

## **Politiciens, médias et cynisme politique des citoyens**

*Analyse comparative du discours politique et des couvertures médiatiques des débats des chefs québécois de 1962 et de 2003*

**Olivier Côté**

Boursier stagiaire 2011-2012

**Fondation Jean-Charles-Bonenfant**

**Assemblée nationale**

**30 avril 2012**

## Résumé

Le présent essai a pour objectif de déterminer comment le développement du discours politique et l'évolution des pratiques journalistiques ont contribué à alimenter le déclin de la confiance des électeurs vis-à-vis des acteurs et des institutions politiques, voire ont provoqué la perpétuation structurelle du cynisme politique au Québec. Pour ce faire, l'auteur a réalisé une étude comparative du discours politique des débats des chefs de 1962 et de 2003. Complémentairement, il s'est intéressé à la médiation journalistique des enjeux bruts exposés dans les débats des mêmes années en effectuant une analyse qualitative et quantitative de la couverture médiatique des journaux *Le Devoir* et *La Presse*.

L'auteur constate que le discours politique de 2003, plus que celui de 1962, tend à confondre l'électeur dans ses aspects ambigus, notamment en raison de son mimétisme des valeurs et des attentes des électeurs par sondage et de celui, stratégique, des promesses des autres partis. Son agressivité est aussi susceptible de susciter une certaine forme de cynisme politique chez les citoyens québécois. Tout cela est imputable aux orientations contemporaines de la communication politique.

En ce qui a trait à la médiatisation du débat des chefs, l'auteur note la préséance en 2003 d'un journalisme d'opinion, de la présentation de la performance des chefs et d'un journalisme de confrontation qui s'appuie sur un cadrage des stratégies politiques de coulisse (« strategic framing ») et qui fait bien peu de cas des grands débats de société. Les journalistes font aussi étalage d'un cynisme, qui est une forme exacerbée du scepticisme journalistique. De nombreuses études empiriques confirment que ces éléments sont susceptibles de susciter le cynisme politique chez les électeurs.

Pour conclure, l'auteur invite les politiciens, les conseillers en communication politique et les journalistes à faire preuve d'autocritique et à s'interroger sur les éléments de leurs pratiques qui entraînent le cynisme. Ils invitent par ailleurs les citoyens québécois à sortir du cercle vicieux du cynisme en valorisant une meilleure éducation à la citoyenneté et en s'impliquant dans des mouvements sociaux et dans des partis politiques.

## Remerciements

L'écriture de cet essai fut un véritable tour de force. J'ai eu à mener plusieurs tâches de front : le travail auprès de mes députés, l'organisation de la mission exploratoire en Australie et différentes affectations lors des simulations parlementaires étudiantes. Aussi je me permets de remercier les gens qui m'ont entouré et qui ont rendu la concrétisation de cet essai possible. Sans eux, l'essai que vous vous apprêtez à lire n'aurait pas été aussi riche. Au premier chef, je tiens à remercier Claudette Robillard, du service de la bibliothèque, qui réalisa le repérage des études les plus pertinentes du présent travail; je tiens aussi à souligner le remarquable encadrement de Christian Blais, du service de la recherche, dont le point de vue historien a enrichi le mien. Je ne peux également passer sous silence l'apport de mes collègues stagiaires de la Fondation, Marie-Joëlle Carbonneau, François Gagnon, André-Yanne Parent et Ludovic Soucisse, qui m'ont prodigué leurs conseils et qui ont fait cheminer mon essai au fil de nos nombreuses discussions intellectuelles. Finalement, je tiens à souligner la présence réconfortante de la coordonnatrice générale du programme de la Fondation, Claire Dumais-Faber, et des membres du jury, Christian Blais, Alexandre A. Régimbald, et Magali Paquin, dont les commentaires furent plus que constructifs.

## Table des matières

<b>INTRODUCTION</b> .....	1
 <b>CHAPITRE I : ANALYSE DU DISCOURS POLITIQUE</b>	
<b>DES DÉBATS DES CHEFS</b> .....	10
A. Effets de distanciation et de rapprochement dans un contexte télévisuel .....	13
B. De la présence de la désorientation et de l'ambiguïté .....	20
C. Entre agressivité politique et respect des institutions démocratiques	27
D. Bilan .....	31
 <b>CHAPITRE II : LA MÉDIATISATION DES DÉBATS DES CHEFS</b> .....	
A. Entre journalisme d'information et journalisme d'opinion .....	33
B. Performance et contenu politique .....	36
C. Entre déférence et confrontation sceptique .....	41
D. De la présence médiatique du cynisme .....	44
E. Bilan .....	45
 <b>CONCLUSION</b> .....	
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	48
	51

Québec, 2010. Dans un sondage fracassant *Angus Reid* mené auprès de 807 personnes, publié dans *La Presse*, la journaliste Katia Gagnon rend compte de l'humeur des électeurs québécois. Selon ce sondage, 80 % des électeurs sont plutôt en désaccord ou fortement en désaccord avec l'affirmation voulant que « les politiciens soient honnêtes ». Seulement 9 % croient qu'ils disent la vérité. C'est toute la classe politique qui est éclaboussée<sup>1</sup>. Cette attitude, que d'aucuns qualifient de cynique, s'inscrit dans une conjoncture politique particulièrement mouvementée, sur fond d'allégations de corruption et de collusion.

Si, dans la Grèce antique, le cynisme était l'affaire d'un groupe bien organisé de « cyniques » partageant une même morale de la subversion et de l'ordre établi, aujourd'hui il appartient plutôt à une attitude individuelle, à un certain mépris de l'autre. Le cynisme politique se traduit notamment par la conviction profonde du caractère malicieux des politiciens, des institutions politiques et/ou du système politique dans son ensemble. L'abstentionnisme électoral ne constitue pas sa résultante obligatoire, bien que le cynisme politique provoque parfois l'érosion de la confiance envers les élus<sup>2</sup>.

Le cynisme politique n'est pas que conjoncturel, c'est-à-dire qu'il n'est pas exclusivement imputable aux actions ou aux inactions d'un gouvernement. Il possède des racines profondes. Nous serions tenté de dire, à l'instar des politologues Richard Nadeau et Thierry Giasson<sup>3</sup>, qu'il provient des changements structurels qu'ont connus les médias de masse et la communication politique.

À partir des années 1910, on assiste au passage d'un journalisme politique à un journalisme d'information. Le journal d'information devient, au Québec, une entreprise commerciale. Ce journalisme d'information est, à certains égards, « complaisant », c'est-à-dire qu'il est très respectueux de la classe politique et

---

<sup>1</sup> Katia Gagnon, « Les électeurs du Québec sont découragés, rebutés, désabusés », *La Presse*, 7 mai 2010.

<sup>2</sup> Peggy Schyns, Margreet Nuus et Henk Dekker, « A Conceptual and Empirical Evaluation of Political Cynicism », colloque « Politicologenetmaal », Belgique, 27-28 mai 2004. p. 3; Catherine Fieschi et Paul Heywood, « Trust, Cynicism and Populist Anti-Politics », *Journal of Political Ideologies*, vol. 9, no 3, p. 289.

<sup>3</sup> Richard Nadeau et Thierry Giasson. *Les médias et le malaise démocratique au Canada*. IRPP, 2003, p.32.

favorable à l'ordre établi. Encore à la fin des années 1950, demeurent quelques journaux politiques, organes officiels des partis, très critiques vis-à-vis de l'opposant et qui rejoignent, pour l'essentiel, les militants. Le nouvel impératif de rentabilité force le journal d'information de masse à se réinventer en fonction de l'émergence de nouveaux médias électroniques : la radio d'abord (années 1920), la télévision (années 1950-1960) ensuite, puis l'Internet (1990-2000)<sup>4</sup>.

Dès les années 1960, l'installation de ces médias de masse et l'évolution des pratiques journalistiques modifient de façon structurelle la relation qu'entretiennent les élus politiques avec leurs électeurs. Auparavant, l'essentiel de l'interaction des élus québécois avec leurs commettants passait par les partis politiques. Les assemblées contradictoires, les nombreux rassemblements de comtés, les assemblées de cuisine, les brochures politiques et les tracts constituaient les lieux privilégiés de rencontre de l'électeur avec ses politiciens. Dans les médias de masse, le discours politique subissait peu d'interférences journalistiques : il était reproduit intégralement ou était paraphrasé. Un bon exemple de cette forme se trouve dans la retranscription écrite des débats parlementaires, présente au Québec jusqu'en 1962, et dans le fait que les politiciens écrivaient dans les journaux pour livrer une proposition politique ou pour rectifier les faits sans aucun intermédiaire journalistique<sup>5</sup>. À cette époque, « une très forte proportion des citoyens s'identifiaient à l'un des partis en compétition [sic] et éprouvaient un degré élevé de confiance à l'égard des institutions politiques<sup>6</sup> ».

À partir de la fin des années 1960, le journalisme devient un journalisme de surveillance. Les journalistes s'affairent alors à scruter le comportement des politiciens en menant des enquêtes indépendantes. On constate ensuite, à partir de

---

<sup>4</sup> Jocelyn Saint-Pierre, *Histoire de la Tribune de la presse à Québec : 1871-1959*, Montréal, VLBC, 2007, p. 113-120.

<sup>5</sup> *Ibid.*, p. 150.

<sup>6</sup> Richard Nadeau et Frédéric Bastien, « La communication électorale », dans Anne-Marie Gingras (dir.), *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*, Montréal, Presses de l'Université du Québec, p. 169.

1975, l'apparition progressive du journalisme de confrontation<sup>7</sup>. Les médias minent la légitimité des élus en noircissant leurs actions; ils possèdent maintenant une influence certaine sur leurs prises de décision. La dynamique politique s'en trouve complètement bouleversée. Dès lors, les médias, dont les journalistes au premier chef, s'interposent dans la relation entre les électeurs et les élus. La relation élus/électeurs/médias devient triangulaire plutôt que bilatérale (élus-partis politiques/électeurs)<sup>8</sup>.

En parallèle, avec l'émergence des médias de masse, la communication politique, avec ses règles, ses stratégies de communication, s'impose. C'est en 1960, avec le débat entre John F. Kennedy et Richard Nixon à la présidence américaine, que naît la véritable communication politique moderne<sup>9</sup>. Pour reprendre la définition des politologues Richard Nadeau et Frédérick Bastien, on peut définir la communication politique « [...] comme l'utilisation systématique et coordonnée d'outils de communication en vue de maximiser l'appui politique d'un parti (gouvernemental ou non), de ses politiques et de ses leaders<sup>10</sup> ».

En trame de fond à ces changements dans les pratiques journalistiques, dans la relation élu/électeur et dans le discours politique s'opèrent des bouleversements sociétaux structuraux encore plus profonds, au Québec comme dans l'ensemble de l'Occident, qui expliquent cette crise de confiance. Il y a passage, dans les années 1960-1970, de la modernité, dont le maître mot, plein de certitudes, est celui du progrès social, économique et politique, à une hypermodernité faite de flottements, d'indécisions, de remises en question. On assiste, entre autres, à l'amenuisement de l'importance symbolique et politique des États-nations et de la légitimité des élites.

---

<sup>7</sup> Larry J. Sabato, *Feeding Frenzy : How Attack Journalism Has Transformed American Politics*, New York, Free Press, 1993.

<sup>8</sup> Peut-être assiste-t-on présentement à un troisième changement de paradigme dans la relation de l'élu avec ses électeurs, celui des médias sociaux. Pour l'instant, toutefois, il est difficile d'en mesurer l'impact sur le cynisme, considérant la pluralité des discours présents dans Internet et le faible nombre d'électeurs abonnés à twitter. Conférence de Tamara A. Small, *Colloque sur la démocratie, les députés et les médias*, 27 octobre 2011, Assemblée nationale.

<sup>9</sup> Philippe J. Maarek, « Le marketing politique d'un côté à l'autre de l'Atlantique », *Communication et marketing politique de l'homme*, Paris, Litec, p. 11.

<sup>10</sup> Richard Nadeau et Frédérick Bastien, *op.cit.*, p. 160-188.

Sur le plan individuel, la « condition postmoderne » de l'homme est caractérisée, selon le philosophe Jean-François Lyotard, par la disparition des grandes certitudes (le « désenchantement ») et l'hypertrophie d'une conscience individuelle<sup>11</sup>. Dès lors, une bonne partie des citoyens mobilisent leurs énergies à la poursuite du bonheur individuel, propre à la sphère privée, et délaissent les grands enjeux de la sphère publique, jusqu'à ce que certains deviennent cyniques vis-à-vis des institutions publiques<sup>12</sup>. C'est « le confort et l'indifférence » de Denys Arcand qui devient quelquefois, selon la conjoncture, « le confort dans le cynisme ».

Ce que nous souhaitons réaliser dans la présente étude, c'est d'aller justement à la racine de ce cynisme politique, de déterminer comment le développement du discours politique et l'évolution des pratiques journalistiques québécoises auraient contribué à alimenter le déclin de la confiance des électeurs vis-à-vis des acteurs et des institutions politiques, voire aurait provoqué la perpétuation structurelle du cynisme politique.

De nombreuses études se consacrent aux pratiques du journalisme dans la couverture des événements politiques et sur leur incidence sur le cynisme politique<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> Jean-François Lyotard, *La condition postmoderne : rapport sur le savoir*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

<sup>12</sup> Albert Hirschman, *Bonheur privé, action publique*. Paris, Fayard, 1983, 255 p.

<sup>13</sup> L. Maud Adriaansen, Philip Van Praag, Claes H. Vreese, «Substance Matters: How News Content can Reduce Political Cynicism», *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 22, no 4 (hiver 2010), p. 433-457; C.H. De Vreese et M. Elenbaas, « Media in the Game of Politics: Effects of Strategic Metacoverage on Political Cynicism », *International Journal of Press/Politics*, vol. 13, no 3, p. 285-309; Kees Brant et al., « The Real Spiral of Cynicism? Symbiosis and Mistrust between Politicians and Journalists », *International Journal of Press/Politics*, vol. 15, no 1, p. 25-40; J.N. Cappella, *Spiral of Cynicism : The Press and the Public Good*, Oxford University Press, 1997; C.H. De Vreese, *The Effects of Journalistic News Frames*, dans P. D'Angelo et J. Kuypers, dir., *Doing Framing Analysis*, Londres, Routledge, 2010; M. Elenbaas et C.H. De Vreese, « The Effects of Strategic News on Political Cynicism and Vote Choice among Young Voters », *Journal of Communication*, vol. 58, no 3, p. 550-567; Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie : le grand malentendu*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999; Lauren Guggenheim, Nojin Kwak et W. Scott, « Nontraditional News Negativity: The Relationship of Entertaining Political News Use to Political Cynicism and Mistrust », *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 23, no 3, p. 287-314; Gary Hanson et al., « The 2008 Presidential Campaign: Political Cynicism in the Age of Facebook, MySpace, and YouTube », *Mass Communication & Society*, vol. 13, no 5 (novembre-décembre 2010), p. 584-607; Dan Jackson, « Strategic Media, Cynical Public ? Examining the Contingent Effects of Strategic News Frames on Political Cynicism in the United Kingdom », *International Journal of Press/Politics*, vol. 16, no 1, p. 75-101; S. Lecheler et C.H. De Vreese, « Getting Real : the Duration of Framing Effects », *Journal of Communication*, vol. 36, no 3, p. 400-425; Dr. Silvo Lenart et David Jones, « Politics Meets Mass Media : Paradigms of Inquiry », *Current World Leaders*, vol. 40, no 2 (avril 1997), p. 33-41; Richard Nadeau et Thierry Giasson, *op.cit.* ; André Pratte, *Les oiseaux de malheur : essai sur les médias d'aujourd'hui*, Montréal, VLB Éditeur, 2000; Larry J. Sabato, *Feeding Frenzy : How Attack Journalism Has Transformed American Politics*, New York, Free Press, 1993; Eugénie Saitta, « Les journalistes politiques et leurs sources. D'une rhétorique de

D'autres études partent du postulat que le discours politique est à l'origine de ce mal démocratique<sup>14</sup>. Plus localement, des études analysent la nature du discours politique et de la couverture médiatique des campagnes électorales canadiennes et québécoises<sup>15</sup> et, plus rarement, les causes de l'émergence du cynisme politique et

---

l'expertise critique à une rhétorique du "cynisme" », *Mots : les langages du politique*, 87 (2008), p. 113-128; Michael Schudson, « Pourquoi les démocraties ont-elles besoin d'un journalisme détestable? », *Réseaux*, numéro « Pratiques journalistiques », 2009, p. 157-158; Andrew Sparrow, *Obscure Scribblers: a History of Parliamentary Journalism*, Londres, Politico, 2003, 238 p. ; David Taras, *The Newsmakers: The Media's Influence on Canadian Politics*, Scarborough, Nelson Canada, 1990 ; *Idem*, *Power and Betrayal in the Canadian Media*, Peterborough, Broadview Press, 1999; Arjen Van Dalen *et al.*, « Suspicious Minds : Explaining Political Cynicism among Political Journalists in Europe », *European Journal of Communication*, vol. 26, no 2. p. 147-162; C. De Vreese, « The Effects of Strategic News on Political Cynicism, Issue Evaluations, and Policy Support: A Two-Wave Experiment », *Mass Communication and Society*, 2004; J. Ward et C.H. De Vreese, « Political Consumerism, Young Citizens and the Internet », *Media, Culture and Society*, vol. 33, no 3, p. 399-413.

<sup>14</sup> Lionel Cliffe, *The Politics of Lying : Implication for Democracy*, New York, St-Martins Press, 2000, 236 p; C.H. De Vreese et M.E. Elenbaas, « Political Publicity and Spin », dans K. Brants et K. Voltmer, dir. *Political Communication in Postmodern Democracy*, Basingstoke, Palgrave; D.N. Hopmann, R. Vliegthart, et C. Elmelund-Praestekaer, E. Albaek et C.H. De Vreese, « Party Media Agenda-Setting : How Parties Influence Election News Coverage », *Party Politics*, 2010, p. 1-19; Pascal Lardellier, « Communication et pouvoir : les liaisons dangereuses », *Communication et langages*, no 112 (2<sup>e</sup> trimestre 1997), p. 85-95; André Pratte, *Le syndrome de Pinocchio : essai sur le mensonge en politique*, Montréal, Boréal, 1997; Philippe Bernier Arcand, *Je vote moi non plus : pourquoi les politiciens sont les seuls responsables du cynisme et de la désaffection politique*, Verdun, Québec, Amériq Média, 2009, 125 p.

