

Université de Montréal

Analyse de la couverture médiatique d'un leader émergent :
le cas d'André Boisclair

par
Hugo Lavallée

Département de science politique
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de Maîtrise ès sciences (M.Sc)
en science politique

Décembre 2009

© Hugo Lavallée, 2009

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :

*Analyse de la couverture médiatique d'un leader émergent :
le cas d'André Boisclair*

présenté par :

Hugo Lavallée

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Patrick Fournier
président-rapporteur

Richard Nadeau
directeur de recherche

Denis Monière
membre du jury

SOMMAIRE

Ce mémoire porte sur le rôle que jouent les médias de masse dans la construction de la personnalité publique des nouveaux chefs de partis politiques. Lorsqu'un individu est nommé à la tête d'un parti politique, il est la plupart du temps peu connu du grand public. Or, comme une écrasante majorité de citoyens n'a jamais l'occasion d'entrer en contact directement avec les hommes et les femmes politiques, c'est exclusivement par le biais des médias que la plupart des gens apprennent à connaître leurs représentants politiques – ou ceux qui aspirent à jouer ce rôle. Or les médias ne se contentent pas de répéter ce que les politiciens disent. Les informations qu'ils décident d'inclure dans leurs reportages, les mots qu'ils utilisent et les cadrages qu'ils retiennent contribuent à définir la personnalité des leaders émergents dont ils parlent. Les médias choisissent aussi de mettre l'accent sur certains traits de personnalité et décident d'en ignorer d'autres.

Afin de mieux comprendre ce phénomène, nous avons étudié le cas de l'ex-chef du Parti québécois, André Boisclair. Nous avons cherché à savoir si la couverture dont ce dernier a fait l'objet a été stable ou si elle a suivi certains cycles, et nous nous sommes intéressés aux critères retenus par les médias pour évaluer sa personnalité. Pour ce faire, nous avons étudié le volume, le format, le ton, les objets et les cadrages qui caractérisent la couverture dont a été l'objet André Boisclair à l'antenne de la Société Radio-Canada et du Réseau TVA entre le 4 juin 2005 et le 21 février 2007. Nos conclusions sont à l'effet que la couverture a bel et bien suivi un cycle, et que les critères retenus par les médias sont très similaires à ceux qui sont réputés être importants pour la population dans le choix d'un leader politique.

Mots-clefs : médias, chefs émergents, partis politiques, courses à la direction, couverture médiatique, traits de personnalité, cycles de couverture, André Boisclair, Société Radio-Canada (SRC), Réseau TVA.

ABSTRACT

This thesis focuses on the role played by mass media in the construction of the public personality of emerging leaders. When a political party chooses a new leader, this leader is often known by very few people. Since a majority of citizens rarely has the occasion to interact directly with political figures, it is exclusively through the media that most people are able to get acquainted with those who represent them – and with those who aspire to play that role. But the media do not only repeat what politicians say. The pieces of information they decide to include in their stories, the words they use, and the frames they select contribute to the definition of the public personality of the leaders they talk about. News media also choose to put the emphasis on particular personality traits, and to ignore others.

In order to have a better understanding of this phenomenon, we have studied the case of former Parti québécois leader, André Boisclair. We have tried to determine if the coverage he was object of has been stable over time, or if it has followed cycles, and we have studied the criteria used by the media to assess his personality. To achieve these ends, we have studied the volume, the format, the tone, the objects and the frames, which have characterized the coverage broadcasted on the Canadian Broadcasting Corporation and the TVA Network between June 4, 2005 and February 21, 2007 about André Boisclair. Our conclusions show that the coverage indeed follows cycles, and that the criteria used by the news media are very similar to those which have already been identified as important to the public in the selection of a political leader.

Keywords: media, emerging leaders, political parties, leadership races, media coverage, personality traits, coverage cycles, André Boisclair, Canadian Broadcasting Corporation (CBC), TVA Network.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	iii
Liste des tableaux	vi
Liste des figures	vii
Liste des sigles et des abréviations	viii
Dédicace	ix
Remerciements	x
Introduction	1
Chapitre 1	
Revue de la littérature	4
La télévision.....	4
Les traits de personnalité.....	10
La couverture médiatique et ses cycles.....	13
Chapitre 2	
Méthodologie	18
Corpus.....	19
Traitement.....	23
Lexicométrie	27
Chapitre 3	
Volume, format, ton, objets et vocabulaire	30
Évolution de la couverture.....	30
Évaluation de la personnalité.....	46
Comparaison entre les réseaux.....	51
Chapitre 4	
Cadrages	53
La course à la direction du Parti québécois.....	54
Le mandat à la tête du Parti québécois.....	65
Conclusion	84
Bibliographie	91

LISTE DES TABLEAUX

Tableau I	
Format des nouvelles.....	33
Tableau II	
Ton des nouvelles.....	34
Tableau III	
Objet des nouvelles.....	39
Tableau IV	
Ton des nouvelles en fonction de leurs objets.....	43
Tableau V	
Mots qui reviennent le plus souvent.....	44
Tableau VI	
Mots liés à des enjeux politiques qui reviennent le plus souvent.....	45
Tableau VII	
Mots liés à André Boisclair qui reviennent le plus souvent.....	49

LISTE DES FIGURES

Figure 1	
Nombre de nouvelles.....	32
Figure 2	
Proportion de nouvelles neutres.....	35
Figure 3	
Proportion de nouvelles positives.....	36
Figure 4	
Proportion de nouvelles négatives.....	36
Figure 5	
Évolution des objets de couverture.....	40
Figure 6	
Traits de personnalité.....	48
Figure 7	
Style de vie.....	49

LISTE DES SIGLES ET DES ABRÉVIATIONS

ADQ : Action démocratique du Québec

PLQ : Parti libéral du Québec

PQ : Parti québécois

*À la mémoire de feu ma grand-mère paternelle,
Louise Mignerón-Lavallée (1931-2008),
qui est décédée pendant la rédaction de ce mémoire,
et qui m'a toujours soutenu dans la poursuite de mes études supérieures,
bien qu'elle n'ait jamais eu l'occasion d'en compléter elle-même.*

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier les personnes suivantes pour leur aide et leur soutien tout au long de la rédaction de ce mémoire :

- Richard Nadeau, mon directeur de recherche, pour sa grande disponibilité – y compris les jours fériés! – de même que pour la confiance qu’il m’a témoignée depuis le début de ce projet;
- Denis Monière, qui m’a fait découvrir la lexicométrie;
- Christian Lavallée, mon père, qui m’a donné un grand coup de main lors du laborieux et ennuyeux processus de saisie des données;
- Julien Boudreault, un collègue devenu un ami, pour son travail de validation de la grille d’analyse;
- Lise Mongeau et le Réseau TVA, pour m’avoir donné accès aux archives du réseau;
- ma famille et mes proches pour m’avoir supporté malgré le stress et le manque de disponibilité.

Ce mémoire a bénéficié du soutien financier du Fonds québécois de la recherche sur la société et la culture.

INTRODUCTION

Le 1^{er} mars 2007, en plein cœur de la campagne électorale québécoise, le journal *La Presse* publie un texte qui dresse le portrait de l'humeur de l'électorat dans la région traditionnellement péquiste du Saguenay – Lac-Saint-Jean. Interviewé par le journaliste Patrick Lagacé (2007), Daniel Tremblay, un citoyen de la ville de Saguenay, affirme que le Québec doit devenir un pays souverain « au plus vite, [...] même si ça signifie quelques années de souffrance, même si ça signifie une révolution » (A10). Curieusement, l'homme de 58 ans déclare du même souffle qu'il n'a absolument pas l'intention de voter pour le Parti québécois (PQ) à l'occasion des élections générales, qui approchent à grands pas. Et ce, malgré l'engagement ferme pris par le PQ, antérieurement durant la campagne, de tenir, une fois élu, un référendum sur la souveraineté du Québec. Méprise d'un électeur peu informé? Ignorance des plates-formes des partis? Incohérence? Non, répond Monsieur Tremblay. Il ne votera pas pour le Parti québécois parce qu'il n'a que du « dégoût » pour le leader de la formation politique, André Boisclair : « Je veux que le chef se fasse déboîter », explique-t-il (Lagacé 2007, A10).

Cet incident n'est bien sûr qu'une anecdote. N'empêche, il illustre de façon remarquable l'importance qu'occupe maintenant la personnalité des leaders des principaux partis politiques dans le choix des électeurs au moment de voter, et ce, aussi bien au Québec qu'ailleurs dans le monde. Or, comme une écrasante majorité de citoyens n'a jamais l'occasion d'entrer en contact directement avec les hommes et les femmes politiques, c'est exclusivement par le biais des médias que la plupart des gens apprennent à connaître leurs représentants politiques – ou ceux qui aspirent à jouer ce rôle – et, plus particulièrement, qu'ils sont en mesure de se constituer une opinion à propos des leaders des différents partis en compétition (Charron et Lemieux 1991, 2). Or, les médias ne sont pas « une simples courroie de transmission » (Monière 1994, 76). Les journalistes ne se contentent pas de répéter, sans discernement, ce que les politiciens disent : ils sélectionnent l'information, la résumant, la mettent en contexte et, indirectement, la commentent. Dans cette optique, il est clair que les médias jouent un rôle de première importance dans la joute politique québécoise, puisque ces derniers définissent – dans l'œil du public – la personnalité publique des chefs de parti, un facteur qui a lui-même un impact considérable sur les choix électoraux des citoyens. Mais comment ces grands

phénomènes s'articulent-ils concrètement dans la vie politique québécoise? Quels mécanismes les médias utilisent-ils pour parvenir à leurs fins? Peut-on démontrer le lien qui existe entre la couverture médiatique et la façon dont se construit la personnalité publique des chefs de parti émergents, qui ne sont pas encore connus du grand public? Quels critères les journalistes retiennent-ils? La couverture médiatique suit-elle certains cycles?

C'est de ce sujet que traitera ce mémoire, qui évaluera la couverture médiatique dont a été l'objet André Boisclair du début de la course à la succession de Bernard Landry à la tête du Parti québécois – en juin 2005 – jusqu'au déclenchement des élections générales de mars 2007. Plus spécifiquement, nous nous pencherons sur le format, le volume, le ton, les objets et les cadrages de cette couverture médiatique. Notre analyse sera guidée par deux grands questionnements : (i) la couverture dont fait l'objet André Boisclair est-elle constante, ou évolue-t-elle au gré des événements ayant marqué la course au leadership du PQ, et le mandat d'André Boisclair à la tête du parti? Dans l'hypothèse où elle évolue, les cycles observés dans la couverture dont est l'objet le chef péquiste correspondent-ils aux cycles observés par d'autres chercheurs, qui se sont penchés sur la couverture qu'ont reçue d'autres personnalités politiques?; (ii) lorsqu'ils tracent le portrait des nouveaux chefs de parti, quels critères les médias utilisent-ils? Ces critères sont-ils les mêmes que ceux qui sont réputés être importants pour les électeurs dans la littérature scientifique?

Comme nous le démontrerons, la couverture dont est l'objet André Boisclair varie beaucoup : elle est d'abord très positive lorsque ce dernier décide de se porter candidat à la direction du Parti québécois. Or, il ne suffit que de bien peu de temps avant d'assister à un revirement complet de la situation, les médias se mettant à critiquer le candidat lorsqu'il est révélé que ce dernier a déjà consommé de la cocaïne. Puis, à la suite de son accession à la tête du Parti québécois, André Boisclair est relativement absent de la scène médiatique. Lorsqu'il est question de lui, on aborde surtout les questions liées à la stratégie politique, et bien peu celles liées à ses idées. La couverture redevient ensuite positive, dans la foulée de son élection dans la circonscription de Pointe-aux-Trembles. Mais la période de grâce est de courte durée, la couverture reprenant rapidement un tournant négatif à l'approche des élections générales de mars 2007, en se recentrant sur l'aspect le plus conflictuel de la politique, soit les attaques entre adversaires.

Par ailleurs, nous avons constaté que les médias ont effectivement recours aux critères que les politologues ont déjà identifiés comme étant importants aux yeux des électeurs dans leur traitement des hommes et des femmes politiques. Parmi ces critères, celui qui ressort le plus est le leadership. Dans le cas d'André Boisclair, il en est de plus en plus souvent question au fur et à mesure que la couverture progresse et, la plupart du temps, en termes très négatifs. Il est aussi question de la compétence, de l'intégrité et de l'empathie du chef, de même que de sa jeunesse et de son dynamisme.

Afin de faire cette démonstration, nous traiterons tout d'abord, au chapitre 1, du lien existant entre la personnalisation de la politique et l'émergence de la presse électronique. Puis, nous passerons en revue différents écrits traitant du rôle grandissant que joue la personnalité des chefs de partis avant et pendant les campagnes électorales sur les résultats obtenus par chacun des partis le jour du vote. Nous tenterons ensuite d'établir un lien entre la personnalité des chefs – telle qu'elle existe dans l'esprit des citoyens ordinaires – et la couverture médiatique dont ces derniers font l'objet. Une fois la revue de la littérature achevée, nous présenterons, au chapitre 2, les différents outils auxquels nous aurons recours pour analyser la couverture dont André Boisclair a été l'objet. Nous expliquerons en quoi les méthodes d'analyse retenues pourront nous aider à répondre aux deux grands questionnements qui sont au centre de ce mémoire, et nous spécifierons l'étendue de notre corpus. Puis, nous présenterons les différents résultats auxquels cette analyse nous aura permis d'arriver : nous traiterons, au chapitre 3, de l'évolution du ton et des objets qui ont caractérisé la couverture médiatique dont a été l'objet André Boisclair. Nous verrons également dans ce chapitre si les journalistes ont parlé des traits de personnalité chers aux électeurs dans leurs reportages. Finalement, au chapitre 4, nous analyserons les cadrages retenus par les médias pour présenter les événements durant la période étudiée. Nous verrons si ces cadrages ont évolué au fil du temps, et si ces derniers laissent transparaître les critères utilisés par les médias pour définir la personnalité publique d'André Boisclair. Une conclusion viendra coiffer ce mémoire, dans laquelle nous tenterons d'expliquer l'échec d'André Boisclair à se faire élire Premier ministre. Nous essayerons de tirer des leçons de son insuccès, et nous terminerons notre analyse en tentant de comprendre de quelle façon les conclusions auxquelles nous serons parvenus peuvent nous aider à mieux comprendre la vie politique québécoise.

CHAPITRE 1 : REVUE DE LA LITTÉRATURE

Tel que nous l'avons indiqué précédemment, notre étude porte essentiellement sur deux questionnements : d'une part, l'évolution de la couverture dont a été l'objet André Boisclair et, d'autre part, les traits de personnalité mis en exergue par les médias. Cependant, avant de passer en revue la littérature pertinente liée à ces deux questions, il nous faut démontrer l'intérêt d'étudier le journalisme télévisé. En effet, nous avons choisi, dans ce mémoire, de nous intéresser exclusivement à la télévision. Cela s'explique, en partie, par les contraintes de temps et d'espace inhérentes à ce mémoire, mais également par l'importance du médium de même que par le fait qu'il s'agisse de la source principale d'information pour une majorité d'électeurs (« Television Still King » 2008). Aussi, comme nous le verrons dans la section suivante, la télévision a profondément marqué l'évolution de la vie politique au cours de la seconde moitié du XX^e siècle.

La télévision

Depuis les années 1950, les campagnes électorales et la politique, de façon générale, tournent de plus en plus autour de la personnalité des chefs de partis (Campbell et al. 1960; Miller et Miller 1975; Stokes 1966). Comme l'écrit McAllister (1996), ce changement a eu une influence si profonde qu'il s'est même répercuté sur notre langage de tous les jours :

Impressionistic evidence signaling the extent of this change [from parties to leaders] includes the substitution of leader images for party symbols during election campaigns; the tendency to label governments after the leader, rather than the party; and the unprecedented media interest in the personalities and private lives of major leaders. (286)

Dans une large mesure, on peut attribuer ce changement à l'émergence de la télévision comme média de masse. En effet, avec l'essor des grandes chaînes de télévision est apparue la nécessité de produire des reportages qui s'adressent à des auditoires nationaux, et qui mettent donc forcément l'accent sur les chefs des partis plutôt que sur les candidats locaux : « [...] The growth of the electronic media [...] has shifted voters' attentions from local to national election campaigns, and along with it, from local to national political leaders », résume McAllister (1996, 287).

Ce changement s'est souvent accompli non seulement au détriment des candidats locaux, mais également au détriment des projets et des engagements formulés dans les plates-formes des partis politiques :

The skimpiness of television issue coverage, particularly the dearth of quotes by candidates, meant that people who relied primarily on television for campaign information learned little about the candidates' stands on issues and even less about the candidates' priorities. (Graber 1976, 300-301)

Puis s'est développé le concept du débat des chefs, qui a renforcé cette tendance en créant une nouvelle dynamique dans laquelle on met l'accent sur la confrontation, et dans laquelle on insiste sur l'opposition existant, non pas entre les partis ou entre leurs idées, mais bien entre leur chef. Ainsi, ces débats, qui se voulaient initialement des forums où les chefs des partis avaient l'occasion de présenter les politiques publiques qu'ils préconisaient, ont peu à peu pris les allures de combats, combats dans lesquels les chefs sont sensés tendre des pièges et assener des coups à leurs adversaires afin de marquer des points auprès des électeurs.

When describing their reactions to the debate, many of these persons did so using emotive or evaluative language suggestive of their psychological involvement in the event. The content of these responses indicates the power of the media to place party leaders at the forefront of national attention and to invite public comparisons of their strengths and weaknesses. (Clarke et al. 1984, 118)

Or, cette nouvelle façon d'aborder le processus électoral, comme un combat entre les leaders des différents partis, a outrepassé le simple cadre du débat des chefs, de telle sorte qu'elle imprègne désormais l'ensemble des campagnes électorales – voire la vie politique en général :

The more the media focus on the viability of the leader's party, the more accessible – and hence more relevant – that information will be in voters' summary evaluations of the leader. [...] As Mendelsohn writes with respect to media frames, "Whether campaign events go well... provides a simple, though questionable, metaphor: how well a leader can run the campaign indicates how well he or she will be able to run the government." (Gidengil et Everitt 2006, 34-341).

Cela n'est évidemment pas indépendant du fait que, aujourd'hui, la télévision constitue la principale source d'information pour une majorité de citoyens (« Television Still King » 2008). Aujourd'hui, même en l'absence d'une échéance électorale, les journaux et surtout les bulletins de nouvelles télévisées mettent très souvent l'accent sur l'aspect

compétitif de la joute politique, notamment en multipliant les sondages et en discutant abondamment des stratégies de chacun des partis.

Tout cela a eu pour effet de créer, dans les mots de Schmitt-Beck (2007), un climat de « campagne perpétuelle » (746), ce qui a eu pour conséquence d'éloigner l'attention des citoyens des divergences existant entre les idées et les projets des partis politiques, et de recentrer la vie politique sur la performance et la personnalité des chefs de partis. Voyant cette nouvelle dynamique à l'œuvre, les partis politiques ont eux-mêmes changé leurs façons de faire, ce qui a donné lieu à la naissance de ce que l'on appelle aujourd'hui le marketing politique (Bowler et Farrell 1992). Il existe donc un lien indissociable entre, d'une part, l'importance cruciale qui est accordée aux leaders des partis politiques par les électeurs et, d'autre part, l'émergence de nouveaux médias de masse, au premier chef, la télévision. Maintenant que nous avons discuté de ce lien, nous allons tenter d'expliquer comment l'étude du phénomène de la personnalisation de la politique s'est développée. Ceci nous permettra ensuite de mettre en relief les principaux constats des chercheurs s'étant penchés sur le sujet, ce qui nous conduira finalement à voir pourquoi la façon dont les médias définissent la personnalité publique des chefs des partis est une donnée importante du processus politique.

