. Et le rapport Allaire qui lui servait d'étendard est à toutes fins utiles enterré.¹⁶⁵

¹⁶⁵ Lysiane Gagnon, « L'amorce d'un débat nécessaire », *La Presse*, 5 octobre 2002, p. A21.

Les médias critiquent plus encore la légitimité de l'ADQ tandis que Péquistes et Libéraux s'en prennent toujours à la plateforme du nouveau parti. Ceci dit, les attaques à l'endroit de l'Action démocratique ne proviennent pas exclusivement des partis politiques rivaux. La consternation des groupes sociaux et des syndicats à l'égard de l'Action démocratique se fait également sentir. En octobre, certains groupes de défense des droits des défavorisés s'afficheront contre l'ADQ : « Inquiets de voir le Québec virer à droite avec l'ADQ, bien des groupes de défense des démunis envisagent un mouvement pour défendre les idées plus progressistes ».¹⁶⁶ Les syndicats font aussi connaître leur réticence envers l'ADQ. La CSN utilisera une formule que Lysiane Gagnon qualifiera d'ABM – « Anybody But Mario ».¹⁶⁷ « Première manifestation de ce réalignement, la CSN, rompant avec la non-partisanerie, songe à donner son appui à celui des deux partis qui a le plus de chances de battre l'ADQ. »¹⁶⁸ À la fin novembre, c'est au tour de Jean Lapierre, président des cols bleus de Montréal, de faire une sortie contre l'ADQ en stipulant vouloir conclure les négociations de convention collective avant la tenue des prochaines élections. « Les cols bleus de Montréal souhaitent un règlement de leur dossier avant la possible accession au pouvoir de l'Action démocratique du Québec. Celle-ci, avec son désir de mater les syndicats, provoquera « une crise sociale au Québec », estime le chef syndical Jean Lapierre. »¹⁶⁹

¹⁶⁶ Denis Lessard, « La gauche québécoise aux troussees de l'ADQ », *La Presse*, 2 octobre 2002, p. A8.

¹⁶⁷ Lysiane Gagnon, « Glissements de terrain », *La Presse*, 19 novembre 2002, p. A19.

¹⁶⁸ *Idem.*

¹⁶⁹ Kathleen Lévesque, « Lapierre craint l'ADQ », *Le Devoir*, 23 novembre 2002, p. A3.

Finalement, des problèmes internes font surface et altèrent l'image du parti. À la mi-octobre, le président de l'association adéquiste de Berthier, Joseph-Émile Plante, est forcé de quitter ses fonctions puisqu'il « avait été reconnu coupable de fraude, usage de faux et abus de confiance, en novembre 1992, alors qu'il était conseiller politique de la députée péquiste de Marie-Victorin, Cécile Vermette ».¹⁷⁰ Un mois plus tard, ce sera au tour de Guy Pilon, alors vice-président de l'ADQ, de démissionner après avoir été reconnu coupable de fraude électorale. À la fin du mois de novembre, le responsable du recrutement de l'ADQ, Marc Snyder, démissionne de son poste après qu'on eût découvert l'existence de son casier judiciaire.¹⁷¹ Si on accusait l'ADQ de manquer d'expérience, on se questionne maintenant sur l'intégrité de sa direction. Ces démissions contrasteront vivement avec l'image de responsabilité et de transparence véhiculée par l'ADQ dès ses débuts.

4. Le déclin – décembre 2002 à avril 2003

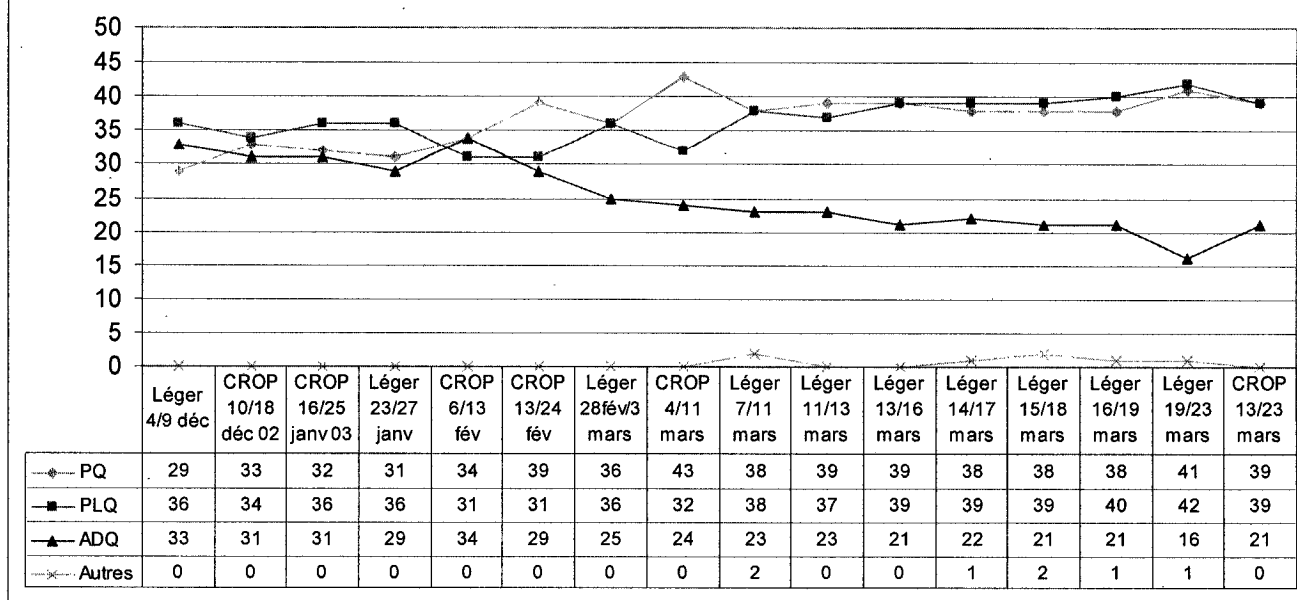
Malgré un piètre contrôle de son image médiatique au cours de l'automne, l'ADQ a été en mesure de conserver sa popularité dans les sondages quant au support populaire. Cependant, les bavures de septembre, octobre et novembre auront des impacts bien réels au cours du mois de décembre. La critique plus ardente des médias et des acteurs politiques, les scandales et les démissions au sein du parti ainsi que le vraisemblable

¹⁷⁰ Denis Lessard, « Le président de l'association adéquiste de Berthier démissionne », *La Presse*, 17 octobre 2002, p. A9. Il semble pertinent de mentionner que c'est suite à une vérification par le quotidien *La Presse* que cette histoire voit le jour et que les actions sont prises. Une fois de plus, les médias jouent un rôle de premier plan dans la politique quotidienne au Québec.

¹⁷¹ Une quinzaine d'années auparavant, Snyder avait plaidé coupable à une accusation de vol à main armée dans un dépanneur de Tracy, près de Sorel.

changement de direction dans certains domaines clés¹⁷² auront miné la crédibilité du parti en tant que candidat sérieux à la gouvernance. Bref, l'image médiatique et politique de l'ADQ est ternie et les répercussions se feront sentir à partir de décembre lorsqu'on constate les premiers signes de baisse du parti dans les sondages. Il semble que le parti de Mario Dumont ne sera pas en mesure de se remettre d'un automne difficile sur le plan médiatique et que l'opinion publique se montre de moins en moins favorable aux idées de l'ADQ. Les graphiques suivant démontrent le parcours de l'ADQ dans les sondages entre décembre 2002 et avril 2003.¹⁷³ On constate qu'il s'agit véritablement du déclin de l'ADQ qui, le soir des élections venu, ne sera pas en mesure de faire élire un nombre suffisant de candidats pour être reconnu comme parti officiel à l'Assemblée nationale.

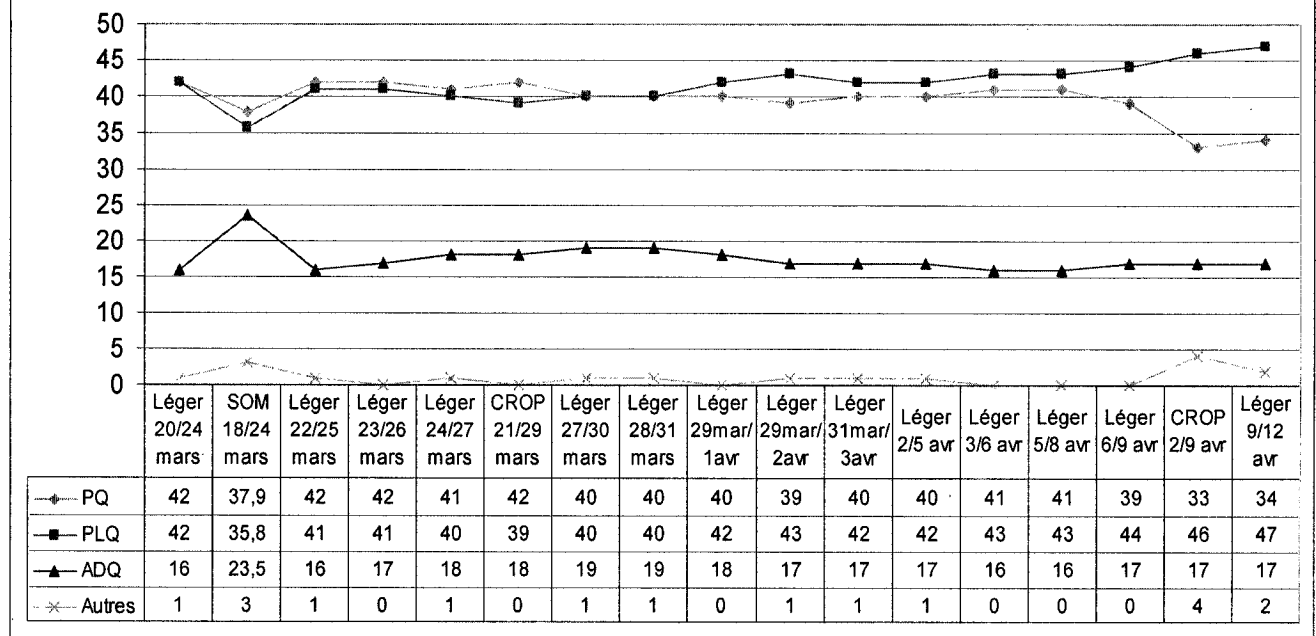
Graphique 2: Sondages d'opinion publique (CROP, Léger Marketing, SOM) - Décembre 2002 à mars 2003



¹⁷² On peut penser à la remise en question du taux d'imposition unique, au recul sur l'idée des bons d'éducation ainsi qu'à une certaine prise de position constitutionnelle avec le discours devant le Canadian Club de Toronto.

¹⁷³ Les graphiques présentés regroupent les sondages en provenance des maisons CROP, Léger Marketing et SOM entre décembre 2002 et avril 2003. Il est à noter que le *Graphique 3* est la suite du *Graphique 2*.

Graphique 3: Sondages d'opinion publique (CROP, Léger Marketing, SOM) - Mars à avril 2003



Si l'automne 2002 a été le début de la fin pour l'Action démocratique dans les médias, sa performance au cours des mois qui allaient mener aux élections générales n'aide guère sa cause : à partir de janvier, la popularité de l'ADQ fond comme neige au soleil. Une fois le déclin entamé, l'ADQ n'est plus en mesure de reprendre pied tandis que les incidents et les maladroites se succèdent. L'année 2003 débute difficilement pour l'équipe de Mario Dumont : dès le début de janvier, l'ADQ doit gérer un nouvel abandon d'un membre haut placé du parti : Jean-Claude Gagnon, un homme d'affaire en charge de l'organisation du parti, démissionne dans des circonstances nébuleuses. Malgré les efforts des médias pour trouver la véritable cause de cette démission, les raisons du départ se résument au fait que Gagnon aurait « manifesté le désir de passer à autre chose ».¹⁷⁴

¹⁷⁴ André Pratte, *op. cit.*, p. 88.

Gagnon devient ainsi le quatrième membre de la formation à quitter dans des circonstances peu rassurantes pour l'image politique du parti.