<sup>15</sup> Jean-Marie Agrios, « 1988 Canadian Televised Leadership Debates and Social Construction of Reality : Two Methodologies, these de doctorat, University of Alberta, vol. 56 (1995), no 2, 394 p.; François Baby, *Les campagnes électorales et l'information à la télévision*, Ottawa, Association pour les études sur la radio-télévision canadienne et Archives nationales du Canada, 1988, 34 p.; Marusya Bociurkiw, «Whose Child Am I? The Quebec Referendum and Languages of Affect and the Body», dans Zoë Druick et Aspa Kotsopoulos, dir., *Programming Reality: perspectives on English-Canadian Television*, Wilfrid Laurier University Press, 2008; André Blais et M. Martin Boyer, « Assessing the Impact of Televised Debates : The Case of the 1988 Canadian Election », *British Journal of Political Science*, vol. 26, no 2 (1996), p. 143-164; Colette Brin, *La télévision publique en campagne : le plan de couverture électorale à la SRC (1997 et 1998)*, thèse de doctorat, sciences politiques, 2002, 331 p; André H. Caron, Chantal Mayrand et David E. Payne, « L'imagerie politique à la télévision : les derniers jours de la campagne référendaire », *Canadian Journal of Political Science*, vol. 16, no 3, p. 473-488; Jean Charron, « Les relations entre les partis politiques et les médias lors des campagnes électorales au Québec », dans J. Frederick, *Sous l'oeil des journalistes : la couverture des élections au Canada*, Toronto, Oxford, Dundurn Press, Montréal, Wilson & Lafleur, 1991, p. 91-166; Jean De Bonville et Jacques Vermette, « Télévision et unité nationale : la couverture de l'actualité canadienne à Radio-Canada, 1977 et 1987 », *Revue canadienne de science politique*, vol. 27, no 4 (décembre 1994), p. 699-716; Agnieszka Dobrzynska, « Analyse comparative du rôle des normes et pratiques journalistiques à la télévision dans la couverture de la campagne électorale fédérale canadienne de 1997 », *Communications*, vol. 21, no (hiver-printemps 2002); Frederick J. Fletcher, dir., *Election Broadcasting in Canada*, Toronto, Oxford, Dundurn Press, 1991, 358 p.; Thierry Giasson, Richard Nadeau et Éric Bélanger, « Débats télévisés et évaluations des candidats : la représentation visuelle des politiciens canadiens agit-elle dans la formation des préférences des électeurs québécois », *Canadian Journal of Political Science*, vol. 38 (2005), no 4, p. 867-895; Richard Godin, « La soirée électorale à la télévision : un dispositif de légitimation politique », *Bulletin d'histoire politique*, vol. 14, no 1, p. 13-30; Matthew Jay Mendelsohn, *Television Persuasive Effects : The Priming and Framing of Leadership in the 1988 Election*, thèse de doctorat, École Polytechnique, 1995, 503 p.; *Idem*, « The Media's Persuasive Effects : the Priming of Leadership in the 1988 Canadian Election », *Canadian Journal of Political Science*, vol. 27 (1994), no 1, p. 81-97; Denis Monière, *Votez pour moi : une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*, Saint-Laurent, Fides, 1998, 246 p.; *Idem*, *Le combat des chefs : analyse des débats télévisés au Canada*, Montréal, Québec/Amérique, 1992, 284 p; Denis Monière, « Les information télévisées sont-elles biaisées en campagne électorale? », *Recherches sociographiques*, vol. 35 (1994), no 1, p. 67-85; *Idem*, *Démocratie médiatique et représentation politique*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1999; *Idem*, *Radioscopie de l'information télévisée au Canada*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2000; Walter I. Romanow *et al.*, *Television Advertising in*

de l'abstentionnisme au Canada<sup>16</sup>. Aucune étude répertoriée ne prend toutefois comme point d'ancrage le contexte québécois pour réaliser une étude comparative de l'incidence réciproque des médias et du discours politique sur le cynisme politique.

Dans l'étude de l'impact des médias et du discours politique sur le cynisme des citoyens, plusieurs méthodologies sont envisageables. Il y a d'abord la « cultivation analysis », qui étudie la transformation progressive de l'environnement médiatique (médias et pratiques) en vue de montrer l'effet cumulatif des médias sur le soutien que portent les citoyens aux acteurs et aux institutions politiques. Il y a ensuite la méthode expérimentale, qui présente à des groupes constitués aléatoirement des séquences de nouvelles construites selon les styles journalistiques. Ce type d'enquêtes est rare et peu concluant. Il y a finalement la méthodologie diachronique, qui prend appui sur deux points de référence chronologiques pour examiner les effets à long terme des médias sur le cynisme politique des citoyens.

Nous souhaitons réaliser ce type d'analyse diachronique, c'est-à-dire mesurer l'évolution du discours politique en fonction des stratégies de communication politique en usage. Nous effectuerons une analyse qualitative de la forme du discours politique présent dans les débats des chefs de 1962 et de 2003 à partir de l'étude de la retranscription de ces débats et de leurs version audiovisuelles<sup>17</sup>. Pourquoi avoir choisi les débats des chefs comme objet d'étude? Les débats

---

*Canadian Elections : the Attack Mode*, Waterloo, Ontario, Wilfrid Laurier University Press, 1999, 252 p.; George Spears, *Équilibre de la couverture de la campagne référendaire québécoise de 1995 : analyse du contenu effectuée pour le Bureau de la responsabilité des médias de la CBC et de la SRC, novembre 1995*, Érin, Ontario, Erin Research, 1995. 21 p.; William Peter Stos, *Small Scree, Big Impact : A Historical Examination of the Effects of Television on the 1988 Federal Election Campaign*, thèse de doctorat, Carleton University, 1988, 283 p.; David Taras, « Television and Public Policy : The CBC's Coverage of the Meech Lake Accord », *Canadian Public Policy*, vol. 15, no 3. p. 322-334. Olivier Turbide, *La performance médiatique des chefs politiques lors de la campagne électorale de 2003 au Québec*, thèse de doctorat, Université Laval, 534 p.

<sup>16</sup> A. Blais, E. Gidengil, N. Nevitte et R. Nadeau, « The Evolving Nature of Non-Voting : Evidence from Canada », *European Journal of Political Research*, 2004, p. 221-236; Pierre Drouilly, *Statistiques électorales du Québec. 1867-1989*, Québec, Assemblée nationale du Québec, 1990, 3<sup>e</sup> éd., 962 p. ; François Gelineau et Alexandre Morin-Chassé, *Les motifs de la participation électorale au Québec : une étude de l'élection de 2008*, Chaire de recherche sur la démocratie et les institutions parlementaires, 2009; E. Gidengil, A. Blais, N. Nevitte et R. Nadeau, « La politique électorale : Où sont passés les jeunes? », *Perspectives électorales*, 2003; Henry Milner, *Political Knowledge and Participation Among Young Canadians and Americans*, IRPP, novembre 2007; J. Derek Green, *Rebuilding confidence : report of the Review Commission on Constituency Allowances and Related Matters*, St. John's, Terre Neuve et Labrador, 2007, 666 p.; Groupe d'étude des questions parlementaires, *Le Parlement et le peuple : pour une conscientisation du public*, GCÉQP, 1995, 28 p.

<sup>17</sup> Il est à préciser que nous ne disposons que d'un extrait du débat des chefs de 1962.

télévisés sont d'abord l'un des seuls moyens à avoir un « accès direct » et « non sélectif » au discours politique<sup>18</sup>. Les débats des chefs constituent surtout le moment pivot des campagnes électorales. Pour paraphraser le chercheur Philippe J. Maarek, il s'agit du moyen « paroxystique de la campagne », d'un moyen de choix employé par les équipes de communication politique pour simplifier la problématique, les enjeux de campagne et marquer des points<sup>19</sup>.

Simultanément à l'étude de l'évolution du discours politique, nous nous intéresserons à la médiation journalistique des enjeux bruts exposés dans les débats des mêmes années. Comment se traduisent les pratiques journalistiques à chacune des époques, et quelle est l'incidence de ces pratiques sur le cynisme politique des citoyens? Nous chercherons à répondre à ces questions en mesurant les changements/la continuité dans la représentation médiatique des enjeux politiques des débats à l'étude dans la presse écrite. Pourquoi avoir choisi d'étudier la presse écrite ? D'abord, parce que les archives télévisuelles des années 1962 sont inaccessibles (Radio-Canada) ou inexistantes (TVA). Ensuite, parce que la presse écrite constitue un média d'information politique de première importance, autant en 1962 qu'en 2003, et qu'elle constitue donc un point de repère fiable de l'évolution des normes et des pratiques journalistiques.

Nous ferons plus précisément l'analyse des journaux *La Presse* et *Le Devoir*, deux journaux grands formats. *La Presse*, publié à Montréal, est un journal d'information de masse. Il peut compter sur un lectorat significativement élevé : on parle de 190 000 lecteurs par jour en semaine en 2004, tandis qu'en 1967 son tirage se situait aux alentours de 250 000 exemplaires. *Le Devoir*, également publié à Montréal, cible davantage un public cultivé et les décideurs de l'ensemble du Québec. Son tirage est plus restreint : en 1967, il publie 31 000 exemplaires durant un jour de semaine typique; en 2003, on parle d'une moyenne 25 000 exemplaires par jour<sup>20</sup>.

---

<sup>18</sup> Denis Monière, *Le combat des chefs : analyse des débats télévisés au Canada*, op.cit., p. 21.

<sup>19</sup> Philippe J. Maarek, op.cit., p. 43.

<sup>20</sup> Jean-Paul De Lagrave, *Histoire de l'information au Québec*, Montréal, Éditions La Presse, 1980, p. 202-203; page archivée du 7 mars 2004 du site Internet de l'Association canadienne des journaux :

*La Presse* a toujours été fondamentalement fédéraliste. En 1962 tout comme en 2003, le journal appuie ouvertement, dans ses éditoriaux, le Parti libéral du Québec. En 1962, le quotidien est la propriété de la famille Berthiaume. Gérard Pelletier est son rédacteur en chef. En 2003, le journal appartient maintenant à la chaîne Gesca de Power Corporation. Éric Trottier est son directeur de l'information et Philippe Cantin, son éditeur adjoint. André Pratte est son éditorialiste en chef<sup>21</sup>.

*Le Devoir* de 1962, journal indépendant qui est la propriété de l'Imprimerie populaire, a pour rédacteur en chef André Laurendeau et pour directeur Gérard Filion. Le journal défend alors des valeurs sociales progressistes et soutient les actions et les orientations du Parti libéral du Québec. En 2003, le quotidien, toujours de propriété indépendante, a pour rédacteur en chef Jean-Robert Sansfaçon et pour directeur Bernard Descôteaux. Il conserve ses valeurs progressistes, maintenant plus à gauche, et est ouvertement souverainiste. Il appuie le Parti québécois.

Nous avons effectué une analyse qualitative de contenu et quantitative de la couverture médiatique des jours précédant et suivant le débat des chefs, du 7 au 14 novembre 1962 (débat des chefs : 11 novembre 1962) et du 27 mars au 4 avril 2003 (débat des chefs : 31 mars 2003). Le corpus médiatique est constitué de la façon suivante : 28 articles du *Devoir* (1962), 45 articles de *La Presse* (1962), 20 articles du *Devoir* de 2003 et 79 articles de *La Presse* de la même année. On parle donc d'un total de 73 articles pour l'année 1962 et de 99 pour l'année 2003, une hausse d'articles largement imputable à la présence accentuée d'articles publiés dans le courrier des lecteurs du journal *La Presse*.

Dans le premier chapitre, il sera question de l'articulation du discours politique dans les débats des chefs de 1962 et de 2003, des éléments qui les distinguent et des points de convergence, des effets rhétoriques et des stratégies politiques employées qui sont susceptibles de susciter du cynisme politique chez les électeurs.

---

<http://web.archive.org/web/20040307082648/http://www.cna-acj.ca/client/cna/ult.nsf/ccrecords?OpenView&Start=1&count=500>

<sup>21</sup> Cyrille Felteau, *Histoire de la Presse : tome II, le plus grand quotidien français d'Amérique, 1916-1984*, Montréal, Éditions La Presse, 1983-1984, p. 188-201.

Dans le deuxième chapitre, nous ferons l'analyse de la médiatisation du débat des chefs. Nous traiterons de la présence, dans le discours médiatique, des opinions, des faits, du discours des politiques, de la question des stratégies politiques, de l'idée de performance et du cynisme des journalistes. Nous concluons avec des pistes de solutions pour atténuer l'incidence du cynisme politique structurel sur la société québécoise.

## Chapitre I : Analyse du discours politique des débats des chefs

De nombreux points de convergence facilitent la comparaison des débats de 1962 et 2003. D'abord, il s'agit de débats des chefs décisifs qui ont entraîné un revirement d'opinion au profit des libéraux, libéraux qui ont été reconduits ou propulsés au pouvoir<sup>22</sup>. Sinon, le débat de 1962 est le premier débat télévisé de toute l'histoire canadienne, tandis que celui de 2003 appartient à l'une des élections contemporaines les plus marquantes, notamment à cause de ses nombreux revirements (utilisation politique d'une déclaration de Jacques Parizeau, présence d'un troisième acteur, l'Action démocratique du Québec, de plus en plus populaire), encore que la deuxième guerre en Irak lui fasse un peu d'ombrage<sup>23</sup>.

Certains éléments distinguent irrémédiablement le débat de 1962 de celui de 2003. D'abord, ces débats s'inscrivent dans des contextes médiatiques différents. Le débat de 1962 coïncide avec l'avènement de la télévision comme véritable média de masse qui s'insère dans les habitudes quotidiennes des Québécois — 94 % des ménages de 1960 pouvaient accéder théoriquement aux ondes de la télévision canadienne, à la condition expresse de posséder un téléviseur, ce qu'avaient les Québécois dans une proportion de 90,8 % (Recensement de 1961)<sup>24</sup>. Il est télé- et radiodiffusé le 11 novembre, trois jours avant le scrutin, sur les ondes de Radio-Canada et de ses stations privées affiliées de tout le Québec, de Moncton et de Sudbury. À cette époque, Radio-Canada fait face à une faible concurrence commerciale.

---

<sup>22</sup> Le conseiller en communication Maurice Leroux s'exprime sur l'élection de 1962 : « Des sondages [internes] nous indiquaient que l'Union nationale avait pris l'avance sur nous. 10 jours avant, l'Union nationale remportait le pouvoir. On estime que le débat a renversé la tendance ». En 2003, selon Maurice Pinard, « le revirement décisif s'est produit à la suite du débat télévisé des chefs (31 mars 2003). Les libéraux firent un gain de 8 points dans le dernier sondage Crop pour atteindre 44 %, et le PQ perdit 9 points pour se retrouver à 35 % ». Maurice Pinard, « Anatomie d'une campagne : comment les libéraux ont repris le pouvoir à Québec », *Policy Options*, août 2003, p. 77.

<sup>23</sup> Il est à noter que le premier débat des chefs québécois à la télévision, succédant à celui de 1962, n'eut lieu qu'en 1994, soit 32 ans plus tard.

<sup>24</sup> Paul Rutherford, *When Television Was Young : Primetime Canada (1952-1967)*, Toronto, University of Toronto Press, 1990, p. 47.

Le débat de 2003, qui a lieu le 31 mars (jour du scrutin : 14 avril 2003), télédiffusé en direct sur les ondes de Télé-Québec, de Radio-Canada, de TQS et de TVA, ne constitue plus la seule émission à monopoliser l'attention des téléspectateurs. Il propose une offre télévisuelle en concurrence commerciale avec une multitude de chaînes spécialisées.

Si, sur le plan formel, les débats de 1962 et de 2003 proposent une déclaration d'ouverture des candidats, plusieurs blocs de discussion animés par un ou des journalistes, pour se terminer sur la déclaration de conclusion de chaque candidat, ils diffèrent toutefois sur un aspect fondamental : sur la confrontation ou la non-confrontation des candidats. Dans le débat de 1962, qui s'étend de 20 h 30 à 22 h 15, les candidats Jean Lesage et Daniel Johnson n'interagissent pas directement<sup>25</sup>, ce qui, combiné avec le rythme plus posé des candidats, suscite un rythme plus lent. Le débat de 2003 est beaucoup plus dynamique, plus intense. Son dynamisme tient du fait que les candidats Jean Charest, Bernard Landry et Mario Dumont s'affrontent dans des joutes verbales en face à face selon un principe d'alternance, cela sans médiation journalistique directe. Il faut aussi souligner le temps plus maigre dédié aux interventions sous la forme de soliloques des politiciens en présence.

La structuration des thèmes varie aussi d'un débat à l'autre. Celui de 1962 traite de quatre thématiques : la nationalisation de l'électricité, le scandale du gaz naturel, le programme des deux partis et l'administration libérale depuis 1960. À l'intérieur de chacun de ces thèmes, Jean Lesage et Daniel Johnson font un discours de sept minutes. Leur ordre d'intervention est déterminé par tirage au sort lors du débat par l'animateur, Raymond Charrette. Leur discours est suivi d'une période de

---

<sup>25</sup> Si Daniel Johnson et Jean Lesage ne s'affrontent pas directement, c'est à cause du conseiller Maurice Leroux, qui tenait à tout prix à éviter un affrontement direct entre les deux candidats, une formule qui aurait désavantagé un Lesage bouillant rarement en contrôle avec son adversaire. Clairandree Cauchy, « Le premier débat télévisé fut le meilleur », *Le Devoir*, 13 mars 2007.

questions de six minutes des journalistes<sup>26</sup>. Les discours finaux des chefs, quant à eux, totalisent cinq minutes chacun<sup>27</sup>.

Le débat de 2003, animé par Jacques Moisan, démarre sur une déclaration d'ouverture d'une durée de trois minutes. Ensuite, quatre blocs sont abordés : gestion de l'État, finances publiques et économie; santé et mission sociale; travail, éducation, famille et autres missions de l'État. Chacun des trois candidats dispose d'une minute et demie pour s'exprimer sur le thème. Ensuite, sont proposés trois débats de cinq minutes avec, en alternance, des affrontements Jean Charest/Bernard Landry, Bernard Landry/Mario Dumont, Mario Dumont/Jean Charest. Le tout se conclut sur une déclaration finale de trois minutes pour chacun des candidats.

Malgré leurs différences fondamentales, notamment sur le plan des thèmes abordés et de leurs formes respectives, les débats de 1962 et de 2003 ont été expressément conçus pour la télévision, ce qui les rend comparables. Une étude comparative de ces débats est d'autant plus justifiée que ceux-ci concordent avec des variations significatives du taux de participation aux élections. En 1962, le taux avait été de 79,59 %; en 2003, le taux fut de 70,42 %<sup>28</sup>, le plus bas taux depuis l'obtention du droit de vote des femmes au Québec en 1940. Comment expliquer cet état de fait? Peut-on imputer cette baisse à une transformation du discours politique, entre autres facteurs? Considérant que le cynisme politique est le principal facteur explicatif de la baisse du taux de participation électorale de la première décennie de

---

<sup>26</sup> Ont été choisis : Paul Sauriol, *Le Devoir*; Gérard Pelletier, *La Presse*; Bill Bantey, *The Gazette*; Jean V. Dufresne, *MacLean*; Lucien Langlais et Clément Brown, *Montréal-Matin*. Le choix des journalistes fit l'objet de vives négociations entre le Parti libéral et l'Union nationale. À l'origine, l'Union nationale tenait à ce que des journalistes d'allégeance unioniste posent les questions du débat, mais ils se raviseront pour finalement accepter, la veille, les journalistes proposés par Radio-Canada, journalistes qui avaient participé aux conférences de presse organisées par la télévision publique. *Ibid.*

<sup>27</sup> Au net, bien que l'animateur Raymond Charrette ait tout fait pour assurer la parité, Johnson eut droit à un droit de parole de 51 minutes, tandis que Lesage obtena 40 minutes. Pour cause : Johnson obtint neuf questions des journalistes et Lesage, 4.