Dans les années 1960, l'auteur Donald Stokes (1966) a été l'un des premiers universitaires à s'intéresser à la question de l'influence de la personnalité des leaders politiques sur la joute électorale. En effet, jusque-là, la science politique avait surtout exploré les effets de l'identification partisane des citoyens sur le comportement électoral de ces derniers (Campbell et al. 1960). Voyant que les différences entre les politiques prônées par chacun des partis n'expliquaient pas tout, Stokes a émis l'hypothèse selon laquelle les chefs de parti pouvaient aussi avoir un impact sur le choix des électeurs – en d'autres mots, que ces leaders pouvaient eux-mêmes être considérés comme des stimuli auxquels réagissaient positivement ou négativement les électeurs :

The men seeking the Presidency bring to a campaign certain "real" properties as stimulus objects. Some of these belong to the past – the candidate's role as war hero, his success as governor or senator [...]. Other properties have to do with appearance, behavior, and personal style – the candidate's smile, the timbre of his voice, his smoothness in dealing with the teleprompter, his willingness to suffer fools gladly – knowledge of which can reach the electorate in numberless ways. (Stokes 1966, 23)

Afin de vérifier la justesse de son hypothèse, Stokes a tenté de mesurer l'impact que pouvaient avoir différents chefs de parti sur l'électorat. Pour ce faire, le chercheur a utilisé des données recueillies à l'occasion des élections présidentielles américaines de 1952, de 1956, de 1960 et de 1964. Sa conclusion? Bien que la perception qu'aient les électeurs des chefs de parti soit grandement influencée par les affiliations partisans de ces mêmes électeurs, d'autres facteurs entrent également en ligne de compte. Par exemple, illustre l'auteur, la religion joua un rôle déterminant dans le choix des catholiques de voter pour John F. Kennedy en 1960.

[...] Kennedy was seen by the electorate not only as a Democrat; he was seen as a Catholic as well. As a result, at every point along the party identification continuum, Catholics tended to perceive Kennedy in a more favorable light than did Protestants. (Stokes 1966, 23)

Stokes identifie également d'autres facteurs susceptibles d'avoir une influence sur l'électorat, comme par exemple, la jeunesse ou la vieillesse d'un candidat, son éducation, son apparence physique ou encore son passé militaire, comme ce fut par exemple le cas pour le Général Eisenhower.

Quelques années plus tard, en 1975, deux professeurs de l'université du Michigan, Arthur et Warren Miller, ont continué le travail entrepris par Stokes, en étudiant les résultats de l'élection présidentielle de 1972 ayant opposé Richard Nixon à George McGovern. Leur analyse souligne d'abord le pouvoir explicatif du concept du vote basé sur les enjeux (« issue voting »), c'est-à-dire la tendance partagée par de nombreux électeurs à voter pour un parti en fonction de la position prise par ce parti à propos d'un certain nombre d'enjeux, comme par exemple l'avortement et la légalisation de la marijuana, dans le cas de l'élection de 1972 (Miller et Miller 1975, 394-395). Toutefois, Miller et Miller mettent aussi en relief l'importance de l'évaluation du leader de chacun des partis dans le choix de l'électorat, et ce, particulièrement dans un contexte de changement :

[...] When new political issues emerge which cut across traditional partisan differences, the candidates associated with alternative positions on these issues may be expected to become relatively more important as explanations of electoral outcomes. (Miller et Miller 1975, 423)

Ainsi, lors de la campagne de 1972, il est apparu que McGovern suscitait des réactions négatives chez bon nombre d'électeurs, qui trouvaient que l'homme manquait de

charisme et de leadership. Cela expliquerait en bonne partie, selon les auteurs, les résultats de l'élection. Fait intéressant, Miller et Miller soulignent aussi que ce ne sont pas tous les groupes qui accordent autant d'importance à la personnalité des candidats en lice. Ainsi, selon les chercheurs, les gens ayant fréquenté l'université sont moins susceptibles de choisir pour quel parti voter en fonction de l'image projetée par le candidat dirigeant le parti de leur choix. Dans le cas de ces électeurs plus instruits, écrivent-ils, « le poids du pouvoir explicatif passe de l'image des candidats aux politiques [qu'ils proposent] et à l'idéologie [qu'ils représentent] » (Miller et Miller 1975, 419-420) (traduction libre).

Or, ce constat n'a pas été partagé par l'ensemble de la communauté académique, qui l'a rapidement remis en question. En 1985, le chercheur David P. Glass s'est attaqué à l'idée selon laquelle les électeurs les plus éduqués et les plus politisés ne votent qu'en fonction des promesses faites par le leader de chacun des partis. Soulignant qu'un politicien, une fois élu, a tout le loisir de changer d'avis et de renier ses engagements de campagne, l'auteur écrit : « [...] Il est naturel que l'électorat et les médias prennent avec un grain de sel les déclarations faites en pleine campagne. À la place, les électeurs, et possiblement les observateurs plus éduqués, devraient peut-être considérer ce qui n'est pas susceptible de changer chez un candidat, c'est-à-dire sa personnalité » (Glass 1985, 519) (traduction libre). L'étude que Glass a réalisée porte sur les élections présidentielles aux États-Unis de 1952 à 1984. Elle démontre que les répondants possédant un diplôme universitaire sont plus susceptibles de mentionner des traits de personnalité comme étant des facteurs qui influencent leur vote que ne le sont les répondants n'ayant pas terminé leurs études secondaires. De plus, parmi tous les répondants ayant identifié un ou des traits de personnalité comme ayant influencé leur vote, il y en a autant parmi les gens éduqués que parmi ceux qui le sont moins qui ont cité des qualités aussi superficielles que la beauté ou le sourire d'un candidat comme facteurs ayant influencé leur décision (Glass 1985, 525-526).

Deux ans plus tard, en 1987, Scott Keeter a proposé une explication alternative. Selon lui, ce n'est pas l'éducation qui fait la différence entre le fait pour un électeur de juger un candidat sur la base des traits de sa personnalité par rapport aux politiques prônées par le parti qu'il représente, mais bien davantage le média dont l'électeur se nourrit. « Malgré des similarités avec les autres médias, écrit l'auteur, la télévision, de par

sa nature, offre un produit qualitativement différent. Elle présente le candidat comme une personne » (Keeter 1987, 345) (traduction libre). De plus, souligne Keeter, les bulletins d'information télévisés, qui doivent impérativement se nourrir d'images et qui laissent souvent peu de temps de parole aux candidats, se prêtent généralement mal aux débats de fond sur les politiques publiques préconisées par chacun des partis. Afin de vérifier la validité de sa théorie, Keeter a utilisé des données sur les sources d'information d'un échantillon d'électeurs de même que sur leur attitude par rapport à chacun des candidats aux élections présidentielles américaines, des années 1950 aux années 1980. Même en contrôlant le niveau d'éducation, l'étude de Keeter démontre que, « pour la catégorie des qualités personnelles et des traits [de personnalité], l'hypothèse anticipée se confirme. Les qualités personnelles et les traits [de personnalité] sont plus importants pour le groupe qui regarde principalement la télévision que pour le groupe qui lit surtout les journaux, et ce, à toutes les élections depuis 1964 » (Keeter 1987, 349) (traduction libre). Toutefois, indique l'auteur, ce n'est pas parce que les électeurs qui regardent la télévision accordent de l'importance à la personnalité des candidats qu'ils ne se préoccupent pas également des politiques mises de l'avant par ces derniers. En effet, ceux qui lisent les journaux et ceux qui écoutent la télévision portent *tous* de l'attention à la fois à l'image des candidats et aux politiques que ces derniers prônent. Cependant, ils n'accordent pas le même poids relatif à ces deux catégories de critères.

Comme on l'aura constaté, les études et les données que nous avons utilisées jusqu'à présent sont basées majoritairement sur la situation ayant cours aux États-Unis. Toutefois, comme l'indique McAllister (2007), la personnalisation de la politique n'est pas un phénomène unique ni aux États-Unis, ni aux systèmes présidentiels.

The popular focus on leaders now appears commonplace across almost all of the major parliamentary systems, where parties once occupied center stage. The focus on leaders within parliamentary systems has been so marked over the past two decades that it has spawned a large literature that variously labels it the "presidentialization of politics" [...]. (571)

Ainsi, il y a fort à parier que les effets constatés aux États-Unis en ce qui a trait à l'existence d'un phénomène de personnalisation s'appliquent également dans les pays régis par un système parlementaire comme le Canada. C'est ce que nous allons maintenant tenter de démontrer en faisant appel à deux études réalisées dans un pays qui a aussi hérité du système parlementaire britannique, à savoir l'Australie. Le fait

d'aborder ces études nous permettra également d'identifier plus précisément quels traits de personnalité sont susceptibles d'influencer le choix des électeurs.

Les traits de personnalité

Ces deux études, ce sont celles qui ont été réalisées par le professeur Clive Bean et certains de ses collègues, dont les travaux portent principalement sur l'Australie et la Nouvelle-Zélande – deux pays qui possèdent des institutions très semblables aux institutions canadiennes et québécoises. Dans un article publié en 1985, Bean a démontré dans un premier temps que la personnalité des chefs de parti a effectivement une influence sur le comportement électoral des électeurs des pays régis par des systèmes parlementaires, comme cela a été mentionné plus tôt. L'auteur et un de ses collègues se sont ensuite intéressés aux traits de personnalité qui avaient un impact sur les électeurs, en utilisant des données recueillies lors des élections de 1983 au Royaume-Uni et de 1987 en Australie. L'étude qu'ils ont réalisée démontre qu'on ne peut pas établir de lien clair entre la possession d'un ensemble précis de caractéristiques par un leader, et la probabilité pour ce dernier de remporter une victoire électorale. Autrement dit, il est possible pour des leaders différents d'être élus même s'ils ne possèdent pas un ensemble de caractéristiques communes, même s'ils ont des personnalités différentes. Ainsi, il n'existe pas de modèle prédéterminé qui fasse en sorte qu'un candidat possédant certains traits de personnalité soit automatiquement privilégié par rapport à un candidat ne possédant pas cet ensemble de caractéristiques. « [...] Leadership appeal in parliamentary systems is unsystematic in the sense of being founded on qualities peculiar to individuals », écrivent les auteurs (Bean et Mughan 1989, 1170). Toutefois, s'empressent-ils d'ajouter, cela ne veut pas dire qu'il n'existe pas de corrélation entre l'attribution par un électeur d'une ou de plusieurs caractéristiques à un leader politique, et la probabilité pour ce même électeur de voter pour le parti dirigé par le leader possédant ces caractéristiques.

Afin de voir si tel est le cas, les auteurs ont exécuté une série de tests additionnels afin de voir s'il existe un lien statistiquement significatif entre, d'une part, le fait d'attribuer certaines caractéristiques à un candidat et, d'autre part, la propension à voter pour ce même candidat, tout en contrôlant l'identification partisane des répondants. Les résultats de ces tests empiriques démontrent qu'un tel lien existe dans le cas de certaines

caractéristiques, mais qu'il n'a aucun fondement dans le cas d'autres caractéristiques. Dans le cas des traits de personnalité qui *ont* un impact, on retrouve en premier lieu le fait pour un candidat d'être perçu comme « efficace ». Viennent ensuite le fait d'être capable d'« entendre raison », le fait d'être perçu comme « bienveillant » et le fait d'agir en « conformité avec ses principes ». Cela mène les auteurs à conclure : « Despite widely varying distributions across individuals, the characteristics that matter for voters seem surprisingly uniform from one country to the other and from one party leader to another » (Bean et Mughan 1989, 1171). Bean et Mughan indiquent toutefois que les résultats de leur recherche doivent être utilisés avec circonspection dans la mesure où les corrélations constatées demeurent relativement faibles. Les auteurs démontrent aussi clairement que la perception qu'a un électeur d'un chef de parti n'est pas nécessairement la symétrie de la perception qu'a ce même électeur du chef du parti adverse. En d'autres mots, ce n'est pas parce qu'un votant trouve qu'un chef de parti a un fort caractère qu'il trouvera nécessairement que le chef du parti adverse, lui, a un faible caractère. « The personality profiles of prime minister and opposition leader in Australia and the same profiles in Britain, then, are substantially independent of each other and of those leaders' positions as party leaders » (Bean et Mughan 1989, 1169).

Dans une autre étude publiée en 1993, Bean a poursuivi ses efforts de recherche afin de comprendre si les leaders politiques sont évalués par les électeurs en fonction de caractéristiques qui sont propres à chacun d'entre eux (en fonction de l'idiosyncrasie de ces derniers), ou s'ils sont évalués en fonction d'un ensemble prédéterminé de caractéristiques que les électeurs utilisent pour jauger tous les leaders politiques. En utilisant des données recueillies par le biais de sondages conduits en Australie et en Nouvelle-Zélande, respectivement en 1981 et en 1979, l'auteur arrive à la conclusion que, bien que les citoyens aient tendance à ne pas évaluer tous les leaders politiques à partir d'une même liste de critères, il existe toutefois un nombre important de caractéristiques qui reviennent très souvent dans l'évaluation des chefs de parti, et ce, peu importe le caractère de la personne qui est évaluée. « [...] When voters evaluate political leaders, certain qualities are consistently more prominent in their calculations than others » (Bean 1993, 129). Parmi ces caractéristiques qui reviennent fréquemment, il y a tout d'abord la compétence, un critère d'évaluation qui semble avoir beaucoup en commun avec l'« efficacité » dont l'étude de Bean et Mughan faisait mention. En deuxième place arrive

l'intégrité, une caractéristique qui semble, elle, recouper ce qui était entendu par le fait d'agir en « conformité avec ses principes » auquel faisait aussi allusion l'étude précédente. « [...] The "performance relevant" criteria of competence and integrity appear to feature prominently and consistently across leaders of different political parties » (Bean 1993, 129). Une fois de plus, Bean utilise les données recueillies afin de vérifier si l'attribution de certaines caractéristiques à un candidat peut avoir une incidence sur le vote des répondants. À nouveau, l'auteur démontre que de telles corrélations existent, bien que ces corrélations demeurent faibles d'un point de vue statistique.

Il ressort donc clairement des paragraphes précédents que les traits de personnalité des leaders des différents partis politiques en compétition sont autant de facteurs auxquels les électeurs accordent de l'importance. Cela étant précisé, il nous faut maintenant démontrer en quoi les médias influencent la perception qu'ont les électeurs des traits de personnalité de leurs leaders. À cet égard, l'œuvre *News that Matters* de Shanto Iyengar et de Donald R. Kinder (1987) s'avère être l'une des plus importantes contributions à la recherche dans ce domaine au cours des dernières années. En effet, Iyengar et Kinder ont voulu tester l'hypothèse – souvent émise, mais rarement, jusque-là, empiriquement démontrée – selon laquelle les médias jouiraient d'un grand pouvoir d'influence auprès de la population. De façon, plus précise, les auteurs cherchent à savoir s'il existe un fondement aux hypothèses du « agenda-setting » et du « priming ». La première postule que les médias – et plus particulièrement les bulletins d'information télévisée – de par les sujets qu'ils traitent, établissent ni plus ni moins l'ordre du jour de la société puisqu'ils choisissent délibérément de mettre l'accent sur certains sujets, alors qu'ils en passent d'autres sous silence (Iyengar et Kinder 1987, 16). La deuxième hypothèse se fonde sur l'idée que le monde qui nous entoure est complexe, et que les citoyens n'ont ni les ressources matérielles, ni les ressources cognitives pour traiter toute l'information qu'il serait pertinent de considérer pour évaluer l'efficacité de différentes politiques publiques, ou encore, pour déterminer qui ferait le meilleur Premier ministre. En conséquence, les citoyens ne prennent ce genre de décision que sur la base d'informations fragmentaires, la plupart du temps sur la base des informations qui sont les plus fraîches à leur mémoire. Dans un tel contexte, les citoyens évaluent les politiques publiques et les politiciens uniquement sur la base des enjeux qui retiennent l'attention des médias (Iyengar et Kinder 1987, 63-65).

Après avoir mené à bien leurs expériences de laboratoire, Iyengar et Kinder concluent que les hypothèses de l'« agenda-setting » et du « priming » sont bel et bien fondées, à la fois en ce qui a trait à la couverture des différents enjeux que relativement à la couverture des présidents américains démocrates et républicains. Une fois ce constat établi, les deux universitaires tentent de comprendre si les médias peuvent pousser l'audace, si l'on ose dire, jusqu'à inciter les électeurs à juger un politicien sur la base de certains traits de personnalité plutôt que sur d'autres. En exposant en situation de laboratoire des sujets à des reportages mettant l'accent sur la compétence par opposition, par exemple, à l'intégrité d'un homme politique, les chercheurs constatent que les auditeurs fondent leur opinion davantage sur le trait de personnalité mis en exergue dans les bulletins de nouvelles que sur les autres traits de personnalité de la personne évaluée. De la même manière, Iyengar et Kinder démontrent que le public aura davantage tendance à blâmer un président pour un problème donné lorsque les médias cadrent le sujet de façon à laisser croire que le président est effectivement responsable du problème en question. De façon encore plus remarquable, les chercheurs parviennent à démontrer que lorsqu'un reportage établit la responsabilité d'un président par rapport à un problème donné, les citoyens ont alors tendance à considérer davantage les enjeux soulevés par ce problème dans leur évaluation globale du candidat (Iyengar et Kinder 1987, 80-81).

Iyengar et Kinder notent aussi qu'aucune catégorie de personnes ne semble véritablement être à l'abri des effets du « priming » – une conclusion qui est plus ambiguë dans le cas de l'« agenda-setting ». En effet, insistent-ils, les effets du « priming » sont si insidieux que même les gens les plus instruits ou encore les personnes les plus impliquées politiquement ne peuvent s'en prémunir aisément (Iyengar et Kinder 1987, 95-96). Finalement, les auteurs notent que le « priming » influe non seulement l'évaluation que font les citoyens des hommes et des femmes politiques, mais que le phénomène a aussi un impact clair sur le vote des gens, et donc, sur les résultats électoraux.

La couverture médiatique et ses cycles

Mais, entre le fait de démontrer l'existence d'un lien entre la couverture médiatique et l'opinion que se forment les électeurs de la politique en général, et le fait de démontrer que, dans un contexte particulier, tel ou tel cadrage a eu tel ou tel effet, il y a un pas qui

n'est pas toujours facile à franchir. Pour nous y aider, nous analyserons maintenant un article de Denis Monière, un auteur qui a déjà mené ce genre d'études et dont nous pourrions nous inspirer pour élaborer notre propre méthode de recherche. Cet article, intitulé « Les informations télévisées sont-elles biaisées en campagne électorale? », prend prétexte des élections générales de 1989 au Québec pour vérifier si la couverture que font les médias électroniques des campagnes électorales est équitable envers tous les partis. Répondre à cette question s'avère essentiel dans un contexte où les identités partisans sont en déclin, et où les électeurs décident souvent pour qui voter sur la base des informations que leur transmettent les médias (Monière 1994, 67). Afin de voir si la couverture est effectivement équitable, l'auteur retient deux critères principaux : (i) l'équité dans le traitement; et (ii) la neutralité des reportages. Il analyse ensuite rigoureusement une série de bulletins d'information qui ont été diffusés entre le moment du déclenchement de la campagne électorale (le jour de l'émission des brefs électoraux) et le jour du vote le 25 septembre 1989. Ces bulletins de nouvelles ont été enregistrés sur les ondes de Radio-Canada, de TVA et de CTV, avant d'être retranscrits et analysés (Monière 1994, 70).

Afin de vérifier si la couverture de la campagne a bel et bien été juste, le chercheur établit d'abord une distinction entre les nouvelles électorales et les nouvelles traitant d'autres sujets. Il compte ensuite combien de nouvelles ont été consacrées à chacun des partis. Mais pour mesurer l'équité de traitement entre les différents partis, le chercheur et son équipe ne peuvent se contenter de compter le nombre de nouvelles. Ils doivent également chronométrer chaque nouvelle, calculer combien de temps de parole a été alloué aux porte-parole de chacun des partis et, surtout, tenir compte de l'ordre dans lequel ont été présentés les reportages (Monière 1994, 71).