D'autre part, l'ADQ doit mettre de l'ordre dans ses idées et offrir un plan d'action cohérent s'il espère remporter quelque succès électoral. Cependant, il tarde à publier un programme électoral et demeure vague et incohérent quant à certains enjeux. La remise en question de certaines idées, dont le taux d'imposition unique et les bons d'éducation, et les contradictions entre les candidats et leur chef lors de déclarations médiatiques minent la crédibilité du parti.¹⁷⁵ La réaction tarde : on doit attendre le mois de février avant la sortie de *Place à l'initiative*¹⁷⁶ de Paul Daniel Muller et Léon Courville avec une préface de Mario Dumont. La sortie de cet ouvrage se fait discrètement et ne sera pas présenté comme étant un document officiel de l'ADQ.¹⁷⁷ Sa publication tardive n'assure pas la cohérence du programme adéquiste : comme le souligne André Pratte, « s'il avait été publié durant l'automne, il aurait pu donner à l'Action démocratique une assise idéologique, une crédibilité lui permettant de reprendre l'initiative ».¹⁷⁸ C'est, semble-t-il, trop peu, trop tard.

¹⁷⁵ Jean-Robert Sansfaçon souligne les manquements de l'ADQ au niveau médiatique quant à la consistance des propos et des idées : « Le programme de l'ADQ étant moins connu et plus radical que celui de ses adversaires, il était normal qu'il soit soumis à une critique serrée, tant à l'extérieur du parti qu'en son sein. Ce qui est moins normal, c'est cette façon qu'ont les futurs candidats et leur chef historique de se contredire sur la place publique. C'est à cet exercice suicidaire dû à l'inexpérience que la publication de la plate-forme électorale doit mettre un terme ». Consulter Jean-Robert Sansfaçon, « Le temps presse! », *Le Devoir*, 26 février 2003, p. A6.

¹⁷⁶ Léon Courville et Paul Daniel Muller (dirs.), *Place à l'initiative : repenser nos rapports économiques et sociaux*, Montréal, Éditions Québec Amérique, 2003.

¹⁷⁷ André Pratte, *op. cit.*, p. 209.

¹⁷⁸ *Idem.*

Lorsque vient enfin le moment de présenter le programme officiel du parti en vue des élections prochaines, l'image du parti prend un autre dur coup lorsque Dumont annonce qu'il abandonne le taux d'imposition unique, l'une des idées fondatrices proposées par son parti.¹⁷⁹ Cet abandon mine la crédibilité du parti qui avait jusqu'alors défendu bon an mal an cette proposition. Cependant, la plateforme électorale, rendue publique à la fin de février, contient les autres éléments centraux à l'« innovation » adéquate. « Les bons d'éducation sont toujours là, le privé en santé aussi, la fin de la sécurité d'emploi dans le fonction publique également. »¹⁸⁰ Si la sortie du programme adéquate vient répondre aux attentes des médias et du public quant aux véritables idées du parti, on sent qu'il est quelque peu dilué et on l'accusera d'avoir reculé sur ses idées, perdant ainsi une part de l'originalité de son programme.

L'hiver amène également son lot de sorties médiatiques, semble-t-il, peu ou mal réfléchies. En février, notamment. Tout d'abord, Joëlle Lescop, candidate-vedette et porte-parole en matière de santé pour l'ADQ, se prononce en faveur d'une réflexion sur le droit de certains citoyens de recevoir des traitements médicaux coûteux, notamment quant à la greffe de cœurs mécaniques pour des patients âgés. Dans une entrevue accordée au quotidien *La Tribune* de Sherbrooke et publiée le 19 février 2003, Lescop avait posé la question suivante : « Qui aurait droit aux traitements coûteux? Ce n'est pas à une régie régionale ou, même, au ministre d'y répondre. Ce sera à la population par l'entremise de comités d'éthique où seraient présents des représentants de la population...

¹⁷⁹ Le 22 février, peu avant le déclenchement des élections et la publicisation du programme électoral de l'ADQ, Vincent Marissal publie un article dans le quotidien *La Presse* révélant que l'ADQ délaisse son projet d'imposition unique, projet controversé et défendu depuis longtemps par le parti. Voir Vincent Marissal, « L'ADQ enterre son projet d'imposition unique », *La Presse*, 22 février 2002, p. A1.

¹⁸⁰ André Pratte, *op. cit.*, p. 144.

On doit faire des choix ».¹⁸¹ Cette interrogation a su attirer les foudres des Libéraux et des Péquistes qui ont rappelé que la santé se doit d'être un droit garanti à l'ensemble de la population. « Or, l'idée avancée par la D^{re} Lescop n'est ni nouvelle ni saugrenue. Elle a même été évoquée par la commission Clair. [...] Comme tout ce que fait l'ADQ, l'idée a été exprimée sans réflexion préalable, de rappeler André Pratte. »¹⁸² Néanmoins, les propos de Lescop seront reçus négativement dans les tribunes et n'aideront en rien l'image de son parti.

Au moment du congrès préélectoral de l'ADQ, ce sera au tour du politicologue, candidat et président de l'ADQ de mettre dans l'embarras son parti. Lors d'un point de presse, Laforest attaquera violemment le gouvernement péquiste en dénonçant « le quasi-«régime de terreur» qu'aurait institué «l'empire Landry-Marois» ». ¹⁸³ Il compare également le PQ à l'Union nationale en évoquant les élections de 1956 (« les plus sales de l'histoire »¹⁸⁴) et en parlant de la «la petite noirceur de l'empire Landry-Marois». ¹⁸⁵ Ces propos seront jugés trop radicaux par les médias qui ne tarderont pas à critiquer Laforest pour son inexpérience de la chose politique. André Pratte rappellera que lorsqu' « on est professeur d'université et qu'on veut provoquer le débat, ça peut être efficace. Quand on est en politique, le risque est grand de frapper trop fort ou à côté de la cible ». ¹⁸⁶

¹⁸¹ André Duchesne, « Santé – Charest dénonce l'élitisme adéquiste », *La Presse*, 20 février 2003, p. A8.

¹⁸² André Pratte, *op. cit.*, p. 137.

¹⁸³ Michel David, « Perspectives: Le savant et la politique », *Le Devoir*, 3 mars 2003, p. A1.

¹⁸⁴ Robert Dutrisac, « Landry et Duplessis: Dumont en rajoute », *Le Devoir*, 3 mars 2003, p. A1.

¹⁸⁵ *Idem.*

¹⁸⁶ André Pratte, *op. cit.*, p. 145. Il est à noter que de tels propos mal nuancés avait été tenus à l'égard de l'ADQ quelques mois plus tôt entraînant des réactions tout aussi négatives des médias. On peut notamment penser à David Payne, alors député péquiste de Vachon, qui avait comparé les politiques de l'ADQ à celles de Jean-Marie Le Pen. Des excuses publiques ont dû être rendues.

En somme, l'ADQ n'a pas été en mesure de garder le contrôle sur son image politique au cours de l'hiver 2003. Guy Laforest relatera plus tard comment l'organisation, suite à ses succès aux élections partielles, aura comme objectif rien de moins que de former le prochain gouvernement du Québec.

Trompé par les sondages, nous avons essayé de tout bouleverser dans le parti, accélérant le rythme de façon complètement folle dans tous les domaines [...] En résumé, nous avons essayé, à l'intérieur d'un échéancier très serré, de remodeler de fond en comble tous les piliers de notre formation politique, dans l'espoir de mettre le parti à la hauteur des sondages qui nous donnaient quelque 40% de l'appui populaire. Nous n'avions pas les ressources humaines ou financières suffisantes pour mener à bien un tel projet. Conséquemment, nous avons fait une implosion organisationnelle, un véritable *melt-down*. Quand la vraie campagne a commencé à la mi-mars 2003, notre bateau coulait de partout.¹⁸⁷

Le soir des élections, rien ne va plus pour l'ADQ. Les Libéraux de Jean Charest remporteront 76 sièges¹⁸⁸, leur assurant une majorité à l'Assemblée nationale. Chez les Péquistes, on réussira à faire élire 45 députés, un résultat très favorable pour le parti étant donné que celui-ci n'a reçu que 33% des votes.¹⁸⁹ Pour sa part, le parti de Mario Dumont termine bon troisième, remportant des sièges dans seulement 4 circonscriptions – un nombre insuffisant pour être reconnu comme parti officiel à l'Assemblée nationale. « J'ai rarement vu Mario Dumont aussi sonné. Lorsqu'il se présente au rassemblement de son parti, à Rivière-du-Loup, son visage est gris. Il réussit, tout de même, à livrer un discours

¹⁸⁷ Guy Laforest, *op. cit.*, p. 318.

¹⁸⁸ Consulter le site Web du Directeur Général des élections du Québec, http://www.electionsquebec.qc.ca/fr/tableaux/Repartition_des_sieges.asp

¹⁸⁹ « Le PQ s'en tire fort bien, 45 comtés, mais seulement 33% du vote, son pire score depuis 30 ans. Hasard du mode de scrutin, en 1973, avec seulement trois points de moins, le PQ avait obtenu... six sièges. » André Pratte, *op. cit.*, p. 199.

digne. »¹⁹⁰ Le parti qui aura espéré pendant un moment former un gouvernement majoritaire ou du moins l'Opposition officielle sera relégué à un rôle de tiers parti.

5. Conclusion

Le parcours de l'ADQ entre avril 2002 et avril 2003 présente un exemple sociologiquement significatif de la capacité des médias à légitimer une formation politique qui serait autrement considérée comme un tiers parti, pour qui former le gouvernement n'est pas possible. À la suite des victoires dans les élections partielles en avril et en juin 2002, les médias accorderont une forte importance à un parti qui n'avait jamais réussi à faire élire plus d'un député lors des élections générales précédentes. On constate alors le début du processus de légitimation médiatique de l'ADQ au cours du printemps et de l'été 2002. Plus le temps avance, plus les médias et les autres partis seront critiques à l'égard de l'ADQ. Les médias jouent ainsi un rôle de régulation important dans l'arène politique provinciale : ils sont le canal par lequel se forme l'image politique en tant que représentation mentale. On constate ainsi le pouvoir d'interprétation des médias. Les médias légitiment les acteurs politiques et décident des enjeux qui seront au cœur des débats. Tout en aidant la cause adéquistes, il faut souligner que ce sont les médias qui ont forcé l'ADQ à définir et préciser ses idées, causant ainsi le parti et son chef à commettre des bévues, altérant par le fait même son image et son emprise sur l'opinion publique. L'emprise des médias sur le débat public comporte certaines conséquences. Il ne s'agit pas tant en soi de perte d'idéologie du parti, que de détournement d'une part de celui-ci vers la gestion de l'image et le contrôle des divers

¹⁹⁰ André Pratte, *op. cit.*, p. 199.

indicateurs entrant dans l'opérativité de l'univers médiatique. Bref, l'image semble ainsi prendre de plus en plus de temps et d'énergie en politique.

Ainsi, lors de la première phase, c'est-à-dire d'avril à novembre 2002, l'ADQ connaît un succès inattendu dans les sondages d'opinion publique. Cependant, en voyant ces sondages prometteurs, divers acteurs politiques passeront à l'attaque tandis que les médias commencent peu à peu à s'interroger sur les véritables qualités de l'ADQ quant à sa capacité de gouverner le Québec. Cette campagne négative et un automne pénible au niveau médiatique auront eu les effets désirés lorsque les élections générales provinciales seront en vue. Dès le début de l'hiver, la ferveur et l'engouement pour l'ADQ dans les sondages chutent rapidement : les faiblesses et l'inexpérience de l'équipe de Mario Dumont ont été exposées par les partis rivaux, les groupes de pression, les mouvements sociaux et les médias au cours des mois qui ont précédé cette troisième phase. On semble passer du contrôle quasi-parfait de l'image politique, facilité par un manque de rigueur et de critique de la part des médias et des autres partis, à un dérapage sur le plan de l'opinion publique.

Si l'ADQ a réussi à faire changer l'opinion publique en sa faveur pendant un certain temps, on reconnaît que les attitudes politiques québécoises demeurent plus difficiles à changer. L'opinion publique peut varier de manière plutôt radicale tandis que les attitudes sont stables et varient moins. Claude Ryan déclarait dès septembre 2002 que « les modes du moment vont comme cela, l'opinion publique est volatile, mais en général

les choses se placent et l'atterrissage se fait correctement ».¹⁹¹ Une indication de ce postulat se constate dans la réaction de la Gauche, des mouvements sociaux et des autres partis politique face à la montée de l'ADQ. On défend le « modèle québécois » issu de la Révolution tranquille et basé sur un modèle social-démocrate. Plusieurs se surprennent de la montée de la droite au Québec et y trouveront, entre autres, des raisons prenant souche dans les changements générationnels ainsi que dans l'individualisme grandissant. Il faut toutefois constater que cette transformation se fait en parallèle avec certaines forces de régulation externes dont il fut question au cours du premier chapitre du présent travail.