<sup>28</sup> DGEQ, « Historique du taux de participation », <http://www.electionsequbec.qc.ca/francais/tableaux/historique-du-taux-de-participation.php#no4>, consulté le 2 février 2012.

2000, selon l'enquête de François Géliveau et d'Alexandre Morin-Chassé<sup>29</sup>, peut-on dire que le discours politique est un générateur de cynisme politique?

Il serait audacieux de présumer qu'un changement dans le discours politique tend à entraîner un tel changement de comportement électoral. Il nous est toutefois possible d'évaluer l'évolution de l'incidence des principes de la communication politique dans ce discours et si, en corollaire, cette communication politique, que l'on veut invisible, n'amène pas une forme de distanciation des politiciens avec leur électorat.

### **A. Effets de distanciation et de rapprochement dans un contexte télévisuel**

La télévision a véritablement révolutionné le rapport que les citoyens entretiennent avec leurs politiciens. Elle s'est substituée graduellement aux assemblées contradictoires d'antan en proposant un nouvel espace d'expression des idées politiques, une agora élargie aux dimensions de la nation<sup>30</sup>. Si bien que le discours politique a dû s'adapter. Ciblé autrefois sur les comtés et des régions particulières, le discours politique a élargi ses horizons pour devenir plus national, plus collectif et moins local. L'un des effets de l'arrivée de la télévision fut donc l'accélération de l'uniformisation du discours politique et la concentration de la stratégie politique des partis entre les mains de quelques individus dès 1960 (« war rooms » ou « équipe névralgique de stratèges »)<sup>31</sup>. C'est ce qui fera dire à un journaliste visionnaire de *La Presse*, Richard Daignault, en 1962 : « [...] nous sommes en train, dans cette province, de passer de la politique de comté à une politique québécoise, une politique d'ensemble<sup>32</sup> ». On constate tout de même encore, en 1962, l'organisation d'assemblées très locales, comme en témoignent diverses publicités dans les quotidiens *Le Devoir* et *La Presse*.

<sup>29</sup> François Géliveau et Alexandre Morin-Chassé, *op.cit.*

<sup>30</sup> Denis Monière, *Le combat des chefs : analyse des débats télévisés au Canada, op.cit.*, p. 17.

<sup>31</sup> Richard Nadeau et Frédérick Bastien, *op.cit.*, p. 168.

<sup>32</sup> Richard Daignault, « Peu de gens auraient été influencés par le débat », *La Presse*, 13 novembre 1962, p. 24.

La communication politique électorale conçoit les discours politiques en fonction de catégories particulières d'électeurs indécis à séduire avec l'objectif ultime d'obtenir le plus grand nombre d'appuis. La télévision cherche, elle aussi, en tant que média de masse, à joindre le plus grand nombre de téléspectateurs, qui possèdent par ailleurs des profils socioéconomiques, culturels, régionaux, générationnels, sexuels particuliers. À cause des impératifs du marché télévisuel, elle cherche avant toute chose à conserver son caractère séduisant. Comment s'articule alors le discours politique des débats télévisés à l'étude? Y a-t-il rapprochement ou distanciation avec l'électorat cible?

À l'analyse comparative du débat de 1962 et de celui de 2003, nous constatons d'abord qu'il y a simplification manifeste du discours des politiciens en présence. Cette simplification du discours passe par le recentrage du discours sur les grandes lignes d'un argumentaire politique. Il y a ici une « autolimitation systématique de la thématique du discours » autour d'une « proposition de vente unique », d'un axe de discours qui est constamment contrasté avec celui de l'adversaire<sup>33</sup>. En 1962, le recentrage du discours des Lesage et Johnson est imposé par la nature même de l'élection, une élection référendaire sur la nationalisation de l'électricité. Sur bien des aspects, toutefois, leur discours s'éparpille, s'égare tout de même dans de nombreuses thématiques, exemplifiant l'état embryonnaire de la communication politique à cette époque. En 2003, on peut repérer l'axe des discours des protagonistes dans leurs discours d'ouverture<sup>34</sup>. Bernard Landry défend le bilan de son gouvernement : il s'enorgueillit du bon état de l'économie, des choix budgétaires qui ont été faits et qui ont permis l'amélioration des programmes sociaux en éducation et santé. Il souhaite s'assurer dans l'avenir de la conciliation « famille/travail ». Jean Charest souhaite que les électeurs qui veulent du changement votent pour lui plutôt que pour l'ADQ : il fait contraster le bilan « désastreux » du gouvernement en santé, en finances publiques, son

---

<sup>33</sup> Philippe J. Maarek, « Le marketing politique d'un côté à l'autre de l'Atlantique », *Communication et marketing politique de l'homme*, Paris, Litec, p. 40.

<sup>34</sup> Cette hypothèse se confirme dans le documentaire « À hauteur d'homme » : l'équipe qui entoure le premier ministre sortant tente, par tous les moyens, d'épurer le message politique. Jean-Claude Labrecque, *À hauteur d'homme*, 2003, 16m00s

indépendantisme fourbe, caché avec sa volonté de détaxer les citoyens du Québec et de donner priorité à la santé. Mario Dumont ne fait pas de promesses particulières pour courtiser l'électorat : il met en valeur l'idée d'un État québécois qui ne suffit plus à la demande en santé, qui « craque de partout », qui est endetté et qui mérite un sérieux coup de barre.

Il y a aussi, davantage en 2003 qu'en 1962, simplification du discours dans la vulgarisation d'enjeux souvent complexes et l'utilisation d'un champ lexical qui se veut plus accessible. Cette situation peut être imputable au désir des politiciens de plaire au plus grand nombre, de se rapprocher de sa réalité, et aux contraintes de temps du débat de 2003, qui accorde une moins grande place à la libre expression des idées complexes des politiciens (interventions en soliloques d'une minute et demie).

Alors que le débat de 1962 s'adresse davantage à un club d'initiés férus de parlementarisme, celui de 2003 fait abstraction, pour une large part, de la réalité parlementaire, une réalité pourtant incontournable. C'est comme si le discours politique avait suivi très exactement l'évolution des pratiques journalistiques québécoises, qui ont progressivement délaissé la couverture des travaux parlementaires pour ne s'intéresser, la plupart du temps, qu'à la période des questions. Ainsi, si les Lesage et Johnson laissent entrevoir le processus d'adoption des lois et leur fonction légale, il n'y a que Bernard Landry, en 2003, qui s'intéresse explicitement à la fonction réformatrice des projets de loi.

L'analyse du débat de 1962 laisse par ailleurs sous-entendre que les Lesage et Johnson pouvaient s'exprimer sur des sujets complexes sans craindre de se faire rabrouer par leurs conseillers politiques ou, sinon, passaient outre leurs supplications en ce sens. Jean Lesage s'exprime dans ces conditions librement sur les questions financières de la nationalisation de l'hydroélectricité et sur la nécessité d'emprunter pour financer les projets de modernisation du Québec. Le vocabulaire qu'il emploie est celui d'un expert :

Nationalisation : Nous assumerons [sic] les 250 millions de dollars **d'obligations** pour lesquelles, je le répète, **les intérêts et l'amortissement seront payés avant le calcul des profits**, alors nous paierons 250 millions et l'Hydro empruntera, avec la garantie de la province, 350 millions de dollars facilement. J'ai toutes les garanties à ce sujet.

Projet de modernisation : Pendant que les autres provinces avaient compris depuis longtemps que, dans les temps modernes, il y a lieu d'emprunter pour investir dans **les dépenses capitales**, l'Union nationale continuait de s'en tenir à ce vieux principe désuet qu'il fallait essayer, chaque année, de combler les dépenses ordinaires et capitales à même les revenus courants. Eh! bien, cette façon de penser financièrement, elle est dépassée. Elle a été dépassée depuis longtemps dans les autres provinces et c'est pour cela que, dans les autres provinces, comme dans l'Ontario en particulier, chaque année, on a eu **des surplus aux comptes ordinaires**, comme nous nous en avons eus de petits; mais on a eu **des déficits aux comptes des dépenses capitales** afin de pouvoir investir dans les communications, dans la voirie.

En 2003, Bernard Landry, tout aussi féru d'économie, n'emploie pas un tel vocabulaire technique pour expliquer la débandade des actifs de la Caisse de dépôt, mise à part sa mention d'une « cote trois A » :

Mais je veux vous parler de la Caisse, à Monsieur Dumont aussi en même temps et à tout le monde. Vous avez démoli la caisse là comme si c'était une ruine. Et quand vous avez fini ce travail-là, à partir de New York, une cotation internationale, Standard and Poors, ils ont pas de candidats dans la proch... dans la présente élection, a donné la **cote trois A** à la Caisse de dépôt, après tout ce que vous avez dit sur son compte. Ils sont pas mal plus objectifs que vous. Tous les gestionnaires de fonds de pension ont en plus assuré que les fonds de pension n'étaient pas en jeu.

Landry a suivi ici les conseils de ses conseillers politiques et en communication qui, avant le débat, lui avaient suggéré d'aller droit au but sur la question de la Caisse de dépôt, sans façon. Le tout visait à donner l'impression qu'il était un économiste crédible mais accessible<sup>35</sup>.

Ces interventions suggèrent que Lesage, plus élitiste, s'adresse aux adultes scolarisés de 21 ans et plus — qui est l'âge du droit de vote à l'époque<sup>36</sup> —, tandis qu'un Bernard Landry, et par extension un Jean Charest ou un Mario Dumont, plus vulgarisateurs dans leurs approches, conçoivent leur discours en fonction d'un destinataire imaginé moins informé ou plus jeune, singulièrement à cause de la présence d'électeurs de 18 ans.

Le tout révèle deux rapports sociologiques, bien que les locuteurs partagent une même conviction de l'égalité pour tous : Lesage se voit comme faisant partie de l'élite d'une société hiérarchisée, comme le révèle un extrait où il se distancie des fils ouvriers (« la construction d'écoles techniques, pour **la formation des fils de nos**

---

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> L'âge de la majorité ne sera abaissé à 18 ans qu'en 1963.

**ouvriers** ») et un autre où il parle aux électeurs sur un ton paternaliste (« vous savez, mes chers électeurs »). Par contraste, les Landry, Charest et Dumont se perçoivent, à tout le moins dans leurs discours, comme étant au service de la cause du peuple québécois sans distinction aucune, quoiqu'ils ciblent parfois des électorats particuliers (indécis, hommes, femmes, jeunes, *baby-boomers*, partisans des camps adverses) avec l'objectif de s'attirer leurs votes.

Au-delà de ce passage, entre 1962 à 2003, d'un discours où est valorisée l'autorité du politicien, son érudition sur des domaines particuliers, à un discours plus vulgarisé, plus accessible qui constitue un point de rupture net avec le passé, nous constatons aussi la présence de points de continuité manifestes qui participent au rapprochement des politiciens avec leurs électorats respectifs.

Entre les politiciens de 1962 et ceux de 2003, il y a d'abord une même volonté discursive de parler à l'électorat par un mode d'adresse direct, dans le contexte télévisuel où le politicien doit s'adresser à plusieurs millions de personnes tout en gardant un ton et un contact visuel intimiste. À un Lesage qui dit « vous, Monsieur, ou vous, Madame », il y a le plus formel « Mesdames, Messieurs » de Mario Dumont et de Daniel Johnson, ou le plus senti « Ce soir je m'adresse à tous les Québécois » de Jean Charest, plus spécifiquement ciblé sur les « partisans du changement » et de l'ADQ<sup>37</sup>. À cela il faut ajouter le très rare « mes chers amis » de Bernard Landry. Au final, si le mode d'adresse direct des politiciens de 1962 n'est employé que rarement, à cinq reprises, Charest convoque, selon le chercheur en communication politique Olivier Turbide, les téléspectateurs 3,5 fois à toutes les 10 lignes de transcription, alors que ce rapport diminue de moitié pour Bernard Landry — 1,6 occurrence à toutes les 10 lignes. Dans le cas de Dumont, c'est encore moins, c'est-à-dire que le rapport descend à 0,3, faiblesse compensée par l'instrumentalisation effective de sa vie privée<sup>38</sup>.

Il y a aussi ce besoin du politicien de se figurer comme étant le porte-parole de l'indignation et de la volonté populaires. Lesage et Charest font ainsi l'usage d'un « nous » collectif indigné qui présente l'adversaire comme « [...] isolé face à un

---

<sup>37</sup> Olivier Turbide, *loc.cit.*

<sup>38</sup> *Ibid.*, p. 165.

NOUS exprimant la volonté populaire<sup>39</sup> » (Lesage : « **Nous** ne pouvons pas avoir confiance. **Nous** ne pouvons pas avoir confiance, le purgatoire n'a pas enduré... n'a pas duré assez longtemps »; Charest : « C'est la première fois **qu'on** en entend parler »; « **Nous** sommes parmi les derniers en matière d'investissement en santé »). Le « vous » du discours final de Jean Charest projette avec encore plus d'habileté ce sentiment d'indignation sur les téléspectateurs :

**Vous** connaissez les difficultés de notre système de santé et des services sociaux, parce que plusieurs **parmi vous** les vivent actuellement. **Vous** êtes peut-être parmi les plus de 100 000 personnes qui sont sur des listes d'attente actuellement au Québec pour une chirurgie. **Vous** êtes peut-être le parent d'un enfant autiste parmi les 9 000 enfants qui sont en attente de services de réadaptation. **Vous êtes** peut-être le parent même d'un enfant autiste qui a été forcé de poursuivre votre propre gouvernement pour obtenir les services auxquels vous avez droit.

Le tout contraste beaucoup avec le « Je » personnalisé et plus distant de Johnson (« **Je** crois que le peuple de la province doit savoir qui mène, quels sont les principes ») ou celui de Bernard Landry, qui se décline souvent autour des vocables de « chef de gouvernement » ou de « premier ministre ». Le « nous » de Dumont, dont l'occurrence est plus rare, situe la souffrance de la classe moyenne dans la sienne : « **Nous avons tous au moins un parent ou un ami** qui a vécu l'attente dans la santé. Des enfants à Sainte-Justine jusqu'aux aînés dans les centres de longue durée. **On souffre, on s'inquiète.** »<sup>40</sup>

Il y a par ailleurs cette volonté des politiciens de se rapprocher du peuple, de sa réalité, dans le vocabulaire employé et dans les situations mises de l'avant. En 1962, cela passe par l'usage d'expressions populaires par l'unioniste Daniel Johnson, qui cherche à courtiser les ouvriers, les bûcherons et les cultivateurs, ou par les rares expressions religieuses de Lesage, qui frappent l'imaginaire catholique de l'époque :

Lesage (image religieuse) : Nous ne pouvons pas avoir confiance. Nous ne pouvons pas avoir confiance, le purgatoire n'a pas enduré... n'a pas duré assez longtemps. C'est le feu de l'enfer qu'il faut pour purifier l'Union nationale.

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, p. 159.

<sup>40</sup> Il faut savoir que le « nous », tant en 1962 qu'en 2003, est majoritairement employé pour désigner l'action du parti politique d'appartenance du politicien. En 2003, Jean Charest était le politicien qui se présentait le plus « dans une relation de solidarité avec son parti » dans une proportion de 38,6 % (107 occurrences sur 277). Il est à préciser également que Dumont attribue à son parti politique le crédit de ses propositions à travers un « Nous-parti politique ». *Ibid.*, p. 138 et 164.

Johnson : Je considère que cette question de la nationalisation, le Parti libéral s'en sert comme nos mamans, lorsque nous étions jeunes, se servaient du jus d'orange pour nous faire avaler de l'huile de ricin [...]. Au fond du verre, il y a là l'huile de ricin et ça, ce sont les promesses violées et ce sont les taxes qu'on avait promis de ne pas imposer et qu'on a imposées.

Johnson, sur la nationalisation d'une compagnie du Saguenay : Ils [les gens du gouvernement] achètent la « run » de pain sans acheter la boulangerie.

En 2003, cela se traduit par la mise en scène publique de la vie privée des politiciens, un dénominateur commun à forte portée affective. Bernard Landry met ainsi de l'avant le décès de sa femme et son rôle de grand-père pour expliciter ses prises de position en matière de santé et de famille. Il s'agit d'une manière habile de créer un effet de proximité avec l'électorat, effet de proximité qui est parfaitement aligné sur l'image médiatique que ses stratèges tentent de projeter, celle d'un homme profondément humain et moins hautain<sup>41</sup> :

Je pense, au contraire, qu'il faut toujours faire preuve de retenue quand on parle de ce sujet délicat [la santé], que j'ai moi-même connu, hélas!, à travers une douloureuse expérience personnelle...

Je parle de cette question [la famille] comme premier ministre, bien sûr, mais aussi comme père et comme grand-père.

Dans le cas du chef de l'ADQ, Mario Dumont, cela se produit à travers la mise en scène de sa propre famille, à 11 reprises, au cœur de son discours politique. Il se fait la voix de « Monsieur, Madame tout le monde », alors qu'il interpelle les citoyens sur le mode de la proximité :

Chez **nous**, quand j'ai été... quand j'ai grandi, on avait une petite ferme laitière, rien pour être riche, mais on manquait de rien. **On** faisait attention. **On** gaspillait pas. Les matériaux luxueux qu'**on** avait pas les moyens d'avoir dans la maison, **on** les achetait pas. **On** s'occupait des choses primordiales : la maison, habiller les enfants, l'éducation. Y avait des choses essentielles dans la famille, et c'est ça qu'on protégeait. Pourquoi à la Caisse de dépôt, pendant qu'on perd de l'argent, des gens, on se paye les matériaux de luxe dans une tour à bureaux qui coûte trois fois le prix qui était prévu? Notre vision à l'ADQ, c'est moins d'organismes au gouvernement, moins d'étages dans les ministères, entre ceux qui décident et ceux qui donnent les services.

Dumont incarne ici le « citoyen ordinaire », dont la famille n'est ni trop riche ni pauvre : bref, faisant partie de la classe moyenne, une catégorie sociale qu'il courtise activement. Il présente comme sincère cette « éthique du bon sens » populaire (dixit

---

<sup>41</sup> En préparation au débat des chefs, les stratèges qui entourent Bernard Landry encouragent le premier ministre sortant à mentionner des éléments de sa vie privée. Jean-Claude Labrecque, *À hauteur d'homme*, 2003.

Olivier Turbide), qu'il oppose constamment dans son discours à une bureaucratie inhumaine (« ceux qui donnent les services »; « tours à bureaux ») et à des élites inféodées à des intérêts corporatistes (syndicats, lobbys). Dans un autre extrait, il dira : « [...] il existe maintenant un fossé immense entre les obsessions politiques des vieux partis et la réalité quotidienne des gens ». D'aucuns qualifient de « populistes » ce mode d'adresse, cette dichotomisation des enjeux et cette critique des élites constituées.