Après avoir évalué l'équité du traitement réservé aux différents partis, Denis Monière se tourne, en second lieu, vers le ton de la couverture médiatique. En effet, comme l'explique lui-même l'auteur, les journalistes ne sont pas « une simple courroie de transmission » (Monière 1994, 76). En fait, la tâche d'un journaliste consiste souvent à résumer en quelques minutes à peine des événements qui se sont déroulés durant une journée entière, et des discours qui ont parfois duré des heures. En ce sens, les reporters doivent déconstruire la réalité pour ensuite la reconstruire en un bref reportage succinct et facile à comprendre. Conséquemment, les journalistes ne peuvent pas se contenter de

répéter fidèlement tout ce que disent les politiciens. Ils doivent faire des choix. Cela implique donc qu'ils doivent interpréter ce qu'ils entendent, et qu'ils doivent donner aux événements le cadrage qu'ils croient pertinent. Pour le dire avec Monière :

L'idéologie professionnelle des journalistes leur assigne deux fonctions : l'information et la critique (Charron 1991, 260). Le journaliste ne peut être un perroquet ou une simple courroie de transmission. Ses comptes rendus ne peuvent être la simple reproduction du discours politique. Il doit interpréter ou décoder ce discours pour en dégager un sens, affirmer son autonomie et être crédible. Il doit surtout éviter de se montrer complaisant envers le pouvoir. (1994, 76)

Déceler le point de vue des journalistes n'est habituellement pas une tâche très difficile puisque généralement, il suffit de porter une attention spéciale aux qualificatifs que ces derniers emploient. Les verbes peuvent aussi être révélateurs, de même que les structures de phrase.

Pour être plus juste, il faut toutefois dire que ce n'est pas tant, en fait, que les journalistes donnent directement leur opinion à propos des événements ou des leaders politiques qu'ils couvrent; c'est plutôt qu'on peut la déceler à travers la façon même dont ils présentent – sous couvert d'une objectivité professionnelle illusoire – les faits. En effet, comme l'explique encore Monière, il est raisonnable de croire « qu'un reportage qui montre les difficultés d'un parti ou d'un candidat sera plus dommageable pour son image qu'un autre qui souligne que les propos de tel chef ont été chaleureusement accueillis par son auditoire » (1994, 77). Évidemment, le cadrage et le ton que choisiront les journalistes auront un impact sur ce que retiendront les auditeurs. En ce sens, tous les cadrages ne sont pas équivalents. C'est d'ailleurs ce que démontrent clairement les résultats obtenus par Monière, qui illustrent bien la différence qui existe entre le traitement réservé au Parti libéral du Québec et celui réservé au Parti québécois lors des élections de 1989.

La notion de cadrage a d'ailleurs fait l'objet de nombreuses études au cours des dernières années. Comme le notent Jean Charron et Jacques Lemieux, « pour la majorité des citoyens des pays occidentaux, la perception de la réalité qui s'étend au-delà de l'environnement quotidien tient essentiellement aux représentations produites par les médias » (1991, 2). Or, force est d'admettre qu'il y a rarement une seule façon d'aborder un événement. Inévitablement, dans leurs reportages, les médias choisissent de ne mettre l'accent que sur quelques parcelles d'information qu'ils jugent significatives. Pour le dire avec Charron et Lemieux, « la nouvelle n'est pas l'événement, mais seulement une

construction symbolique de l'événement » (6). En conséquence, la façon dont les médias de masse choisissent de décrire un événement ou une situation, et les aspects sur lesquels ils choisissent d'insister, ont une profonde influence sur la façon dont les citoyens ordinaires interprètent cet événement ou cette situation. Comme le démontre les recherches de Robert M. Entman, « les cadrages promeuvent des interprétations qui mènent à des évaluations » (2004, 26). Dans un tel contexte, il n'est pas étonnant qu'on assiste, au cours des dernières années, à une véritable lutte des cadrages, chaque acteur politique tentant d'imposer aux journalistes le cadrage qui lui sera favorable.

Au terme de ce survol de la littérature scientifique, nous sommes donc en mesure de tirer certaines conclusions quant à la personnalisation de la politique et à l'impact qu'ont les médias sur la perception du public à l'égard de la personnalité des politiciens. Premièrement, nous sommes en mesure de constater, à l'instar d'autres auteurs (McAllister 1996), que la recherche sur la personnalisation de la politique s'est essentiellement développée en trois phases. En premier lieu, des chercheurs comme Donald Stokes ont démontré que la perception qu'avaient les électeurs des chefs de parti pouvait avoir un effet – du moins à court terme – sur le comportement des derniers, mais que celui-ci demeurait toujours inféodé à l'identification partisane des électeurs. Dans un deuxième temps, d'autres auteurs ont voulu connaître l'ampleur de ce phénomène en cherchant à quantifier l'incidence que pouvaient avoir les perceptions populaires des leaders politiques sur la joute politique et les résultats électoraux. Puis, dans un troisième temps, une fois démontrée l'existence d'un lien entre les perceptions du public et les résultats électoraux, les chercheurs ont voulu savoir sur quelles caractéristiques spécifiques les électeurs basaient leur évaluation des politiciens. D'autres universitaires ont ensuite voulu savoir quel rôle jouaient les médias dans ce processus, et ils ont établi divers protocoles de recherche afin de pouvoir évaluer la couverture médiatique d'un événement ou d'un homme ou d'une femme politique.

Mais comment ces grands phénomènes s'articulent-ils concrètement dans la vie politique québécoise? Quels mécanismes les médias utilisent-ils pour parvenir à leurs fins? Peut-on démontrer le lien qui existe entre la couverture médiatique des chefs de parti et la façon dont se construit la personnalité publique des chefs de parti émergents? Ces questions, bien peu d'auteurs se les sont posées jusqu'à présent, surtout dans le contexte politique québécois. Les universitaires qui se sont intéressés à ces questions

dans le contexte américain (Zaller et Hunt 1994, 1995) et dans le contexte canadien (Mendelsohn et Nadeau 1999) ont cependant remarqué que les médias ont effectivement une influence profonde sur la façon dont sont perçus les nouveaux chefs de parti politique et, plus particulièrement, sur la façon dont est présentée leur personnalité. En effet, ces quatre auteurs ont tous noté la présence de cycles dans la couverture médiatique des nouveaux leaders politiques auxquels ils se sont intéressés. Au départ, les médias se contentent de transmettre passivement le message du nouveau leader politique, et ils présentent ce dernier de manière favorable. Or, au fur et à mesure que ce dernier s'approche du pouvoir, les médias s'intéressent de plus près à son passé, à ses idées et à sa personnalité, et ils deviennent de plus en plus critiques. S'ensuit parfois une période de rédemption, durant laquelle les médias réhabilitent le candidat dans l'opinion publique.

[...] It appears that the media participate in the creation of illusions about candidates, only to become disillusioned later [...]. Precampaign and campaign media environments are radically different, and although media scholars have successfully documented general "news conventions," these conventions change dramatically depending on context and must therefore be better specified. (Mendelsohn et Nadeau 1999, 73)

Afin de voir les résultats auxquels sont parvenus ces chercheurs sont également valables au Québec, nous proposons donc de mener une étude de cas qui explorera en profondeur la couverture médiatique dont a été l'objet un jeune leader qui a été porté aux nues avant d'être sévèrement critiqué et de connaître d'importants problèmes de leadership : l'ex-chef du Parti québécois, André Boisclair. Plus spécifiquement, nous nous demanderons (i) si la couverture dont il a été l'objet est demeurée stable ou si elle a évolué au fil du temps. Le cas échéant, nous nous demanderons quels cycles la couverture a suivis. Pour ce faire, nous nous intéresserons au ton, aux objets et aux cadrages de la couverture médiatique dont ce dernier a été l'objet. Puis, (ii) nous verrons de quelle manière a été présentée la personnalité de l'ancien chef péquiste, et quels critères les journalistes ont utilisé pour influencer la perception du public à son endroit. Ultimement, les réponses à ces questions nous aideront à tirer des leçons de l'échec d'André Boisclair à se faire élire Premier ministre.

CHAPITRE 2 : MÉTHODOLOGIE

Comme nous l'avons indiqué précédemment, bien peu d'auteurs se sont penchés sur les mécanismes précis par lesquels les médias définissent les traits de personnalité des nouveaux chefs de parti. Mais si on en croit les travaux menés par le Professeur Denis Monière durant la campagne électorale québécois de 1989, il est possible d'évaluer la couverture médiatique dont est l'objet un politicien ou un parti politique en tenant compte de différentes techniques propres au journalisme, comme les mots utilisés par les reporters (notamment le choix des verbes, des adverbes et des adjectifs), les structures de phrase retenues, le temps de parole accordé au politicien dont il est question et le temps de parole accordé à ses adversaires. Les différents objets autour desquels se centre la couverture médiatique ont aussi une incidence sur l'opinion publique. Par exemple, un reportage qui traite des gaffes d'un politicien aura un effet bien différent sur le public qu'un reportage qui traite d'une réalisation passée ou d'un engagement formel de ce même politicien. Dans la même veine, les différents cadrages retenus par les médias influencent aussi la perception qu'ont les électeurs de la joute politique. Par exemple, un politicien qui tente de convaincre la population que l'incendie d'un site d'entreposage de pneus n'est qu'un malheureux accident aura du mal à faire passer son message si les médias adoptent plutôt le cadrage selon lequel cet incendie est le résultat de l'incapacité du gouvernement à faire respecter les lois en matière d'entreposage des pneus. Même si Monière a identifié ces mécanismes dans le but de comparer la couverture médiatique accordée à deux partis différents au cours d'une campagne électorale, il y a fort à parier que ces mêmes mécanismes s'appliquent également à la définition de la personnalité politique des nouveaux chefs de parti politique.

En effet, il est déjà clairement établi dans la littérature que les traits de personnalité des politiciens ont une influence sur les perceptions des électeurs. Et dans la mesure où c'est presque exclusivement par l'entremise des médias que la population entre en contact avec les hommes et les femmes politiques, il y a tout lieu de croire que ce sont les mécanismes journalistiques, identifiés par Monière, qui influencent la perception qu'ont les électeurs des traits de personnalité des nouveaux chefs de parti – et, ultimement, leur comportement électoral. Plus spécifiquement, nous estimons que ce sont des facteurs tels les mots, le ton, les objets et les cadrages des reportages

journalistiques qui influencent la construction de la personnalité des nouveaux chefs de parti. En effet, il semble que ce sont ces mécanismes, décelables dans les reportages auxquels les citoyens s'abreuvent pour obtenir leur information politique, qui nourrissent les perceptions du public à l'égard des hommes et des femmes politiques. Ainsi, il est possible de supputer que si le ton de la couverture dont fait l'objet un nouveau leader politique est bon, que si les mots utilisés pour le décrire dénotent une approbation, et que si les cadrages retenus par les journalistes correspondent à ceux mis de l'avant par le politicien lui-même, alors les perceptions du public seront influencées positivement. À l'inverse, il y a fort à parier que les perceptions des citoyens à l'égard d'un nouveau chef seront influencées négativement si le ton des reportages portant sur ce leader est négatif, si les mots utilisés par les reporters dénotent du cynisme ou de l'incrédulité, et si les cadrages retenus par les journalistes sont en opposition avec ceux préconisés par le nouveau chef de parti.

Afin de vérifier la validité de cette hypothèse, nous avons mené une étude de cas qui explore de quelle façon a été définie la personnalité d'un acteur politique qui a récemment accédé à la tête de son parti avant de connaître d'importantes difficultés de leadership : André Boisclair. Ce politicien a été élu chef de son parti alors qu'il était relativement peu connu du grand public. C'est donc alors qu'il était chef – et, conséquemment, alors qu'il se trouvait sous le regard incessant des médias – que s'est pour l'essentiel constituée sa personnalité publique, et que s'est défini son sens du leadership. En conséquence, un examen systématique de ce qui s'est dit à son propos dans les grands médias d'information apportera un éclairage sur cette dimension trop souvent occultée de l'influence des médias sur la perception des électeurs.

Corpus

Afin d'évaluer la couverture médiatique durant cette période, nous avons décidé de nous concentrer sur ce qui s'est dit sur André Boisclair à la télévision entre le 4 juin 2005 et le 21 février 2007. Nous avons choisi le 4 juin 2005 pour débiter notre analyse, car c'est ce jour-là que l'ancien Premier ministre et chef du Parti québécois, Bernard Landry, a choisi de démissionner, après avoir obtenu l'appui de 76,2 % des délégués, réunis à l'occasion du 15^e Congrès national du Parti québécois (Radio-Canada, 4 juin 2005). La démission de Bernard Landry a eu pour effet de lancer officiellement, le soir même, une course à sa

succession, une course à laquelle de nombreux militants péquistes ont rapidement invité André Boisclair à participer. Nous avons par ailleurs choisi d'arrêter notre analyse le 21 février 2007, soit le jour du déclenchement des élections générales du 26 mars 2007. En effet, toute campagne électorale évolue selon une dynamique qui lui est propre. En ce sens, inclure cette période dans notre corpus n'aurait eu pour effet que d'alourdir ce dernier, sans rien lui apporter de significatif. De plus, Richard Nadeau et Christian Bourque (2007) ont démontré que la perception des citoyens à l'égard d'André Boisclair s'était déjà cristallisée avant même le déclenchement des élections générales (A7). Par ailleurs, notre choix d'étudier ce qui s'est dit à la télévision, plutôt que ce qui s'est dit à la radio et ce qui s'est écrit dans les journaux ou sur internet, tient à deux raisons précises. Premièrement, nous ne disposons pas des ressources pour analyser tout ce qui a été écrit ou dit à propos d'André Boisclair : nous devons donc procéder par échantillonnage. Deuxièmement, la télévision demeure, à ce jour, le moyen privilégié par les électeurs pour obtenir leur information politique. En effet, malgré la popularité croissante d'internet, il semble que les Canadiens aient davantage recours à la télévision qu'à tout autre médium pour s'informer, comme l'indiquent les données les plus récentes (« Television Still King » 2008).

Pour analyser ce qui s'est dit à la télévision sur André Boisclair, nous avons procédé de la façon suivante : nous avons d'abord réuni en un même corpus les textes de toutes les nouvelles contenant les mots « André Boisclair » diffusées durant les émissions *Le Téléjournal* de 22 heures, présenté à l'antenne de la Société Radio-Canada, et *Le TVA, édition réseau*, présenté à l'antenne du Réseau TVA. Dans le cas du *Téléjournal*, les textes avaient déjà été retranscrits par la firme Newscan, à partir des enregistrements de l'émission, et ils sont accessibles à l'ensemble de la communauté universitaire par le biais du site internet de l'Université de Montréal. Dans le cas du *TVA, édition réseau*, nous avons pu compter sur la collaboration du Réseau TVA, qui a accepté de nous donner accès aux retranscriptions pour malentendants de ses bulletins d'information. Ces retranscriptions ont été réalisées par des sous-titres qui travaillent pour le réseau, avant d'être archivées dans un logiciel spécialisé doté d'un moteur de recherche. Bien que les archives du Réseau TVA soient relativement complètes, de rares interventions réalisées en direct par des journalistes du réseau n'ont pas été retranscrites, ou encore, ne l'ont été que partiellement. Il s'agit là d'une limite de l'outil que nous avons utilisé. Toutefois, dans

la mesure où les retranscriptions manquantes sont peu nombreuses, et dans la mesure où il n'existait pas pour nous d'autre moyen d'avoir accès à ces textes, nous nous sommes résolus à utiliser cet outil malgré ses lacunes.

Le recueil ainsi constitué comprend donc à la fois les textes de nouvelles brèves lues directement par le journaliste-présentateur, les textes des reportages diffusés – qui incluent, le cas échéant, le texte de l'amorce du reportage, le texte du reportage comme tel et la retranscription de tous les extraits d'entrevue présentés à l'intérieur du reportage –, les retranscriptions des interventions en direct des journalistes, les retranscriptions des entrevues menées durant le segment « nouvelles » de l'émission et le texte de la manchette lorsque la nouvelle en a fait l'objet d'une. Les textes des bulletins d'information ayant été préalablement divisés en fonction des différents sujets traités par la firme en charge de la retranscription des bulletins de la Société Radio-Canada de même que par les sous-titres du Réseau TVA, il est facile d'isoler les segments désirés.

Par ailleurs, utiliser uniquement le mot « Boisclair » comme critère de recherche n'ajouterait pas d'élément à notre corpus puisqu'il est dans les normes informelles des réseaux de télévision de toujours désigner en ondes les hommes et les femmes politiques de part leur nom complet – et d'éviter ainsi les formules du type « Boisclair » tout court, ou encore, « monsieur Boisclair » (*La qualité du français à Radio-Canada 2004*, 34). Cette méthode de recherche a bien entendu pour avantage de retenir *tous* les textes qui traitent d'André Boisclair, peu importe le sujet de la nouvelle, son importance ou sa durée. Cette méthode a par contre pour inconvénient d'inclure dans le corpus les textes de nouvelles qui ne mentionnent le nom d'André Boisclair que de façon accessoire, comme le fait par exemple le texte d'un reportage portant sur la célébration de la Fête nationale du Québec le 24 juin 2005 et dans lequel on ne fait que mentionner qu'André Boisclair était de la fête.

Toujours à propos des textes de nouvelles, il nous faut préciser que nous avons choisi de ne pas différencier dans notre traitement les phrases prononcées par les reporters des phrases correspondant à des extraits sonores. Cela s'explique par le fait que ce sont les journalistes qui choisissent – parmi plusieurs minutes, voire des heures d'enregistrement – quels extraits sonores utiliser dans leur reportage. En conséquence, le choix de ces extraits est aussi significatif que les mots utilisés par les journalistes eux-mêmes pour présenter leurs reportages.

Quant au choix des émissions *Le Téléjournal* et *Le TVA, édition réseau*, il se justifie aisément par le fait que nous ne sommes tout simplement pas en mesure de traiter l'ensemble de ce qui s'est dit à la télévision sur André Boisclair durant cette période. Atteindre cet objectif nécessiterait l'investissement de ressources en temps et en argent dont nous ne disposons pas : il faudrait entre autres traiter du contenu de toutes les chaînes généralistes et spécialisées (incluant RDI et LCN, qui font des nouvelles 24 heures sur 24), ce qui équivaldrait à des milliers d'heures de télévision. De plus, ni la retranscription de ces bulletins d'information, ni leur enregistrement, n'est accessible au grand public (si tant est qu'ils existent quelque part), de sorte qu'il serait pratiquement impossible d'atteindre cette fin. Dans un tel contexte, il nous faut donc faire des choix, et c'est en ce sens que nous avons décidé de nous limiter aux bulletins d'information qui sont les plus significatifs. John Zaller (1996) a d'ailleurs déjà démontré que le contenu des bulletins d'information convergeait de façon notable d'un réseau à l'autre.

De plus, au Québec, deux chaînes de télévision consacrent une part importante de leurs ressources à la production d'information télévisuelle de qualité – et ce, même avant l'abolition du service des nouvelles du réseau TQS. Il s'agit de la télévision de Radio-Canada, une télévision publique, et du réseau TVA, une télévision privée. Ce sont d'ailleurs les émissions de ces deux réseaux qui sont généralement les plus écoutées, de sorte que les deux réseaux sont en compétition directe l'un avec l'autre. Les émissions de ces deux réseaux de télévision sont par ailleurs diffusées partout au Québec, grâce au réseau de stations locales et de stations affiliées dont les deux médias sont à la tête, ce qui rend leur taux de pénétration dans les foyers très élevé. Bien sûr, ces deux réseaux présentent plusieurs bulletins d'information tout au long de la journée – et encore davantage si l'on tient compte des chaînes spécialisées dont ils sont propriétaires. Or, le contenu des bulletins de nouvelles que nous présentent ces médias demeure relativement le même tout au long de la journée. Bien sûr, on note des différences ici et là selon la portée du bulletin (est-ce un bulletin national ou un bulletin local?) et selon l'évolution de l'actualité. N'empêche, les reportages sont la plupart du temps les mêmes, et les textes de nouvelles brèves varient peu d'un bulletin à l'autre. À cet égard, le bulletin présenté en fin de soirée est habituellement le plus léché de tous les bulletins de la journée, puisque les journalistes, les rédacteurs et les secrétaires de rédaction ont eu le

temps, tout au cours de la journée, de peaufiner leurs textes et de faire tous les ajustements qu'ils souhaitaient faire.