L'histoire de l'ADQ entre 2002 et 2003 est en quelque sorte l'histoire d'un parcours médiatique. Si les supporteurs adéquistes ont pu espérer gouverner le Québec au cours de l'été et l'automne 2002, on doit reconnaître l'important apport des médias québécois. Peut-on croire que leur succès récent (élection 2007) tient non pas tant de leur nouvelles idées que de leur capacité à mieux conjuguer la grogne des Québécois avec les impératifs de l'image en politique et des particularités du monde médiatique d'ici?

Ce chapitre sur l'ADQ aura tenté d'illustrer la capacité de légitimation des médias quant au devenir des partis politiques. On aura également tenté de voir la manière dont la perte de contrôle de l'image politique à des impacts dans l'opinion publique au niveau des sondages. Selon une lecture de deux grands quotidiens montréalais, on peut constater que cette capacité légitimatrice semble avoir eu un certain impact sur les succès de l'ADQ en 2002-2003. Il s'agit, bien entendu, d'une illustration et non d'un exemple exhaustif récapitulant l'ensemble des concepts exposés au cours des deux premiers

¹⁹¹ Denis Lessard, « Le concours de beauté est terminé », *La Presse*, 29 septembre 2002, p. A1.

chapitres de ce travail. Cependant, ajouté à la comparaison électorale présentée dans le Chapitre 3, on constate l'importance grandissante de l'image politique et de la réactivité comme composantes essentielles au succès électoral. Chacun des cas se voulait une illustration partielle des concepts élaborés au cours des premiers chapitres – il faut donc voir qu'il s'agit d'illustrations complémentaires ayant leurs forces et leurs faiblesses. Pris isolément, chacun de ces cas ne couvre pas l'ensemble des concepts élaborés au cours des premiers chapitres.

Notons au passage que d'autres méthodes illustratives auraient également pu être d'un intérêt certain dans la compréhension de la politique canadienne et québécoise. Mentionnons, pour le cas de l'ADQ, l'utilisation d'une méthode quantitative dans le cadre de l'analyse du contenu médiatique aurait certes contribué à mieux comprendre le parcours médiatique de cette formation politique en 2002-2003. D'ailleurs, cette idée a été considérée et une méthodologie a été mise sur pied lors de l'élaboration du chapitre avant d'être abandonnée compte tenu des exigences temporelles d'un tel travail. Par ailleurs, une étude de terrain a également été considérée lors de l'élaboration de la méthode illustrative contenue dans les Chapitres 3 et 4. Deux méthodes ont semblé pertinentes pour recueillir des informations sur les mutations de la politique au Canada et au Québec : l'entrevue menée auprès de professionnels de la politique et l'observation participante au sein d'une formation politique. Chacune de ces méthodes aurait potentiellement permis d'avoir un aperçu privilégié des rouages internes de la politique en mettant en valeur des éléments d'étude autrement difficiles d'accès par l'entremise de la recherche documentaire et de l'analyse médiatique.

Annexe 1 : Méthodologie des sondages CROP, Léger Marketing et SOM

Février à novembre 2002

Sondage	n	Marge d'erreur	Référence
Léger 31janv/5fév	968	3,50%	19/20 http://www.legermarketing.com/documents/pol/010202fr.pdf
CROP 3/7 avr	995	3%	19/20 Denis Lessard, « La dégringolade du PQ s'accroît », <i>La Presse</i> , 13 avril 2002, p. A1.
SOM 3/9 mai ¹	1018	3,50%	19/20 Pascale Breton, « L'ADQ gagne du terrain », <i>La Presse</i> , 11 mai 2002, p. A1.
CROP 16/26 mai	1001	3,50%	19/20 Denis Lessard et Gilles Toupin, « Les sondages libéraux accordent 30 circonscriptions à Dumont », <i>La Presse</i> , 1 juin 2002, p. A3.
Léger 23/27 mai	944	3,50%	19/20 http://www.legermarketing.com/documents/pol/310502fr.pdf
SOM 16/22 août ²	970	3,70%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Politique/nouvelles/200208/23/004-sondage-automne-rb.shtml
CROP 16/26 août	999	3%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Politique/nouvelles/200208/30/001-sondage-adq-rb.shtml
Léger 27août/1sep	854	3,10%	19/20 http://www.legermarketing.com/documents/pol/020902fr.pdf
CROP 20sep/6oct	959	3%	19/20 Claude Vaillancourt, « Raz-de-marée adéquate », <i>Le Soleil</i> , 11 octobre 2002, p. A7.
Léger 09/13 oct	1005	3,10%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200210/17/004-sondage1710.shtml
CROP 10/15 oct	809	3,50%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200210/19/010-sondage-pol-1910.shtml
CROP 14/25 nov	1000	3%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200211/30/007-sondages3011.shtml
Léger 20/24 nov	1000	3,40%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200211/29/001-SONDAGES.shtml
SOM 22/27 nov	1007	3,70%	19/20 Presse canadienne, « Sondage SOM », <i>Le Soleil</i> , 1 décembre 2002, p. A4.

Décembre 2002 à mars 2003

Sondage	n	Marge d'erreur	Référence
Léger 4/9 déc	1005	3,40%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200212/13/007-SONDAGE.shtml
CROP 10/18 déc 02	1000	3%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200212/20/001-SONDAGE.shtml
CROP 16/25 janv 03	1000	3%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Politique/nouvelles/200301/29/001-sondage.shtml
Léger 23/27 janv	1000	3,40%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200301/31/001-Sondage-leger.shtml
CROP 6/13 fév	802	3,50%	19/20 Denis Lessard, « Le PQ remonte la pente », <i>La Presse</i> , 15 février 2003, p. A1.
CROP 13/24 fév	953	3,20%	19/20 http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200302/26/001-sondage-elections.shtml

¹ Aucune répartition des indécis n'a été faite.

² Aucune répartition des indécis n'a été faite.

Léger 28fév/3 mars	1000	3,50%	19/20	http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Index/nouvelles/200303/06/001-sondage-matin.shtml
CROP 4/11 mars	1000	3%	19/20	Denis Lessard, « Le PQ part en tête », <i>La Presse</i> , 13 mars 2003, p. B1.
Léger 7/11 mars	838	3,40%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030312fr.pdf
Léger 11/13 mars	1003	3%	19/20	http://www.radio-canada.ca/util/urLs.html?nouvelles/special/nouvelles/electionQc2003/200303/15/001-sondage-samedi.shtml
Léger 13/16 mars	1158	2,70%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030317fr.pdf
Léger 14/17mars	1065	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030318fr.pdf
Léger 15/18mars	1062	3,00%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030319fr.pdf
Léger 16/19 mars	1054	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030320fr.pdf
Léger 19/23 mars	1052	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030324fr.pdf
CROP 13/23 mars	1002	3%	19/20	Denis Lessard, « Libéraux et Péquistes à égalité – L'ADQ poursuit sa chute », <i>La Presse</i> , 25 mars 2003, p. B1.

Mars à avril 2003

Sondage	n	Marge d'erreur	Référence	
Léger 20/24 mars	1054	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030325fr.pdf
SOM 18/24 mars	1000	3,40%	19/20	http://www.radio-canada.ca/util/urLs.html?nouvelles/special/nouvelles/electionQc2003/200303/25/006-SOM-SONDAGE-RB.shtml
Léger 22/25 mars	1071	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030326fr.pdf
Léger 23/26 mars	1047	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030327fr.pdf
Léger 24/27 mars	1042	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030328fr.pdf
CROP 21/29 mars	1001	3%	19/20	Denis Lessard, « Le PQ prend les devants », <i>La Presse</i> , 31 mars 2003, p. B1.
Léger 27/30mars	1019	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030331fr.pdf
Léger 28/31 mars	1004	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030401fr.pdf
Léger 29mar/1avr	1023	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030402fr.pdf
Léger 29mar/2avr	1019	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030403fr.pdf
Léger 31mar/3avr	1025	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030404fr.pdf
Léger 2/5 avr	1003	3%	19/20	Kathleen Lévesque, « Une bataille serrée », <i>Le Devoir</i> , 7 avril 2003, p. A1.
Léger 3/6 avr	1013	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030407fr.pdf
Léger 5/8 avr	1019	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030409fr.pdf
Léger 6/9 avr	1034	3%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030410fr.pdf
CROP 2/9 avr	1002	3%	19/20	Denis Lessard, « Les Libéraux en avance », <i>La Presse</i> , 11 avril 2003, p. B1.
Léger 9/12 avr	1003	3,10%	19/20	http://www.legemmarketing.com/elections2003/PDF/030413fr.pdf

Conclusion : Quelle innovation possible devant l'essor des NTIC?

1. La politique à l'ère des NTIC

Dans la seconde partie du travail (chapitres III et IV), nous avons mis l'accent sur deux aspects de la politique contemporaine : d'une part, la manière dont les NTIC ont changé la donne quant à la façon dont on fait de la politique et, par ailleurs, comment le contrôle de l'image médiatique est d'une importance primordiale pour assurer le succès politique. Avec le développement des NTIC, la capacité de trouver et de transiger de l'information et des données grandit de manière exponentielle au fur et à mesure que les technologies évoluent. L'efficacité de gestion de l'image politique se voit amplifiée par ces développements qui permettent une réactivité toujours croissante aux différents acteurs de la sphère politique. Les progrès technologiques contribuent ainsi à la technicisation de la politique au Canada (et ailleurs en Occident et dans le monde) et ont des impacts de taille sur la sphère politique, caractérisée dorénavant par une rétroaction accrue sinon obligée. L'intégration des techniques gestionnaires propres à l'entreprise privée et la technicisation des pratiques politiques auront de lourdes conséquences sur la direction prise par le gouvernement et les partis politiques quant aux solutions proposées aux problèmes auxquels la société fait face. En guise de conclusion donc, l'objectif de la présente section sera de récapituler le lien entre médias, technologie, rationalisation et politique.

1.1 Les médias, les NTIC et la politique

En se basant sur le postulat que les médias ont un certain effet sur les comportements politiques des citoyens,¹ les différents acteurs voudront maximiser leur

¹ Nous nous basons sur la théorie selon laquelle les médias ont un impact non minimal sur les comportements politiques des citoyens. Sans toutefois adhérer au « modèle hypodermique », l'idée du « not

capacité d'utiliser efficacement les diverses tribunes. De plus, le parti ne doit pas simplement utiliser les médias pour attirer des appuis politiques potentiels, mais surtout pour se faire légitimer médiatiquement. Autrement dit, le succès dans la vie publique (et donc en politique) dépend de la capacité à cultiver une saine image médiatique et de recevoir l'appui des médias – il s'agit de la légitimation cathodique évoquée par Jean-Marie Cotteret.² L'image politique, façonnée dans les médias, comporte certes une facette physique mais se définit plus globalement comme étant la représentation mentale collective d'un parti ou d'un candidat, autrement dit l'opinion publique. L'opinion publique se base sur le contenu d'articles dans les quotidiens, les analyses de spécialistes en politique, les conversations entre individus (entre autres les leaders *d'opinion*), la perception générale du parti ou du candidat par l'électorat, etc.

Pour gagner des appuis politiques et de la crédibilité aux yeux des médias et des électeurs, le parti doit s'entourer de bénévoles, de militants et de conseillers, spécialistes de la politique. Ces professionnels cherchent à prévoir les tendances sociales et politiques en vue d'assurer un contrôle sur un nombre maximal de variables qui pourraient affecter, pour le meilleur ou pour le pire, les candidats d'un parti donné. Les variables contrôlées sont à la fois internes et externes au parti et au chef. D'une part, l'image, la présentation et la communication sont utilisées pour plaire à l'électorat et peuvent être perçues comme

so minimal effect » évoqué par Jim Zaller semble bien décrire la capacité d'influence des médias. Consulter Jim Zaller, *The myth of massive media impact revived: New support for a discredited theory*, 1996, cité dans Agnieszka Dobrzynska, André Blais, Richard Nadeau (dirs.), « Do the Media have a Direct Impact on the Vote? The Case of the 1997 Canadian election », *International Journal of Public Opinion Research*, Oxford Journals, 2003, vol. 15 (no. 1), p. 28.