Pour Jean Charest, ce rapprochement s'effectue grâce à l'implication émotionnelle directe des téléspectateurs à travers un « vous » percutant :

**Vous** êtes les citoyens les plus taxés en Amérique [...] M. Landry n'a rien fait pour éviter le pire désastre financier de l'histoire du Québec : 13 milliards de dollars en deux ans en perte à la Caisse de dépôt. Ça, c'est l'équivalent du salaire de 26 000 infirmières pendant dix ans. C'est, pour une famille de quatre personnes, l'équivalent de 7 500 dollars de perte. **Et c'est votre argent à vous qui a été perdu.**

Au final, à l'analyse, les politiciens de 1962 et de 2003 emploient une multitude de procédés rhétoriques pour se rapprocher de leurs électeurs respectifs, que ce soit en se faisant les porte-parole de l'indignation populaire. Mais là où les politiciens de 2003 se distinguent, c'est dans leur volonté de mettre en scène leur vie privée pour s'amalgamer au peuple même. Tandis que les politiciens de 1962 misent avant tout sur leur figure d'autorité, leur expertise pour convaincre les électeurs, ceux de 2003 s'appuient sur la présentation d'un discours plus accessible. À telle enseigne que Mario Dumont ne s'offusque pas de se représenter comme un citoyen ordinaire dont la façon de parler est plus proche de celle de la classe moyenne. Est-ce que ce changement dans le discours peut générer du cynisme politique chez les citoyens? Il serait difficile de le croire.

## **B. De la présence de la désorientation et de l'ambiguïté**

L'usage, dans le discours politique, de procédés de désorientation – l'absence d'orientation claire – et d'ambiguïté est toutefois susceptible de confondre l'électorat, au point de le décontenancer dans ses démarches pour identifier les enjeux de la campagne, les promesses fermes des différents partis et les moyens pour les réaliser. Autant en 1962 qu'en 2003 il y a cette valorisation du « flou », de l'implicite. Comme l'indique le politologue Denis Monière, l'ambiguïté et la désorientation des

discours politiques accroîtraient leur « efficacité communicationnelle » en les rendant sujets à interprétation<sup>42</sup>. Avec l'objectif de susciter l'adhésion des électeurs, certains stratèges politiques et conseillers en communication s'emploieraient donc à obscurcir délibérément les valeurs, les enjeux et les engagements énoncés par les politiciens<sup>43</sup>.

En 1962, de nombreux engagements sont « commissifs » (dixit Gilles Gauthier<sup>44</sup>), c'est-à-dire qu'ils sont plus implicites que réels : la poursuite du programme de gratuité scolaire (Lesage : « Il faut continuer pour que nous le mettions totalement en œuvre »), la promesse floue d'un référendum sur la nationalisation (Johnson : « [...] avant le 30 juin, la population [aura], en toute liberté, en toute connaissance de cause [...] l'occasion de se faire entendre ») ou encore l'amélioration du sort des bûcherons et des cultivateurs (« Je serai plus fier de Québec lorsque le revenu de nos cultivateurs aura augmenté, lorsque nos colons seront en meilleure posture, lorsque nos bûcherons auront un meilleur salaire »). Un autre engagement, celui de Johnson sur l'assurance-hospitalisation, a pour seul mérite d'exprimer une intention sans en étayer les modalités : « [...] nous allons voir à ce que l'assurance-hospitalisation [...] puisse servir, non seulement à l'hospitalisation mais aux frais médicaux et en faveur de ceux dont les moyens sont déjà établis par des enquêtes et qui reçoivent déjà des allocations ». Au net, la présentation implicite des actions promises a l'avantage de permettre au politicien de rejeter ultérieurement « [...] l'obligation d'effectuer [les actions] faisant l'objet de l'engagement indirect<sup>45</sup> ».

---

<sup>42</sup> Denis Monière, *Le combat des chefs : analyse des débats télévisés au Canada*, op.cit., p. 15.

<sup>43</sup> Les chefs de partis de 1962 et de 2003 peuvent compter sur une équipe chevronnée de stratèges politiques et de conseillers en communication. En 1962, Daniel Johnson, chef de l'Union nationale, s'entoure de Paul Langlais, vice-président de Télé-Métropole, et de son équipe (Paul Gros d'Aillon, Jean Blanchet, René Caron, Paul Levert et Jean-Paul Cardinal). Lesage n'est pas en reste. Il peut compter sur Maurice Leroux, ancien réalisateur de Radio-Canada, et de son équipe d'experts chevronnés (Guy Gagnon, Gérard Brady, François Norbert, Claude Morin, Jean Morin, Pierre Chaput). Si on se transporte maintenant en 2003, aucun élément n'est laissé à l'improviste. Jean Charest, chef du parti libéral, Bernard Landry, président du Parti québécois, et Mario Dumont, chef de l'Action démocratique du Québec, comptent tous sur une équipe aguerrie de spécialistes en communication. À l'instar de Jean Lesage, ils prennent congé de leur campagne avant le débat. *Ibid.*, p. 59-60.

<sup>44</sup> Gilles Gauthier, « L'indirection en communication publique. Le cas des débats télévisés canadiens et québécois (1962-1998) », *Communication*, vol. 21, no 1, p. 99-118.

<sup>45</sup> *Ibid.* On remarque tout de même la présence d'une série de promesses électorales clairement identifiées : le respect du montage financier visant la nationalisation du réseau d'hydroélectricité (Lesage), la création d'un comité des comptes publics permanent (Johnson), l'instauration d'un salaire minimum d'un dollar de l'heure sauf pour les agriculteurs (Johnson) et une exemption d'impôt pour les revenus de 2000 \$ et de 4000 \$ (Johnson).

Ces procédés « commissifs » se raffinent avec le temps. Ils décuplent leurs forces, se multiplient, surtout dans le contexte de 2003 où les engagements sont beaucoup plus nombreux. Bien que l'importance relative des engagements électoraux augmente, il n'en demeure pas moins que les autres composantes du discours politique - présentation des valeurs, propositions d'objectifs - conservent une place prépondérante. Mario Dumont propose ainsi une série d'engagements dont les objectifs sont clairs, mais qui possèdent des modalités d'application manquant de netteté :

Il faut changer notre modèle de gouvernement. Radicalement. L'ADQ propose de faire évoluer notre modèle de gouvernement obèse, paternaliste, mur-à-mur, contrôlant, vers un modèle de gouvernement responsable qui fait confiance au jugement des personnes pour faire des choix.

Ma vision des finances publiques, c'est aussi une vision à long terme. Avec la retraite massive des *baby-boomers*, il va y avoir plus de besoins en santé, en services sociaux et moins de gens pour payer. **Faut voir à ça, maintenant.** Commencer à rembourser notre dette, réduire année après année les intérêts sur notre dette. Cesser de pelleter le problème sur ma génération et celle de mes enfants.

La famille dans notre esprit, c'est large. Ça doit être encouragé dans tous ces modes de vie et ce n'est plus à l'État d'imposer aux familles ses façons de vivre.

Mon engagement : garder le cap sur l'avenir, respecter les personnes, respecter la classe moyenne qui est si étouffée. Remplacer l'inquiétude, celle des aînés, celle des jeunes par la confiance.

Pour moi, l'avenir politique du Québec passe d'abord par notre capacité à miser sur ce qui nous unit plutôt que sur ce qui nous divise. J'ai un goût profond que notre État retrouve son audace et sa capacité d'agir.

Certes, plus loin, des promesses concrètes sont énoncées par Mario Dumont (« additionner du privé au système public » de santé, création de bons d'études et de bons de garde qui accordent le libre-choix aux parents de l'école et du moyen de garde privilégié pour leurs enfants), et avec elles leurs modalités d'application, mais la composante dominante de son discours est celle de l'imprécision.

Les derniers extraits se rapportent davantage à des énoncés de valeurs qu'à de véritables promesses électorales. Leur utilité stratégique réside dans la faible possibilité que des électeurs peu critiques ou peu politisés puissent s'y opposer. Des électeurs critiques pourraient toutefois s'interroger sur la façon dont M. Dumont compte transformer ces valeurs en mesures.

Dans ce même débat, Bernard Landry adopte une posture qui se veut crédible et rassurante dans la clarté de ses objectifs, mais pas sur le plan des modalités d'application. En matière d'emploi, il propose le plein emploi d'ici 2005. Il se fixe comme objectif de « ne pas replonger le Québec dans le déficit et [de] réduire les impôts le plus rapidement possible », mais il se fait muet sur les moyens réels qu'il compte employer pour réaliser ce plein emploi, au-delà de quelques affirmations vagues pour ne pas incommoder l'électorat de sa vision économique complexe à certains égards<sup>46</sup>.

En matière de défense des intérêts du Québec, le premier ministre sortant indique qu'il souhaite obtenir du gouvernement fédéral plus d'argent pour financer la santé et de « toujours poursuivre l'intérêt supérieur du Québec ». Ce positionnement ambigu laisse aux électeurs la possibilité de projeter sur son discours leurs propres perceptions, qu'elles soient en consonances ou en dissonances avec les siennes. Pour résorber les problèmes du système de santé, il suggère de créer des groupes de médecins de famille qui couvriront l'ensemble du Québec d'ici 2005, d'améliorer les soins à domicile, d'allonger les heures d'ouverture des CLSC et d'augmenter le personnel soignant par l'augmentation des étudiants en santé dans les établissements d'enseignement. Mais, au final, aucun objectif global de réduction des listes d'attente n'est proposé.

À l'inverse, Jean Charest s'engage formellement auprès de l'électorat à en « [...] finir avec l'attente » en proposant sensiblement les mêmes moyens pour y arriver que le premier ministre sortant. Il chiffre ses promesses de réduction d'impôt et détaille les moyens qu'il compte mettre en place pour aider les familles : instauration d'un programme d'aide aux devoirs et création de 3 000 places en garderie, entre autres. Sur d'autres aspects, son discours est plus flou : sur l'élimination du « gaspillage » dans la fonction publique, sur la redéfinition du rôle de l'État notamment et « sur la conclusion d'un véritable partenariat avec les régions du Québec » notamment.

---

<sup>46</sup> La volonté de l'équipe de préparation du débat de rendre accessible le discours de Bernard Landry a clairement été établie dans le documentaire « À hauteur d'homme ». Jean-Claude Labrecque, *À hauteur d'homme*, 2003.

Une certaine désorientation s'insère donc durablement dans le discours politique. D'autres procédés rhétoriques, plus directifs, centrent l'attention de l'électorat sur un autre objet que celui des engagements électoraux. De manière plus cordiale que contraignante, ces procédés directifs sont employés pour amener l'électeur à consolider ou à se détourner de ses convictions profondes. En 1962, Johnson dit ainsi, rempli de certitude, que la « population va [lui] faire confiance ». Jean Lesage, quant à lui, incite l'électorat à effectuer la nationalisation de l'électricité en stipulant implicitement qu'il n'a d'autre choix que d'adhérer au bien-fondé de cette action. Il use ici de toute son autorité de premier ministre sortant : « [...] la clef de la libération économique, eh bien! c'est la nationalisation des compagnies privées d'électricité. Et il faut faire l'opération au complet. **Autrement, nous n'aurons pas l'instrument qui nous manque et je vous le dis, nous n'aurons pas l'instrument qui nous manque pour assurer notre progrès.** » Plus loin, le même Lesage oppose les enjeux, noircit son adversaire en faisant reposer entre les mains des électeurs la suite positive du destin de la nation québécoise :

Vous savez, mes chers auditeurs, vous avez le choix entre deux philosophies de gouvernement, entre deux équipes. Vous avez le choix entre une équipe compétente, courageuse qui, en deux ans, a fourni le plus vaste effort jamais donné par un gouvernement au Québec. Ou encore, vous avez le choix d'un groupe d'hommes dont l'expérience, hélas, se limite au fait d'avoir été les valets d'un maître. Vous avez le choix entre le principe de l'égalité de tous devant la loi ou le système de l'arbitraire et du favoritisme électoral, à l'avantage de quelques-uns. Arbitraire et favoritisme dont nous avons souffert pendant 16 ans. Ou vous avez le choix entre la fierté des Québécois, ou le retour à la honte d'avant 1960. Vous avez le choix entre la liberté et le retour aux chaînes d'une machine infernale qui est disparue et qu'il ne faut pas faire renaître, et aussi entre la liberté et les matraques de la vieille police provinciale, l'ancienne.

Ce procédé sera repris par Jean Charest lors du débat de 2003, alors qu'il incitera les électeurs, particulièrement les électeurs fédéralistes que courtise momentanément Bernard Landry, à choisir entre la santé et la souveraineté :

Vous avez le choix du statu quo, un gouvernement qui s'est déconnecté de la population et qui, franchement, a placé sa cause au-dessus de vos intérêts, des intérêts à vous. Et il continuera à le faire. La priorité du Parti québécois sera toujours la souveraineté. Vous avez le choix de voter pour le Parti libéral du Québec, qui a un projet pour rassembler les Québécois, et dont la santé est la première priorité. Et vous avez remarqué que M. Landry a continué à refuser de répondre, quand il ne blâme pas les autres pour les décisions de son gouvernement. Voulez-vous donc un

gouvernement de santé ou un gouvernement de transition vers la souveraineté comme l'a admis, ce soir, finalement M. Landry?

Aux électeurs tentés par l'ADQ, il énumérera une série d'engagements auxquels ils peuvent difficilement s'opposer : « Si vous voulez un changement, si vous croyez que la santé doit être notre première priorité, si vous croyez qu'il faut revoir le rôle de l'État, si vous croyez qu'il faut réduire les impôts, je vous invite à voter pour le Parti libéral du Québec. »

Un autre aspect qui contribue à la désorientation du discours politique est celui du mimétisme. Dans le débat de 1962, les candidats Johnson et Lesage insistent sur leur dissemblance idéologique en faisant usage d'une variété de moyens rhétoriques pour convaincre les indécis et renforcer les intentions des électeurs qui leur sont favorables. Les politiciens de 2003 procèdent plutôt par mimétisme, bien que, comme nous venons de le voir avec Jean Charest, ils dichotomisent parfois artificiellement les enjeux, les valeurs.

Ce mimétisme comporte deux volets complémentaires. Il consiste d'abord à « reproduire », à « intégrer » les attentes particulières de certaines catégories d'électeurs. Il faut savoir qu'au sein des partis politiques, les attentes des différentes catégories de l'électorat sont étudiées par groupes de discussion (« focus group »), par sondages. On cible plus particulièrement les sous-catégories d'électeurs à séduire, ceux dont le degré d'identification partisane est faible (indécis). Puis, les partis se positionnent sur des enjeux pour « maximiser les gains au sein des segments ciblés de l'électorat <sup>47</sup> ». L'évaluation de la performance du parti par des sondages internes d'opinion sert finalement de mesure au succès des stratégies de communication politique.

Résultat, dans le débat de 2003 : les programmes électoraux des partis politiques comportent souvent des valeurs, des engagements standardisés, uniformisés en fonction des sous-catégories de l'électorat ciblées. Un bon exemple de mimétisme par sondage est celui de la déclaration du premier ministre sortant Bernard Landry, qui cherche à se faire le porte-parole du désir populaire : « Vous voulez que le gouvernement réinvestisse en **santé**, en **éducation** et pour les

---

<sup>47</sup> Richard Nadeau et Frédérick Bastien, *op.cit.*, p. 172-173.

**familles**, c'est ce que nous ferons d'abord et avant tout. » L'électeur indécis, sans allégeance politique particulière, qui écoute ce type de déclaration ne peut qu'être d'accord avec ce qui lui est proposé. Cet électeur indécis devient toutefois perplexe dans le contexte où Jean Charest fait le même effort de mimétisme de ses valeurs, de ses choix prioritaires : « On vous propose des vraies mesures, des vraies solutions et dans nos priorités, rappelez-vous : on priorise la **santé**, l'**éducation**, de telle sorte qu'on puisse venir en aide à tous les citoyens, surtout les **familles**. » La différence entre le PQ et le PLQ devient dès lors une question de nuances; les arguments, les choix sont moins tranchés. Un lecteur du *Devoir* exprimera son ras-le-bol vis-à-vis de ce mimétisme qui obscurcit le débat : « Bon sang! Que l'un des trois "moulins à vent" s'assume et avoue franchement ses intentions! [...] La première priorité du gouvernement sera la santé, l'éducation, la famille, l'environnement...? Soit, alors aidez-moi : est-ce l'ordre des priorités ou est-ce qu'on se moque de nous en n'accordant pas réellement de priorité à ces postes budgétaires?<sup>48</sup> »

Une deuxième forme de mimétisme, complémentaire, est celle qui consiste à tenter d'imiter la plateforme de l'adversaire, sorte d'ajustement stratégique en cours de campagne. Lors du débat de 2003, en réaction à Jean Charest qui dit sur toutes les tribunes que la santé est sa « première priorité », Bernard Landry réplique au débat que « la santé restera, bien sûr, notre priorité ». Un autre exemple est la proposition de congés flottants pour les familles par l'ADQ, engagement qui répond symétriquement à celui du PQ de l'application d'un congé supplémentaire par semaine pour les familles dès le 1<sup>er</sup> janvier 2004.

En d'autres termes, ce mimétisme, qui place les intérêts politiques en priorité, obscurcit la clarté des choix électoraux des électeurs indécis, des divergences idéologiques intrinsèques à chacun des partis. Complémentairement, les procédés « commissifs » et directifs, en usage tant en 1962 qu'en 2003, ont pour effet d'engourdir la pensée de l'électorat au profit d'une désorientation rarement au service d'une communication politique claire. Nous sommes donc ici en droit de nous demander si ces procédés rhétoriques n'entravent pas la libre circulation des idées et les possibilités de débattre et si, ultimement, ils ne suscitent pas le désintérêt chez

---

<sup>48</sup> François-Pierre Gladu, « Un choix, vraiment ? », *Le Devoir*, 2 avril 2003, p. A 7.

certaines électeurs les moins politisés pour la chose politique, voire leur désaffection ou leur cynisme.

### **C. Entre agressivité politique et respect des institutions démocratiques**

Il va sans dire que le seul aspect imprécis du discours politique ne suffit pas à alimenter le cynisme politique. D'aucuns diraient que la délégitimation des valeurs et des institutions démocratiques dans le discours politique même sont susceptibles d'alimenter le cynisme, tandis que leur légitimation est susceptible de provoquer le résultat inverse.

Au nombre des dispositifs de délégitimation, il faut inclure les rapports parfois trop agressifs entre les adversaires politiques. Il est vrai qu'une démocratie sans débats peut difficilement se targuer d'être une démocratie saine, mais la qualité des rapports entre politiciens, de leurs échanges, est un indicateur très net de la qualité de la vie démocratique.

La formule du débat Lesage/Johnson, où se succèdent des soliloques sur les questions de l'heure, impose le respect entre les locuteurs impliqués, beaucoup plus que la formule de 2003 où l'affrontement entre politiciens interposés est valorisé. Le téléspectateur assiste ainsi en 1962 à cinq tentatives d'interruption de la part de Daniel Johnson, dont le son du microphone est pourtant coupé. En 2003, on compte 175 tentatives d'interruption de l'adversaire par Mario Dumont, Jean Charest ou Bernard Landry, cela pour un débat d'une durée similaire. Bien que pour plusieurs stratèges politiques ces tentatives de déstabilisation de l'adversaire constituent un avantage stratégique qui peut se traduire par un gain en votes, on peut raisonnablement se demander si l'électorat indécis valorise ce type d'attitude dans son choix électoral.