En ce sens, le bulletin de fin de soirée est habituellement celui que les médias contrôlent le plus : les événements imprévus qui se produisent en fin de journée sont rares, et la version des reportages présentés est habituellement la plus complète, dans la mesure où les reportages ont eu le temps d'être peaufinés à la suite de leurs diffusions antérieures. Ces bulletins revêtent aussi une valeur symbolique pour les diffuseurs, dans la mesure où ils sont ni plus ni moins que la marque de commerce du réseau, et qu'ils représentent la culmination de la journée de travail de tout leur personnel.

Au total, notre corpus compte 526 nouvelles : 264 en provenance du Réseau TVA, et 262 en provenance de la Société Radio-Canada. Ces 526 nouvelles tiennent en 791 pages, et totalisent 282 191 mots.

Traitement

Afin d'analyser notre corpus, nous avons choisi de mener une analyse de contenu. Dans son ouvrage intitulé *L'analyse de contenu*, Laurence Bardin définit cette méthode en ces termes :

Un ensemble de techniques d'analyse des communications visant, par des procédures systématiques et objectives de description du contenu des messages, à obtenir des indicateurs (quantitatifs ou non) permettant l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production/réception (variable inférée) de ces messages. (1977, 47)

Pour mener à bien une telle analyse, nous avons eu recours à deux types de mesure : nous avons d'abord utilisé des données quantitatives, générées grâce à un logiciel lexicométrique, pour mesurer le volume de la couverture, et pour voir quels mots – ou quelles séries de mots – revenaient le plus souvent dans la couverture. Cela nous a aidés à déterminer le ton de la couverture, d'après le type de verbes, d'adjectifs et d'adverbes choisis par les journalistes pour faire leurs reportages. Une telle approche nous a aussi permis de voir quels sujets ont surtout retenu l'attention des médias – en d'autres mots, quels ont été les objets de la couverture médiatique. Puis, dans un deuxième temps, nous avons utilisé une approche qualitative pour juger du ton des reportages et des différents cadrages retenus par les journalistes pour présenter l'information. Nous avons donc codifié individuellement chacun des reportages (le reportage étant notre unité d'analyse)

selon qu'il dépeignait en termes positifs, négatifs ou neutres André Boisclair, et nous avons indiqué quels sujets étaient abordés par chacune des nouvelles analysées.

Afin d'assurer le caractère systématique de notre codification, nous avons saisi dans notre logiciel de collecte des données la date de diffusion de chaque nouvelle; l'antenne à laquelle elle a été diffusée; et le nom du journaliste lorsqu'il s'agit d'un reportage, d'une conversation en direct ou d'une analyse journalistique. Nous avons aussi spécifié dans quel format avait été présentée la nouvelle. En effet, toutes les formes de journalisme ont des formats qui leur sont propres. Dans les journaux, on trouve bien entendu des articles de longueurs diverses, mais également des chroniques, des éditoriaux, des lettres écrites par les lecteurs de même que des photographies. À la radio et à la télévision, les formats sont différents : le classique – l'équivalent de l'article de journal – est bien entendu le reportage, aussi appelé dans le jargon un « topo », qui est un segment d'information d'une durée d'environ deux minutes, dont la narration est assurée par le journaliste qui l'a écrit. Ce segment comprend habituellement de courts extraits sonores de la part des acteurs de l'actualité, que les journalistes appellent des « clips ». Cependant, on présente aussi parfois des conversations en direct entre le journaliste-présentateur et le journaliste sur le terrain, lorsqu'on est face à un événement qui est en cours, ou qui vient tout juste de se terminer. D'autres fois encore, lorsqu'il s'agit d'une nouvelle de moindre importance, on présente un simple texte, lu par le journaliste-présentateur, ou encore, un texte suivi d'un extrait sonore. Dans d'autres circonstances, on peut aussi diffuser une brève entrevue avec un acteur de l'actualité ou avec un analyste. Finalement, on constate aussi, ces dernières années, l'émergence d'analyses journalistiques, soit de segments durant lesquels un journaliste ou un analyste, qui travaille pour l'entreprise de presse, tente de mettre en perspective l'événement dont il est question. Nous avons tenu compte de ce nouveau format journalistique.

Pour juger du ton de chacune des nouvelles analysées, nous avons lu chacune des nouvelles traitant d'André Boisclair, et nous avons classifié chacune d'entre elles selon qu'elle parlait d'André Boisclair en des termes positifs, négatifs ou neutres. Bien sûr, il s'agit ici d'un jugement de valeur qui ne saurait être complètement objectif. Afin d'assurer que notre propre subjectivité ne vienne pas teinter les résultats, nous avons toutefois établi un certain nombre de balises. Ainsi, nous avons décidé que pour se classifier comme positive ou comme négative, une nouvelle devait utiliser des verbes, des

adjectifs ou des adverbes connotés positivement ou négativement à au moins deux reprises. Nous avons également décidé de tenir compte des structures de phrases négatives, et des verbes qui dénotent une opposition ou une contrainte pour juger du ton des nouvelles négatives. Finalement, nous avons convenu de classer comme neutre toute nouvelle comportant autant de phrases connotées positivement que de phrases connotées négativement. Bien entendu, des reportages qui dépeignaient en termes négatifs le Parti québécois ou d'autres politiciens ont pu être classés comme « neutres » ou comme « positifs » dans la mesure où nous ne nous intéressions qu'à la façon dont on parlait d'André Boisclair.

Une fois le ton de la couverture dont a fait l'objet André Boisclair analysé, nous avons porté notre attention sur les différents objets qui ont suscité l'attention des médias durant la course à la direction du Parti québécois et le mandat d'André Boisclair à la tête du parti. Pour voir quels objets retenaient surtout l'attention des médias, nous avons classifié l'ensemble des nouvelles analysées selon les catégories suivantes : (i) organisation et stratégie politiques, ce qui inclut notamment les nouvelles portant sur le financement, la publicité, la vente de cartes de membres du Parti québécois et l'attribution de circonscriptions électorales à certains candidats; (ii) expérience et réalisations passées d'André Boisclair; (iii) prises de position et engagements d'André Boisclair, ce qui inclut toutes les prises de position du politicien sur des enjeux de société, mais pas sur des enjeux internes propres au Parti québécois; (iv) appuis reçus par André Boisclair de la part d'une personnalité publique ou d'un groupe de personnes identifié, ou encore, retrait d'un appui de la part d'une personne ou d'un groupe qui avait antérieurement appuyé André Boisclair ; (v) critiques ou attaques formulées par André Boisclair à l'égard de ses adversaires, et ce, indépendamment du sujet de l'attaque; (vi) critiques ou attaques formulées à l'égard d'André Boisclair par des adversaires politiques ou des observateurs externes; (vii) réplique de la part d'André Boisclair à des critiques ou à des attaques formulées par des adversaires ou des observateurs externes à son égard; (viii) traits de personnalité ou qualités personnelles d'André Boisclair; (ix) style de vie d'André Boisclair; (x) opinion publique. Bien entendu, nous avons classifié les nouvelles ne cadrant dans aucune de ces catégories dans une catégorie résiduelle.

Nous avons également choisi de sous-diviser les catégories « traits de personnalité et qualités personnelles » de même que « style de vie » en, respectivement,

5 et 2 sous-catégories, afin de voir quels traits de personnalité et quels éléments du style de vie d'André Boisclair avaient le plus retenu l'attention des médias. En ce qui a trait aux traits de personnalité, nous nous sommes inspirés des catégories établies par Kinder (1986), soit celles (i) de la compétence; (ii) de l'intégrité et de l'honnêteté; (iii) de la compassion et de l'empathie; et (iv) de la force et du leadership. Nous avons aussi créé une catégorie résiduelle pour les traits de personnalité ne correspondant pas aux catégories précédentes. Nous aurions également pu, comme le suggère Carolyn Funk (1996), fusionner les catégories « compétence » et « leadership » qui, selon elle, se recoupent fréquemment. Nous avons cependant choisi de n'en rien faire, étant donné le grand nombre de critiques formulées spécifiquement à l'égard du leadership d'André Boisclair.

Bien sûr, certaines nouvelles n'entraient dans aucune catégorie, alors que d'autres correspondaient à plus d'une catégorie. Dans ce contexte, nous avons donc choisi d'appliquer un système de codification multiple. Par ailleurs, nous avons établi ce classement sans égard au ton, c'est-à-dire que nous avons attribué des catégories à chacune des nouvelles sans égard au fait qu'il était fait mention d'un sujet ou d'un autre en des termes positifs, négatifs ou neutres.

En ce qui concerne la catégorie générique « style de vie », nous l'avons sous-divisée en deux afin de refléter deux phénomènes propres au cas d'André Boisclair et que nous jugions intéressant d'analyser. La première sous-catégorie réfère au passé de fêtard du chef péquiste, qui a admis avoir pris part à des fêtes arrosées et avoir consommé de la cocaïne à quelques reprises. Nous avons jugé intéressant d'analyser ce phénomène relativement unique, dans la mesure où rares sont les politiciens qui ont admis publiquement s'être adonnés à ce genre de pratiques sans démissionner sur-le-champ de leurs fonctions. La deuxième sous-catégorie renvoie à l'homosexualité du candidat, André Boisclair étant le premier chef d'un grand parti fédéral ou provincial au Canada à avouer publiquement son homosexualité. Il importe cependant de souligner que, pour ces deux sous-catégories, nous avons classifié respectivement, dans chacune de ces catégories, toutes les nouvelles faisant explicitement ou implicitement référence à la consommation passée du candidat de même qu'à son homosexualité.

Dans le but d'assurer une plus grande fiabilité des résultats, nous avons également décidé de faire classier par un deuxième codeur indépendant un échantillon

de 51 nouvelles sélectionnées au hasard dans notre corpus, ce qui équivaut à un peu moins de 10 % de l'ensemble des nouvelles étudiées. Le deuxième codeur que nous avons choisi est un étudiant qui a terminé une scolarité de premier cycle en science politique à l'université McGill, et qui travaille comme journaliste depuis plus de trois ans pour le Réseau TVA. En ce qui a trait à l'évaluation du ton des nouvelles, on constate que seulement 6 nouvelles sur les 51 ont fait l'objet d'une codification différente. Ainsi, quand on ne considère que leur ton, 88,24 % des nouvelles ont été classées exactement de la même manière par les deux codeurs. En ce qui a trait aux objets des nouvelles, nous avons décidé d'attribuer une cote de correspondance entre les deux codages à chacune des nouvelles. Ainsi, une nouvelle ayant été classée de façon identique par les deux codeurs par rapport aux 17 objets évalués a reçu une cote de 17/17. Une nouvelle ayant été classée de façon identique pour 16 de ses 17 objets s'est vue attribuée une cote de 16/17 et ainsi de suite. Nous avons ensuite compilé les cotes de correspondance pour l'ensemble des nouvelles avec les résultats suivants : 26 des 51 nouvelles (soit 50,98 % des nouvelles qui ont été codées deux fois) ont reçu une cote de 17/17 et ont donc été classées de manière identique par les deux codeurs; 15 nouvelles (29,41 %) ont reçu une cote de 16/17; 5 nouvelles (9,80 %) une cote de 15/17; 4 nouvelles (7,84 %) une cote de 14/17; et, finalement, une seule nouvelle (1,96 %) une cote de 13/17. Dans l'ensemble, le taux de correspondance entre les deux codages est donc assez élevé, ce qui assure la validité de notre grille d'analyse et de nos données, selon les normes généralement reconnues en sciences sociales (Krippendorff 1987).

Lexicométrie

Au-delà de l'évaluation de son ton et de ses objets, l'un des éléments les plus révélateurs de la couverture médiatique est sans contredit les mots eux-mêmes que les journalistes emploient dans leurs reportages. Comme l'explique Denis Monière :

Les mots participent directement à la construction de la réalité en décrivant et en représentant ce que nous ne pouvons pas expérimenter directement. Ils organisent notre perception du monde et donnent un sens à ce qui est, a été et sera. [...] Les mots permettent de nommer, de classer, de comparer, d'évaluer, de choisir. (2008, 9)

De plus, comme le souligne également Denis Monière dans un autre texte, « l'analyse du lexique a l'avantage de produire une information objective et systématique puisqu'elle

n'emploie aucune catégorie *a priori*, extérieure au corpus lui-même [...] » (1994, 70). En ce sens, il apparaît que l'utilisation d'outils lexicométriques est complémentaire à l'évaluation et au classement des nouvelles. En effet, en ayant recours à ces deux méthodes – l'une qualitative et subjective, l'autre quantitative et plus objective –, nous sommes en mesure de comparer les résultats obtenus avec l'une et avec l'autre, ce qui renforce la valeur des conclusions que nous pouvons tirer.

Afin de bénéficier des lumières de la lexicométrie, nous avons eu recours au logiciel Lexico. Nous avons donc formaté notre corpus selon les normes requises, avant de le soumettre à l'analyse de ce logiciel, qui a calculé, pour nous, la fréquence de chaque mot utilisé dans la couverture journalistique. Nous avons également utilisé le logiciel pour voir à quels moments certains mots revenaient plus fréquemment, de même que pour analyser les segments répétés. Bien entendu, l'analyse lexicométrique prend tout son sens dans la mesure où nous sommes en mesure de différencier les mots qui sont révélateurs de ceux qui ne le sont pas. Ainsi, lorsqu'on analyse des données lexicométriques, il faut d'entrée de jeu écarter les mots-outils, comme les déterminants, les prépositions et les conjonctions, qui ne nous apprennent rien sur le contenu du discours. Il faut aussi mettre de côté les mots très généraux qui sont fréquemment utilisés et dont le sens n'est établi que par le contexte dans lequel ils sont utilisés (comme les verbes « avoir » et « être » par exemple). Aussi, dans le cas qui nous occupe, il y a fort à parier que les mots qui reviendront le plus fréquemment sont des termes liés à la politique en général. Bien que ces mots ne soient pas inintéressants, il est plausible de croire que ce ne sont pas ceux qui nous aideront le plus à faire progresser notre recherche. À l'inverse, les mots qui feront référence à des thèmes politiques ou encore à des caractéristiques attribuées à André Boisclair seront particulièrement révélateurs. En ce sens, il nous faudra les chercher dans la liste des mots revenant le plus souvent, et non pas nous contenter de regarder exclusivement le palmarès des cinquante ou des cent mots revenant le plus souvent.

À présent que la méthode utilisée pour mener à bien nos travaux de recherche a été expliquée en long et en large, il est temps de parler des résultats obtenus. Dans le prochain chapitre, nous ferons état des données empiriques que notre étude a générées. Nous parlerons notamment du format, du ton et des objets des nouvelles analysées, de même que des données lexicométriques que notre logiciel spécialisé a compilées.

L'analyse de ces données nous permettra ensuite d'obtenir les premiers éléments de réponse aux deux grandes questions que nous avons soulevées plus tôt et qui ont trait à l'évolution de la couverture dont a été l'objet André Boisclair, de même qu'aux critères que les médias ont utilisés pour définir sa personnalité.

CHAPITRE 3 : VOLUME, FORMAT, TON, OBJETS ET VOCABULAIRE

Comme nous l'avons déjà indiqué, deux questionnements sont au cœur de ce mémoire : d'une part, nous voulons savoir si la couverture dont fait l'objet André Boisclair est stable durant la période étudiée. D'autre part, nous voulons savoir sur la base de quels critères les médias évaluent la performance d'André Boisclair lors de la course à la direction du Parti québécois, de même que pendant la période durant laquelle ce dernier exerce les fonctions de chef de la formation politique. Afin de répondre à ces questions, nous allons tout d'abord voir de quelle façon la couverture évolue, en examinant son volume, ses formats, son ton et ses objets. Puis, nous nous pencherons sur les aspects de la personnalité d'André Boisclair que les médias choisissent de mettre en exergue.

Évolution de la couverture

Volume. Avant de pouvoir discuter du ton et des objets qui caractérisent la couverture dont a fait l'objet André Boisclair, il faut tout d'abord aborder la question du volume de couverture dont ce dernier a été l'objet. En effet, le premier défi des politiciens consiste souvent à se faire entendre dans l'espace public.

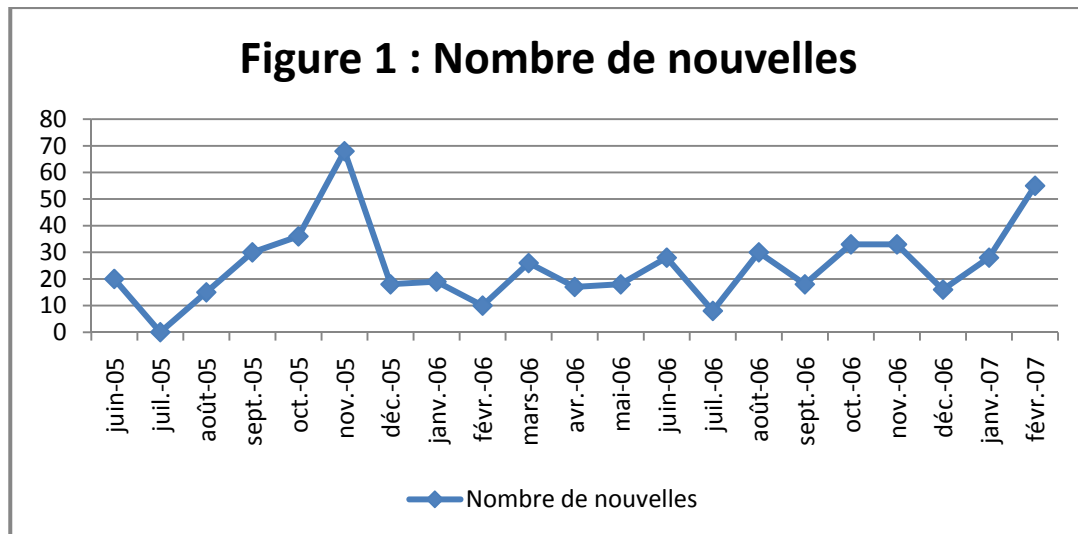
Comme l'expliquent Charron et Lemieux (1991, 5), le temps consacré aux bulletins d'information est limité à l'antenne des grands réseaux de télévision. Chaque jour, les secrétaires de rédaction et les rédacteurs en chef sont donc confrontés à des choix difficiles quand vient le temps de choisir les nouvelles qu'ils incluront dans leurs bulletins. Déterminer quels sujets sont les plus importants pour les citoyens et quels enjeux sont les plus susceptibles d'intéresser le public est un processus difficile, que bien des acteurs sociaux, qui veulent faire entendre leur voix, tentent d'influencer. Pour plusieurs politiciens – surtout ceux qui représentent des partis d'opposition – le défi consiste souvent non pas à imposer leurs idées et leurs lignes de communication, mais bien à simplement imposer leur présence.

Dans le cadre de notre analyse, nous avons recensé, en 628 jours de couverture, 526 nouvelles portant sur André Boisclair. Toutefois, étant donné que nous avons choisi d'étudier deux réseaux de télévision en parallèle, on retrouve dans notre corpus plusieurs doublons, c'est-à-dire des nouvelles qui portent sur un même enjeu et qui ont été diffusées le même jour mais à des réseaux différents. Si ce choix peut s'avérer un

avantage, en ce sens qu'il nous permet de comparer le ton et les objets de la couverture d'un même épisode politique de deux points de vue journalistiques différents, il peut aussi avoir pour effet de gonfler artificiellement le volume de couverture. En effet, rares sont les gens qui écoutent deux bulletins d'information de fin de soirée différents le même jour – *a fortiori* lorsque ces bulletins sont diffusés à la même heure. Ainsi, une nouvelle portant sur une déclaration d'André Boisclair qui est diffusée un même jour à TVA et à Radio-Canada sera comptabilisée, selon notre méthodologie, comme deux nouvelles différentes alors que le public – qui n'écoute qu'un bulletin à la fois –, lui, ne sera vraisemblablement exposé qu'à une seule de ces nouvelles.