² Par leur contenu, le ton des articles publiés ou encore la sélection des informations diffusées, les médias deviennent des acteurs sociaux d'une grande importance, puisqu'ils sont en mesure de légitimer un parti ou un candidat. Voir notamment Jean-Marie Cotteret, *Gouverner c'est paraître*, Paris, Presses universitaires de France, 1997.

des variables contrôlables. D'autre part, l'électorat est en lui-même une variable externe au parti qui doit être compris et rationalisé pour fin de « manipulation » médiatique. À l'ère des consultants et des spécialistes de marketing de l'image, les sondages, les *focus groups* et les enquêtes sont utilisés pour tenter de saisir les tendances sociales et déceler les éléments à intégrer et à rejeter de la campagne ou des discours publics. Les sondages sont d'ailleurs d'une importance particulière pour les partis politiques puisque les résultats seront communiqués par l'entremise des médias qui pourront dresser le portrait de la situation politique. Avec l'utilisation de technologies nouvelles, la mise sur pied des sondages devient plus facile et rapide, de même que leur prétention « scientifique » leur accorde une certaine crédibilité auprès du public.

En plus de leurs rôles de légitimateurs politiques et de régulateurs au niveau de l'image et des idées, les médias sont aussi en mesure de définir le temps de réactivité accordé aux acteurs politiques. Les médias ont la capacité de pousser les acteurs politiques à se prononcer sur des événements divers et souvent complexes dans un laps de temps restreint. Les entreprises médiatiques exigent une réaction gouvernementale à une panoplie d'événements et se feront très critiques lorsque la réponse est lente ou mal définie. Pour Cotteret comme pour Bourdieu, le « temps télévisuel »³ transforme la vie politique puisqu'elle n'accorde pas nécessairement un délai suffisant au gouvernement pour élaborer une véritable stratégie. Comme nous l'avons déjà souligné, l'urgence entraîne le passage de l'action politique à la réaction politique. Il s'agit d'un effet inattendu (sinon pervers) des conditions de travail des journalistes à une époque où les technologies permettent un transfert et une distribution rapide d'informations et de

³ Jean-Marie Cotteret, *La démocratie téléguidée*, Paris, Éditions Michalon, 2006, p. 50.

données : les nouvelles sont rapidement périmées et il faut agir rapidement pour attirer l'attention du lecteur, de l'auditeur ou du téléspectateur.

Si les médias sont le vecteur par lequel le citoyen reçoit l'information politique, ils sont par ailleurs défenseurs d'une certaine conformité sociale et politique. Maints médias sont alignés avec la sphère économique puisqu'ils sont eux-mêmes de grandes entreprises : il est donc concevable de voir en ces entreprises la défense des idéaux de l'économie de marché. Il existe donc un paradoxe important entre les aspects démocratiques et mercantiles des médias : tout en étant un organe nécessaire à une démocratie en santé (ce sont eux qui communiquent l'information aux citoyens), les médias doivent défendre des intérêts économiques pour assurer leur propre survie. En plus de l'information, on recherche le clip, l'image ou la phrase choc.⁴ Puisque les grandes entreprises médiatiques opèrent aujourd'hui dans une telle logique, il est donc essentiel pour les politiciens et les partis politiques de bien paraître et d'intégrer le temps politique définit par les médias, ainsi que d'intérioriser les tabous et les possibles prescrits par l'industrie de l'information.

1.2 Les médias, les NTIC et la politique canadienne et québécoise : des illustrations

Dans le chapitre III, il a été question des contributions des NTIC à la politique fédérale canadienne. En comparant les élections de 1984 et de 2004, nous avons pu constater qu'ont été ajoutés de nombreux outils à la disposition des partis politiques

⁴ Rappelons le concept de pseudo-événement évoqué par Daniel Boorstin par lequel les médias fabriquent des nouvelles dans le but d'être rapportées lors des émissions d'information. On arrive ainsi à joindre information et divertissement pour attirer les téléspectateurs. Voir Daniel J. Boorstin, *The image: a guide to pseudo-events in America*, New York, Atheneum, 1977.

pendant (et entre) les campagnes électorales. Une analyse des élections générales de 1984 a permis d'illustrer la manière dont se faisait la politique avant le « boom » informatique des années 1990. Les politiciens et les partis se tournaient alors vers la télévision qui fut d'ailleurs le média par excellence pour communiquer une saine image politique au cours des années 1980. Les techniques d'exploitation étant bien connues par les partis et l'accès à un poste télévisé s'étant généralisé, la télévision a été un incontournable en campagne.

Au cours des années 1990, on assiste à une véritable explosion des technologies permettant une facilité et une rapidité du transfert d'informations. Les NTIC donnent la capacité à différents acteurs sociaux et politiques d'entrer en communication les uns avec les autres et d'échanger des informations de manière rapide et sécuritaire. Avec la standardisation et la facilité d'utilisation des produits informatiques et communicationnels, ces technologies ne sont guère plus l'exclusivité de spécialistes et de professionnels, mais s'adressent aujourd'hui au grand public.⁵ L'émergence des médias numériques provoque la démultiplication, la délocalisation, la déréglementation ainsi qu'une personnalisation accrue (aux niveaux du temps, de l'espace et des réseaux) de l'espace médiatique et politique.⁶ La conquête de l'Internet par les partis politiques équivaut ainsi à l'ouverture d'un nouvel espace politique accessible à un nombre toujours croissant d'utilisateurs à la grandeur du pays.⁷ Au contraire des élections précédentes, l'utilisation du Web par les partis politiques n'est plus une option mais une obligation. Le

⁵ Ce qui est une caractéristique fondamentale des *nouvelles* technologies de l'information et des communications.

⁶ Là où la télévision et le téléphone ont été sans contredit les technologies les plus importantes de la campagne de 1984, l'utilisation du téléphone cellulaire, de l'ordinateur, des bases de données, du courriel et du Web aura eu des impacts profonds sur le déroulement des campagnes à partir de 2000.

⁷ Tamara A. Small, « parties@canada: The Internet and the 2004 Cyber-Campaign », in Jon H. Pammett and Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2004*, Toronto, Dundurn Press, 2004, p. 230.

site Web permet aux partis de communiquer avec l'électorat sans passer par le filtre médiatique – le contrôle de l'image et du message, élément central de la politique contemporaine, est ainsi maximisé.⁸

Bien que cette comparaison électorale nous permette de constater les importants changements provoqués par le développement des NTIC quant à la rapidité de rétroaction des acteurs politiques, il aurait été aussi intéressant d'aborder la question sous l'angle des ressources mises à la disposition de l'image politique par les partis politiques. Autrement dit, une analyse comparative du niveau d'effort global⁹ dévoué aux stratégies médiatiques aurait permis de mieux comprendre les changements organisationnels provoqués par la prolifération des nouvelles tribunes politiques. Une telle recherche serait d'une grande pertinence afin de contribuer à une compréhension plus grande des mutations qui affectent la politique au Canada et au Québec. Une telle étude viendrait compléter notre propre recherche et peaufiner des hypothèses et conclusions partielles que nous avons proposées.

La seconde illustration, portant sur la montée et la chute de l'Action démocratique du Québec dans l'opinion publique, démontre l'importante capacité de légitimation des médias. L'ADQ a pu profiter de son succès lors des élections d'avril et de juin 2002 ainsi que d'un désenchantement populaire à l'égard des Péquistes et des Libéraux pour gagner de la crédibilité par l'entremise des médias. Habile dans l'art du clip et de la citation

⁸ Il semble important de souligner que malgré la possibilité qu'offre le site Web de dialoguer avec l'électorat par voie de forums en ligne, peu de partis se sont pourvus de tels espaces virtuels.

⁹ Le niveau d'effort global regrouperait des indicateurs tels que les ressources financières, le nombre de conseillers et de spécialistes, les budgets alloués à la publicité, etc.

percutante, Mario Dumont a pu se hisser au sommet des sondages d'opinion publique au courant de l'été 2002. Grâce en partie au support des médias, l'ADQ abandonne son rôle de tiers parti pour rivaliser avec les formations de Bernard Landry et de Jean Charest. Cependant, après quelques mois sous le microscope des médias ainsi que de ses rivaux et de ses détracteurs, le vent tourne et la faveur populaire de l'ADQ dégringole rapidement. Si les médias ont la capacité de légitimer les acteurs politiques et ainsi leur permettre une plus grande notoriété publique, ils sont également en mesure de miner leur crédibilité.

Comme il fut question précédemment, une analyse quantitative des occurrences médiatiques en lien avec l'ADQ aurait permis une étude plus approfondie du parcours de ce parti lors de la période concernée. Il aurait également pu être pertinent de se pencher sur d'autres médias, notamment la télévision, la radio et l'Internet et de lier l'utilisation de ces tribunes au cheminement de l'Action démocratique. Étant donné le nombre de sources à traiter, une telle analyse aurait nécessité un effort considérable et aurait pu faire l'objet d'une étude complète en elle-même. Néanmoins, l'analyse qualitative proposée dans le chapitre IV illustre bien – nous semble-t-il – la capacité des médias, dans ce cas-ci deux grands quotidiens montréalais, à légitimer un parti politique.

1.3 Médias et NTIC : Perspectives démocratiques

Comment doit-on réfléchir les impacts des médias et des technologies sur la démocratie? Doit-on voir en la prolifération des technologies la voie vers un nouvel espace public dans lequel de véritables échanges peuvent prendre place? Au contraire, l'utilisation répandue des technologies est-elle le premier pas vers une nouvelle forme de

domination? À la fin du chapitre III, une question d'envergure fut posée : quelle place la technicisation de la sphère politique laisse-t-elle à l'innovation et au changement? Dans son ouvrage *Médias et démocratie – Le grand malentendu*,¹⁰ la politicologue québécoise Anne-Marie Gingras aborde les caractéristiques des réseaux informatisés et de leurs impacts potentiels sur la vie démocratique. L'auteur propose deux facettes distinctes de cette problématique en se penchant sur les aspects « orwelliens » et les aspects « athéniens » de la société en réseau.

1.3.1 La technique et la démocratie – aspects « orwelliens »

Propagande de masse, contrôle, misère et mensonge : des mots qui caractérisent bien la société décrite par George Orwell dans son maître ouvrage *1984*. À la manière d'autres romans d'utopie/dystopie, tels *Le meilleur des mondes* d'Aldous Huxley ou encore *Fahrenheit 451* de Ray Bradbury, Orwell met en scène une société où tous les aspects de la vie sont contrôlés pour assurer la cohésion sociale et la conformité aux règles, normes et valeurs proposées par un État central et totalitaire. Ce contrôle étatique est assuré d'une part par l'omniprésence des médias de masse qui diffusent de la propagande et contrôlent strictement le flux d'information. D'autre part, les mécanismes de surveillance en place permettent à l'emblématique *Big Brother* d'avoir à l'œil tout comportement allant à l'encontre des règles rigides imposées par l'État. C'est dans cette atmosphère de constante surveillance et de délation que doivent vivre les citoyens d'*Océania*.

¹⁰ Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie – Le grand malentendu*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université du Québec, 1999.

Bien que la société occidentale ne soit pas comparable à celle représentée par Orwell, l'implantation et l'utilisation à grande échelle des NTIC ouvre la porte à une certaine surveillance de la vie privée par différents acteurs : « les NTIC contiennent de manière intrinsèque un potentiel de contrôle et de surveillance ».¹¹ Il suffit de fureter sur le Web, d'utiliser un téléphone cellulaire ou encore d'utiliser des services bancaires électroniques pour être susceptible de voir ses habitudes d'utilisation intégrées dans une base de données qui pourra ultérieurement être croisée avec d'autres informations.¹²

« Les offres de services s'arriment aux goûts des plus nombreux, favorisant ainsi une homogénéisation sans cesse croissante, nuisant à la diversité et faisant la promotion d'une normalité qui coïncide avec la logique économique. »¹³ Les NTIC peuvent ainsi être perçus comme des instruments de conformité puisqu'elles permettent, par la voie de l'offre, de modifier peu à peu les comportements individuels. On y reconnaît une sorte de déterminisme mercantile des comportements individuels.