À l'analyse du débat de 1962, nous remarquons que Lesage et Johnson sont qualitativement respectueux l'un envers l'autre, alors qu'ils font usage du même marqueur de déférence (« M. Johnson », « M. Lesage »). Cette déférence, toute limitée soit-elle, n'est surtout pas un gage d'absence d'agressivité stratégique ou rhétorique, dans le contexte où Johnson se doit de jouer son rôle de chef de l'opposition. Le chef de l'Union nationale conteste ainsi la crédibilité de son adversaire en l'accusant « de dire des faussetés », de lancer des « accusations

fausses » sur le scandale du gaz naturel. Il fait grief aux libéraux d'avoir acheté des actions de la Canadian Pipeline et de vouloir profiter monétairement de la nationalisation de l'électricité.

À son tour, Lesage impute des motifs indignes à l'Union nationale, qui voudrait réinstaller le népotisme dans la province. Il sort également un énorme chat de son sac : un mémoire, formulé par un avocat de l'opposition, qui est en contradiction complète avec les attaques de Johnson contre la neutralité du juge Élie Salvas, président de la Commission royale d'enquête sur la moralité dans les dépenses publiques (Commission Salvas).

En fin de débat, Johnson s'amuse ferme à l'idée qu'il pourrait le battre le jour du scrutin (« c'est peut-être la dernière fois que je pourrai être déférent pour lui, en tant que premier ministre »). La réplique de Lesage est encore plus assassine : « Je crains bien que Monsieur le Chef de l'opposition ne soit obligé de continuer d'être déférent pour le premier ministre d'aujourd'hui et le premier ministre de demain. Mon seul regret, c'est qu'il devra faire opérer sa déférence de dehors de la Chambre, parce qu'on m'assure qu'il est battu dans Bagot. »

En 2003, le ton des débatteurs monte d'un cran d'agressivité. Le débat est plus personnalisé que jamais, c'est-à-dire que les chefs de partis sont au centre de l'attention des attaques plutôt que leurs formations politiques ou leurs idées. Le premier ministre sortant, Bernard Landry, reçoit les tirs croisés de Jean Charest et de Mario Dumont. C'est Jean Charest, le chef de l'opposition officielle, qui lui donne le plus de fil à retordre.

Selon le chercheur en communication politique Olivier Turbide, Charest attribue dans ses attaques « trois fois plus d'images dévalorisantes à Landry que l'inverse<sup>49</sup> », des images qui renvoient à des qualifications péjoratives (« mauvais gestionnaire ») et à des reproches (« recommander quelque chose d'absurde »). Il présume implicitement de sa mauvaise foi (« Il répondra à aucune autre question ce soir, parce qu'il veut pas répondre »), lui attribue des propos irréfléchis et met en cause sa compétence, le qualifiant indirectement de menteur et de dissimulateur.

---

<sup>49</sup> Olivier Turbide, *loc.cit.*, p. 194.

Charest répète par ailleurs certaines phrases comme des incantations visant à faire sortir Bernard Landry de ses gonds (« Vous avez dit non »), l'interrompant même au passage à répétition en lui disant « Vous répondez pas », « Vous répondez pas à ma question » ou « Vous écoutez pas ». Il emploie le même procédé rhétorique de la répétition avec Mario Dumont, cette fois en répétant plus d'une dizaine de fois le nom d'Yvon Cyrenne, conseiller adéquiste qui appuyait prétendument le programme du PLQ. Il laisse sous-entendre que Landry ne respecte pas l'étiquette élémentaire des débats en demandant au modérateur de le rappeler à l'ordre. Il profite même de ses échanges avec Dumont pour attaquer le premier ministre sortant, de telle sorte qu'il ne puisse « ni répliquer ni contre-attaquer<sup>50</sup> ». Il réserve une surprise de taille à Bernard Landry vers la fin du débat : une déclaration incendiaire prononcée à Shawinigan par Jacques Parizeau, qui se révélera avoir été un feu de paille<sup>51</sup>.

Pour se défendre des attaques de Jean Charest, Landry riposte que le chef de l'opposition officielle est inexpérimenté dans la gestion du Québec, qu'il déclare des choses absurdes, qu'il change facilement d'idée et qu'il fait rire de lui<sup>52</sup>. Il mobilise aussi parfois sa figure de crédibilité au risque de paraître hautain :

J.C. : M. Landry. M. Landry : je peux-tu vous poser une question? C'est quoi votre première priorité, vous, le lendemain, est-ce que c'est la santé ou la souveraineté?

B.L. : Ben j'ai montré ce que je pouvais faire comme priorité. **J'ai géré le Québec comme jamais.**

Autre extrait : B.L. Est-ce que c'est pas... moi je l'ai dit là : j'ai eu le plaisir d'avoir été le ministre des Finances **qui a le plus baissé les impôts dans l'histoire.**

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, p. 177.

<sup>51</sup> Lors du débat de 2003, Jean Charest accuse l'ancien premier ministre Jacques Parizeau d'avoir réitéré, lors d'une conférence donnée à Trois-Rivières, le fait que la défaite référendaire fut causée par « l'argent et le vote ethnique ». Le chef libéral s'inspire ici d'un article préliminaire publié sur le site Cyberpresse.ca par un journaliste du quotidien trifluvien *Le Nouvelliste*. Cette utilisation de la déclaration de Parizeau s'avérera par la suite sans fondement, comme l'article à l'origine du débat sera modifié pour faire place à une interprétation journalistique plus nuancée.

<sup>52</sup> *Ibid.*, 195.

Les seules fois où le premier ministre sortant se permet lui-même d'assaillir ses adversaires, « il utilise des formes atténuées d'agression, soit en prenant des précautions interactionnelles (“vous m’avez déçu en matière constitutionnelle [...] je veux pas vous bousculer”), soit en les formulant de manière indirecte (“voulez-vous m’expliquer pourquoi cette nation [...] ou je vais vous refaire mon compliment [...] Quand vous avez déposé votre cadre financier, il aurait pu se défendre. On gèle tout. Mais vous avez dégelé tout de semaine en semaine”)<sup>53</sup> ».

Les échanges de Dumont avec Charest et Landry sont beaucoup plus cordiaux. Le chef de l'ADQ met de l'avant un discours plus conciliateur, moins agressif, et réplique rarement aux attaques. Il juge que Charest propose des « idées intéressantes », rappelle que Charest « s'est préoccupé » des coupes dans les allocations familiales, indique qu'il ne « doute pas de sa sincérité ». Dumont félicite Landry pour la Paix des Braves en soulignant que « les choses [ont été] bien faites » dans ce dossier, fait état de la « sincérité des efforts qu'[il a] faits » dans la défense d'un Québec pluriel, souligne à trois reprises qu'il « comprend » la position de son adversaire<sup>54</sup>. C'est ce qui fera dire à un lecteur de *La Presse* : « Je crois qu'il [Mario Dumont] a réussi à redorer son image au cours de ce débat, étant de loin le plus poli, le plus respectueux et le plus à l'écoute des autres<sup>55</sup>. »

À l'aune de l'analyse des discours de 1962 et de 2003, on remarque une augmentation qualitative et quantitative de l'agressivité des échanges entre politiciens, une agressivité partiellement attribuable à la formule de confrontation du débat de 2003. Dans ce contexte, on peut se demander à partir de quel moment des échanges agressifs s'étendant sur une longue période deviennent incommodes pour le téléspectateur et si, au bout du compte, ils peuvent susciter son dégoût et alimenter un certain cynisme politique. Une lectrice de *La Presse* semble donner raison à notre intuition intellectuelle : « Je déteste quand les gens parlent pour avoir

---

<sup>53</sup> *Ibid.*

<sup>54</sup> *Ibid.*, p. 162.

<sup>55</sup> Alexandre Lussier, « Dumont gagnant », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003, p. A14.

l'air fin et pour fesser, en passant, sur l'autre qui n'est pas du même avis. Ça ne m'éclaire pas pour comprendre les différences<sup>56</sup>. »

## D. Bilan

Selon J.S. Trent et R.V. Friedenburg, les débats des chefs contribueraient à accroître l'intérêt pour la politique de l'électorat en raison de leur caractère dramatique; ils renforceraient l'identification partisane de ceux qui sont déjà convaincus; ils permettraient à l'électorat d'avoir accès aux enjeux de l'élection jusqu'à accroître son degré de connaissance et de compréhension des problèmes et des politiques proposées par les partis; surtout, ils contribueraient à la légitimation des institutions politiques et ils favoriseraient la socialisation politique des jeunes<sup>57</sup>.

Sur certains aspects, toutefois, nous croyons que ces débats peuvent aussi alimenter le cynisme politique des électeurs ou, à tout le moins, leur désaffection vis-à-vis des institutions politiques. Certes, certaines causes circonstancielles peuvent expliquer le cynisme politique des électeurs, notamment lorsque les enjeux d'une campagne électorale donnée ne les intéressent pas ou lorsque les candidats ne les inspirent pas. Mais certaines causes structurelles sont susceptibles d'alimenter leur conviction du caractère malicieux des politiciens, des institutions politiques ou du système politique dans son ensemble.

Parmi ces causes structurelles, il faut compter le discours politique : un discours politique dont l'aspect désorienté et l'ambiguïté peuvent confondre l'électeur, malgré un recentrage sur une proposition de vente unique; un discours politique de plus en plus uniformisé et standardisé en raison de son mimétisme des valeurs, des attentes des électeurs par sondage et de celui, stratégique, des promesses des autres partis; un discours politique qui répète les mêmes rengaines agressives pour déstabiliser l'adversaire.

---

<sup>56</sup> Céline Lemay, « Ne pas changer pour changer », *La Presse*, 2 avril 2003, p. A 17.

<sup>57</sup> J.S. Trent et R.V. Friedenburg, *Political Campaign Communication*, New York, Preager, 1983, p. 263-273.

La communication politique, dans sa volonté « de susciter l'adhésion [...], d'amener l'électorat à adhérer à telle idéologie, à appuyer tel projet ou telle position, à voter pour tel parti<sup>58</sup> », participe donc à la perpétuation d'un malaise démocratique qui, depuis les années 1990, alimente le cynisme politique des électeurs<sup>59</sup>. L'enquête des chercheurs François Gélinau et Alexandre Morin-Chassé montre d'ailleurs que c'est chez ceux qui ont été les plus exposés au discours politique, chez les électeurs québécois les plus âgés, où le cynisme politique est le plus virulent<sup>60</sup>.

---

<sup>58</sup> Gilles Gauthier, *loc.cit.*, p.99.

<sup>59</sup> François Gélinau et Alexandre Morin-Chassé, *op.cit.*, p. 41.

<sup>60</sup> *Ibid.*, p. 41.

## Chapitre II : La médiatisation du débat des chefs

Les journalistes québécois expriment souvent, dans leur discours sur l'exercice de leur profession, l'idée du partage de normes particulières. On pense ici à celle d'accorder une importance supérieure aux enjeux, aux programmes des partis par rapport à l'image des chefs. Cette norme relève directement « des principes contenus dans les codes déontologiques du journalisme qui définissent le métier en fonction du rôle d'information et de l'utilité de cette information pour le public<sup>61</sup> ». Mais qu'en est-il des pratiques journalistiques? Comme le disent si bien les politologues Richard Nadeau et Frédérick Bastien, les médias, et au premier chef les journalistes, sont de véritables « acteurs dynamiques », en interaction avec les politiciens, et qui cherchent à imposer leur ordre du jour<sup>62</sup>. Dans le contexte où il est reconnu que la presse écrite amplifie, en conjonction avec les médias électroniques, la perception de l'opinion publique vis-à-vis des politiciens, peut-on affirmer qu'elle est un quelconque vecteur du cynisme politique? C'est ce que nous verrons dans le présent chapitre.

### A. Entre journalisme d'information et journalisme d'opinion

Ce qui frappe avant tout à l'analyse des couvertures médiatiques des débats de 1962 et de 2003, c'est le passage d'un journalisme d'information à un journalisme d'opinion. Alors qu'en 1962 les articles producteurs de faits (articles d'agence de presse, articles des journaux) sur le débat des chefs comptent pour respectivement 82,14 % (*Le Devoir*) et 73,33 % (*La Presse*) des articles, ce sont plutôt les articles producteurs d'opinions qui occupent le haut du pavé en 2003. *Le Devoir* et *La Presse* de 2003 récoltent ainsi chacun 60 % et 74,68 % d'articles producteurs d'opinions (caricatures, éditoriaux, chroniques, commentaires des électeurs, etc.).

---

<sup>61</sup> Agnieszka Dorzynska, *loc.cit.*

<sup>62</sup> Richard Nadeau et Frédérick Bastien, *op.cit.*, p. 168.

<b>Classification des articles selon qu'ils soient producteurs de faits ou d'opinions (1962 et 2003)</b>				
<b>Journaux</b>	<b>Articles producteurs de faits</b>	<b>%</b>	<b>Articles producteurs d'opinions</b>	<b>%</b>
<b>Le Devoir (1962)</b>	23	82,14 %	5	17,86 %
<b>La Presse (1962)</b>	33	73,33 %	12	26,67 %
<b>Total</b>	56	76,71 %	17	23,29 %
<b>Le Devoir (2003)</b>	8	40,00 %	12	60,00 %
<b>La Presse (2003)</b>	20	25,32 %	59	74,68 %
<b>Total</b>	28	28,28 %	71	71,72 %

En d'autres mots, les journaux de 1962 s'intéressent davantage à couvrir les enjeux de la campagne, les arguments évoqués par les politiciens, qu'à les commenter, qu'à les recadrer de manière journalistique. Ils sont moins des médiateurs opiniâtres que des rapporteurs de campagne. Le tout concorde avec les observations des chercheurs en communication politique, qui affirment que, dès la fin des années 1960, « les journalistes cessèrent [...] de limiter leur rôle à la transmission des messages partisans pour adopter un ton plus critique<sup>63</sup> ».

Comment peut-on expliquer ce passage d'un journalisme d'information à un journalisme d'opinion? La professionnalisation des journalistes, dès la fin des années 1960, a suscité des changements profonds dans les normes et les pratiques journalistiques. La nouvelle formation des journalistes au sein des universités québécoises (UQÀM, Université Laval, entre autres) et leur adhésion à des organisations professionnelles (Conseil de presse – 1973, Fédération professionnelle des journalistes du Québec – 1969) ont permis le partage d'un savoir professionnel commun formalisé dans un code déontologique journalistique. Ce code a renforcé la distance critique des journalistes vis-à-vis du discours politique et leur indépendance vis-à-vis des partis politiques.

<sup>63</sup> Richard Nadeau et Frédérick Bastien, *op.cit.*, p. 170.

Cette distance critique s'exprime davantage en 2003 qu'en 1962. Il faut savoir que la presse de 1962 était encore partisane sur certains aspects. Le *Montréal-Matin*, propriété d'organismes de l'Union nationale, faisait face à des journaux favorables aux libéraux québécois (*La Presse*, *Le Devoir*, *Le Soleil*).

Encore aux débuts des années 1960, la presse, propriété de partis et d'hommes d'affaires, comptait beaucoup sur la publicité gouvernementale pour garnir ses coffres, posture de dépendance susceptible de susciter une certaine forme de complaisance <sup>64</sup>. La presse de 2003 appartient plutôt à des conglomerats médiatiques, plus proches du pouvoir économique que du pouvoir politique.

Un autre élément explicatif, complémentaire, de cette surabondance de l'opinion en 2003 est celui du passage d'une presse traditionnelle d'opinion et d'information (1962) à ce qu'on appelle l'*infotainment*, style journalistique qui « sensationnalise » les enjeux dans l'objectif de divertir les téléspectateurs. La presse de 1962 jouit d'un quasi-monopole de l'information, qui commence toutefois à s'effriter avec l'avènement de la télévision comme média de masse; celle de 2003 est en compétition directe avec des réseaux télévisés d'information continue (RDI, LCN) et des sites Internet qui diffusent des nouvelles à la minute près. Cette économie politique particulière oblige les médias écrits à se distinguer. L'une des manières qu'ils mettent en place est de faire appel à leurs chroniqueurs et éditorialistes pour mettre en perspective la nouvelle de l'heure. Les journaux ajoutent ici une couche d'opinion et d'analyse à la montagne d'informations générées par les médias électroniques. Dans ces mêmes médias électroniques (radio, télévision), les journalistes de l'écrit sont aussi invités à commenter l'actualité, complémentirement au travail des chroniqueurs de la télévision.

---

<sup>64</sup> Jocelyn Saint-Pierre, *Histoire de la tribune de la presse à Québec*, op.cit., p. 142.

## B. Performance et contenu politique

Ce passage d'une couverture médiatique d'information (1962) à une autre plus axée sur l'opinion (2003) se traduit singulièrement par une mise en valeur accrue, en 2003, de la performance des chefs au détriment de l'exposition des faits, des enjeux politiques et du discours politique.

La couverture médiatique de 1962 privilégie en effet la présentation du contenu brut du débat plutôt que l'interprétation journalistique de ces données. Le débat des chefs est ainsi retranscrit pour permettre à l'électorat de juger, à tête reposée, de son contenu. Dans *Le Devoir*, ce procédé prend la forme de six articles qui paraphrasent les thématiques principales du débat. Dans *La Presse*, le discours politique prend toute la place textuelle qui lui revient. On propose aux lecteurs la retranscription de l'entièreté du débat, publiée en deux temps sur quatre pleines pages, sans médiation journalistique aucune<sup>65</sup>. Cela équivaut à 17 articles producteurs de faits sur le débat. Il faut aussi compter sur un article qui traite de la position des chefs sur la question du coût de la nationalisation de l'électricité et, en complément, un article de la *Presse canadienne* qui fait la synthèse du débat<sup>66</sup>. La médiation journalistique est donc, ici, minimale.

En 1962, la performance des chefs se mesure marginalement à l'aune de sondages internes aux partis politiques<sup>67</sup>, adroitement évoqués par les stratèges politiques aux journalistes, et à quelques vox pop dont la scientificité est déficiente<sup>68</sup>. Les lecteurs/électeurs de 1962 se font surtout une opinion en fonction des commentaires positifs ou négatifs des chroniqueurs et des éditorialistes des journaux, commentaires qui sont, du reste, peu nombreux. *Le Devoir*, dans trois analyses, concède la victoire à Lesage, qui « [...] semble avoir eu le dessus sur son

<sup>65</sup> Auteur inconnu, « L'affrontement Lesage-Johnson », *La Presse*, 12 novembre 1962, p. 20-21; Auteur inconnu, « L'affrontement Lesage-Johnson », 13 novembre 1962, p. 22-23.

<sup>66</sup> Auteur inconnu, « Nationalisation : le coût selon les chefs », *La Presse*, 12 novembre 1962, p. 2; Auteur inconnu, *La Presse*, 12 novembre 1962, p.22.