Afin d'avoir une idée plus réaliste du volume de couverture médiatique dont a été l'objet André Boisclair, il faut donc traiter séparément la couverture des deux réseaux de télévision que nous avons retenus – un même réseau ne diffusant jamais à l'intérieur d'un même bulletin la même nouvelle. Lorsque l'on traite séparément les nouvelles diffusées aux deux réseaux, on arrive à un total de 264 nouvelles pour le Réseau TVA (soit une moyenne d'une nouvelle tous les 2,38 jours), et à un total de 262 nouvelles pour la Société Radio-Canada (soit une moyenne d'une nouvelle tous les 2,40 jours).

Or, lorsqu'on se penche plus précisément sur la distribution temporelle de cette couverture, on constate une grande inégalité dans le degré d'attention médiatique porté à André Boisclair. En effet, si ce dernier est parfois absent de l'horizon médiatique pendant un mois entier (comme en juillet 2005), il y est, à d'autres moments, omniprésent (comme en novembre 2005). On constate donc parfois des variations très importantes dans le volume de couverture, et ce, à quelques mois d'intervalle. De façon plus globale toutefois, on note qu'André Boisclair jouit de beaucoup de visibilité à deux moments précis de la période étudiée : dans les jours précédant la fin de la course à la direction du Parti québécois, de même que dans les semaines précédant le déclenchement des élections générales de mars 2007. En effet, comme le montre la Figure 1, on dénombre 36 nouvelles portant sur André Boisclair en octobre 2005, et 68 en novembre 2005. On note aussi un grand nombre de nouvelles consacrées au chef péquiste en janvier et, surtout, en février 2007, alors que les médias parlent respectivement 28 et 55 fois d'André Boisclair. Entre ces deux moments-clef, toutefois, André Boisclair semble être beaucoup moins présent dans les médias. Sans parler d'absence, on peut certainement dire que le chef du Parti québécois se montre discret, et



ce, particulièrement entre décembre 2005 et juillet 2006, soit entre la fin de la course à la direction du Parti québécois et la tenue de l'élection partielle qui permet au chef de retourner à l'Assemblée nationale du Québec. La visibilité d'André Boisclair augmente toutefois après que ce dernier soit devenu chef de l'opposition officielle, mais elle ne connaît pas d'ascension fulgurante.

En résumé, on peut donc dire qu'André Boisclair jouit d'un niveau de couverture relativement élevé durant la période que nous avons examinée. Il faut cependant ajouter que cette couverture n'est pas également distribuée dans le temps, de sorte qu'on note d'importantes fluctuations d'un mois à l'autre. Et comme nous le constaterons plus tard, ces fluctuations dans le volume de la couverture se sont aussi accompagnées de fluctuations dans le ton de cette dernière.

Forme. Au chapitre des formats qui sont privilégiés par les médias pour parler d'André Boisclair, le reportage apparaît clairement comme le grand favori (voir le Tableau I). En effet, lorsqu'on regarde les chiffres globaux, qui tiennent compte de la couverture de Radio-Canada et de celle de TVA, on constate que le reportage (378 occurrences) arrive bien loin devant la conversation en direct (48), l'analyse journalistique (37), le texte lu (27), le texte lu suivi d'un extrait sonore (21) et l'entrevue (7). Cela s'explique en bonne partie par le fait que nous analysons ici des bulletins de fin de soirée. En effet, comme nous l'avons déjà expliqué, ces bulletins sont les plus achevés de tous les bulletins diffusés à la télévision. À 22 heures le soir, les journalistes ont déjà eu le temps d'écrire et de faire monter leur reportage, ce qui n'est pas nécessairement le cas pour les bulletins diffusés

Tableau I : Format des nouvelles			
Format	Radio-Canada	TVA	Total
Textes lus	13	14	27
Textes lus et extrait sonore	18	3	21
Reportages	185	193	378
Conversations en direct	25	23	48
Analyses journalistiques	13	24	37
Entrevues	2	5	7
Autres formats	0	2	2

plus tôt durant la journée – notamment à midi et à 18 heures. À cette heure, les reporters sont d’ailleurs, la plupart du temps, rentrés chez eux, ce qui fait qu’ils ne sont pas disponibles pour des conversations en direct. De plus, à la fois Radio-Canada et TVA ont des journalistes qui se consacrent exclusivement à la couverture de la politique québécoise. Dans ce contexte, les réseaux de télévision ont intérêt – par souci de rentabilité – à faire produire et à diffuser les reportages de leurs correspondants parlementaires. On note aussi que les analyses journalistiques arrivent au troisième rang comme type de format privilégié par les réseaux. Il faut comprendre que ces analyses sont relativement nouvelles à la télévision. Pendant longtemps, les bulletins de nouvelles télévisés ont été constitués presque exclusivement de reportages et de textes. Ce n’est qu’au cours des dernières années que certains réseaux ont commencé à diffuser de telles analyses, soi-disant pour contextualiser l’information et pour lui donner une nouvelle profondeur. D’ailleurs – et c’est là une des rares différences qui ressort entre la couverture de Radio-Canada et celle de TVA –, on constate que la télévision de Radio-Canada diffuse deux fois moins de ces analyses journalistiques que le Réseau TVA. Cela n’est guère surprenant dans la mesure où la télévision publique ne peut diffuser, en vertu de sa politique journalistique, toute forme d’analyse qui s’apparente à de l’opinion. Du côté de TVA cependant, la marge de manœuvre est plus grande, comme en témoigne la présence de Denise Bombardier au *TVA, édition réseau*, qui pousse l’audace un certain soir jusqu’à demander la démission d’André Boisclair en plein milieu d’un bulletin de nouvelles (28 novembre 2006).

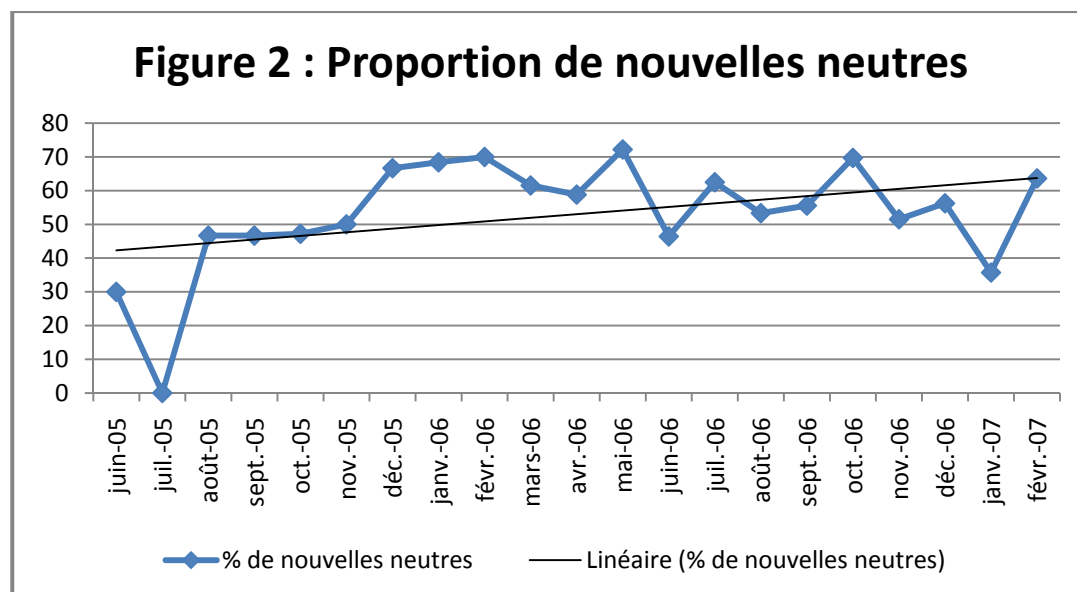
Ton. Tel que nous l’avons indiqué plus tôt, en dépit des prétentions de certains journalistes à l’objectivité, toutes les nouvelles diffusées dans les bulletins d’information

ne sont pas neutres. Sans prendre position clairement pour ou contre une idée ou un candidat, les reportages des journalistes traduisent souvent un sentiment d’approbation ou de désapprobation du sujet qu’ils couvrent. On peut ainsi déceler à l’occasion du scepticisme, ou encore, de l’ironie dans ce que les journalistes disent. D’autres fois encore, les reporters mettent les politiciens en contradiction avec eux-mêmes, avec des membres de leur propre parti, ou encore, avec des experts, ce qui a pour effet de miner la crédibilité des politiciens dont il est question. À l’opposé, les reportages qui présentent des témoignages d’appui à la position des politiciens qui font l’objet du reportage ont tendance à renforcer la crédibilité de ces derniers.

André Boisclair n’échappe pas à la critique des journalistes, qui ne se gênent pas pour émettre leur opinion. Sur les 526 nouvelles que nous avons lues et classées, 287 (54,56 %) étaient neutres, mais 116 (22,05 %) étaient positives et 123 (23,38 %) étaient négatives. Encore une fois, nous ne constatons pas de grande différence entre la couverture de Radio-Canada et celle de TVA, comme le démontre le Tableau II. En effet, les deux réseaux présentent pratiquement le même nombre de nouvelles négatives. La Société Radio-Canada présente cependant une dizaine de nouvelles positives de plus que le Réseau TVA, qui lui, présente pratiquement la même quantité de nouvelles neutres additionnelles.

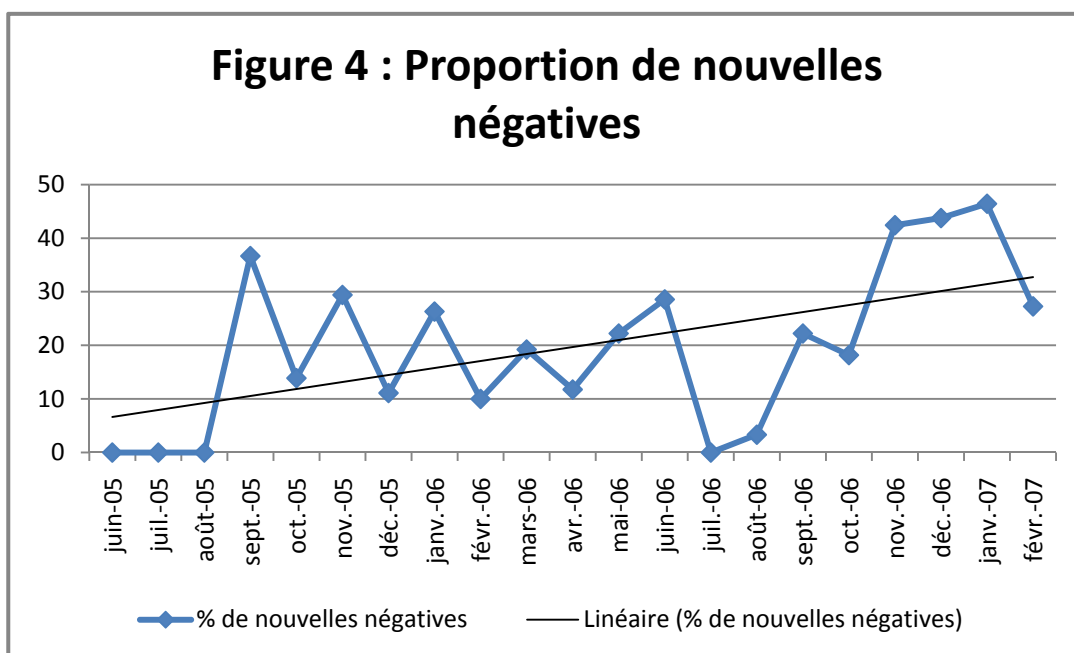
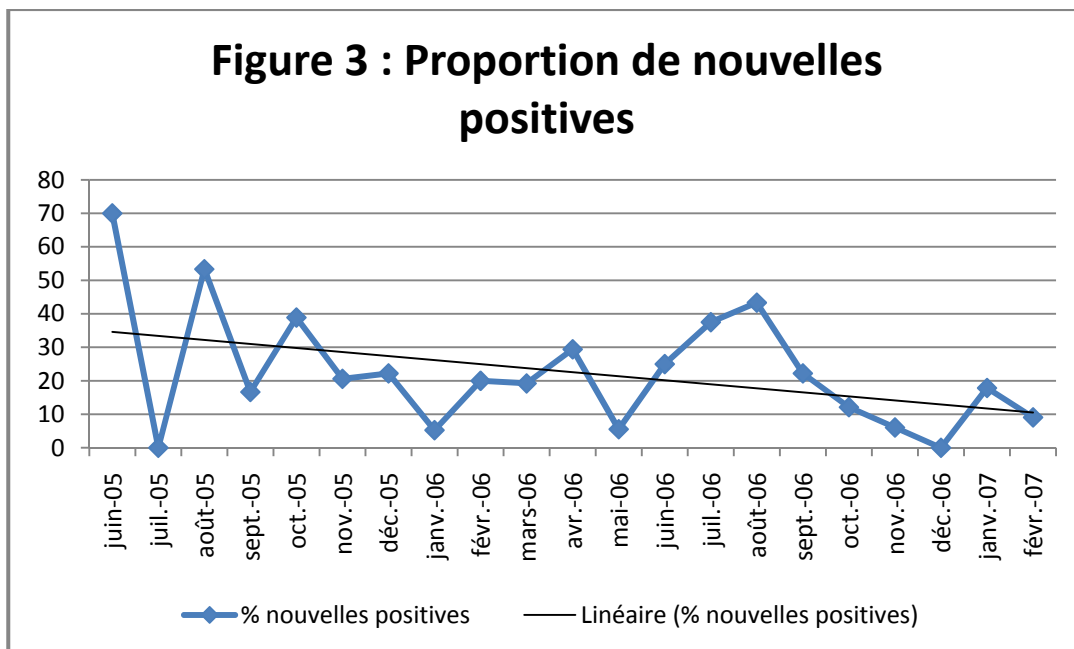
Si ces chiffres peuvent à première vue laisser croire qu’André Boisclair jouit d’une couverture relativement neutre, on se rend rapidement compte que ce n’est pas le cas lorsqu’on observe les chiffres de plus près. Effectivement, le fait qu’*en moyenne* la couverture soit neutre cache une succession d’épisodes pendant lesquels la couverture a été soit positive, soit négative – voire très positive ou très négative. Afin d’en venir à ce constat, nous avons comparé le pourcentage mensuel de nouvelles connotées positivement au pourcentage mensuel de nouvelles connotées négativement – l’utilisation des pourcentages neutralisant le problème créé par la distribution inégale des

Ton	Radio-Canada	TVA	Total
Nouvelles positives	63	53	116
Nouvelles négatives	61	62	123
Nouvelles neutres	138	149	287
Total	262	264	526



nouvelles dans le temps. Comme l'illustre la Figure 2, le nombre de nouvelles neutres demeure relativement élevé tout au cours de la période étudiée, oscillant la plupart du temps entre 45 et 65 % de l'ensemble des nouvelles. En fait, les seuls moments où le nombre de nouvelles neutres n'est pas majoritaire se situent au tout début et à la toute fin de la période étudiée. Effectivement, au tout début de la période étudiée, la couverture est si positive que le pourcentage de nouvelles positives atteint les 70 %, tandis qu'à la fin de la période étudiée, la couverture devient à ce point négative, que le nombre de nouvelles connotées négativement finit par dépasser le nombre de nouvelles neutres – ce qui est, comme nous le verrons plus tard, assez représentatif de l'évolution de la couverture dont a été l'objet André Boisclair.

Si le nombre de nouvelles neutres demeure relativement stable durant les 628 jours que nous avons étudiés, le nombre de nouvelles connotées positivement et le nombre de nouvelles connotées négativement fluctuent en revanche de façon importante, et souvent de façon opposée. Lorsqu'on se penche sur les Figures 3 et 4, on remarque que la couverture est d'abord très positive pour André Boisclair à l'été 2005, avant de descendre en flèche en septembre. On assiste ensuite à un léger soubresaut positif en octobre 2005, avant que les nouvelles négatives ne reprennent le dessus dès le mois suivant. La couverture connaît ensuite une relative période de neutralité de plus d'une demi-année, avant de redevenir positive durant l'été et au tout début de l'automne 2006 – sans toutefois atteindre les sommets positifs caractéristiques du tout début de la



période à l'étude. Mais cette embellie ne dure pas longtemps, puisque la couverture positive replonge ensuite, cédant sa place entièrement aux nouvelles connotées négativement qui, elles, atteignent leur sommet en janvier 2007.

Lorsqu'on se penche sur la chronologie des événements ayant marqué la course à la direction du Parti québécois, et le mandat d'André Boisclair à la tête du PQ, on se rend toutefois rapidement compte qu'il existe des liens évidents avec les fluctuations constatées dans la couverture médiatique. Attardons-nous d'abord à la course à la

direction du Parti québécois, qui mérite à elle seule une analyse fine, étant donné le caractère quasi-électoral de la couverture dont elle fait l'objet. D'entrée de jeu, on constate que les trois premiers mois de la course sont marqués par une attitude bienveillante des médias à l'égard du politicien; les journalistes s'empressent, à la suite de la démission de Bernard Landry, de dire qu'André Boisclair serait un candidat de choix pour le remplacer. Puis, le jour de l'annonce officielle de sa candidature, les journalistes n'hésitent pas à souligner à grands traits la jeunesse et le dynamisme du candidat. La couverture médiatique devient par contre subitement négative, dès lors qu'il est révélé que le candidat à la direction du Parti québécois a consommé de la cocaïne alors qu'il était ministre. La couverture redevient ensuite brièvement positive à la suite de la publication de nombreux sondages favorables au candidat Boisclair. Mais la controverse refait ensuite surface, la couverture positive cédant le pas à la couverture négative au cours des semaines qui précèdent l'élection du nouveau chef péquiste.

Une fois la course à la direction terminée, la couverture connaît une longue période au cours de laquelle les reportages se font d'une part plus rares, mais d'autre part positifs et négatifs dans des proportions similaires. Cette période de couverture plus tempérée, qui s'étend de décembre 2005 à juin 2006, correspond aux mois qu'André Boisclair passe à l'extérieur de l'Assemblée nationale, et qu'il consacre à parcourir le Québec afin de « rebâtir » le Parti québécois. La couverture devient ensuite nettement plus positive au cours de l'été 2006, lorsqu'André Boisclair décide de se porter candidat à l'élection partielle dans la circonscription de Pointe-aux-Trembles, à Montréal. La campagne électorale sans anicroches qu'il mène et la forte majorité qu'il obtient contribuent à rendre la couverture positive. De nombreux commentateurs prédisent alors qu'André Boisclair livrera une bonne performance à l'Assemblée nationale, ce qui contribue également à rehausser son image. Mais le moment de grâce ne dure que le temps d'un été, l'automne apportant avec lui un vent de mauvaises nouvelles pour André Boisclair. La performance du chef du Parti québécois à l'Assemblée nationale déçoit, et Jean Charest l'accuse à de nombreuses reprises de manquer de jugement et de maturité. La participation du chef péquiste à une parodie du film *Brokeback Mountain*, dénoncée par plusieurs commentateurs politiques, et la publication de sondages plaçant le Parti québécois derrière le Parti libéral du Québec dans les intentions de vote, constituent le

clou de cette période de couverture négative, les nouvelles connotées en ce sens atteignant en janvier 2007 les 46,43 %.

Lorsqu'on observe de façon globale les tendances suivies par les nouvelles négatives et les nouvelles positives, il n'est d'ailleurs pas très difficile de comprendre de quelle manière évolue la couverture dont fait l'objet André Boisclair. En effet, comme l'illustrent les courbes de tendance sur les Graphiques 3 et 4, le nombre de nouvelles positives a tendance à décroître durant l'ensemble de la période étudiée, alors que la situation inverse se produit pour les nouvelles négatives. Ainsi, même s'il y a, de façon globale, pratiquement autant de nouvelles connotées positivement que de nouvelles connotées négativement, les nouvelles connotées ne sont pas équitablement distribuées dans le temps. Au contraire, la couverture connaît d'importantes fluctuations, mais il se détache de façon globale que le nombre de nouvelles négatives a tendance à augmenter, tandis que le nombre de nouvelles positives, lui, diminue. Mais le ton des nouvelles n'est pas le seul aspect de la couverture médiatique à évoluer au cours de la période étudiée. Comme nous le constaterons dans la prochaine section de ce chapitre, les objets mêmes de la couverture subissent également des fluctuations.