Bien que la surveillance des comportements individuels se rapporte souvent à des intérêts économiques et des efforts de marketing destinés à mieux cibler la clientèle qui utilise un certain service ou produit, les partis politiques et les gouvernements peuvent également se servir de ces bases de données de manière à cibler leur clientèle électorale. La mise sur pied du *Registre national des électeurs* en 1993 en est un exemple. Il offre la possibilité aux formations politiques de cibler leurs électeurs et ainsi de maximiser

¹¹ Anne-Marie Gingras, *op. cit.*, p. 189.

¹² « L'appariement de banques de données, par exemple, constitue l'un des moyens les plus efficaces pour instaurer la surveillance et le contrôle des populations. Cet exercice permet officiellement de mieux connaître les « clientèles » des divers services et d'ajuster l'offre à la demande, autrement dit de prendre davantage en considération les besoins des groupes. » Voir Anne-Marie Gingras, *op. cit.*, p. 190.

¹³ Anne-Marie Gingras, *op. cit.*, p. 191.

l'efficacité de leurs efforts publicitaires. Avec le développement rapide des ordinateurs au cours des deux dernières décennies, les partis sont également en mesure de cataloguer de l'information sur l'électorat dans des bases de données hautement sophistiquées. En somme, puisque la politique se caractérise par le contrôle de paramètres liés à l'image, les NTIC permettent de traquer les informations désirées dans un laps de temps très restreint et sont ainsi des outils importants de la technicisation de la vie politique.

Ces technologies permettent aux partis de cibler l'électorat avec une précision quasi-chirurgicale et aide ainsi les partis à recueillir des appuis politiques sans toutefois entraîner les coûts associés au publipostage (qu'on utilise encore). On reconnaît une certaine segmentation, une division du public et de l'électorat en sous-groupes spécifiquement visés. En segmentant l'électorat, le parti est en mesure de peaufiner son message pour gagner des appuis dans chacun de ces sous-groupes. Le chef ajustera donc son discours, son habillement ainsi que les idées exposés à son auditoire. On tente à l'avance d'assurer un contrôle sur les éléments pouvant être mal perçus par l'auditoire. Nous sommes ainsi devant une instrumentalisation de la communication.¹⁴

1.3.2 La technique et la démocratie – aspects « athéniens »

Aux antipodes de cette vision utilitaire et sans doute pessimiste de l'utilisation des NTIC en politique se trouve un courant *athénien* (pour reprendre l'expression utilisée par Anne-Marie Gingras), caractérisé par l'échange d'idées, la liberté d'expression et la

¹⁴ Cette instrumentalisation de la communication n'a rien de nouveau, bien au contraire, on peut penser à la cité grecque dans laquelle la rhétorique et la persuasion par le discours étaient la norme lors des débats publics. Cependant, avec le développement des médias de masse, on voit l'accentuation des capacités techniques basées sur la rationalisation effective de la communication.

création d'un espace public virtuel. L'Internet, nous le savons, ne se limite pas aux sites des grands partis et des grandes entreprises médiatiques : les usagers du réseau peuvent se faire entendre par voie de sites personnels, de blogues et de forums divers. Il existe ainsi un potentiel *athénien* à l'utilisation de l'Internet en lien avec la politique – on peut retirer des aspects plus « positifs » de la prolifération des NTIC quant à ses impacts sur la politique et la démocratie. En effet, avec la véritable explosion des communautés virtuelles, on assiste en quelque sorte au développement d'un nouvel espace public qui suscite un « optimisme fondé sur l'idée que pourront être réalisés deux des plus chers idéaux de la démocratie qui concerne directement la sphère publique : la transparence et l'agora ».¹⁵

Les possibilités qu'offrent l'Internet aux citoyens quant à l'accès à des informations et des opinions en provenance de sources diverses et indépendantes laissent croire qu'un certain renouveau démocratique serait aujourd'hui possible. « L'information étant considérée comme le point de départ du processus démocratique, l'idée que de vastes quantités d'informations soient mises à la disposition du plus grand nombre (du moins ceux et celles qui ont accès aux réseaux) suscite un fort enthousiasme. »¹⁶ Des exemples de l'utilisation athénienne de l'Internet sont nombreuses. On peut notamment penser à l'utilisation des blogues au cours de la campagne fédérale canadienne de 2004 ou encore à la mise sur pied de médias alternatifs sur le Web. Au Québec, on retrouve, entre autres, le *Centre de médias alternatifs du Québec* (CMAQ) dont la mission comporte cinq points : mettre en place un lieu de convergence des médias alternatifs et

¹⁵ Anne-Marie Gingras, *op. cit.*, p. 182.

¹⁶ Anne-Marie Gingras, *op. cit.*, p. 183.

des journalistes indépendants; être au service des citoyens (par et pour le citoyen) et créer un lieu démocratique d'échange et de réflexion; être un carrefour d'échange et de services; jouer un rôle d'éducation populaire ainsi qu'être un lieu de mobilisation.¹⁷ Pour Gingras, la mise en place de réseaux de communication, comme le CMAQ ou certains forums Internet, rétablit ou renforce le lien social.¹⁸

Le contrôle et l'entreposage de l'information politique dans d'immenses bases de données permet de cibler des clientèles potentielles, mais contribuent également à une forme d'imputabilité politique. Un exemple frappant cet aspect du potentiel athénien des NTIC qui est sorti au cours des derniers mois est l'utilisation du site Web *YouTube.com* en politique américaine. Avec le lancement de la course à l'investiture chez les deux grands partis, les candidats font connaître leurs positions, leurs idées et leurs plateformes aux membres du parti ainsi qu'au public plus large; il s'agit en quelque sorte d'une précampagne électorale. Chaque parti cherche à trouver le candidat le mieux outillé pour lui assurer un mandat à la Maison Blanche. Les médias jouent encore une fois un rôle de premier plan dans la détermination des candidats les plus favorables à entreprendre le leadership des formations politiques à la veille des élections présidentielles. Cependant, avec l'avènement des blogues et, plus récemment, des sites de diffusion de vidéos,¹⁹ le public trouve de nouvelles tribunes pour faire connaître son opinion et de déceler les

¹⁷ Le CMAQ fait partie du réseau *IndyMedia* mais se distingue de ce dernier dans son utilisation d'un processus de sélection et de validation préalable des articles (c'est-à-dire que ceux-ci sont validés selon la politique éditoriale avant d'être publiés sur l'Internet). Les articles qui ne sont pas retenus selon la politique éditoriale seront néanmoins publiés dans une section spéciale du site Web. Finalement, le CMAQ ne prend aucune responsabilité pour les textes publiés; le contenu demeure la responsabilité des contributeurs. Consulter le site Web du CMAQ : <http://www.cmaq.net/fr/>

¹⁸ Anne-Marie Gingras, *op. cit.*, p. 182.

¹⁹ On retrouve des centaines voir des milliers de sites diffusant des vidéos de tout genre. Parmi ceux-ci, les plus fréquentés au chapitre du *user generated content* sont *YouTube.com* et *Google Video*.

irrégularités dans les discours politiques. *YouTube.com*, qui diffuse des vidéos de toute sorte, est devenu une telle tribune lorsque des usagers ont mis en ligne des clips démontrant des candidats contredisant leurs propres idées lors de discours antérieurs. L'ancien maire de New York et favori à la course à l'investiture républicaine, Rudy Giuliani, a dû s'expliquer suite à la diffusion d'un clip dans lequel il évoquait une position favorable au droit des femmes à l'avortement. Cependant, lors de sa plus récente campagne, Giuliani adoptera une position plus conservatrice se voulant protecteur des valeurs familiales en se déclarant contre l'avortement. « YouTube, the video-sharing website, is fast becoming one of the most influential forces in the U.S. presidential campaign as users expose gaffes or reinforce the credentials of candidates outside of the control of their own teams. »²⁰ Ce sont les Républicains qui ont été jusqu'à maintenant le plus durement touchés par des vidéos diffusés sur le Web. Il s'agit d'une illustration du potentiel du « user generated content » de permettre aux internautes de plus en plus nombreux du système de participer de manière active à la vie politique.

D'un côté, un plus grand contrôle des comportements individuels par voie de surveillance, de l'autre, un nouvel agora électronique donnant la chance à un nombre toujours croissant d'usagers d'avoir accès (en même de diffuser) à des informations et des idées nouvelles en provenance de sources diverses et libres des contraintes économiques qui dirigent les grandes corporations médiatiques. Deux visions diamétralement opposées faisant office de prophéties quant aux impacts des NTIC sur la démocratie. Des exemples concrets démontrent que certains éléments de chacune de ces

²⁰ Alex Spillius, « YouTube proving its value as electoral hypocrisy detector », *The Daily Telegraph*, 15 mars 2007. Document disponible en ligne: <http://www.telegraph.co.uk/news/main.jhtml?xml=/news/2007/03/14/wtube14.xml>

visions sont en train de prendre racine dans la réalité politique actuelle. Certes, l'essor des NTIC n'abolit pas la démocratie. Au contraire, en un sens, elles renforcent sa logique et confèrent aux citoyens plus de place dans le débat public. Or, pour le meilleur ou pour le pire elles plongent aussi la pratique de la politique dans le cercle de rétroaction sans fin et de plus en plus rapide, absorbant ainsi une part de plus en plus grande des énergies des militants et des professionnels de la politique. De part et d'autre, force est de reconnaître les importants changements qu'occasionnent les NTIC sur la façon usuelle dont on fait de la politique. Pour le meilleur et pour le pire, il en est terminé le temps des tribuns et des assemblées de cuisine.

2. Régulation sociale : du pouvoir au contrôle

Les médias et les NTIC ont sans contredit un impact de taille sur la politique canadienne et québécoise. Les exigences médiatiques combinées à la rapidité des NTIC poussent les gouvernements à réagir de plus en plus rapidement à une multitude d'événements et de situations. La réaction remplace peu à peu le projet politique sous l'influence d'une multitude de facteurs. Ces changements politiques seraient-ils le reflet de changements sociaux plus larges? Dans son analyse du mode de reproduction sociale, Michel Freitag se base sur l'évolution du modèle capitaliste en Occident pour décrire des mutations sociales et politiques qui se font de plus en plus apparentes. Lors de la révolution industrielle, le rôle de l'État se limite à protéger la propriété privée et résoudre, en dernière instance, des conflits entre acteurs sociaux. La caractéristique propre à l'État moderne était sa transcendance : son autorité était soutenue et légitime; il incarnait un projet collectif que l'ensemble des institutions d'encadrement social cherchait à réaliser.

Cependant, les importants clivages sociaux commenceront bientôt à peser lourd sur l'État : les mouvements sociaux, dont les syndicats, prennent de l'importance et feront des pressions importantes sur les gouvernements. En réaction aux conflits entre groupes sociaux, le gouvernement délaisse son rôle limité de gendarme pour assurer un minimum vital aux citoyens – ce que Freitag appellera la « voie social-démocrate ».²¹ En s'impliquant dans la vie sociale, l'État délaisse son rôle d'intervenant au profit d'un rôle de partenaire.

Les institutions et le droit social seront lourdement affectés par les nouveaux partenariats entretenus par l'État. Cette transition signale le passage du pouvoir au contrôle ainsi que le passage de l'institution à l'organisation. En s'impliquant dans divers domaines sociaux, l'État se transforme sur le plan décisionnel. L'État fonctionne alors par une justification *a posteriori*, caractérisée par la réactivité, la logique gestionnaire et le contrôle. À ce changement s'ajoute le passage de l'institution à l'organisation; autrement dit, la perte de capacité instituante au profit d'un mode de régulation réactif et gestionnaire.²²

Comment l'État réagit-il à cette perte de la transcendance qui le caractérisait jadis? Avec la perte de l'autorité et le passage à l'organisation, la politique sera dorénavant caractérisée par la logique gestionnaire, la technique et le contrôle de paramètres multiples et d'indicateurs variés. Les mutations de la politique sont le reflet de changements plus grands qui affectent la quasi-totalité des sphères qui composent la

²¹ Michel Freitag, « Transformation de la société et mutation de la culture II », *Revue Conjoncture politique au Québec*, 1983, no. 2, p. 6.