<sup>67</sup> Mario Cardinal, « La satisfaction règne dans l'UN », *Le Devoir*, 13 novembre 1962, p. 7.

<sup>68</sup> Evelyn Gagnon, « Le débat n'a eu aucune influence (apparente) sur les électeurs de Québec », *Le Devoir*, 13 novembre 1962, p. 15.

adversaire<sup>69</sup> » et qui a pris « une avance sensible<sup>70</sup> ». Dans un article du 13 novembre, André Laurendeau indique que les téléspectateurs « n'ont pas assisté à un knock-out », mais bien à la « victoire par décision » de Jean Lesage<sup>71</sup>. Par ailleurs, dans pas moins de cinq articles, les journalistes de *La Presse* déconstruisent l'image des pugilistes, surtout celle de Johnson qui est plombée par des mimiques qui n'inspirent pas confiance<sup>72</sup>.

En 2003, les articles répertoriés insistent davantage sur les coups de gueule subis par les chefs de parti que sur le contenu propre au débat. Le discours politique perd également la place prépondérante qu'il occupait en 1962, tant sur le plan du nombre de mots par articles, qui sont consacrés à des citations de politiciens, que sur le plan du nombre brut d'articles consacrés au contenu du débat. Cela pourrait dénoter la nature confrontationnelle et moins déférente des journalistes contemporains. Ainsi, dans *Le Devoir*, un seul article retrace les principaux éléments d'information du débat. L'analyse du débat du journaliste Robert Dutrizac suit le cours naturel des blocs du débat, proposant quelques rares citations de politiciens et mettant en scène quelques enjeux politiques centraux au débat<sup>73</sup>. Seule *La Presse* proposera une retranscription du débat, celle des allocutions d'ouverture des chefs<sup>74</sup>.

Cette maigreur textuelle du contenu du débat constitue un choix médiatique situé dans le temps. Les téléspectateurs/électeurs disposent en effet, au début des années 2000, d'autres moyens pour accéder au contenu du débat : les rediffusions à la télévision et Internet. Par ailleurs, contrairement aux journalistes de 1962, ceux de 2003 sont devenus des vedettes médiatiques qui se mettent en scène sur le plan

---

<sup>69</sup> Jean Tainturier, « Le débat télévisé tourne à l'avantage de M. Lesage », *Le Devoir*, 12 novembre 1962, une.

<sup>70</sup> Auteur inconnu, « Deux hommes et deux langages », *Le Devoir*, 12 novembre 1962, une.

<sup>71</sup> André Laurendeau, « Pas de knockout, une victoire... par décision », *Le Devoir*, 13 novembre 1962, une.

<sup>72</sup> Gilles Pratte, « Débat du "siècle" propre et tendu », *La Presse*, 12 novembre 1962, p. 1; Jacques Monnier, « et Johnson se dit très satisfait », *La Presse*, 12 novembre 1962, p. 22.

<sup>73</sup> Robert Dutrizac, « Charest marque des points », *Le Devoir*, 1<sup>er</sup> avril 2003, une.

<sup>74</sup> Auteur inconnu, « Le combat des chefs », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003, p. A13.

textuel en accordant une moindre place au discours politique et une grande place à leur propre discours.

Les journalistes sont les véritables stars d'un théâtre médiatique où ils dominent le jeu. Ils occupent une place prépondérante et font ainsi écran à la relation entre les politiciens et les citoyens. L'analyse de la performance des chefs est ainsi médiatisée par des journalistes qui accordent bien peu de place aux enjeux politiques du débat. L'éditorialiste du *Devoir*, Bernard Descôteaux, indique que Charest a été « vainqueur par K.O. technique<sup>75</sup> ». Dans *La Presse*, André Pratte parle d'une « performance sans faille » pour le chef du Parti libéral, d'un Mario Dumont « qui ne faisait pas le poids » et d'un Bernard Landry dont la personnalité est « apparue sous un jour plus crû que celle qu'ont fabriquée ses faiseurs d'image<sup>76</sup> ». À sa suite, les chroniqueurs Lysiane Gagnon et Vincent Marissal font des commentaires dans la même veine<sup>77</sup>. Bernard Descôteaux concédera que la forme télévisuelle prime sur le fond politique, mais souhaitera tout de même un recentrage de la campagne sur la question des finances publiques<sup>78</sup>.

Dans les journaux de 1962, Jacques Keable<sup>79</sup>, Richard Daignault<sup>80</sup>, Raymond Guérin et André Laurendeau<sup>81</sup>, au premier chef, dénonçaient le média populaire de la télévision pour sa vacuité, pour son aspect artificiel. Pour eux, le média télévisuel concourrait à sacrifier l'intelligence pour l'intelligibilité. Cette dénonciation, à maints égards élitistes, limitait indubitablement la possibilité même pour les journalistes d'analyser la performance télévisuelle des chefs de partis. En 2003, les contraintes, les balises du média télévisuel sont pleinement acceptées, à telle enseigne que sont

---

<sup>75</sup> Bernard Descôteaux, « Lendemain de débat », *Le Devoir*, 2 avril 2003, p. A6.

<sup>76</sup> André Pratte, « Enfin, la campagne! », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003, p. A14.

<sup>77</sup> Lysiane Gagnon, « Le vrai début de la campagne », *La Presse*, 29 mars 2003, p. A 25; Vincent Marissal, « Ah, la question nationale », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003, p. A14.

<sup>78</sup> Bernard Descôteaux, *loc.cit.*, p. A6.

<sup>79</sup> Jacques Keable, « Radio-télévision », *La Presse*, 12 novembre 1962, p. 34.

<sup>80</sup> Richard Daignault, *loc.cit.*

<sup>81</sup> André Laurendeau, « Le débat Lesage-Johnson », *Le Devoir*, 7 novembre 1962, une.

publiés des reportages sur l'image projetée par les candidats avant et pendant le débat.

Comparativement à la couverture médiatique de 1962, l'analyse de la performance des chefs n'est donc plus le seul apanage des journalistes : elle est aussi la prérogative des spécialistes de l'image, d'acteurs politiques, des lecteurs des journaux et des spécialistes de sondage qui interviennent dans les journaux à la demande des journalistes. *La Presse* interviewe ainsi des spécialistes en image avant et après le débat pour connaître leur opinion sur ce qui fait et défait l'image des chefs<sup>82</sup>. Le quotidien montréalais peut par ailleurs compter sur des sondages, réalisés avant et après le débat, pour mesurer empiriquement les effets sur les électeurs de la performance des chefs<sup>83</sup>. *La Presse* fait aussi appel, tout au long de la campagne électorale, à trois commentateurs partisans, Joseph Facal (PQ), John Parisella (PLQ) et Guy Laforest (ADQ), pour commenter la performance de leurs chefs respectifs<sup>84</sup>.

Il faut ajouter, aux producteurs externes d'opinion précédents, les 22 commentaires du lectorat, publié à chaud, en deux temps, les 1<sup>er</sup> et 2 avril 2003, sur le débat, et les 16 autres consacrés à l'affaire Parizeau. Ce type de commentaires ne pouvait être diffusé dans les quotidiens de 1962, vu l'absence des moyens techniques d'aujourd'hui. Bien que cet effort de donner une grande place à l'opinion du lectorat/électorat soit louable, il faut bien comprendre que le cadrage des commentaires demeure journalistique : ce sont les journalistes qui sélectionnent les commentaires à publier et qui, parfois, imposent un sujet de discussion. « Qui a gagné le débat? », peut-on lire dans la section des commentaires des lecteurs de *La Presse*.

---

<sup>82</sup> Nathalie Collard, « Les politiciens et leur image : se fier aux apparences », *La Presse*, 29 mars 2003, p. A32.

<sup>83</sup> Pascale Breton, « Charest désigné comme le chef le plus convaincant », *La Presse*, p. B2; Marie-Claude Girard, « Qui sont les indécis ? », *La Presse*, 3 avril 2003, p. B6.

<sup>84</sup> Joseph Facal, « Un débat de qualité, qui grandit notre démocratie », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003, p. A15; John Parisella, « Mission accomplie », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003, p. A15; Guy Laforest, « Le courage d'une vision à long terme », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003, p. A15.

C'est dire qu'à une retranscription minutieuse des débats (1962), qu'à une contestation de la vacuité du média télévisuel succède un trop-plein d'opinions sur la forme et sur la performance télévisuelle des politiciens en présence (2003). Ce type de couverture médiatique est-il susceptible de renforcer le cynisme politique? Selon des sondages internationaux cités dans l'étude de Richard Nadeau et Thierry Giasson, nombreux sont les consommateurs de médias qui souhaiteraient avoir un renforcement de la présentation des faits, des enjeux et du discours des élus dans la couverture médiatique du monde politique<sup>85</sup>. Le fossé se creuse entre l'offre médiatique, gorgée d'opinions, de sondages, et la demande des citoyens pour un recentrage sur les enjeux fondamentaux.

Pourtant, selon ces mêmes sondages, les plus grands consommateurs de médias d'information sont ceux qui sont, parmi les électeurs, les plus confiants dans les institutions politiques et les politiciens. Du fait même de leur intérêt pour le monde politique, ils s'exposent davantage à l'information politique dans les médias. On ne peut donc dire qu'il y a corrélation positive entre l'exposition aux médias, de plus en plus opiniâtres, et le cynisme politique chez cette catégorie de consommateurs/électeurs<sup>86</sup>. On ne peut, non plus, affirmer qu'une couverture plus factuelle, plus analytique dans les journaux grand format serait le seul remède à ce cynisme politique. De nombreux lecteurs continueront de ne pas s'informer ou de s'en remettre à des tabloïds, à des émissions télévisées où les faits divers sensationnalistes, les opinions tranchées sont rois. Il a d'ailleurs été prouvé, dans une étude britannique, que le lectorat des tabloïds était marginalement plus susceptible d'avoir une attitude cynique vis-à-vis des gouvernements<sup>87</sup>. Un immense fossé sépare donc les attentes des citoyens et leurs habitudes réelles de

---

<sup>85</sup> Richard Nadeau et Thierry Giasson, *op.cit.*, p. 22.

<sup>86</sup> *Ibid.*, p. 14.

<sup>87</sup> Catherine Bromley et John Curtice, « Are non-voter cynics anyway ? », *Journal of Public Affairs*, vol. 4, no 4 (août 2004), p. 330.

consommation, un fossé qui contribue à l'irrésolution du problème du cynisme politique dans sa dimension médiatique<sup>88</sup>.

### C. Entre déférence et confrontation sceptique

S'ajoute, en 2003, à ce trop-plein médiatique d'opinions sur la performance des chefs, un scepticisme journalistique exercé envers les politiciens qui est susceptible d'alimenter ce cynisme politique.

En 1962, à une époque où le journalisme commence à se professionnaliser, les journalistes rapportent, avec déférence et de manière anecdotique, les « spins » du personnel politique et les nombreuses supputations stratégiques. Pensons ici à un article du journaliste Mario Cardinal, qui semble fasciné par ce qu'il a vu dans les assemblées politiques : « Le débat télévisé est à l'ordre du jour. On en parle constamment. Durant les assemblées. Pendant les plus merveilleuses envolées oratoires des leaders. Au lunch. On cherche l'astuce victorieuse, le discret croc-en-jambe qui fera basculer de son bord la masse flottante des électeurs<sup>89</sup>. » Nous nous référons aussi à ces articles du journal *La Presse*, qui retranscrivent de très près les réactions de Lesage, Johnson et de leurs personnels politiques, sans médiation aucune<sup>90</sup>.

Il arrive parfois que les chroniqueurs et les journalistes de 1962 noircissent l'action des politiciens en exposant notamment les manoeuvres politiques douteuses dont ils sont à l'origine. Mais aucun ne présume, explicitement ou implicitement, de l'opportunisme des politiciens. Ces journalistes enjoignent plutôt les politiciens à manifester une certaine honnêteté et plus de transparence. Pour preuve, cet appel de Gérard Pelletier, qui demande à Johnson de faire preuve d'honnêteté

---

<sup>88</sup> Richard Nadeau et Thierry Giasson, *op.cit.*, p. 19 et 21.

<sup>89</sup> Mario Cardinal, « Le débat du 11 novembre pourrait fixer la cote politique des deux partis », *Le Devoir*, 9 novembre 1962, une.

<sup>90</sup> Roger Nantel, « Après le débat : joie chez les libéraux », *La Presse*, 12 novembre 1962, p. 22; Jacques Monnier, « ... et Johnson se dit "très satisfait" », *La Presse*, 12 novembre 1962, p.22; Pierre Godin, « Le débat télévisé : "C'est le knock-out de Danny Boy" », *La Presse*, 13 novembre 1962, p. 31; Auteur inconnu, « Pour Bertrand, c'est Johnson le vainqueur », *La Presse*, 13 novembre 1962, p. 31.

intellectuelle lorsqu'il traite du scandale du gaz naturel : « Car si les députés et les ministres d'un gouvernement, quel qu'il soit, arrivaient à convaincre la population qu'il n'y a aucun mal pour eux à spéculer sur les transactions d'un pouvoir qu'ils contrôlent, la démocratie reculerait d'un siècle<sup>91</sup>. »

Certains journalistes expriment même une sympathie indéniable, une sincère déférence vis-à-vis des politiciens. Cet extrait d'André Laurendeau, où il sympathise avec le caractère éreintant des campagnes électorales, illustre éloquemment cette attitude : « Disons que, néanmoins, qu'après cinq semaines de campagne, les deux adversaires ont montré d'excellentes qualités de *debater*. Songez que ces hommes doivent être éreintés, qu'ils se sentaient l'un et l'autre sur la sellette, qu'ils ont, malgré leur fatigue, manifesté dans l'ensemble une remarquable possession de leurs moyens<sup>92</sup>. »

Transportons-nous maintenant en 2003. Le journalisme s'est professionnalisé. En parallèle, la communication politique s'est raffinée. Des journalistes se trouvent devant des partis politiques bien organisés qui « [...] tentent littéralement d'assiéger l'espace médiatique pour imposer leurs priorités et les qualités de leurs chef<sup>93</sup> ». En réaction, les journalistes insistent, auprès des politiciens, pour qu'ils expliquent leurs discours, leurs promesses, de crainte d'être manipulés. Ils refusent de rapporter intégralement le contenu des points de presse des politiciens, l'ordre du jour politique, en imposant un ordre du jour journalistique, que plusieurs journalistes amalgament aux enjeux d'intérêt public. À titre d'exemple, durant la campagne de 2003, les journalistes reviennent constamment sur l'affaire Parizeau, au détriment de l'ordre du jour politique de Bernard Landry et du Parti québécois. Ils s'attachent par ailleurs à poser des questions sur les stratégies politiques de Landry vis-à-vis de ses

---

<sup>91</sup> Gérard Pelletier, « Trois mauvais arguments », *La Presse*, 12 novembre 1962, p. 4.

<sup>92</sup> André Laurendeau, « Pas de knockout, une victoire... par décision », *loc.cit.*

<sup>93</sup> Richard Nadeau et Frédérick Bastien, *op.cit.*, p. 168.

adversaires, sur son état physique, sur son tempérament colérique, sur ses bourdes politiques<sup>94</sup>.

Comment cette dynamique confrontationnelle se traduit-elle dans les journaux? Elle se traduit d'abord par une mise en opposition des réponses des candidats sur différents sujets du débat, notamment sur leur performance respective et sur l'affaire Parizeau. Mais elle se traduit aussi par la formulation d'une critique sentie sur les nombreuses stratégies employées par les partis politiques pour contrôler l'image des chefs :

**Jean Charest, contrairement aux deux autres chefs, et particulièrement à Mario Dumont, ne prend pas de bains de foule, ou si peu.** Sa campagne se résume pour le moment à des conférences de presse devant des hôpitaux, des visites d'usines et des assemblées partisans<sup>95</sup>.

Le premier ministre carbure à la prudence, retenant avec application tout éclat de voix [...] Stratégie ou marketing politique? [...] Mis sur la défensive mercredi dernier en ce qui concerne le système de garderie à 5 \$ par jour, **M. Landry a même lu l'argumentaire préparé par son entourage**<sup>96</sup>.

Si M. Landry entretenait le moindre doute sur la détermination de M. Charest à ressortir l'épouvantail référendaire durant les deux dernières semaines de la campagne, il est maintenant fixé. Le cas de l'ADQ étant pratiquement réglé, le chef du PLQ entend recréer **la polarisation classique**, en dénonçant « l'agenda caché » de M. Landry<sup>97</sup>.

Encore mitraillé de questions hier au sujet des déclarations controversées de l'ancien premier ministre [Jacques Parizeau], desquelles le chef libéral Jean Charest fait ses choux gras, **Bernard Landry a décidé de faire diversion** en réclamant du chef libéral qu'il fasse une croix sur sa promesse de loi-cadre sur les défusions<sup>98</sup>.

Ces quelques extraits tendent à montrer que le cadre interprétatif dominant des journalistes qui couvrent le débat de 2003 est celui de l'exposition des motivations et des stratégies politiques de communication des acteurs politiques (« strategy-driven », « strategic framing », « strategic publicity coverage<sup>99</sup> »). Ce

<sup>94</sup> Jean-Claude Labrecque, *op.cit.*

<sup>95</sup> Tommy Chouinard, « Une fausse note : les défusions », 30 mars 2003, B2.

<sup>96</sup> Kathleen Lévesque, « le doux ronron de Bernard Landry », 30 mars 2003, B2.

<sup>97</sup> Michel David, « Trois minutes et c'était joué », *Le Devoir*, 1<sup>er</sup> avril 2003, une.

<sup>98</sup> Tommy Chouinard, « Landry tente de ramener les défusions à l'avant-scène », *Le Devoir*, 3 avril 2003, p. A 3.

<sup>99</sup> Claes H. de Vreese et Matthijs Elenbaas, *loc.cit.*

cadre stratégique, qui comprend également une focalisation sur le style des politiciens, sur leur performance dans les sondages, est susceptible de dévaluer toute la complexité du processus démocratique « [...] en ramenant à de simples considérations partisans les arguments entourant les grands débats de société<sup>100</sup> ». De nombreuses études empiriques européennes montrent qu'une exposition prolongée à ce type de couverture médiatique suscite, chez les lecteurs, une forme accentuée de cynisme politique, particulièrement chez les jeunes<sup>101</sup>.

#### D. De la présence médiatique du cynisme

Complémentaire à cette présentation des politiciens comme personnages opportunistes et stratégiques, qu'en est-il de l'expression brute du cynisme politique, du désaveu des institutions et des politiciens par les journaux?