Objets. L'univers qui nous entoure est si complexe qu'il est difficile de prendre des décisions ou de porter des jugements de nature politique qui tiennent compte de tous les aspects dont il faudrait idéalement tenir compte afin de pouvoir prendre la meilleure décision qui soit. En ce sens, expliquent Iyengar et Kinder, les décisions que nous prenons sont souvent basées sur notre appréciation d'un seul fragment de la réalité – un fragment qui correspond souvent à ce à quoi on a été exposé dans les médias de masse (1987, 63-65). Conséquemment, les aspects sur lesquels les médias choisissent de mettre l'accent sont significatifs à plus d'un titre.

Dans le cas d'André Boisclair, nous avons choisi de classer les nouvelles en 10 catégories distinctes. Un bref regard sur les résultats (voir le Tableau III) nous indique que les catégories qui reviennent le plus souvent sont, en ordre décroissant : « prises de position et engagements » (146 mentions); « organisation et stratégie politique » (143); « traits de personnalité et qualités personnelles » (140); et « critiques ou attaques formulées par André Boisclair » (138). À l'opposé, la catégorie qui recueille le plus faible nombre de mentions est « expérience et réalisations passées », avec un maigre total de

proportionnellement aux autres objets, que ne le laisserait croire une analyse superficielle des données. En lieu et place, on constate que c'est la dimension la plus conflictuelle et la plus spectaculaire de la politique qui retient davantage l'attention des médias. En ce sens, notre constat rejoint celui déjà formulé par d'autres auteurs (Dobrzynska 2002, Monière 2008).

Mais regarder le nombre total de mentions qu'a reçu chacune des catégories ne nous aide pas à évaluer de quelle façon la couverture médiatique progresse durant les 21 mois qui constituent notre période d'analyse. En effet, on constate des différences importantes dans la façon dont évolue la couverture des différents objets que nous avons étudiés. Comme l'illustre les Figures 5 a) b) et c), les nouvelles ayant trait à l'organisation et à la stratégie politiques ont été plus nombreuses en novembre 2005, durant l'été 2006 de même qu'en février 2007. Ces périodes correspondent respectivement à la fin de la course à la direction du Parti québécois, à la tenue d'élections partielles dans deux circonscriptions québécoises (dont celle de Pointe-aux-Trembles où André Boisclair se fait élire) et au déclenchement imminent d'élections générales au Québec au début de l'hiver 2007. Cela ne constitue pas une surprise, dans la mesure où les périodes électorales sont propices aux nouvelles liées à l'organisation des partis politiques. Dans la même veine, les nouvelles faisant état des appuis recueillis ou perdus par André Boisclair sont plus nombreuses dans les jours précédant l'élection du nouveau chef du Parti québécois, de même que dans les semaines précédant la campagne électorale québécoise de mars

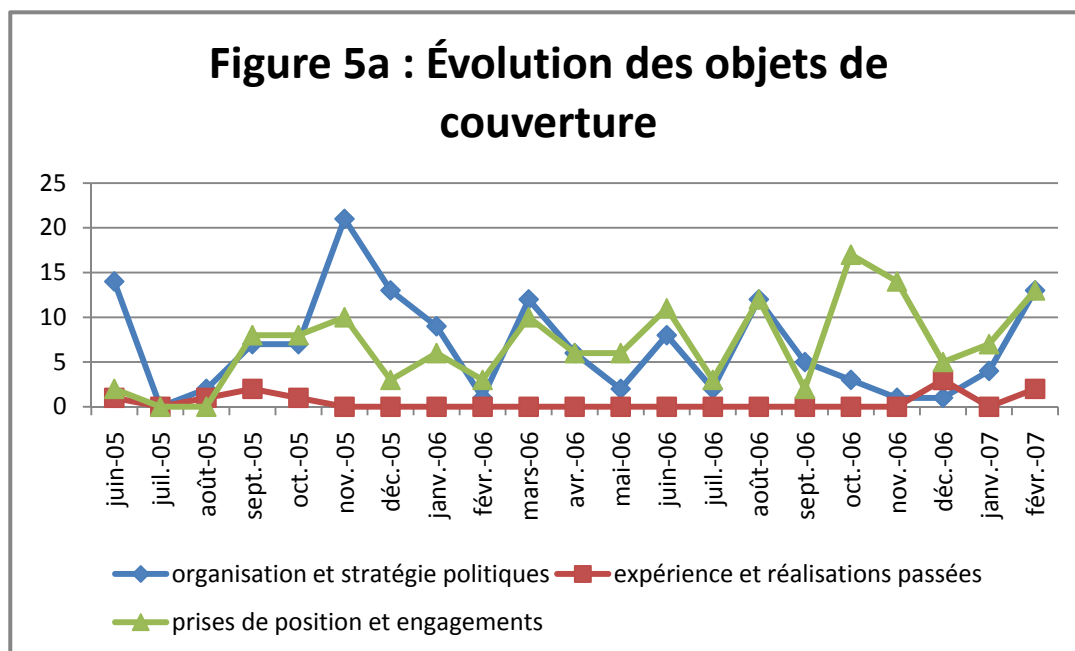


Figure 5b : Évolution des objets de couverture

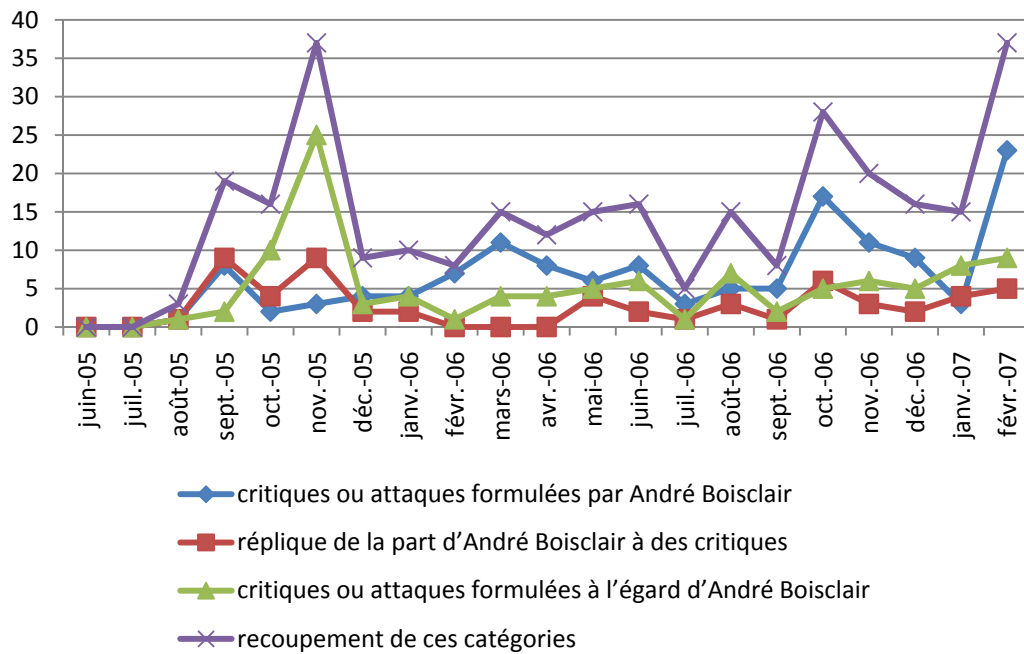
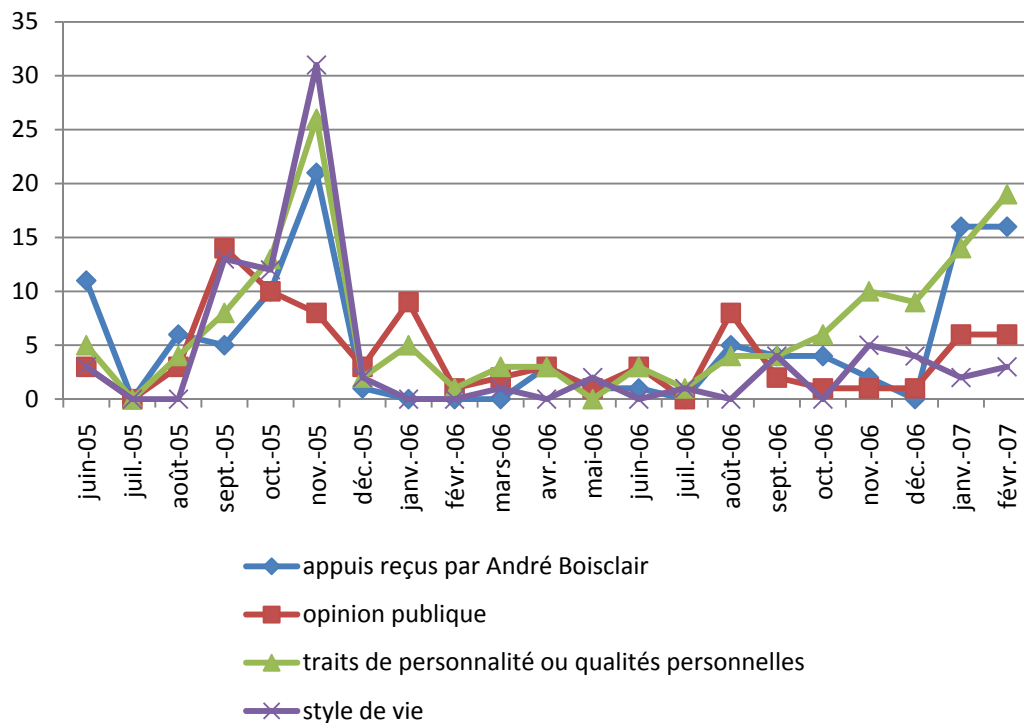


Figure 5c : Évolution des objets de couverture



2007. Par ailleurs, on note aussi que les nouvelles faisant référence à des traits de personnalité d'André Boisclair évoluent également de façon semblable.

De la même manière, le nombre de nouvelles faisant état des réalisations passées d'André Boisclair, des répliques du chef péquiste aux attaques de ses adversaires, de l'évolution de l'opinion publique et des critiques ou des attaques formulées à l'égard d'André Boisclair demeure relativement stable au cours de la période étudiée. Le nombre de reportages portant sur le style de vie du chef péquiste reste aussi stable, même si les nouvelles portant plus spécifiquement sur la consommation de cocaïne sont abondantes à l'automne 2005, avant de connaître un léger sursaut un an plus tard, à l'automne 2006.

Pour leur part, les nouvelles faisant état d'engagements, ou de prises de position de la part d'André Boisclair, sont peu nombreuses au début de la période étudiée. Elles connaissent une faible croissance vers la fin de la course à la direction du Parti québécois, avant de reculer au début de l'année 2006. Ces nouvelles commencent cependant à être plus nombreuses à l'été 2006, soit au moment où André Boisclair choisit de se porter candidat dans la circonscription de Pointe-aux-Trembles. Les engagements et les prises de position connaissent une période de croissance tardive à l'automne 2006, soit quelques mois à peine avant le déclenchement des élections générales.

En fait, la seule catégorie à connaître une croissance quasi-constante est celle qui inclut les attaques et les critiques formulées par André Boisclair à l'égard de ses adversaires. En conséquence, la catégorie que nous avons créée précédemment et qui inclut toutes les nouvelles portant sur des attaques et contre-attaques entre adversaires connaît elle aussi, de façon globale, une hausse appréciable.

Les données que nous avons compilées nous permettent également d'établir un lien entre le ton de la couverture et ses objets. En d'autres mots, il nous est possible de savoir si le ton de la couverture est le même pour tous les objets ou si, au contraire, certains objets reçoivent une couverture plus positive ou négatives que d'autres. À l'analyse du Tableau IV, il ressort clairement que tous les objets ne sont pas couverts de la même façon. En effet, certains objets de la couverture – comme ceux liés aux appuis recueillis par André Boisclair et à l'opinion publique – bénéficient clairement d'un traitement positif. À l'opposé, les reportages traitant des réalisations passées du chef péquiste, de son style de vie et des attaques formulées par ses adversaires à son égard sont tous plutôt négatifs.

à 34,27 %, dans la mesure où André Boisclair consacre beaucoup d'énergie à s'occuper lui-même de ces dossiers, et où les médias reflètent cette ardeur à la tâche du chef péquiste.

Choix des mots. Au chapitre lexicométrique (voir le Tableau V), on note que les mots qui sont les plus souvent utilisés pour décrire la période étudiée sont – outre le nom d'André

Boisclair	1616
Québec	1418
André	1357
PQ	1196
chef	808
Charest	721
Jean	668
parti	615
ministre	614
gouvernement	509
premier	471
campagne	437
Canada	396
Marois	384
politique	341
course	322
élections	302
Pauline	297
Québécois (nom)	287
élection	278

Boisclair – des mots qui sont propres à la politique tels que « parti », « ministre », « gouvernement » et « campagne ». Bien sûr, nous n'avons retenu ici que les mots qui sont significatifs du point de vue de la couverture dont est l'objet André Boisclair. Nous avons donc éliminé les mots-outils, de même que les mots très généraux, qui ne tirent leur signification que des contextes dans lesquels ils sont placés.

Si l'on descend plus bas le long de la liste, on note toutefois qu'un certain nombre de thèmes sont abordés plus souvent que d'autres (voir le Tableau VI). L'ordre dans lequel ils apparaissent dénote d'ailleurs l'importance relative que les médias accordent à chacun. C'est ainsi qu'il est beaucoup question de « souveraineté », de « référendum », d'« éducation » et de « santé », mais aussi du mont « Orford », d'« énergie », d'« environnement », et même, de l'industrie « forestière ». Le fait qu'André Boisclair choisisse de consacrer beaucoup de son temps, en coulisses, à organiser le Parti

souveraineté	199
référendum	117
éducation	106
santé	94
Orford	62
énergie	48
environnement	48
indépendance	47
régions	46
financement	45
comtés	43
unité	41
forestière	40
enfants	38
accommodements	30
garderies	30
familles	27
Hydro-Québec	26
économie	25

québécois ressort également, avec des mots comme « régions », « financement » et « comtés », qui reviennent à de nombreuses reprises.

Il ressort donc de toute cette analyse que le ton de la couverture varie en fonction des enjeux qui sont abordés. De façon générale, on peut établir les constats suivants sur l'évolution de la couverture médiatique : plus la couverture progresse, plus elle devient acrimonieuse, dans la mesure où les médias accordent de plus en plus d'importance aux attaques formulées par et envers André Boisclair. La couverture se recentre également sur les traits de personnalité d'André Boisclair au fur et à mesure que le temps passe. Or, comme nous l'avons constaté, ces aspects de la couverture sont plutôt négatifs. C'est donc dire que plus la couverture progresse, plus elle se recentre sur des objets qui sont défavorables à André Boisclair. Dans un tel contexte, il n'est pas étonnant de constater que la couverture médiatique devienne de plus en plus négative à mesure que le temps passe. Par ailleurs, de nombreux commentateurs ont reproché à André Boisclair de peu parler des questions de fond. Or, lorsqu'on regarde les chiffres, on se rend compte que le chef péquiste aborde, au contraire, ces questions – surtout vers la fin de la période étudiée. On peut cependant se demander si André Boisclair n'attend pas trop avant de faire valoir ses idées, dans la mesure où son peu d'empressement à prendre des engagements précis laisse l'impression que le chef manque de contenu, une impression

qu'il ne parvient pas à contrecarrer subséquemment. Ainsi, c'est à la veille du déclenchement des élections que la couverture d'André Boisclair est la pire : elle est très négative, elle se centre autour de la personnalité du chef péquiste – qu'elle dépeint en termes peu élogieux – et elle fait une large place aux attaques entre adversaires, qui sont rarement très constructives. Dans ce contexte, André Boisclair a beau tenter de présenter ses idées, celles-ci sont déclassées par les autres aspects de la couverture politique. L'impression voulant qu'André Boisclair est une coquille vide s'installe.

Ainsi, la présence de cycles dans l'évolution de la couverture médiatique est claire dans le cas d'André Boisclair : si au départ les médias se montrent quelque peu complaisants envers le candidat à la direction du Parti québécois, ces derniers deviennent de plus en plus agressifs au fur et à mesure que l'élection du nouveau chef approche. De la même manière, si André Boisclair jouit d'un peu de répit après son accession à la tête du PQ, les médias reviennent rapidement à la charge au fur et à mesure que les élections générales approchent. En conséquence, on peut dire que la couverture dont André Boisclair fait l'objet évolue de façon similaire à celle dont ont déjà fait l'objet d'autres leaders émergents. Cependant, dans le cas du chef péquiste, on voit se répéter le même cycle à deux reprises, probablement parce que ce dernier est confronté à deux tests importants – l'élection à la tête du Parti québécois de même que les élections générales québécoises de mars 2007.

Évaluation de la personnalité

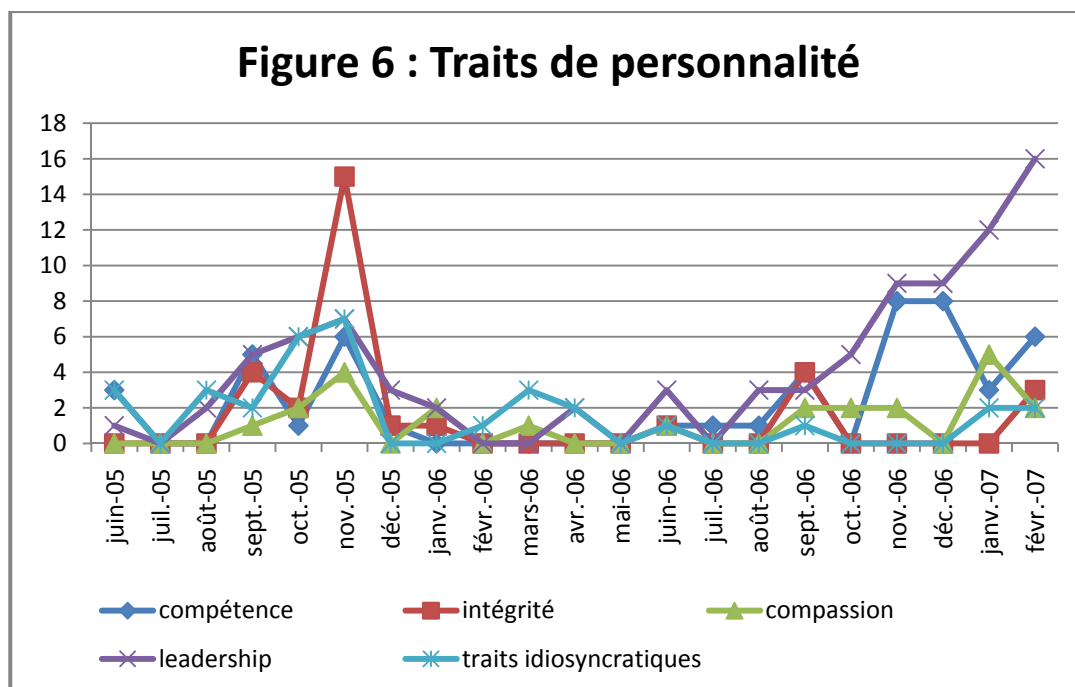
À présent que nous avons décrit l'évolution de la couverture dont est l'objet André Boisclair, nous allons nous tourner vers l'analyse que les médias font de sa personnalité. Comme nous l'avons indiqué précédemment, nous avons, chaque fois qu'il est question de la personnalité du chef péquiste, déterminé de quel(s) trait(s) de personnalité précis il était question, en utilisant les catégories mises de l'avant par Kinder (1986), dans son étude des traits de personnalité des politiciens ayant une influence auprès de l'électorat. Nous avons également eu recours à une catégorie résiduelle, chaque fois que des critères autres que ceux utilisés par Kinder étaient utilisés. Lorsqu'on examine les résultats, on constate d'entrée de jeu que c'est la force et le leadership qui semblent retenir le plus l'attention des médias, avec 88 mentions. Cela n'est pas vraiment surprenant, dans la mesure où l'on se rappelle que les commentaires sont nombreux sur le soi-disant manque

de leadership d'André Boisclair. Vient ensuite la compétence, avec 48 mentions, une autre qualité dont plusieurs déplorent l'absence chez André Boisclair. Jean Charest y fait lui-même allusion à de nombreuses reprises, en disant qu'André Boisclair n'a pas suffisamment de jugement pour devenir Premier ministre. Plusieurs autres adversaires du chef du Parti québécois formulent également des remarques semblables. On constate finalement que les trois catégories restantes, soit les catégories « intégrité et honnêteté », « compassion et empathie » de même que « autres traits de personnalité et traits de personnalité idiosyncratiques » recueillent à peu près le même nombre de mentions, soit entre 24 et 33.