²² Voir Michel Freitag, *Dialectique et société*, Tome 2, Montréal, Éditions Saint-Martin, 1986.

société. Jean-Jacques Simard se penchera sur la question de la cybernétisation des pouvoirs par laquelle les processus de régulation sociaux seront de plus en plus automatisés et mûs sur une rationalisation instrumentale.²³ Confrontée à une « crise perpétuelle », l'organisation se tourne vers des stratégies gestionnaires de manière à minimiser le risque, qu'il soit juridique, financier ou encore en lien avec sa crédibilité. Les acteurs politiques sont contraints de « jouer le jeu » quant à l'utilisation des médias pour se faire connaître, voir et entendre.

Avec les NTIC, la capacité de gestion et de réactivité des organisations politiques croît sans cesse. Le « rêve techno-scientifique »²⁴ et les progrès technologiques semblent permettre l'automatisation des processus de gestion. De par les contributions techniques, le cybernétique intègre le politique et les changements possibles – c'est-à-dire la capacité instituante de l'État – deviennent de plus en plus limités. Le social et le politique s'inscrivent alors dans une sorte de système préplanifié dans lequel les changements possibles sont eux aussi de plus en plus limités par diverses forces externes à l'État. Nous l'avons répété, les relations entre l'État et les autres acteurs se complexifient et minent la souveraineté de l'État quant à sa capacité instituante. La cybernétisation aura de forts impacts sur la manière dont se fait et se pense la politique. Cette rationalisation et cette cybernétisation se constatent aujourd'hui dans la démocratie électorale dans laquelle s'affrontent des stratégies politiques visant à attirer l'appui de la population. Bien sur, heureusement pourrait-on dire, la cybernétisation des pouvoirs n'est pas totale, mais

²³ Jean-Jacques Simard, *La longue marche des technocrates*, Montréal, Éditions Saint-Martin, 1978.

²⁴ Consulter à cet égard Hélène Prevot, *Imaginaire techno-scientifique et espace public – Informatique, technologies et mondialisation : Analyses du discours public, Québec (1992-1999)*, thèse de doctorat en Sociologie, Québec, Université Laval, 2003.

tendancielle de plus en plus importante, au fur et à mesure que ce raffinent les outils de *feedback*, les paramètres de toutes sortes et autres indicateurs de contrôle.

Les médias occupent une place de choix dans ce processus de cybernétisation et sont un acteur de premier plan quant à la politique au quotidien. Les NTIC permettent aux médias de traquer l'événement politique d'heure en heure et même, lorsqu'on regarde les plus récentes campagnes électorales, de minute en minute. La technoscience emboîte le pas sur le débat d'idées et le contrôle de l'image – nous l'avons vu avec l'exemple de l'ADQ – devient primordial. Plus fondamentalement, les médias acquièrent une place de plus en plus grande au fur et à mesure où ils assurent la pérennité et le fonctionnement d'un système social carburant à la médiation, médiation nécessaire pour amoindrir les conflits et problèmes sociaux. Loin d'être que des institutions de l'information, les médias contribuent à accroître la circulation des représentations sociales et peuvent être pensés comme l'huile nécessaire au bon fonctionnement des rouages. Dans la vision la plus « orwellienne » que l'on puisse imaginer, les médias ne sont pas neutres. Non seulement incarnent-ils d'une certaine manière un ordre social (comme l'ont répété McLuhan ou Chomsky), mais leur utilisation et l'essor des NTIC fondent et renforcent l'esprit de système. Nous serions placés devant une sorte de contradiction interne : ce qui assurerait la démocratie (la circulation de l'information par les médias) pourrait éroder à la fois le régime social qui rend possible l'énonciation et la mise sur pied des projets de société. N'est-ce pas ce que cherche à signifier Michel Freitag lorsqu'il traite avec inquiétude du passage du pouvoir au contrôle?

3. La capacité instituante de l'État : quelle innovation possible?

Depuis le début du XX^e siècle, le rôle de l'État-nation subit l'influence des changements des relations internationales. Comme il en fut question au cours du premier chapitre du présent travail, les conflits entre les grandes puissances économiques, politiques et militaires ainsi que l'accélération du processus de mondialisation auront eu comme effet de limiter la capacité d'action de l'État, dorénavant restreinte par une panoplie de relations complexes. Entré dans une ère d'unipolarité à la fin de la Guerre froide, l'État-nation doit aujourd'hui se conformer, sous peine de sanctions diverses, à un cadre caractérisé par la démocratie libérale et le néolibéralisme. Les régulateurs extraétatiques ont une influence grandissante sur les politiques adoptées par les gouvernements nationaux et donc l'État-nation. Malgré les progrès qui ont été faits, on peut tout de même s'interroger aujourd'hui sur la capacité de la démocratie libérale à remplir ses promesses de paix, d'égalité et de justice sociale. Habermas souligne les impacts du processus de mondialisation sur l'État en présentant quatre pôles par lesquelles la souveraineté étatique se voit limitée.²⁵

De ces quatre pôles, l'enjeu du déficit démocratique et de la remise en question de la légitimité démocratique de l'État-nation semble d'une importance capitale à une époque où les décisions des gouvernements nationaux ne sont plus nécessairement en mesure de répondre aux revendications de leurs citoyens. La mondialisation des marchés et la mobilité des grandes corporations multinationales entraînent une certaine perte de contrôle de l'État face à l'économie. En s'intégrant au marché mondial, l'État se trouve

²⁵ Il s'agit de la sécurité juridique et l'efficacité de l'État administratif; la souveraineté de l'État territorial; l'identité collective et la légitimité démocratique de l'État-nation. Consulter Jürgen Habermas, *Après l'État-nation – Une nouvelle constellation politique*, Paris, Fayard, 2000.

incapable de régler certains problèmes d'ordre social ou politique sous peine de sanctions économiques. S'ensuivent alors des répercussions de taille quant à la place et au rôle de l'État-nation face au processus démocratique.

Devant sa difficulté à proposer des solutions aux problèmes sociaux, politiques et économiques auxquels font face les sociétés contemporaines, l'État-nation peut-il toujours prétendre être le moteur des changements nécessaires pour palier les lacunes du système actuel? Sans prétendre répondre définitivement à cette question d'envergure, nous concluons en tentant d'apporter une réflexion sur la question de la capacité instituante de l'État caractérisé par de multiples et complexes partenariats. À l'instar de Habermas, Geneviève Nootens²⁶ signale une perte (non pas totale) du pouvoir instituant de l'État-nation²⁷ inaugurée par le déplacement du politique vers des sphères extraétatiques. La politicologue québécoise aborde cette structure politique comme étant une construction propre à la modernité qui condense le pouvoir politique dans un seul lieu, soit l'État-nation. Après s'être imposé en Europe au XV^e siècle, le monopole du pouvoir politique de l'État-nation s'estompe graduellement avec la mondialisation et l'émergence d'un système de relations internationales unipolaires.

La perte du monopole étatique combiné à des tendances politiques de plus en plus rétroactives ne signifient la fin de la capacité de l'État à agir sur la société; dorénavant, il devra se contenter de contrôler les différents paramètres qui lui restent. L'État se retrouve

²⁶ Geneviève Nootens, *Désenclaver la démocratie – Des Huguenots à la paix des Braves*, Montréal, Éditions Québec Amérique, 2004.

²⁷ Nootens emploie le concept d'État-nation dans une optique basée sur la définition de Weber; c'est-à-dire l'idée que l'État est lié à l'ordre juridique et la capacité d'administrer et de contrôler un espace délimité (territoire). Consulter Geneviève Nootens, *op. cit.*, p. 30.

en quelque sorte pris entre l'arbre et l'écorce : il doit respecter ses engagements envers les pays étrangers (système-monde) et être conforme aux normes qui régissent les relations internationales. Son conformisme et, dans certains cas, sa subordination à d'autres acteurs provoquent un malaise au sein de ses propres citoyens. Cette subordination aux intérêts étrangers n'est pas acceptable aux yeux de l'électorat et doit être au mieux dissimulée. À l'intérieur même du pays, des forces s'affrontent : on retrouve les mouvements de droite et de gauche qui réclament l'action ou l'inaction politique de leur gouvernement par différents moyens. L'État doit donc être à la fois conforme et inscrit dans l'ordre mondial, tout en demeurant aussi souverain que possible. L'État que l'on pourrait nommer « réactif » est contraint d'œuvrer dans une multitude de domaines en obéissant aux normes prescrites par son implication dans des relations de plus en plus complexes.

De plus, au Canada, les partis politiques se ressemblent et adoptent des stratégies similaires pour recueillir des appuis. Malgré les campagnes de publicité négative dans lesquelles on tente d'apposer une étiquette d'extrémisme sur certains partis²⁸, force est de constater que les formations majeures se retrouvent au centre de l'échiquier politique; certains un peu plus à droite, d'autres plus à gauche. L'État n'a plus le parfait contrôle sur la définition des enjeux et des domaines dans lesquels il pourra avoir de l'influence : son inclusion dans un système de relations complexes affecte sa capacité de proposer des projets d'envergure dépassant les balises établies par ses obligations.

²⁸ Ce fut notamment le cas lors des élections provinciales québécoises de 2003 lorsque les détracteurs de l'ADQ tentaient de lier ce parti à des courants ultraconservateurs.

Sur le plan médiatique, la capacité d'*agenda setting* permet aux médias, secondés par d'importantes innovations technologiques, de définir les préoccupations politiques et sociales auxquelles le gouvernement devra réagir. En délimitant les enjeux d'importance, les médias exercent une pression sur les dirigeants politiques. Ils les obligent à se prononcer sur des enjeux qui auraient autrement pu être relégués aux dernières pages d'une plateforme électorale. Bien entendu, certains de ces enjeux sont d'une importance capitale pour le bon fonctionnement de la société; on peut notamment penser aux programmes sociaux, à la santé et, plus récemment, la question environnementale. Néanmoins, en faisant couler beaucoup d'encre par rapport à des enjeux parfois d'une importance secondaire, les médias contribuent à en faire des priorités gouvernementales. Le gouvernement et les partis politiques se doivent alors de réagir rapidement et efficacement à ces questionnements dans l'objectif de conserver leur légitimité médiatique qui se traduira, nous l'avons dit, en légitimation démocratique.

Le début du millénaire se caractérise par d'importants enjeux politiques; enjeux qui dépassent grandement les frontières étatiques telles qu'elles sont définies.²⁹ Malgré une certaine perte de la capacité d'action de l'État-nation, on doit reconnaître qu'il s'agit d'un acteur politique dont l'influence peut encore se faire sentir. Cependant, l'inaction engendre l'inaction : on ne ressent pas le besoin d'innover de manière politique et sociale lorsque la situation ne l'exige pas. Autrement dit, si l'environnement politique ne change pas, pourquoi changer ce qui fonctionne selon une logique électorale? Les gouvernements ont bien peu d'intérêt à proposer de grands changements avant que ceux-ci ne soient

²⁹ L'État doit agir en fonction de régulateurs externes; soit d'autres États plus puissants (hiérarchie étatique) ainsi que des régulateurs extraétatiques comprenant les sphères institutionnelles, économiques et culturelles.

absolument nécessaires. Les stratégies électorales et médiatiques sont raffinées de telle manière à donner, par l'entremise de l'image politique, l'illusion de changement et de progrès majeur.³⁰ Cependant, des changements d'une telle ampleur semblent de moins en moins possibles étant donné le carcan dans lequel se retrouve l'État : la complexité des relations entretenues par l'État partenaire (*État commercial ouvert*) limite ici les avenues possibles.

À l'inverse, le changement engendre le changement, en ce sens où de véritables innovations politiques semblent dépendre de mutations majeures externes à l'État. Les grands bouleversements redonnent une certaine capacité d'action politique à l'État. En période de crise ou d'instabilité, on se tourne vers l'État pour trouver des solutions aux problèmes de l'heure. On peut penser à la manière dont les attentats du 11 septembre 2001 ont pu redonner certains pouvoirs au gouvernement américain. L'État réactif semble réinvesti alors d'un plein pouvoir lorsque la situation l'exige. Ainsi, on peut faire l'hypothèse globale qu'en temps de relative stabilité, l'État doit se contenter d'un rôle instituant limité et caractérisé par une gestion de divers paramètres sociaux et économiques qui sont à sa disposition. Dans cette perspective donc, l'État conserverait sa capacité instituante surtout en temps d'instabilité ou de grande urgence.