Il faut savoir que tant en 1962 qu'en 2003, le cynisme politique prend place. Il s'installe toutefois différemment. Les journaux de 1962, que ce soit dans la production de faits ou d'opinions, font ouvertement écho au cynisme de la population vis-à-vis des politiciens, mais jamais ils ne prêtent voix ou n'accordent de la légitimité à ce cynisme. On relate notamment dans *La Presse* qu'un lecteur a suggéré d'exiger que Lesage et Johnson prêtent serment sur la Bible avant le débat, en jurant de dire toute la vérité et rien que la vérité. Le chroniqueur Gérard Pelletier décèle dans cette proposition « [...] **le préjugé populaire** que tous les politiciens sont des menteurs, des hommes sans foi ni loi ». Notez ici l'expression « préjugé populaire », qui laisse sous-entendre que l'élite journalistique, dans laquelle semble se situer Gérard Pelletier, est nécessairement éclairée. En guise de réponse, Pelletier cherchera à sublimer ce manque de confiance vis-à-vis des institutions en positionnant le peuple comme seul garant de la vérité : « Le meilleur garant de la vérité, en pareille situation, c'est l'esprit critique des téléspectateurs et la présence, devant les petits écrans, de

<sup>100</sup> Richard Nadeau et Thierry Giasson, *op.cit.*, p. 9.

<sup>101</sup> J.N. Cappella et K.H. Jamieson, *op.cit.* C.H. de Vreese, « The Effects of Strategic News on Political Cynicism », *loc.cit.*; Matthijs Elenbaas et Claes H. de Vreese, « The Effects of Strategic News on Political Cynicism and Vote Choice Among Young Voters », *loc.cit.*; Claes H. de Vreese et Holli A. Semetko, « Cynical and Engaged : Strategic Campaign Coverage, Public Opinion, and Mobilization in a Referendum », *Communication Research*, vol. 29, no 6 (décembre 2002), p. 615-641.

quelque deux millions de citoyens<sup>102</sup>.» L'élite journalistique s'est donc ici portée à la défense des politiciens.

Pareil phénomène n'existe pas en 2003. *La Presse* publie pas moins de 38 commentaires, à chaud, très succincts, sur le débat des chefs et l'affaire Parizeau. Parmi eux, trois lecteurs mentionnent qu'ils en ont marre de ces politiciens qui brisent leurs promesses et s'éloignent de leurs idéaux : « Je me suis fait tellement avoir qu'il me semble qu'un ressort en moi s'est cassé et que l'occasion m'est donnée de dire aux militants : "arrêtez de me les casser avec vos chefs, regardez autour de vous dans quel merdier nous sommes à tous les échelons"<sup>103</sup>. »

Les chroniqueurs politiques se prêtent aussi à ce jeu du cynisme. Le chroniqueur politique du *Devoir* Michel David qualifie notamment les débats des chefs comme lieu de non-débat : « On a le plus souvent droit aux mêmes **cassettes** entendues depuis des semaines, qui ne nous apprennent pas grand-chose<sup>104</sup>. » La question qui se pose ici est de savoir si David se positionne en tant que relayeur du cynisme de la population ou génère-t-il plutôt, malgré lui, un cynisme nouveau genre : le cynisme journalistique qui s'exerce contre les politiciens.

## E. Bilan

Cette courte analyse tend à confirmer ce qui avait été constaté dans d'autres études, soit que « la couverture des campagnes électorales au Canada, plutôt neutre ou positive durant les années 1960 », est devenue de plus en plus négative par la suite<sup>105</sup>. Les journalistes de 2003 contestent en fait la légitimité des politiciens de diverses manières : en faisant l'étalage de leur opportunisme politique présumé; en étant critique de leurs stratégies électoralistes; en focalisant leur couverture médiatique sur les gaffes de campagne, sur les bourdes des politiciens plutôt que sur

<sup>102</sup> Gérard Pelletier, « Topos du jour – Un débat sous serment ? », *La Presse*, 8 novembre 1962, p. 4.

<sup>103</sup> Marc Levejac, « Le goût du refus », *La Presse*, 2 avril 2003, p. A17.

<sup>104</sup> Michel David, « Petit jeu-questionnaire », *loc.cit.*

<sup>105</sup> Richard Nadeau et Thierry Giasson, *op.cit.*, p. 6.

les enjeux; en mettant à l'avant-plan des opinions internes et externes sur les politiciens au détriment de l'exposition factuelle du discours politique. La cause probable de ce phénomène est le fait que les journalistes de 2003, dont la conscience professionnelle est hypertrophiée, s'en remettent davantage à leur rôle de chien de garde de la démocratie.

Comme l'exprime le journaliste André Pratte, toutefois, là où le « scepticisme obligé » des journalistes est salutaire pour la démocratie, le « cynisme obligatoire », la critique exacerbée ne l'est pas<sup>106</sup>. Les journalistes confondent ici la vigilance, coûteuse en temps et en effort, et l'agressivité, qui est l'arme de celui qui n'a pas le temps et les moyens de faire enquête sur les allégations des politiciens. Selon les politologues Richard Nadeau et Thierry Giasson, cette posture journalistique « [...] aurait pour effet d'accroître le cynisme des électeurs sans rendre les gouvernements plus imputables pour autant<sup>107</sup> ».

Les journalistes de 2003 pourraient-ils alors s'inspirer des pratiques des journalistes de 1962? Rien n'est moins sûr. Certes, les journalistes de 1962 rapportent le discours des politiciens avec moins d'interférences. Ils servent bien la démocratie lorsqu'ils rapportent l'intégralité du discours des débats pour permettre aux citoyens d'exercer leur propre jugement. La principale force de la couverture médiatique de 1962 réside dans son absence de cynisme, qui émane lui-même du respect sincère des journalistes vis-à-vis des politiciens. Mais cette absence d'interférences, cette perspective critique souvent déférente, ne s'accompagne que rarement d'une analyse approfondie des enjeux fondamentaux. Cette couverture journalistique, plus factuelle qu'interprétative, ne fait le plus souvent que légitimer le discours politique. Pour reprendre la réflexion de l'historien Jocelyn Saint-Pierre sur la couverture de l'actualité parlementaire d'avant les années 1960, il est à se demander si la presse d'information traditionnelle, plutôt que d'être un instrument

---

<sup>106</sup> André Pratte, *Les oiseaux de malheur*, *op.cit.*, p. 76.

<sup>107</sup> Richard Nadeau et Thierry Giasson, *op.cit.*, p. 7.

d'information fiable, serait, à maints égards, un outil supplémentaire de propagande à la disposition du pouvoir politique, qu'il soit législatif ou exécutif<sup>108</sup>.

---

<sup>108</sup> Jocelyn Saint-Pierre, *Histoire de la Tribune de la presse*, *op.cit.*, p. 20.

## Conclusion

Sur de nombreux aspects, les politiciens et les journaux sont les relayeurs d'un cynisme politique structurel. L'analyse du discours politique du débat des chefs de 2003 nous a révélé plusieurs éléments, non présents en 1962, susceptibles de déplaire à l'électorat : son aspect désorienté et ambigu, son mimétisme des attentes des électeurs par sondage, son agressivité accentuée. Ces éléments tendent à alimenter le désaveu des citoyens vis-à-vis de la classe politique. Les journalistes de 2003, quant à eux, ne respectent plus la classe politique, à telle enseigne qu'ils ne se gênent pas pour critiquer les stratégies politiques des protagonistes et douter du caractère sincère des promesses et des démarches des politiciens québécois.

La question fondamentale qui se pose ici est donc de savoir si les changements structuraux opérés dans les discours politique et médiatique sont à l'origine du cynisme de plus en plus exacerbé de la population québécoise. La redéfinition des relations entre les médias et les politiciens amplifie le malaise démocratique que connaît tout l'Occident. Le passage d'un journalisme d'information, à maints égards déferents, à un journalisme de confrontation et à un cadrage stratégique de la nouvelle politique suit très exactement l'utilisation plus systématique de la communication politique dans le monde politique.

En résulte un cercle vicieux improductif : les politiciens se méfient, voire sont cyniques vis-à-vis des journalistes; les journalistes sont cyniques par rapport aux politiciens; les citoyens sont cyniques à la fois à l'égard des journalistes et des politiciens; certains politiciens sont condescendants, voire cyniques à l'endroit de certains de leurs concitoyens qui ne votent pas pour eux.

Ce cercle vicieux s'inscrit dans un contexte sociologique beaucoup plus large, celui du passage d'une société québécoise traditionnelle – qui a confiance en ses élites constituées, et dont l'État, moderne, est porteur d'un projet de société mobilisateur, celui de la Révolution tranquille – à une société hypermoderne désenchantée, obnubilée par sa quête du bonheur individuel et qui considère que ses élites ne sont pas dignes de confiance. Pour reprendre l'allégorie de Platon, le

cynisme politique provient-il donc de la caverne que nous habitons, est-il le reflet de notre désenchantement vis-à-vis des élites constituées tant journalistiques que politiques ou est-il plutôt la projection médiatique, sur les murs de cette caverne, du désenchantement journalistique vis-à-vis des politiciens?

Une chose est certaine : aucun citoyen n'est l'esclave définitif de ce cynisme politique structurel. Différentes pistes de solution peuvent être envisagées pour dépasser cette posture collective désobligeante, qui menace la démocratie même et la cohésion sociale de notre société<sup>109</sup>. D'abord, les conseillers en communication politique et les politiciens doivent faire preuve d'autocritique. Ils devraient se soucier des effets de la communication politique sur le cynisme de leurs concitoyens. Le cynisme politique doit être appréhendé non plus comme effet collatéral du discours politique, comme élément marginal d'une stratégie visant à gagner des votes, mais doit plutôt se situer au cœur de toute stratégie de communication politique. Ce changement de paradigme est d'autant primordial que plus les citoyens sont cyniques, moins le discours politique peut avoir de prise sur les attentes des citoyens et plus notre système démocratique est en danger.

Il faut aussi que les journalistes s'interrogent sur la nature du cynisme qu'ils professent à l'intérieur même de leurs propres médias, qui se traduit par un journalisme de confrontation et un irrespect pour la classe politique. Les politologues Richard Nadeau et Thierry Giasson le confirment : « Une partie des problèmes actuels vient de la résistance des journalistes eux-mêmes à questionner certaines de leurs pratiques<sup>110</sup>. » Il est vrai que la marge de manœuvre des journalistes est mince, que les objectifs de rentabilité des médias pèsent lourd sur leur orientation éditoriale et sur les pratiques journalistiques. Des journalistes ont tout de même réussi, ici et ailleurs, à appliquer un journalisme civique qui donne davantage de place aux faits, aux enjeux sociaux fondamentaux, aux analyses fouillées et aux discours des élus qu'à l'interprétation journalistique sur les motivations et les stratégies des acteurs politiques. On pense ici à la couverture de la campagne électorale fédérale par les

---

<sup>109</sup> Peggy Schyns, Margreet Nuus et Henk Dekker, *loc.cit.*, p. 1.

<sup>110</sup> Richard Nadeau et Thierry Giasson, *op.cit.*, p. 22.

journalistes de Radio-Canada en 1997<sup>111</sup>. L'intérêt public en serait mieux servi. Cela permettrait ultimement de rétablir la communication entre les élus et les électeurs qui ont le désir de se tenir informés de la chose politique<sup>112</sup>.

À l'autre extrémité du spectre médiaticopolitique se trouve le citoyen. Comme le niveau d'éducation des citoyens façonne positivement leurs perceptions des politiciens, des institutions démocratiques et leur intérêt pour la politique, une option primordiale serait de valoriser une meilleure éducation à la citoyenneté en vue de développer de meilleures compétences civiques<sup>113</sup>. De nombreuses études ont aussi montré que le sentiment d'impuissance des citoyens était fortement en corrélation avec son cynisme politique<sup>114</sup>. La manière la plus efficace de sublimer le cynisme politique dans ce contexte est d'encourager l'implication des citoyens dans des mouvements sociaux, dans des partis politiques en vue de valoriser leur capacité d'agir par un procédé d'autonomisation (« empowerment »). C'est dans ce cadre que le citoyen pourra penser sa société, la réinventer, la rêver. Ce n'est qu'en agissant collectivement, qu'en se parlant que les conseillers politiques, les politiciens, les journalistes et les citoyens seront en mesure de sortir de ce cercle vicieux cynique qui mine nos institutions démocratiques.

---

<sup>111</sup> Agnieszka Dobrzynska, *loc. cit.*

<sup>112</sup> Il faut bien comprendre que les outils pour combattre le cynisme ne sont pas les mêmes que ceux utilisés pour combattre l'indifférence des citoyens vis-à-vis de la sphère politique.

<sup>113</sup> François Gélinau et Alexandre Morin-Chassé, *op.cit.*

<sup>114</sup> Robert E. Agger, Mashall N. Goldstein et Stanley A. Pearl, *loc.cit.*, p. 496.

## Bibliographie

### Sources

#### Débats

LABRECQUE, Jean-Claude. *À hauteur d'homme*, 2003 [vidéo].

LE DEVOIR. « Retranscription du débat de 1962 ». <http://www.rond-point.qc.ca/histoire/1962/Lesage-Johnson.html>). Consulté le 20 janvier 2012.

RADIO-CANADA. « Extrait du débat de 1962 ». <http://archives.radio-canada.ca/politique/elections/clips/3374/>. Consulté le 2 février 2012.

YOUTUBE. « Intégral du débat des chefs de 2003 ». <http://video.google.com/videoplay?docid=-7535749673301025263>. Consulté le 25 janvier 2012.

#### Couverture médiatique

AUTEUR INCONNU. « Deux hommes et deux langages », *Le Devoir*, 12 novembre 1962, une.

AUTEUR INCONNU. « L'affrontement Lesage-Johnson », *La Presse*, 12 novembre 1962. p. 20-21.

AUTEUR INCONNU. « L'affrontement Lesage-Johnson ». *La Presse*, 13 novembre 1962. p. 22-23.

AUTEUR INCONNU. « Le combat des chefs », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p. A13.

AUTEUR INCONNU. « Nationalisation : le coût selon les chefs », *La Presse*, 12 novembre 1962. p. 2.

AUTEUR INCONNU. « Pour Bertrand, c'est Johnson le vainqueur ». *La Presse*, 13 novembre 1962. p. 31.

BRETON, Pascal. « Charest désigné comme le chef le plus convaincant ». *La Presse*. p. B2.

CARDINAL, Mario. « La satisfaction règne dans l'UN ». *Le Devoir*, 13 novembre 1962. p. 7.

- \_\_\_\_\_. « Le débat du 11 novembre pourrait fixer la cote politique des deux partis ». *Le Devoir*, 9 novembre 1962, une.
- CAUCHY, Clairandrée. « Le premier débat télévisé fut le meilleur ». *Le Devoir*, 13 mars 2007.
- CHOUINARD, Tommy. « Landry tente de ramener les défusions à l'avant-scène ». *Le Devoir*, 3 avril 2003. p. A 3.
- \_\_\_\_\_. « Une fausse note : les défusions ». *Le Devoir*, 30 mars 2003. p. B2.
- COLLARD, Nathalie. « Les politiciens et leur image : se fier aux apparences ». *La Presse*, 29 mars 2003. p. A32.
- DAIGNEAULT, Richard. « Peu de gens auraient été influencés par le débat ». *La Presse*, 13 novembre 1962. p. 24.
- DAVID, Michel. « Trois minutes et c'était joué ». *Le Devoir*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p. une.
- DESCÔTEAUX, Bernard. « Lendemain de débat ». *Le Devoir*, 2 avril 2003. p. A6.
- DUTRIZAC, Robert. « Charest marque des points ». *Le Devoir*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p.1.
- FACAL, Joseph. « Un débat de qualité, qui grandit notre démocratie ». *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p. A15.
- GAGNON, Evelyn. « Le débat n'a eu aucune influence (apparente) sur les électeurs de Québec ». *Le Devoir*, 13 novembre 1962. p. 15.
- GAGNON, Katia. « Les électeurs du Québec sont découragés, rebutés, désabusés ». *La Presse*, 7 mai 2010.
- GAGNON, Lysiane. « Le vrai début de la campagne ». *La Presse*, 29 mars 2003. p. A 25.
- GIRARD, Marie-Claude. « Qui sont les indécis? ». *La Presse*, 3 avril 2003. p. B6.
- GLADU, François-Pierre. « Un choix, vraiment? ». *Le Devoir*, 2 avril 2003. p. A 7.
- GODIN, Pierre. « Le débat télévisé : "C'est le knock-out de Danny Boy" ». *La Presse*, 13 novembre 1962, p. 31.
- KEABLE, Jacques. « Radio-télévision ». *La Presse*, 12 novembre 1962. p. 34.
- LAFORÉST, Guy. « Le courage d'une vision à long terme ». *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p. A15.
- LAURENDEAU, André. « Le débat Lesage-Johnson ». *Le Devoir*, 7 novembre 1962, une.

- \_\_\_\_\_. « Pas de knockout, une victoire... par décision ». *Le Devoir*, 13 novembre 1962. une.
- LEMAY, Céline. « Ne pas changer pour changer », *La Presse*, 2 avril 2003. p. A 17.
- LEVEJAC, Marc. « Le goût du refus ». *La Presse*, 2 avril 2003. p. A17.
- LÉVESQUE, Kathleen. « Le doux ronron de Bernard Landry ». *Le Devoir*, 30 mars 2003. p. B2.
- LUSSIER, Alexandre. « Dumont gagnant », *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p. A14.
- MARISSAL, Vincent. « Ah, la question nationale ». *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p. A14.
- MONNIER, Jacques. « ... et Johnson se dit "très satisfait" ». *La Presse*, 12 novembre 1962. p. 22.
- MONNIER, Jacques. « Johnson se dit très satisfait ». *La Presse*, 12 novembre 1962. p. 22.
- NANTEL, Roger. « Après le débat : joie chez les libéraux ». *La Presse*, 12 novembre 1962. p. 22.
- PARISELLA, John. « Mission accomplie ». *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p. A15.
- PELLETIER, Gérard. « Topos du jour – Un débat sous serment ? ». *La Presse*, 8 novembre 1962. p. 4.
- PELLETIER, Gérard. « Trois mauvais arguments ». *La Presse*, 12 novembre 1962. p. 4.
- PRATTE, André. « Enfin, la campagne! ». *La Presse*, 1<sup>er</sup> avril 2003. p. A14.
- PRATTE, Gilles. « Débat du "siècle" propre et tendu ». *La Presse*, 12 novembre 1962. p. 1.
- TAINTURIER, Jean. « Le débat télévisé tourne à l'avantage de M. Lesage ». *Le Devoir*, 12 novembre 1962. une.