De façon générale, on constate que la question de l'intégrité et de l'honnêteté d'André Boisclair est surtout soulevée en relation avec la consommation de cocaïne du chef péquiste. La catégorie compassion et empathie est, quant à elle, souvent évoquée pour souligner le manque de proximité d'André Boisclair avec la population, de même que pour souligner l'absence de considération, de la part du politicien, pour les idées formulées par ses collègues. Finalement, comme son nom l'indique, la catégorie « autres traits de personnalité et traits de personnalité idiosyncratiques » a été utilisée afin de comptabiliser les mentions de tout autre trait de personnalité. Bien que nous nous soyons servis de cette catégorie pour comptabiliser plusieurs traits différents, il faut signaler que deux caractéristiques précises reviennent à de nombreuses reprises. Premièrement, il est beaucoup question de la jeunesse et du dynamisme d'André Boisclair, de sa capacité à inspirer et à mobiliser les jeunes. Ces allusions – très positives – à la personnalité du chef du Parti québécois ont été classées dans cette catégorie résiduelle. En contrepartie, toute une série de remarques plus acerbes à l'égard du soi-disant manque de maturité du leader, de son prétendu « manque de contenu », ont également été classées dans cette catégorie.

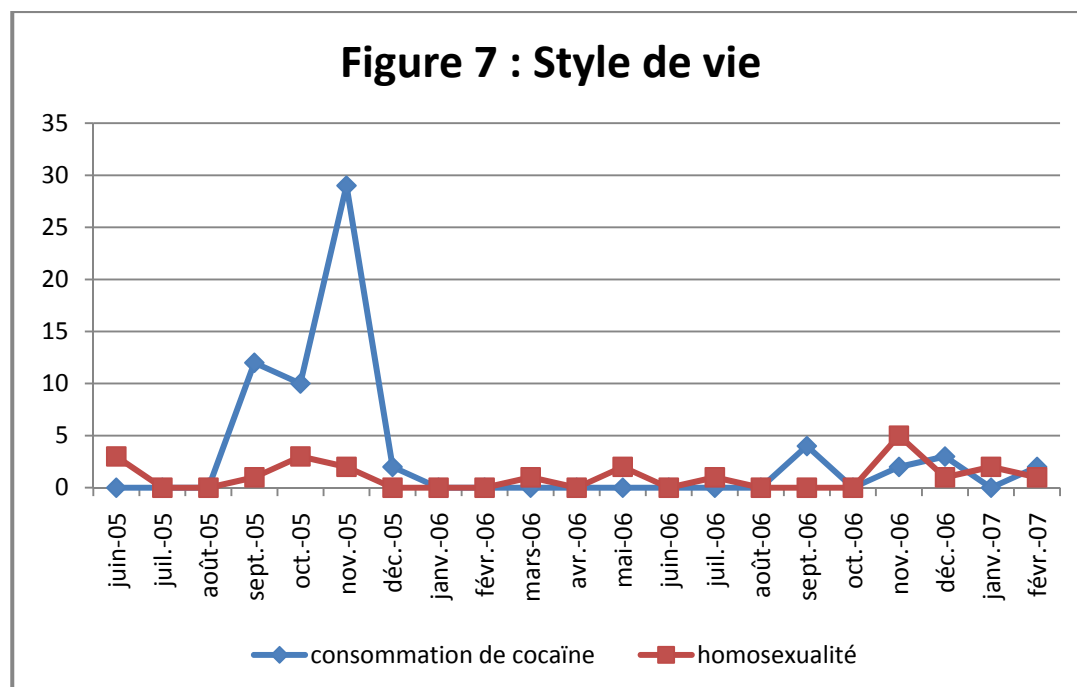
En ce qui concerne la catégorie générique « style de vie », on constate, à l'examen des chiffres, que la consommation de cocaïne intéresse les médias bien davantage que l'homosexualité d'André Boisclair (64 mentions contre 22). Avec un total de 83 mentions, on constate toutefois que la vie privée du chef péquiste suscite beaucoup d'intérêt de la part des médias.

À l'instar des objets de couverture, il est intéressant de se pencher sur la façon dont le traitement médiatique de la personnalité publique d'André Boisclair évolue.



Lorsqu'on fait cet exercice (voir Figure 6), on constate d'abord que les nouvelles faisant mention de l'intégrité et de l'honnêteté du politicien explosent littéralement cependant en novembre 2005, à la suite des nombreuses révélations faites sur le passé de fêtard d'André Boisclair. Les nouvelles portant sur le leadership et la force de ce dernier connaissent pour leur part une forte période de croissance à partir de l'automne 2006, soit quand André Boisclair fait son entrée à l'Assemblée nationale, et que le Premier ministre Jean Charest commence à mettre en doute la capacité du chef péquiste à devenir chef du gouvernement. Le nombre de nouvelles traitant des autres traits de personnalité que nous avons analysés demeure pour sa part relativement stable durant la période étudiée.

Quant au ton avec lequel sont abordés chacun des traits de personnalité du chef péquiste, force est de constater, de façon générale, que la nette majorité des reportages traitant de la personnalité du chef péquiste ont été négatifs, et ce, qu'il soit question de la compétence de ce dernier, de son honnêteté, de sa compassion ou de son leadership. En fait, la seule exception que l'on note concerne les autres traits de personnalité, une catégorie dans laquelle nous avons inclus – tel que nous l'avons déjà indiqué – tous les commentaires élogieux formulés à l'égard de la jeunesse et du dynamisme du candidat. Le constat est le même en ce qui a trait au style de vie d'André Boisclair (voir Figure 7) :



consommation de cocaïne de même que l'homosexualité du chef péquiste étant tous deux traités négativement la plupart du temps.

Par ailleurs, nous avons également porté une attention particulière aux mots qui caractérisent la façon dont on parle de la personnalité d'André Boisclair et de son style de vie (voir Tableau 7). Sans surprise, l'un des mots qui reviennent le plus souvent est « cocaïne » avec une fréquence de 104. Viennent ensuite les mots « leadership » (78), « jeune » (au sens d'adjectif) (62), « jugement » (49), « expérience » (48), « image » (46), « consommation » (46), « jeunesse » (38) et « contenu » (22). Quant au mot

cocaïne	104
leadership	78
jeune (adjectif)	62
jugement	49
expérience	48
image	46
consommation	46
jeunesse	38
journalistes	38
contenu	22
allégations	21
homosexuel(le)(s)	14
maturité	6
homosexualité	6
immaturité	4

« homosexuel » et à ses déclinaisons, il revient à 14 reprises, soit au tout début de la période étudiée et dans les jours suivant la diffusion de la parodie du film *Brokeback Mountain*.

Pour chacun de ces mots, nous avons pris la peine de nous assurer qu'ils étaient bel et bien, le plus souvent du temps, utilisés de façon explicite en relation avec André Boisclair. C'est ainsi que les médias font état du « sérieux problème de leadership » d'André Boisclair (TVA, 30 janvier 2007), bien que ce mot soit aussi utilisé pour parler de la « course au leadership » ayant suivi la démission de Bernard Landry. On parle aussi beaucoup de la « jeunesse » du candidat de même que de son entourage, et on le qualifie de « jeune » à la plusieurs reprises, le plus souvent dans un contexte favorable. En contrepartie, il est souvent question des « problèmes de jugement » d'André Boisclair (TVA, 8 février 2007), et ce, particulièrement vers la fin de la période étudiée.

Quant au mot « expérience », il convient de préciser dans quel sens il est le plus souvent utilisé. Car loin d'être utilisé pour décrire la feuille de route d'André Boisclair, le mot « expérience » est surtout prononcé en référence à Pauline Marois – dont les journalistes qualifient justement l'expérience de « longue » ou encore de « grande » (Radio-Canada, 17 août 2005) – et pour mettre en garde André Boisclair contre la tentation de sacrifier les députés d'« expérience » au profit de jeunes recrues (TVA, 21 mars 2006). En fait, il semble que lorsque les mots « expérience » et « André Boisclair » se retrouvent dans la même phrase, ce soit pour parler... des « expériences de jeunesse » de ce dernier, soit une façon euphémistique de parler de la consommation de cocaïne du candidat (Radio-Canada, 16 septembre 2005).

Par ailleurs, les médias parlent aussi beaucoup de « consommation » (le plus souvent, de cocaïne), et ils ont fait état de plusieurs « allégations » qui circulent à propos d'André Boisclair – notamment en lien avec sa consommation de cocaïne et avec le diplôme qu'il a obtenu de l'université Harvard. Finalement, il est intéressant de noter que les journalistes se mettent en scène à quelques reprises, en soulignant la tension qui existe entre eux et André Boisclair. C'est ainsi que plus d'un reportage souligne que c'est devant l'« insistance des journalistes » qu'André Boisclair a accepté de répondre à certaines questions délicates (Radio-Canada, 20 septembre 2005). À d'autres moments par contre, les reporters prennent bien soin de noter qu'André Boisclair n'a pas « voulu répondre aux questions des journalistes » (Radio-Canada, 18 septembre 2005).

Finalement, nous avons également analysé les segments de mots répétés, mais leur analyse ne nous a permis de dresser aucun constat supplémentaire. En effet, les segments significatifs que nous avons notés s'inscrivent dans la même veine que ce que nous avons observé précédemment.

Pour résumer, nous pouvons affirmer que les critères que les journalistes utilisent pour décrire la personnalité d'André Boisclair sont, de façon générale, les mêmes que ceux que Kinder a identifiés comme étant importants aux yeux du public. De façon plus spécifique toutefois, c'est le leadership du chef péquiste qui retient le plus l'attention, suivi de sa compétence. Bien entendu, le style de vie hors-normes – à tout le moins, pour un politicien – du chef péquiste (cocaïne et homosexualité) retient également l'attention, et suscite de nombreux commentaires défavorables de la part des journalistes. C'est d'ailleurs là le point central de notre analyse en ce qui concerne le traitement de la personnalité publique du chef du PQ : presque chaque fois qu'il est question de cet enjeu, le traitement médiatique devient négatif. Il y a bien sûr quelques exceptions – surtout lorsqu'il est question de la jeunesse du chef – mais l'évaluation des autres traits d'André Boisclair est exceptionnellement sombre la plupart du temps.

Comparaison entre les réseaux

Bien que cela ne soit pas l'objet principal de notre analyse, nous avons cru bon comparer certains aspects de la couverture offerte par la Société Radio-Canada, à celle offerte par le Réseau TVA. Tel que nous l'avons déjà indiqué dans les sections traitant spécifiquement des angles de couverture à propos desquels nous avons cru bon effectuer une comparaison, il n'y a pas de différence majeure entre la façon dont TVA traite d'André Boisclair, et celle dont Radio-Canada le fait. Ce constat n'est pas surprenant, dans la mesure où il confirme le résultat d'autres travaux scientifiques, notamment ceux d'Agnieszka Dobrzynska, qui avait déterminé « que les journalistes travaillant pour la télévision publique [Radio-Canada], fortement attachée aux impératifs normatifs et disposant de moyens financiers plus larges, ne produisent pas une couverture différente de celle des journalistes du secteur privé [TVA], ayant un budget plus limité et des consignes de travail moins élaborées » (2002, i). En effet, bien que la Société Radio-Canada dispose d'un code de déontologie intitulé *Normes et pratiques journalistiques* – alors que TVA « ne dispose que d'un code professionnel beaucoup moins élaboré et

moins connu » (Dobrzynska 2002, 53) – et que les plaintes du public à l'égard du radiodiffuseur public soient traitées par un ombudsman – ce qui n'est pas le cas à TVA –, il semble que la couverture politique offerte par la société d'État ne soit pas très différente de celle diffusée à l'antenne de son principal concurrent. Selon Dobrzynska, cela serait notamment le résultat des contraintes inhérentes au journalisme télévisé et au travail de correspondant parlementaire, qui sont les mêmes pour les journalistes de tous les réseaux (2002, 134-135). Il faut toutefois préciser que ce constat ne s'applique pas nécessairement aux autres types de couverture journalistique, notamment à la couverture de l'actualité économique, internationale et culturelle.

Pour résumer, nous avons tenté, dans ce chapitre, de déterminer de quelle façon la couverture médiatique dont est l'objet André Boisclair évolue durant la période étudiée. Pour ce faire, nous avons analysé le volume, le format, le ton et les objets de la couverture, de même que les mots utilisés par les journalistes. Nous nous sommes ensuite penchés sur les critères que les médias retiennent lorsqu'il est question de la personnalité du chef péquiste. Nous avons examiné avec quel ton chacun de ces critères a été abordé, et nous avons tenté de déterminer si ce dernier avait évolué au cours de la période étudiée. Maintenant que nous traitons l'ensemble des données quantitatives que nous avons générées, il est temps pour nous de nous pencher sur les cadrages qui ont été retenus par les journalistes. L'analyse de ces cadrages nous permettra de voir si ces derniers ont évolué durant la période étudiée, et de quelle manière la personnalité d'André Boisclair a été présentée.

CHAPITRE 4 : CADRAGES

Nous avons jusqu'à présent traité chacun des aspects de la couverture médiatique dont est l'objet André Boisclair – le volume, le ton, les objets et le vocabulaire – de manière séparée. Pour chacun de ces aspects, nous avons présenté les résultats de nos analyses. Mais, dans le cas qui nous occupe, le tout est plus important que la somme de ses parties. En effet, lorsque les citoyens regardent un reportage à la télévision, ils n'analysent pas de façon isolée chacune de ses composantes. Au contraire, ils voient le reportage qu'ils regardent – à condition que ce dernier soit réalisé selon les règles de l'art journalistique – comme un tout, comme un segment d'information ayant une seule orientation, un seul fil conducteur, et auxquels correspondent un certain nombre de sous-aspects du reportage – comme son ton, les mots qu'il emploie, les enjeux dont il traite et les extraits sonores qu'il présente. C'est ce qu'on appelle le *cadrage de la nouvelle*, c'est-à-dire la façon dont le journaliste choisit de présenter un sujet – de quel point de vue il le fait, dans quel contexte, avec quels mots et sur quel ton.

En effet, force est de constater qu'il n'y a pas toujours, dans notre monde, de logique inhérente à chaque événement ou à chaque situation auxquels nous sommes exposés. Pour le dire avec Erving Goffman (1991) :

La description d'un événement peut se faire selon différentes mises au point et différentes focales; elle peut se faire – c'est un problème voisin, mais distinct – en gros plan ou à distance. Mais personne ne dispose d'une théorie permettant de savoir quelle est la focale et la distance qui seront effectivement utilisées. (16)

En conséquence, le cadrage retenu pour présenter un événement ou une situation est très révélateur de la pensée de celui ou de celle qui choisit de retenir ce cadrage plutôt qu'un autre. Comme l'explique encore Robert Entman, c'est le cadrage qu'on retient, pour présenter un événement, qui donne sa signification à ce dernier : « The verb "to frame" (or "framing") refers to the process of selecting and highlighting some aspects of a perceived reality, and enhancing the salience of an interpretation and evaluation of that reality » (2004, 26). Dans un tel contexte, il n'est pas étonnant que l'ensemble des politiciens s'adjoignent, de nos jours, les services de relationnistes et autres spécialistes de la communication, afin de tenter d'imposer aux journalistes les cadres d'interprétation qui leur sont bénéfiques. Afin de voir si André Boisclair a été en mesure d'imposer son

interprétation des événements aux médias, nous allons maintenant analyser les cadrages les plus significatifs que nous avons observés entre le 4 juin 2005 et le 21 février 2007. Cependant, comme une situation est rarement présentée d'une seule façon, nous tenterons de mettre en contraste, lorsque la chose sera possible, les différents cadrages retenus pour présenter une seule et même situation. Nous tenterons ensuite de déterminer quels cadrages ont été favorables à André Boisclair et lesquels lui ont été défavorables.

La course à la direction du Parti québécois

Dans les premières semaines de la période étudiée, la candidature d'André Boisclair à la direction du Parti québécois suscite beaucoup d'enthousiasme. Le cadrage qui présente André Boisclair comme une jeune recrue prestigieuse, qui incarne le renouveau, domine donc très largement le paysage médiatique.

SOPHIE LANGLOIS, journaliste – De plus en plus de députés pensent qu'André Boisclair pourrait gagner cette bataille.

CLAUDE PINARD, député du Parti québécois, Saint-Maurice – Je pense qu'il a été un excellent leader, un excellent ministre de l'Environnement.

SOPHIE LANGLOIS, journaliste – Pendant qu'André Boisclair gagne des appuis parmi les députés, Pauline Marois en perd. (Radio-Canada, 10 juin 2005)

Puis, le jour de l'annonce officielle de sa candidature, les journalistes n'hésitent pas à souligner à grands traits sa jeunesse et son dynamisme.

JOSÉE THIBEAULT, journaliste – Dans la salle, en plus de quelques députés du PQ et du Bloc, il y avait des plus vieux qui estiment qu'il faut maintenant passer le flambeau de la souveraineté.

JULES RIVARD, ex-conseiller de Jacques Parizeau – Il représente la génération, j'veux dire, montante, instruite, comme il le dit lui-même, et puis la relation intergénérationnelle, je pense que ça peut se faire très bien avec lui.

PIERRE GAGNÉ, militant – Les jeunes prennent la relève pour le même but et j'espère que ça va se régler une fois pour toutes.

JOSÉE THIBEAULT, journaliste – Et des plus jeunes, pour qui il représente un changement de garde au PQ.

JEAN-FRANCOIS SIMARD, ex-député du Parti québécois, Montmorency – C'est quelqu'un qui sera capable d'amener au Parti québécois une nouvelle génération de militants. (Radio-Canada, 17 juin 2005)

Même les commentaires des analystes politiques, comme celui du chef de bureau de Radio-Canada à Québec, sont plutôt positifs durant cette période.

PIERRE TOURANGEAU, chef de bureau à Québec – Bien, des chances [de gagner], il [André Boisclair] en a. Il part certainement avec un avantage : celui d'avoir été sollicité. Il jouit d'ailleurs de l'appui d'un bon nombre de personnes au sein du parti et aussi au sein de la députation. Il y a une dizaine de députés qui se sont prononcés en sa faveur. L'autre avantage de monsieur Boisclair, il l'a dit lui-même aujourd'hui, c'est qu'il compte se présenter comme un pont entre les générations. Il sera capable de le faire : il a 39 ans. Donc, d'une part comme l'artisan d'un certain renouveau au sein du Parti québécois, d'autre part comme gardien d'une certaine tradition. (Radio-Canada, 17 juin 2005)

D'entrée de jeu, l'homosexualité d'André Boisclair est neutralisée comme étant un facteur sans importance pour la suite de la course.

PIERRE TOURANGEAU, chef de bureau à Québec – André Boisclair ne cache pas son homosexualité et ses « supporters » n'ont aucune réticence à aborder la question.