³⁰ Peu à peu se constate l'aspect autoréférentiel de la politique. Autrement dit, on ne critique la politique qu'en la comparant à elle-même. L'électeur ne juge pas les candidats par rapport à des normes générales d'excellence ou d'honnêteté; il les compare entre eux – voter pour le moindre mal est devenu une stratégie électorale répandue. Les partis n'ont pas besoin de viser l'excellence et la perfection, il s'agit de demeurer en avance sur les adversaires sans commettre de bévues lors d'une campagne. Les partis se réfèrent à la norme et non au dépassement et au renouveau pour faire élire des candidats.

Tout laisse croire que l'un des grands enjeux qui risque d'obliger l'État à adopter de véritables politiques innovatrices sera la question écologique. Forcé d'agir pour assurer la survie d'écosystèmes indispensables à la vie humaine, l'État n'aura pas d'autre choix – du moins à lire les spécialistes sur la question – que de trouver de nouvelles solutions à des problèmes qui, jusqu'alors, ont été peu ou prou considérés. On constate que, pour le moment, il s'agit encore une fois d'une logique de gestion caractérisée par la réactivité. Sur la question environnementale, on voit maintenant les premiers balbutiements gouvernementaux en réaction aux pressions de la société civile, de la communauté internationale, de certains groupes d'intérêt ainsi que des médias qui réclament une protection accrue de l'environnement. Malgré qu'il semble impératif de prendre dès maintenant des mesures plus musclées pour réduire les impacts de la pollution sur la vie humaine sur la planète, les gouvernements ont une capacité d'action limitée et doivent prendre en compte d'autres secteurs d'activité³¹ lors de la mise en place de politiques, de lois, de normes et de programmes.

D'ici à ce qu'une obligation considérable et indéniable exigeant une véritable innovation politique, sociale et/ou économique ne vienne s'imposer, il semble que les partis politiques continueront de proposer des changements mineurs à la structure actuellement en place. Mais une question grave demeure : au moment où l'événement l'exigera, serons-nous encore capable de proposer des projets politiques ambitieux, et ce, malgré le carcan cybernétique des NTIC, de l'organisation et du monde de la gestion?

³¹ Dans le cas de l'environnement, on constate que le gouvernement canadien doit prendre en compte les impacts de nouvelles initiatives sur la sphère économique.

Cela devrait faire réfléchir les partisans du démantèlement de l'État-nation, nous semble-t-il...

Bibliographie sélective

Articles, contributions et monographies

Akoun, André, *La communication démocratique et son destin*, Paris, Presses universitaires de France, 1994.

Ansart, Pierre, *Idéologies, conflits et pouvoir*, Paris, Presses universitaires de France, 1977.

ATTAC (Collectif), *Le développement a-t-il un avenir?*, Paris, Éditions Mille et une nuits, 2004.

Barney, Darin, *Communication Technology*, Vancouver, UBC Press, 2005.

Béliveau, Julien, *Mario Dumont : le pouvoir de l'image*, Montréal, Éditions Trait d'Union, 2002.

Bell, Daniel, *La fin de l'idéologie*, Paris, Presses universitaires de France, 1997.

Boorstin, Daniel J., *The image: a guide to pseudo-events in America*, New York, Atheneum, 1977.

Bourdieu, Pierre, *La distinction - Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

Bourdieu, Pierre, *Sur la télévision* (suivi de *L'emprise du journalisme*), Paris, Éditions Liber, 1996.

Bowman, John, « 2006 – Year of the Blog », *Options politiques*, Mars 2006.

Brown, Steven D., (dir.), *The 1984 Election: Explaining the Vote*, Waterloo (Ontario), Wilfrid Laurier University, Department of Political Science, 1987.

Canet, Raphaël et Jules Duchastel (dirs.), *La régulation néolibérale : crise ou ajustement?*, Outremont (Québec), Athéna, 2004.

Castells, Manuel, *L'ère de l'information*, Tome I, Paris, Fayard, 2001.

Castells, Manuel, *La galaxie Internet*, Paris, Fayard, 2002.

Chomsky, Noam et Edward Herman (dirs.), *La fabrique de l'opinion publique : politique économique des médias américains*, Paris, Éditions Le serpent à plumes, 2003.

Chomsky, Noam et Robert McChesney (dirs.), *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Éditions Écosociété, 2000.

- Comber, Mary Anne et Robert S. Mayne, (dirs.), *The News Mongers*, Toronto, McClelland and Stewart, 1986.
- Cornellier, Louis, *Lire le Québec au Quotidien*, Québec, Les éditions Varia, 2005.
- Cot, Jean-Pierre et Jean-Pierre Mounier, *Pour une sociologie politique – tome 1*, Paris, Éditions du Seuil, 1974a.
- Cot, Jean-Pierre et Jean-Pierre Mounier, *Pour une sociologie politique – tome 2*, Paris, Éditions du Seuil, 1974b.
- Cotteret, Jean-Marie, *Gouverner c'est paraître*, Paris, Presses universitaires de France, 1997.
- Cotteret, Jean-Marie, *La démocratie téléguidée*, Paris, Éditions Michalon, 2006.
- Courville, Léon et Paul Daniel Muller (dirs.), *Place à l'initiative : repenser nos rapports économiques et sociaux*, Montréal, Éditions Québec Amérique, 2003.
- Dagenais, Bernard, « Les relations publiques, véritable instrument de démocratie », *Communication*, 2004, vol. 23 (no. 1), pp. 19-41.
- De Bonville, Jean, *La presse québécoise de 1884 à 1914 : genèse d'un média de masse*, Québec, Presses de l'Université Laval, 1988.
- De Bonville, Jean, *L'analyse de contenu des médias : de la problématique au traitement statistique*, Bruxelles, DeBoeck Université, 2000.
- De Clercy, Christine, *Les exigences du leadership de nos jours à la Chambre des Communes*, Groupe canadien d'études des questions parlementaires, no. 4, novembre 2001.
- Debord, Guy, *La Société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1992.
- Delaporte, Murielle, *La politique étrangère américaine depuis 1945 – L'Amérique à la croisée de l'histoire*, Bruxelles, Editions Complexe, 1996.
- Dépelteau, François, *La démarche d'une recherche en sciences humaines*, Saint-Nicolas (Québec), Presses de l'Université Laval, 2000.
- Dobrzynskz, Agnieszka, Blais, André et Richard Nadeau (dirs.), *Do the media have a direct impact on the vote? The case of the 1997 Canadian election*, *International Journal of Public Opinion Research*, 2003, vol. 15 (no. 1), pp. 27-43.
- Duchesne, André, « Santé – Charest dénonce l'élitisme adéquiste », *La Presse*, 20 février 2003, p. A8.

- Dumont, Fernand, *Les idéologies*, Paris, Presses universitaires de France, 1974.
- Duverger, Maurice, *Introduction à la politique*, Paris, Éditions Gallimard, 1964.
- Ellul, Jacques, *Histoire de la propagande*, Paris, Presses Universitaires de France, Collection « Que sais-je? », 1967.
- Fisette, Jean, *Introduction à la sémiotique de C.S. Peirce*. Saint-Léonard (Québec), Éditions XYZ, 1990.
- Fletcher, Frederick, *Médias, élections et démocratie*, Ottawa, Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis et Groupe Communication Canada, Approvisionnement et services Canada et Dundurn Press, Wilson & Lafleur, 1991.
- Fox, Paul W. et Graham White (dirs.), *Politics : Canada*, sixième édition, Toronto, McGraw-Hill Ryerson Limited, 1987.
- Freitag, Michel et Yves Bonny, *L'oubli de la société une théorie critique de la postmodernité*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.
- Freitag, Michel, *Dialectique et société*, Tome 2, Montréal, Éditions Saint-Martin, 1986.
- Freitag, Michel, *Le naufrage de l'université et autres essais d'épistémologie politique*, Montréal, Éditions La découverte, 1995.
- Freitag, Michel, « Transformation de la société et mutation de la culture II », *Revue Conjoncture politique au Québec*, 1983 (printemps), (no. 2), pp. 139-172.
- Freitag, Michel, « Transformation de la société et mutation de la culture I », *Revue Conjoncture politique au Québec*, 1982 (automne), (no. 2), pp. 61-84.
- Freund, Julien, *L'essence du politique - 4e édition*, Paris, Éditions Dalloz, 2004.
- Frizzell, Alan et Anthony Westell (dirs.), *The Canadian General Election of 1984: Politicians, Parties, Press and Polls*, Ottawa, Carleton University Press, 1985.
- Fukuyama, Francis, *La fin de l'histoire et le dernier homme* (traduit de l'anglais par Denis-Armand Canal), Paris, Flammarion, 1992.
- Gagné, Gilles, « L'État commercial ouvert », *Conjonctures et politique*, no. 6, printemps 1985, pp. 51-81.
- Gagnon, Alain-G., de Champlain, Olivier et Luc Turgeon (dirs.), « L'Action démocratique du Québec : Un tiers parti en quête de pouvoir », *Le Devoir*, jeudi 11 juillet 2002, p. A7.

Gantet, Claire, *La paix de Westphalie (1648) : une histoire sociale, XVII^e –XVIII^e siècles*, Paris, Belin, 2001.

George, Susan et Fabrizio Sabelli (dirs.), *Crédits sans frontières : la religion séculière de la Banque mondiale*, Paris, Éditions La Découverte, 1994.

Gingras, Anne-Marie, *La communication politique: état des savoirs, enjeux et perspectives*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université du Québec, 2003.

Gingras, Anne-Marie, *Les théories en communication politique*, Québec, Cahiers du Laboratoire de science politique de l'Université Laval, 1997.

Gingras, Anne-Marie, *Médias et démocratie le grand malentendu*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université du Québec, 1999.

Gollin, Albert E., « Exploring the Liaison Between Polling and the Press », *Public Opinion Quarterly*, 1980, vol. 44 (issue 4).

Gourévitch, Jean-Paul, *L'image en politique : de Luther à Internet et de l'affiche au clip*, Paris, Hachette Littératures, 1998.

Grand dictionnaire terminologique (site Web) :
http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index1024_1.asp

Habermas, Jürgen, *Après l'État-nation – Une nouvelle constellation politique*, Paris, Fayard, 2000.

Habermas, Jürgen, *De l'éthique de la discussion* (Traduit de l'allemand par Mark Hunyadi), Paris, Editions du Cerf, 1992.

Habermas, Jürgen, *La Technique et la science comme idéologie*, Paris, Gallimard, 1973.

Habermas, Jürgen, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1978.

Hellweg, Susan A., Pfau, Michael et Steven R. Brydon (dirs.), *Televised Presidential Debates: Advocacy in Contemporary America*, New York, Praeger, 1992.

Huntington, Samuel, *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, New York, Simon & Schuster, 1996.

Iris, Antoine, *Les autoroutes de l'information*, Paris, PUF, collection Que sais-je?, 1996.

Jamieson, Kathleen H. et David S. Birdsell (dirs.), *Presidential Debates*, New York, Oxford University Press, 1988.

Kagan, Robert, *La puissance et la faiblesse – Les États-Unis et l'Europe dans le nouvel ordre mondial* (traduit par Fortunato Israël), Paris, Editions Plon, 2003.

Kippen, Grant, *The Use of Information Technologies by a Political Party*, Vancouver, SFU-UBC Centre for the Study of Government and Business, 2000.

Lachapelle, Guy et Stéphane Paquin (dirs.), *Mondialisation, gouvernance et nouvelles stratégies subétatiques*, Saint-Nicolas (Québec), Les Presses de l'Université Laval, 2004.

Laforest, Guy, *Pour la liberté d'une société distincte*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université Laval, 2004.

Lagroye, Jacques, *Sociologie politique – 3^e édition*, Paris, Presses de Sciences Po et Dalloz, 1997.

Laliberté, Jean, *Les rouages du marché politique*, Montréal, Éditions Agence d'Arc, 1991.

Langlois, Georges, *Histoire du XX^e siècle*, Laval, Éditions Beauchemin, 1999.