## Études

- ADRIAANSEN, L. Maud, Philip Van Praag, Claes H. Vreese. « Substance Matters: How News Content can Reduce Political Cynicism ». *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 22, no 4 (hiver 2010). p. 433-457.
- AGGER, Robert E. et Mashall N. Goldstein. « Political Cynicism: Measurement and Meaning ». *The Journal of Politics*, vol. 23, no 3. p. 477-506.
- AGRIOS, Jean-Marie. *1988 Canadian Televised Leadership Debates and Social Construction of Reality : Two Methodologies*. Thèse de doctorat, University of Alberta, vol. 56 (1995), no 2. 394 p.
- ALBOUY, Serge. *Marketing et communication politique*. Paris, L'Harmattan, 1994. 340 p.
- BABY, François. *Les campagnes électorales et l'information à la télévision*. Ottawa, Association pour les études sur la radio-télévision canadienne et Archives nationales du Canada, 1988. 34 p.
- BLAIS, A, E. Gidengil, N. Nevitte, R. Nadeau. « The Evolving Nature of Non-Voting : Evidence from Canada ». *European Journal of Political Research*, 2004, p. 221-236.
- BLAIS, André et M. Martin BOYER. « Assessing the Impact of Televised Debates : The Case of the 1988 Canadian Election ». *British Journal of Political Science*, vol. 26, no 2 (1996). p. 143-164.
- BOCIURKIW, Marusya. « Whose Child Am I? The Quebec Referendum and Languages of Affect and the Body ». Dans Zoë Druick et Aspa Kotsopoulos, dir. *Programming Reality: perspectives on English-Canadian Television*. Wilfrid Laurier University Press, 2008.
- BOWLER, Shaun, Todd DONOVAN et A. Jeffrey. « Enraged or Engaged ? : Preferences for Direct Citizen Participation in Affluent Democracies ». *Political Research Quarterly*, vol. 60, no 3 (septembre 2007). p. 351-362.
- BRANTS, Kees *et. al.* « The Real Spiral of Cynicism? Symbiosis and Mistrust between Politicians and Journalists ». *International Journal of Press/Politics*, vol. 15, no 1. p. 25-40.
- BRIN, Colette. « L'influence stratégique des journalistes politiques dans un contexte de tension normative : la couverture électorale à la télévision de Radio-Canada ». *Les Cahiers du journalisme*, no 8 (décembre 2000). p. 44-58.
- \_\_\_\_\_. « L'organisation médiatique et le changement des pratiques journalistiques : adaptation, innovation et réforme ». Dans Jean CRÊTE. *La*

*science politique au Québec : le dernier des maîtres fondateurs*. Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2003. p. 417-431.

\_\_\_\_\_. *La télévision publique en campagne : le plan de couverture électorale à la SRC (1997 et 1998)*. Thèse de doctorat, sciences politiques, 2002. 331 p.

BROMLEY, Catherine et John CURTICE. *Are Non-Voters Cynics Anyway ? Journal of Public Affairs*, vol. 4, no 4, p. 328-337.

CAPPELLA, J. N. *Spiral of Cynicism : The Press and the Public Good*. Oxford University Press, 1997. 336 p.

CARON, André H., Chantal MAYRAND et David E. PAYNE. « L'imagerie politique à la télévision : les derniers jours de la campagne référendaire ». *Canadian Journal of Political Science*, vol. 16, no 3. p. 473-488.

CHARRON, Jean, Jacques LEMIEUX et Florian SAUVAGEAU. *Les journalistes, les médias et leurs sources*. Boucherville, Gaëtan Morin éditeur, 1991. 237 p.

CHARRON, Jean. « Les relations entre les partis politiques et les médias lors des campagnes électorales au Québec ». Dans FLETCHER, J. FREDERICK. *Sous l'oeil des journalistes : la couverture des élections au Canada*. Toronto, Oxford, Dundurn Press, Montréal, Wilson & Lafleur, 1991. p. 91-166.

CLIFFE, Lionel. *The Politics of Lying : Implication for Democracy*. New York, St-Martins Press, 2000. 236 p.

COMEAU, Robert, dir. *Jean Lesage et l'éveil d'une nation : les débuts de la Révolution tranquille*. Sillery, Presses de l'Université du Québec, 1989. 367 p.

DANCEY, Logan. « The Consequences of Political Cynicism : How Cynicism Shapes Citizens' Reactions to Political Scandals ». *Political Behavior*, 2011. p.1-13.

DE BONVILLE, Jean et Jacques VERMETTE. « Télévision et unité nationale : la couverture de l'actualité canadienne à Radio-Canada, 1977 et 1987 ». *Revue canadienne de science politique*, vol. 27, no 4 (décembre 1994). p. 699-716.

DE BONVILLE, Jean. « La presse québécoise de 1884 à 1914 : genèse d'un mass media ». Thèse de doctorat, Université Laval, 1985. 652 p.

\_\_\_\_\_. *Les quotidiens montréalais de 1945 à 1985 : morphologie et contenu*. Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1995. 223 p.

DE VREESE, C. H. « The Effects of Strategic News on Political Cynicism, Issue Evaluations, and Policy Support: A Two-Wave Experiment ». *Mass Communication and Society*, 2004. p. 191-214.

\_\_\_\_\_. « The Effects of Journalistic News Frames ». Dans P. D'Angelo et J. Kuypers, dir. *Doing Framing Analysis*. Londres, Routledge, 2010.

DE VREESE, C.H. et M. ELENBAAS. « Media in the Game of Politics: Effects of Strategic Metacoverage on Political Cynicism ». *International Journal of Press/Politics*, vol. 13, no 3. p. 285-309.

---

. « Political Publicity and Spin ». Dans K. Brants et K. Voltmer, dir. *Political Communication in Postmodern Democracy*. Basingstoke, Palgrave.

DE VREESE, Claes H. et Holli A. SEMETKO. « Cynical and Engaged: Strategic Campaign Coverage, Public Opinion, and Mobilization in a Referendum ». *Communication Research*, vol. 29, no 6 (décembre 2002). p. 616-641.

DE LAGRAVE, Jean-Paul. *Histoire de l'information au Québec*. Montréal, Éditions La Presse, 1980. 245 p.

DGEQ, « Historique du taux de participation », <http://www.electionsquebec.qc.ca/francais/tableaux/historique-du-taux-de-participation.php#no4>. Consulté le 2 février 2012.

DOBRZYNSKA, Agnieszka. « Analyse comparative du rôle des normes et pratiques journalistiques à la télévision dans la couverture de la campagne électorale fédérale canadienne de 1997 ». *Communications*, vol. 21, no (hiver-printemps 2002).

DROUILLY, Pierre. *Statistiques électorales du Québec. 1867-1989*, Québec, Assemblée nationale du Québec, 1990, 3<sup>e</sup> éd., 962 p.

DUGUAY, Gilles. *Le triangle Québec-Ottawa-Paris : récit d'un ancien ambassadeur canadien*. Québec, Septentrion. 640 p.

ELENBAAS, M. et C.H. DE VREESE. « The Effects of Strategic News on Political Cynicism and Vote Choice among Young Voters ». *Journal of Communication*, vol. 58, no 3. p. 550-567.

ERBER, R. « Political Cynicism Revisited: An Information-Processing Reconciliation of Policy-Based and Incumbency-based Interpretations of Changes in Trust in Government ». *American Journal of Political Science*, 1990. p. 236-253.

FELTEAU, Cyrille. *Histoire de la Presse: tome II, le plus grand quotidien français d'Amérique, 1916-1984*. Montréal, Éditions La Presse, 1983-1984. 283 p.

FIESCHI, Catherine et Paul HEYWOOD. *Trust, Cynicism and Populist Anti-Politics*. *Journal of Political Ideologies*, vol. 9, no 3. p. 289-309.

FLETCHER, Frederick J., dir. *Election Broadcasting in Canada*. Toronto, Oxford, Dundurn Press, 1991. 358 p.

FLETCHER, Frederick J. *Sous l'oeil des journalistes : la couverture des élections au Canada*. Toronto, Oxford, Dundurn Press, Montréal, Wilson & Lafleur, 1991. 379 p.

- GAUTHIER, Gilles. « L'indirection en communication publique. Le cas des débats télévisés canadiens et québécois (1962-1998) ». *Communication*, vol. 21, no 11. p.99-118.
- GÉLINEAU, François et Alexandre MORIN-CHASSÉ. *Les motifs de la participation électorale au Québec : une étude de l'élection de 2008*. Chaire de recherche sur la démocratie et les institutions parlementaires, 2009. 44 p.
- GÉRIN-LAJOIE, Paul. *Combats d'un révolutionnaire tranquille*. Montréal, CEC, 1989. 378 p.
- GIASSON, Thierry, Richard NADEAU et Éric BÉLANGER. « Débats télévisés et évaluations des candidats : la représentation visuelle des politiciens canadiens agit-elle dans la formation des préférences des électeurs québécois ». *Canadian Journal of Political Science*, vol. 38 (2005), no 4. p. 867-895.
- GIDENGIL, E., A. Blais, N. Nevitte et R. Nadeau. « La politique électorale : Où sont passés les jeunes? ». *Perspectives électorales*, 2003.
- GINGRAS, Anne-Marie. *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999. 257 p.
- GODIN, Pierre. *Daniel Johnson (1946-1964 : la passion du pouvoir)*. Montréal, Les Éditions de l'Homme, 1980. 2 volumes.
- GODIN, Richard. « La soirée électorale à la télévision : un dispositif de légitimation politique ». *Bulletin d'histoire politique*, vol. 14, no 1. p. 13-30.
- GOLDFARD, Jeffrey C. *The Cynical Society: The Culture of Politics and the Politics of Culture in American Life*. Chicago, University of Chicago Press, 1991. 200 p.
- GREEN, J. Derek. *Rebuilding confidence : report of the Review Commission on Constituency Allowances and Related Matters*. St. John's, Terre Neuve et Labrador, 2007. 666 p.
- GROUPE CANADIEN D'ÉTUDE DES QUESTIONS PARLEMENTAIRES. *Le Parlement et le peuple : pour une conscientisation du public*. GCÉQP, 1995. 28 p.
- GUGGENHEIM, Lauren, Nojin KWAK et W. SCOTT. « Nontraditional News Negativity: The Relationship of Entertaining Political News Use to Political Cynicism and Mistrust ». *International Journal of Public Opinion Research*. Vol. 23, no 3, p. 287-314.
- HANSON, Gary *et al.* « The 2008 Presidential Campaign: Political Cynicism in the Age of Facebook, MySpace, and YouTube ». *Mass Communication & Society*, vol. 13, no 5 (November-December 2010). p. 584-607.
- HIRSCHMAN, Albert. *Bonheur privé, action publique*. Paris, Fayard, 1983. 255 p.

- HOLMBERG, S. « Down and Down We Go : Political Trust in Sweden ». Dans P. NORRIS, dir. *Critical Citizens. Global Support for Democratic Governance*. Oxford University Press, New York, 1999. p. 103-146.
- HOPMANN, D.N., R. Vliegthart, C. ELMELUND-PRAESTEKAER, E. ALBAEK et C.H. DE VREESE. « Party Media Agenda-Setting : How Parties Influence Election News Coverage ». *Party Politics*, 2010. p. 1-19.
- JACKSON, Dan. « Strategic Media, Cynical Public ? Examining the Contingent Effects of Strategic News Frames on Political Cynicism in the United Kingdom ». *International Journal of Press/Politics*, vol. 16, no 1. p. 75-101.
- JONES, Kate. « Politicians and Political Cynicism: More or Less ? », *Australasian Parliamentary Review*, vol. 20, no 1 (printemps 2005). p. 116-129.
- LAPALME, Georges-Émile. *Mémoires (tome 3 : le paradis du pouvoir)*, Montréal, Leméac, 1973.
- LARDELLIER, Pascal. « Communication et pouvoir : les liaisons dangereuses ». *Communication et langages*, no 112 (2<sup>e</sup> trimestre 1997). p. 85-95.
- LECHELER, S. et C.H. DEVREESE. « Getting Real : the Duration of Framing Effects ». *Journal of Communication*, vol. 36, no 3. p. 400-425.
- LENART, Dr. Silvo et David JONES. « Politics Meets Mass Media : Paradigms of Inquiry » ». *Current World Leaders*, vol. 40, no 2 (avril 1997). p. 33-41.
- LINTEAU, Paul-André *et. al.* *Histoire du Québec contemporain (tome 2)*. Montréal, Boréal, 1989. 834 pages.
- LITT, E. « Political Cynicism and Political Futility ». *The Journal of Politics*, vol. 25, no 2 (mai 1963). p. 312-323.
- LORA, Marie. *Marketing politique, mode d'emploi*. Levallois-Perret, Studyrama, 2006. 139 p.
- LYOTARD, Jean-François. *La condition postmoderne : rapport sur le savoir*. Paris, Éditions de Minuit, 1979. 109 p.
- MAAREK, Philippe J. *Communication et marketing de l'homme politique*. Paris, Litec, 2007. 466 p.
- MARTIN, Bill. *Politics in the impasse: explorations in postsecular social theory*. New York, State University of New York Press, 1996. 300 p.
- MENDELSON, Mattew Jay. *Television Persuasive Effects : The Priming and Framing of Leadership in the 1988 Election*. Thèse de doctorat, École Polytechnique, 1995. 503 p.

- \_\_\_\_\_. «The Media's Persuasive Effects : the Priming of Leadership in the 1988 Canadian Election ». *Canadian Journal of Political Science*, vol. 27 (1994), no 1. p. 81-97.
- MILNER, Henry. *Political Knowledge and Participation Among Young Canadians and Americans*. IRPP, novembre 2007. 29 p.
- MONIÈRE, Denis. « Les information télévisées sont-elles biaisées en campagne électorale? ». *Recherches sociographiques*, vol. 35 (1994), no 1. p. 67-85.
- \_\_\_\_\_. *Démocratie médiatique et représentation politique*. Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1999. 138 p.
- \_\_\_\_\_. *Le combat des chefs : analyse des débats télévisés au Canada*. Montréal, Québec/Amérique, 1992. 284 p.
- \_\_\_\_\_. *Radioscopie de l'information télévisée au Canada*. Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2000. 145 p.
- \_\_\_\_\_. *Votez pour moi : une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*. Saint-Laurent, Fides, 1998. 246 p.
- NADEAU, Richard et Thierry GIASSEN. *Les médias et le malaise démocratique au Canada*. IRPP, 2003. 32 p.
- NADEAU, Richard et Frédérick BASTIEN. « La communication électorale ». Dans Anne-Marie GINGRAS, dir. *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*. Montréal, Presses de l'Université du Québec.
- NORRIS, Pippa. *Global Support for Democratic Government*. Oxford University Press, New York, 1999. 303 p.
- PHARR, Susan J. et Robert D. PUTNAM. *Disaffected Democracies: What's Troubling the Trilateral Countries ?* Princeton University Press, 2000. 360 p.
- PINARD, Maurice. « Anatomie d'une campagne : comment les libéraux ont repris le pouvoir à Québec ». *Policy Options*, août 2003. p.77-81.
- PRATTE, André. *Le syndrome de Pinocchio : essai sur le mensonge en politique*. Montréal, Boréal, 1997. 168 p.
- \_\_\_\_\_. *Les oiseaux de malheur : essai sur les medias d'aujourd'hui*. Montréal, VLB Éditeur, 2000. 244 p.
- RODGERS, HR. « Toward Explanation of the Political Efficacy and Political Cynicism of Black Adolescents: An Exploratory Study ». *American Journal of Political Science*, 1974. p. 257-282.
- ROMANOW, Walter I et al. *Television Advertising in Canadian Elections : the Attack Mode*. Waterloo, Ontario, Wilfrid Laurier University Press, 1999. 252 p.

- RUTHERFORD, Paul. *When Television Was Young: Primetime Canada (1952-1967)*. Toronto, University of Toronto Press, 1990. 637 p.
- SABATO, Larry J. *Feeding Frenzy: How Attack Journalism Has Transformed American Politics*, New York, Free Press, 1993.306 p.
- SAINT-PIERRE, Jocelyn. *Histoire de la Tribune de la presse à Québec : 1871-1959*. Montréal, VLB, 2007. 320 p.
- SAINT-PIERRE, Jocelyn. *Les débats parlementaires à Québec*. Montréal, AQHP, 2003. 207 p.
- SAITTA, Eugénie. «Les journalistes politiques et leurs sources. D'une rhétorique de l'expertise critique à une rhétorique du «cynisme». *Mots : les langages du politique*, 87 (2008).p. 113-128.
- SCHUDSON, Michael. «Pourquoi les démocraties ont-elles besoin d'un journalisme détestable?». *Réseaux*, numéro «Pratiques journalistiques», 2009, no 157-158.
- SCHYNS, Peggy, Margreet NUUS et Henk DEKKER, «A Conceptual and Empirical Evaluation of Political Cynicism». Colloque «Politcologenetmaal». Belgique, 27-28 mai 2004. 26 p.
- SHARON, S. et S. STANLEY. «Retreat from Politics : The Cynic in Modern Times». *Polity*, vol. 39, no 3. p. 384-407.
- SODERLUND, Walter C. «Advertising in the 1993 Federal Election». *Canadian Parliamentary Review*, vol. 18 (1995), no 1. p. 16-22.
- SORMANY, Pierre. *Le métier de journaliste*. Montréal, Boréal, 3<sup>e</sup> édition, 2011.
- SPARROW, Andrew. *Obscure Scribblers: a History of Parliamentary Journalism*. Londres, Politico, 2003. 238 p.
- SPEARS, George. *Équilibre de la couverture de la campagne référendaire québécoise de 1995 : analyse du contenu effectuée pour le Bureau de la responsabilité des médias de la CBC et de la SRC, novembre 1995*. Érin, Ontario, Erin Research, 1995. 21 p.
- SPENCER, David R. et Catherine M. Bolan. «Aperçu historique de la radiodiffusion électorale au Canada ». Dans Frederick J. FLETCHER. *La radiodiffusion en période électorale au Canada*. Wilson-Lafleur, 1991.
- STOS, William Peter. *Small Scree, Big Impact: A Historical Examination of the Effects of Television on the 1988 Federal Election Campaign*. Thèse de doctorat, Carleton University, 1988. 283 p.
- TANGUAY, Brian A. *Sclérose ou parfait état de santé? Examen du système de partis au Québec au XXI<sup>e</sup> siècle*. Dans Québec : État et société, tome 2. Montréal, Québec Amérique, 2003. p. 253-276.

- TARAS, David. « Television and Public Policy : The CBC's Coverage of the Meech Lake Accord ». *Canadian Public Policy*, vol. 15, no 3. p. 322-334.
- \_\_\_\_\_. *Power and Betrayal in the Canadian Media*. Peterborough, Broadview Press, 1999. 262 p.
- \_\_\_\_\_. *The Newsmakers: The Media's Influence on Canadian Politics*. Scarborough, Nelson Canada, 1990. 248 p.
- THOMPSON, D.C. *Jean Lesage et la Révolution tranquille*. Saint-Laurent, Éditions du Trécaré, 1984. 615 p.
- TRENT, J.S. et R.V. Friedenbarg. *Political Campaign Communication*. New York, Preager, 1983. 464 p.
- TURBIDE, Olivier. *La performance médiatique des chefs politiques lors de la campagne électorale de 2003 au Québec*. Thèse de doctorat, Université Laval. 534 p.
- VAN DALEN, Arjen *et. al.* « Suspicious Minds : Explaining Political Cynicism among Political Journalists in Europe ». *European Journal of Communication*, vol. 26, no 2. p. 147-162.
- WARD, J. et C.H. DE VREESE. « Political Consumerism, Young Citizens and the Internet ». *Media, Culture and Society*, vol. 33, no 3. p. 399-413.
- WEAVER LARISCY, Ruthann, Spencer F. TINKHAM et Kaye D. Sweetser. « Kids These Days: Examining Differences in Political Uses and Gratifications, Internet Political Participation, Political Information Efficacy, and Cynicism on the Basis of Age ». *American Behavioral Scientist*, vol. 55, no 6 (juin 2011). p. 748-764. <http://abs.sagepub.com/content/55/6/749.abstract>.