Lanoue, David J., « Debates That Mattered: Voters' Reaction to the 1984 Canadian Leadership Debates », *Canadian Journal of Political Science / Revue canadienne de science politique*, vol. 24 (no. 1), Mars 1991, pp. 51-65.

Lapointe, Pascal, *Utopie.net, la réalité après le rêve*, Sainte-Foy (Québec), Éditions Multimondes, 2002.

Lasswell, Harold, *Propaganda Techniques in the World War*, New York, Knopf, 1927.

Latouche, Serge, *L'occidentalisation du monde*, Paris, Éditions La Découverte, 1989.

Lazar, Judith, *L'opinion publique*, Paris, Sirey, 1995.

Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard et Hazel Gaudet (dirs.), *The people's choice : how the voter makes up his mind in a presidential campaign*, New York, Columbia University press, 1968.

Lebon, Gustave, *Psychologie des foules*, Paris, Presses universitaires de France, 2003.

Lefort, Claude, *Essais sur le politique : XIX^e – XX^e siècles*, Paris, Éditions du Seuil, Collection Esprit, 1986.

Lippmann, Walter, *Public Opinion*, New York, Macmillan Co., 1960.

- Lipset, Seymour M., *L'Homme et la politique* (Traduit de l'américain par Guy et Gérard Durand), Paris, Éditions du Seuil, 1963.
- Luxemburg, Rosa, *Oeuvres v.3 - L'Accumulation du capital I*, Paris, Éditions Maspero, 1969.
- McCombs, Maxwell E. et Donald L. Shaw (dirs.), « The Agenda-Setting Function of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, 1972, vol. 36 (Summer), pp. 176-187.
- Mehdi, Rostane (dir.), *Les Nations Unies et la démocratisation*, Paris, Pedone, 2002.
- Meyer, Philip, *Precision Journalism – a reporter's introduction to social science methods*, Bloomington, Indiana University press, 1973.
- Miège, Bernard, *La société conquise par la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1989.
- Moles, Abraham, *L'affiche dans la société urbaine*, Paris, Dunod, 1969.
- Monière, Denis, *Votez pour moi – Une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*, Montréal, Fides, 1998.
- Monière, Denis, *Le combat des chefs – Analyse des débats télévisés au Canada*, Montréal, Éditions Québec/Amérique, 1992.
- Moreau-Desfarges, Philippe, *La mondialisation*, Paris, P.U.F., collection « Que sais-je? », 1997.
- Moscovici, Serge, *La machine à faire des dieux*, Paris, Éditions Fayard, 1988.
- Moscovici, Serge, *L'âge des foules*, Paris, Éditions Fayard, 1981.
- Nootens, Geneviève, *Désenclaver la démocratie – Des huguenots à la paix des Braves*, Montréal, Éditions Québec Amérique, 2004.
- Pammett, Jon H. et Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2004*, Toronto, Dundurn Press, 2004.
- Pammett, Jon H. et Christopher Dornan (dirs.), *The Canadian General Election of 2000*, Toronto, Dundurn Press, 2001.
- Parsons, Stephen D., *Rational choice and politics*, New York, Continuum, 2005.
- Penniman, Howard (dir.), *Canada at the Polls, 1984: A Study of the Federal General Elections*, Durham (North Carolina), Duke University Press, 1988.

- Pratte, André, *Le temps des girouettes: journal d'une drôle de campagne électorale*, Montréal, VLB Éditeur, 2003.
- Prevot, Hélène, *Imaginaire techno-scientifique et espace public – Informatique, technologies et mondialisation : Analyses du discours public, Québec (1992-1999)*, thèse de doctorat en Sociologie, Québec, Université Laval, 2003.
- Quermonne, Jean-Louis, *Les régimes politiques occidentaux - Quatrième édition*, Paris, Éditions du Seuil, 2000.
- Raboy, Marc, et Geneviève Grimard (dirs.), *Les médias québécois – Presse, radio, télévision, inforoute (2^e édition)*, Montréal, Gaëtan Morin Éditeur, 2000.
- Revel, Jean-François, *Le regain démocratique*, Paris, Fayard, 1992.
- Rocher, Guy, *Introduction à la sociologie générale – tome 3*, Montréal, Éditions HMH, 1969.
- Rodota, Stefano, *La démocratie électronique*, Rennes, Éditions Apogée, 1999.
- Saint-Étienne, Christian, *La puissance ou la mort – L'Europe face à l'empire américain*, Paris, Éditions Seuil, 2003.
- Sénécal, Michel, *L'espace médiatique : les communications à l'épreuve de la démocratie*, Montréal, Éditions Liber, 1995.
- Simard, Jean-Jacques, « La longue marche des technocrates », *Recherches sociographiques*, vol. 18, no. 1, janvier-avril 1977, pp. 93-132.
- Stanbury, W.T., *L'argent et la politique fédérale canadienne – Le financement des candidates et candidats et des partis*, Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis et Groupe Communication Canada, Approvisionnements et services Canada et Dundurn Press, Wilson & Lafleur, 1991.
- Tarde, Gabriel, *L'opinion et la foule*, Paris, Presses universitaires de France, 1989.
- Toulouse, Jean-Marie et Louis Maheu, « Gestion du social et social en gestion », *Sociologie et sociétés*, 1993, vol. 25 (no. 1), pp. 8-24.
- Toupin, Gilles, « L'impénétrable avenir du gouvernement Martin et du Parti libéral du Canada », *Possibles*, Vol. 29 (no. 1), hiver 2005, pp. 17-27.
- Vastel, Michel, « La droite tourne en rond », *L'Actualité*, Vol. 27 (no. 20), 2002, p. 78.
- Vendramin, Patricia et Gérard Valenduc (dirs.), « Technologies et société, destins croisés », *La lettre Emerit*, Deuxième trimestre, no. 42, 2005.

Vendramin, Patricia et Gérard Valenduc (dirs.), « L'atome, l'octet, le gène : une même approche », *La lettre Emerit*, Deuxième trimestre, no. 42, 2005.

Warren, Jean-Philippe, « Le « parking » », *Relations*, no. 678, août 2002, pp. 4-5.

Waxman, Chaim I., *The End of Ideology Debate*, Funk and Wagnalls, New York, 1968.

Weber, Max, *Le savant et le politique*, Paris, Plon, 1959.

White, Theodore H., *The Making of The President 1960*, New York, Cardinal Edition Pocket Books inc., 1961.

Articles de journaux

Bellavance, Joël-Denis, « Le Bloc baisse le ton devant l'ADQ », *La Presse*, 29 août 2002, p. A1.

Breton, Pascale, « L'ADQ franchit le cap des 25 000 membres », *La Presse*, 30 août 2002, p. A4.

Breton, Pascale, « L'ADQ gagne du terrain », *La Presse*, 11 mai 2002, p. A1.

Castonguay, Claude, « Au-delà de la démagogie - Le changement proposé par l'ADQ en matière de santé mérite un débat », *La Presse*, 3 juillet 2002, p. A19.

Cloutier, Mario, « Charest s'attaque à l'ADQ – « Une photocopie du Reform Party » », *La Presse*, 11 août 2002, p. A1.

Cloutier, Mario, « Le gouvernement est en retard sur les électeurs, selon Mario Dumont », *La Presse*, 16 août 2002, p. A4.

Cossette-Trudel, Alexis, « Mario Dumont – Le changement qui nuit », *Le Devoir*, 30 septembre 2002, p. A7.

David, Michel, « Perspectives: Le savant et la politique », *Le Devoir*, 3 mars 2003, p. A1.

David, Michel, « Le syndrome du parking », *Le Devoir*, 15 juin 2002, p. B3.

Descôteaux, Bernard, « Une autre façon de gouverner? », *Le Devoir*, 6 juillet 2002, p. B8.

Dutrisac, Robert, « Charest « n'a pas les bons réflexes » », *Le Devoir*, 29 juillet 2002, p. A1.

- Dutrisac, Robert, « Landry et Duplessis: Dumont en rajoute », *Le Devoir*, 3 mars 2003, p. A1.
- Gagnon, Lysiane, « Glissements de terrain », *La Presse*, 19 novembre 2002, p. A19.
- Gagnon, Lysiane, « L'amorce d'un débat nécessaire », *La Presse*, 5 octobre 2002, p. A21.
- Gagnon, Lysiane, « Révolution à l'horizon », *La Presse*, 13 août 2002, p. A9.
- Lessard, Denis, « Les Libéraux en avance », *La Presse*, 11 avril 2003, p. B1.
- Lessard, Denis, « Le PQ prend les devants », *La Presse*, 31 mars 2003, p. B1.
- Lessard, Denis, « Libéraux et Péquistes à égalité – L'ADQ poursuit sa chute », *La Presse*, 25 mars 2003, p. B1.
- Lessard, Denis, « Le PQ part en tête », *La Presse*, 13 mars 2003, p. B1.
- Lessard, Denis, « Le PQ remonte la pente », *La Presse*, 15 février 2003, p. A1.
- Lessard, Denis, « Le président de l'association adéquiste de Berthier démissionne », *La Presse*, 17 octobre 2002, p. A9.
- Lessard, Denis, « La gauche québécoise aux trousseaux de l'ADQ », *La Presse*, 2 octobre 2002, p. A8.
- Lessard, Denis, « Charest retrouve son tonus - Il accuse Mario Dumont d'avoir abandonné le Québec à Toronto », *La Presse*, 30 septembre 2002, p. A1.
- Lessard, Denis, « Le concours de beauté est terminé », *La Presse*, 29 septembre 2002, p. A1.
- Lessard, Denis et Gilles Toupin, « Les sondages libéraux accordent 30 circonscriptions à Dumont », *La Presse*, 1 juin 2002, p. A3.
- Lessard, Denis, « La dégringolade du PQ s'accroît », *La Presse*, 13 avril 2002, p. A1.
- Lévesque, Kathleen, « Une bataille serrée », *Le Devoir*, 7 avril 2003, p. A1.
- Lévesque, Kathleen, « Lapierre craint l'ADQ », *Le Devoir*, 23 novembre 2002, p. A3.
- Marissal, Vincent, « L'ADQ enterre son projet d'imposition unique », *La Presse*, 22 février 2002, p. A1.
- Panetta, Alexander, « L'étoile de Mario Dumont pâlit », *La Presse*, 9 décembre 2002, p. A3.

Pratte André, « Vacances Zéro! », *La Presse*, mardi 4 janvier 2005, p. A14.

Pratte, André, « Parlez! », *La Presse*, 20 août 2002, p. A10.

Presse canadienne, « Charest rejoue le thème de la réduction du rôle de l'État - Il faut « réinventer le Québec », dit le chef du PLQ », *Le Devoir*, 12 août 2002, p. A1.

Sansfaçon, Jean-Robert, « Le temps presse! », *Le Devoir*, 26 février 2003, p. A6.

Vaillancourt, Claude, « Raz-de-marée adéquiste », *Le Soleil*, 11 octobre 2002, p. A7.

Sites Web et ressources électroniques

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), « A very tactile politician », 20 juillet 1984, (document électronique): http://archives.cbc.ca/IDC-1-73-2106-13007/politics_economy/john_turner/clip7

Centre de recherche et d'information sur le Canada (CRIC) (site Web) : http://www.cric.ca/fr_html/guide/election_qc/elections_quebec_sondages.html

Centre des médias alternatifs du Québec (CMAQ) (site Web) : <http://www.cmaq.net/fr/>

Déclaration du Millénaire des Nations Unies (document électronique) : <http://www.un.org/french/millenaire/ares552f.htm>

Directeur général des élections du Québec (site Web) : www.electionsquebec.qc.ca.

Drache, Daniel, *The Political Economy of Dissent: Global Publics after Cancun*, Robarts Center for Canadian Studies, 2004, (document électronique) : http://www.yorku.ca/drache/academic/papers/gcf_cancun.pdf.

Élections Canada – Registre national des électeurs (site Web) : <http://www.elections.ca/content.asp?section=gen&document=ec90780&dir=bkg&lang=f&textonly=false>

Emery, Claude, *Les sondages d'opinion au Canada*, 1994, Chambre des Communes, (document électronique) : <http://www.parl.gc.ca/information/library/PRBpubs/bp371-f.htm>

Fondation pour l'innovation politique (site Web) : <http://www.fondapol.org/fondation-questcequelininnovation.jsp>