YVES DUHAIME, ancien ministre du Parti québécois – Mais en politique aujourd'hui, l'appartenance ou l'orientation sexuelle, à mon sens, n'a aucun espèce d'impact. (Radio-Canada, 15 juin 2005)

Cette première phase de couverture est donc marquée, comme nous l'avons indiqué, par de nombreuses nouvelles connotées positivement, et aucune connotée négativement. Parmi les nombreuses nouvelles présentées en des termes positifs, plusieurs font état des appuis que reçoit André Boisclair.

GHISLAINE BOUFFARD, journaliste – André Boisclair a recueilli trois fois plus de signatures qu'il n'en avait besoin, selon les règles du parti. Celui que les sondages placent en tête dans la course à la direction du parti québécois se sent bien en selle pour diriger les troupes à compter du 15 novembre prochain. (Radio-Canada, 3 août 2005)

JOSÉE THIBEAULT, journaliste-présentatrice – Les appuis se multiplient pour André Boisclair dans la course à la

direction du Parti québécois. Selon son organisation, il a le soutien de 44 présidents d'associations de circonscriptions ainsi que de dix députés du Parti québécois. (Radio-Canada, 12 août 2005)

Mais les nouvelles qui sont les plus bénéfiques pour André Boisclair sont celles qui le comparent à Pauline Marois. En effet, durant cette première phase de couverture, Pauline Marois est présentée comme la femme dont la campagne est déjà dans les limbes. On lui reproche notamment son apparence et son style de campagne, et on laisse entendre qu'elle n'a rien à suggérer. En comparaison, on présente André Boisclair comme le jeune candidat dynamique qui a le vent dans les voiles.

CATHERINE KOVACS, journaliste – André Boisclair représente la jeunesse et le renouveau au sein du parti, mais Pauline Marois ne s'en formalise pas. [...] La réalité, c'est que pour l'instant, cette campagne à la direction du parti en est une d'image, selon l'analyste Christian Dufour et il reconnaît qu'à ce stade-ci, madame Marois n'est pas favorisée.

CHRISTIAN DUFOUR, politologue, École nationale d'administration publique – Les gens vont dire : elle fait bourgeoise, elle fait « matante ».

CATHERINE KOVACS, journaliste – Être la seule femme dans la course ne suffit pas. Malgré sa longue expérience à l'Assemblée nationale, madame Marois a toute une côte à remonter.

CHRISTIAN DUFOUR, politologue, École nationale d'administration publique – Son défi, c'est de nous surprendre. C'est que les gens attendent quand même quelque chose de nouveau de cette campagne-là. Ils s'attendent pas simplement à voir une espèce de version féminine de Bernard Landry. Donc, c'est beaucoup le défi de madame Marois, de faire ressortir son expérience. (Radio-Canada, 17 août 2005)

En fait, les propos qu'on entend au sujet de Pauline Marois sont tellement durs que même Denise Bombardier ressent le besoin de prendre sa défense :

DENISE BOMBARDIER, chroniqueuse – Je vais vous dire une chose : sur le plan des principes, je trouve que l'on ne doit pas voter pour une femme parce qu'elle est une femme. Parce que c'est exactement comme voter pour un homosexuel parce qu'il est homosexuel ou voter pour un noir parce qu'il est noir. [...] [Mais] quand on reçoit des courriels comme ceux que je reçois là-dessus [...], les critères pour lesquels on ne veut pas Pauline Marois sont des critères

[...] extrêmement machistes. On reproche à Pauline Marois d'être une mère supérieure, toutes des images d'un certain stéréotype féminin, n'est-ce pas. On lui reproche d'avoir de l'argent. Curieux! On a voté pour des hommes parce qu'ils étaient riches. (TVA, 11 octobre 2005)

Ainsi, durant les toutes premières semaines de la période étudiée, on ne peut observer pratiquement qu'un seul cadrage, soit celui qui présente André Boisclair comme l'incarnation du renouveau. Alternativement, l'autre cadrage qui retient l'attention est celui qui consiste à présenter Pauline Marois comme la candidate du passé, ce qui revient pratiquement au même. En cela, le cas d'André Boisclair semble s'inscrire dans la même lignée que ceux de Kim Campbell et de Ross Perot, qui ont eux aussi bénéficié dans un premier temps de l'attitude bienveillante des médias – même si le contexte dans lequel a été analysée la couverture dont ont fait l'objet ces deux politiciens est différent, puisqu'il ne s'agissait pas, dans leur cas, d'une course à la direction d'un parti. En effet, les personnes qui soutiennent André Boisclair veulent clairement envoyer le message selon lequel sa jeunesse et son dynamisme seront en mesure de revitaliser le Parti québécois. Or, comme on le constate, ce message passe très bien dans un premier temps. Pour sa part, les supporters de Pauline Marois tentent de faire passer l'idée selon laquelle leur candidate est la plus expérimentée pour occuper le poste de chef du Parti québécois. Or, les médias se montrent beaucoup plus critiques à son endroit et, sans remettre en question son expérience comme telle, se questionnent ouvertement sur sa capacité à faire évoluer son parti.

Mais la bienveillance initiale des médias pour André Boisclair disparaît subitement lorsqu'il est révélé qu'André Boisclair a consommé de la cocaïne alors qu'il était ministre. Immédiatement, les médias se ruent sur l'os, comme en témoignage ce reportage, annoncé par le titre accrocheur « L'aspirant chef du PQ André Boisclair est rattrapé par son passé » :

CÉLINE GALIPEAU, journaliste-présentatrice – Mesdames et messieurs, bonsoir. Le favori dans la course à la direction du PQ, André Boisclair, admet qu'il a commis des erreurs de jeunesse. Des journalistes l'ont interrogé sur des allégations publiées récemment : la cocaïne, les fêtes arrosées... tout cela quand il était ministre. Et le candidat a avoué certains excès. Les précisions de Josée Thibeault.

JOSÉE THIBEAULT, journaliste – C'est le lancement officiel de la course à la direction du Parti québécois : la présentation

officielle des neuf candidats. Mais pour celui qui est considéré comme le meneur, ça a été une plongée dans la fosse aux lions. Son passé l'a rattrapé.

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – J'ai vécu mes expériences de jeunesse. Je suis ailleurs aujourd'hui dans ma vie. J'approche la quarantaine.

JOSÉE THIBEAULT, journaliste – André Boisclair a dû s'expliquer sur des allégations qui remontent à l'époque où il était ministre dans le cabinet de Lucien Bouchard. Selon un article du journaliste Denis Lessard, de *La Presse*, un article paru en juin, des excès d'alcool, de la cocaïne et des fins de semaine exaltées, faisaient partie de sa vie.

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – Je suis quelqu'un qui a vécu sa jeunesse, comme bien d'autres. Je suis quelqu'un qui a eu du plaisir dans la vie. J'ai parfois fait certains excès, mais quand on regarde, il y a des choses qui ont pu se passer il y a de nombreuses années, faisons donc attention.

JOSÉE THIBEAULT, journaliste – Il décidera finalement de mettre fin au supplice.

JOURNALISTE NON-IDENTIFIÉ – Admettez-vous également avoir pris de la cocaïne au moment où vous étiez ministre?

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – Voilà, je vous remercie là-dessus. Au revoir. (Radio-Canada, 16 septembre 2005)

Or, à la différence de la période précédente, durant laquelle un seul cadrage s'est clairement imposé, cette seconde phase de couverture voit les reportages se diviser essentiellement en deux groupes. Un premier présente la consommation de cocaïne comme une grave erreur de jugement, alors que le deuxième montre un André Boisclair repentant, qui tente de se présenter comme une victime. Explorons d'abord le premier de ces deux cadrages :

BERNARD DEROME, journaliste-présentateur – Encore une journée à oublier pour André Boisclair, qui a de nouveau été pressé de questions sur sa consommation de cocaïne, du temps où il était ministre. André Boisclair, exaspéré, visiblement par toute cette affaire, a tenu à mettre les points sur les « i ». Jamais, a-t-il dit, je n'ai songé à quitter cette course, malgré les révélations des derniers jours. Derniers développements : Josée Thibeault.

JOSÉE THIBEAULT, journaliste – André Boisclair était tout sourire en arrivant au cégep de Sainte-Foy. Il venait livrer son message.

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – Je veux vous dire que je continue cette course, que je la fais dans la sérénité.

JOSÉE THIBEAULT, journaliste – Rien de nouveau dans ses explications; il estime avoir vidé le sujet. Mais, curieusement, pour un homme qui arrive d'une année d'étude à Boston et qui devait aller travailler comme consultant à Toronto, pas question, et ce n'est pas la première fois, de s'expliquer en anglais. L'insistance des journalistes finira par l'exaspérer.

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – Le niveau de stress est assez élevé, j'ai pas besoin de ces agressions physiques que vous me faites subir.

JOSÉE THIBEAULT, journaliste – Ensuite, devant une salle d'étudiants plutôt favorables, il reprendra contenance. Pendant ce temps, un ancien collègue du conseil des ministres de Lucien Bouchard a admis que les frasques du jeune ministre alimentaient les ragots de corridor. (Radio-Canada, 20 septembre 2005)

Comme cet extrait l'illustre clairement, la reporter tente de présenter les journalistes comme des personnes de bonne foi, qui posent des questions pertinentes et qui veulent connaître la vérité, alors qu'André Boisclair refuse de la dévoiler. On présente alors André Boisclair comme un homme qui est incapable de faire face à ses responsabilités, et qui est incapable de résister à la pression, comme en témoigne par exemple la phrase : « Ensuite, devant une salle d'étudiants plutôt favorables, il reprendra contenance », qui porte un jugement clair sur la capacité du politicien à garder son sang-froid.

L'enjeu de la consommation de cocaïne est ici présenté comme l'histoire d'un homme ayant tenté de cacher son lourd passé, mais qui est finalement rattrapé par la vérité. Les journalistes se mettent aussi en scène comme étant investis de la mission de déceler la vérité malgré l'opacité que veut maintenir André Boisclair autour de l'affaire. Rapidement, cette histoire devient donc l'objet d'un combat entre journalistes vertueux, à la recherche de la vérité, et André Boisclair, le grand cachotier.

SOPHIE THIBEAULT, journaliste-présentatrice – On est à 12 jours exactement du vote, et c'est le passé d'André Boisclair, sa consommation de cocaïne, qui se retrouve au cœur, au

centre de la campagne à la direction du PQ. Des candidats, des militants aussi, le somment de mettre toutes les cartes sur la table ou de se désister. Sur les ondes de TVA aujourd'hui, André Boisclair a assuré ne plus avoir de squelettes dans son placard. Paul Larocque est avec nous. [...]

PAUL LAROCQUE, journaliste – Cette entrevue d'André Boisclair était très attendue. Il a répondu à certaines des questions. Est-ce que ça sera suffisant pour calmer le jeu? On le verra. Mais je dois vous dire que pour l'ensemble de la course, la tension est maintenant à son comble, et c'est en train, lentement mais sûrement, de se transformer en guerre à finir.

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – J'ai pas entendu de question à laquelle je devrais répondre. Dans quelles circonstances et avec qui? Je ne rentre pas là. Je ne rentre pas là, monsieur Charron. Je vais être vraiment clair.

PAUL LAROCQUE, journaliste – André Boisclair avait une occasion en or de s'expliquer, de répondre à ces questions qui sont revenues le hanter en fin de course.

CLAUDE CHARRON, interviewer – Est-ce que vous étiez dans une fête? Est-ce que vous aviez des amis qui vous la fournissaient gratuitement? Est-ce que quelqu'un l'achetait pour vous? Ce sont des points, si vous êtes pour devenir chef du parti et Premier ministre, que tout le monde a intérêt à savoir, vous ne trouvez pas?

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – C'est parce que je vois dans quel cercle cela m'enferme. Je commencerai pas à donner des noms, ici. Je commencerai pas à donner de circonstances. [...]

PAUL LAROCQUE, journaliste – Mais restent plusieurs questions, entre autres, comment et de qui s'est-il procuré la cocaïne? N'y avait-il pas un risque? Là-dessus, il renvoie encore la balle et la question à Jean Charest.

CLAUDE CHARRON, interviewer – Et les gens qui s'inquiètent de votre approvisionnement ou de vos sources d'approvisionnement?

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – Bien, à un moment donné, je pose la question. Monsieur Charest, quand il a avoué avoir fumé du pot, ou est-ce qu'il se l'est procuré?

PAUL LAROCQUE, journaliste – N'allez pas chercher monsieur Charest.

JEAN CHAREST, Premier ministre du Québec – Ça peut être poussé dans n'importe quel sous-sol de maison, un plant de pot. Entre le pot et la cocaïne, vous admettez une différence?!

JOURNALISTE NON-IDENTIFIÉ – Est-ce que c'est justifié de sa part de vous interpeller de cette façon?

JEAN CHAREST, Premier ministre du Québec – Je ne participe pas à la course au leadership du Parti québécois.

PAUL LAROCQUE, journaliste – Jean Charest, lui, a pris bien soin d'éviter de se compromettre dans cette course, qui est de plus en plus impitoyable.

JEAN OUIMET, candidat à la direction du PQ – Alors, je me dis, ce manque de jugement-là, par rapport à la cocaïne, est-ce que c'est un manque de jugement pour d'autres comportements? (TVA, 3 novembre 2005)

Dans l'extrait précédent, on voit se reproduire un phénomène que nous avons déjà observé. À la fois le journaliste Paul Larocque et l'interviewer Claude Charron – qui a réalisé l'entrevue dont on présente des extraits – mettent l'accent sur le fait qu'André Boisclair avait une occasion en or de faire la lumière sur son passé, mais qu'il ne l'a pas saisie. On utilise ensuite le refus d'André Boisclair de répondre à ces questions pour donner la parole à ses adversaires politiques, qui ne se gênent pas pour le critiquer davantage. On voit aussi dans cet extrait le lien que nous avons fait ressortir au chapitre précédent entre la consommation de cocaïne et l'intégrité d'André Boisclair. En effet, le refus d'André Boisclair de préciser qui lui a fourni la drogue et dans quelles circonstances alimente toutes sortes de soupçons sur son intégrité. Le candidat à la direction du Parti québécois, Jean Ouimet, ajoute même avoir des doutes sur le jugement d'André Boisclair.

Après avoir connu un certain essoufflement au cours du mois d'octobre 2005, ce cadrage revient cependant en force à quelques jours de l'élection du nouveau chef du Parti québécois, lorsque certains adversaires d'André Boisclair remettent en question son jugement, sur la base de sa consommation de cocaïne.

CÉLINE GALIPEAU, journaliste-présentatrice – Bonsoir. Loin de se résorber, les attaques contre André Boisclair se font de plus en plus persistantes. Aujourd'hui, Pauline Marois a affirmé que son principal adversaire présente un risque pour le Parti québécois, une allusion à sa consommation passée de cocaïne. Et un autre de ses adversaires, Jean Ouimet, aurait, lui, d'autres révélations à faire. Les précisions de Pierre Duchesne.

PIERRE DUCHESNE, journaliste – Pauline Marois a d’abord ouvert le feu en indiquant à la radio de CKAC qu’André Boisclair constituait un risque pour le parti.

PAULINE MAROIS, candidate à la direction du PQ – Vous dire le contraire, vous allez me dire : vous n’êtes pas conséquente. Vous dire que oui, c’en est un, moi, je pense que c’est ce que me disent aussi les militants actuellement. À moins que d’ici la fin de la course, il précise un certain nombre de choses, c’est sûr qu’il y en a un. Vous dire le contraire, ce serait vous mentir.

PIERRE DUCHESNE, journaliste – Elle a ensuite parlé de militants inquiets.

PAULINE MAROIS, candidate à la direction du PQ – En fait, essentiellement, ils manifestent certaines inquiétudes, et je pense que c’est légitime qu’ils puissent me le dire.

PIERRE DUCHESNE, journaliste – Mais la charge la plus forte vient du candidat Jean Ouimet. Celui qui a été traité vulgairement par Sylvain Simard du camp Boisclair continue de dire que le candidat Boisclair manque de jugement en banalisant sa consommation de drogue. Il va plus loin : il dit même enquêter sur des rumeurs dont il refuse de préciser la nature.

JEAN OUMET, candidat à la direction du PQ – Mais je veux pas rien présenter parce qu’il manque de preuves pour pouvoir être capable d’appuyer ça, mais... Oui, des témoignages qui permettraient de confirmer ça, et si ça s’avère vrai, vous allez m’entendre parler de ça la semaine prochaine. (Radio-Canada, 4 novembre 2005)

Ainsi, à la veille du vote des membres du Parti québécois, les médias adoptent le discours selon lequel André Boisclair représente un danger pour le Parti québécois. Bien sûr, ce faisant, ils se font d’abord et avant tout l’écho de ce que disent les autres candidats engagés dans la course. Mais le choix fait par les médias de retenir cette information, et d’y donner un tel poids, n’est pas anodin. Par exemple, dans le cas des allégations formulées par Jean Ouimet, il y avait à la base peu de faits pour étayer son argumentaire. Cela n’a pourtant pas empêché les médias d’y faire écho.

Le cadrage présentant la consommation de cocaïne comme une grave erreur de jugement domine donc largement les semaines ayant suivi l’admission du candidat selon laquelle il avait effectivement déjà consommé de la drogue. Comme nous l’avons déjà indiqué cependant, ce cadrage ne domine pas la couverture médiatique au point d’occulter complètement tous les autres cadrages, dans la mesure où André Boisclair

tente lui-même d'imposer une interprétation alternative à sa consommation de cocaïne. En effet, selon les dires du candidat à la direction du PQ, le fait qu'il ait pris de la drogue n'est qu'un incident isolé, que les médias tentent injustement de monter en épingle. L'extrait suivant illustre bien la coexistence de ces deux cadrages, surtout après que des sondages viennent, en quelque sorte, « accrédi-ter » la thèse d'André Boisclair voulant que le traitement médiatique de sa consommation de cocaïne n'est qu'une tempête dans un verre d'eau.

SOPHIE THIBAUT, journaliste-présentatrice – Ça fait plusieurs jours que la chose défraie la manchette, les expériences passées avec la cocaïne du candidat André Boisclair. Qu'en pense la population? On l'a mesuré pour la première fois ce soir dans un sondage exclusif TVA – Léger Marketing. Et les résultats sont on ne peut plus clairs. Avec nous, Alain Laforest et Paul Larocque. D'abord, les résultats, Alain. C'est très évident, le dernier épisode n'a pas fait mal à André Boisclair.

ALAIN LAFOREST, journaliste – Vous allez le remarquer par les résultats. On a interrogé 700 Québécois entre 16 h et 19 h 45 ce soir. Son histoire lui amène un énorme capital de sympathie. On regarde la question qui était posée. Les sondeurs de Léger Marketing nous ont fait remarquer qu'il a gagné énormément de soutien auprès de la classe des 25 à 35 ans. On constate que tout ce qui s'est dit dans les derniers jours a même donné un nouveau souffle à André Boisclair. La grande perdante est Pauline Marois. André Boisclair remporte 64 % des intentions. C'est 11 % de plus qu'au dernier sondage. Pauline Marois a 6 % de moins qu'au sondage de septembre dernier.

SOPHIE THIBAUT, journaliste-présentatrice – Paul, le clan Boisclair a eu connaissance des résultats et ils doivent être soulagés?

PAUL LAROCQUE, journaliste – André Boisclair est réuni avec ses principaux conseillers. On vient de les mettre au courant des résultats et il y a eu un énorme soupir de soulagement. André Boisclair marchait sur un fil de fer. Il restait une question fondamentale et c'est « Qu'est-ce que les gens en pensaient? ». Ils disent que le pari pour eux est gagné. Voici mon reportage.

JOURNALISTE NON-IDENTIFIÉ – Avez-vous songé à quitter, Monsieur Boisclair? Avez-vous songé à abandonner?

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – Non.

PAUL LAROCQUE, journaliste – André Boisclair a tenu à mettre les choses au clair. Non, il n’entend pas quitter la course et il aimerait bien tourner la page une fois pour toutes.

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – Pour moi, j’ai répondu à l’ensemble des questions qui m’avaient été posées. Je l’ai fait dans le calme, dans la sérénité, et je fais le choix, pour le moment, de m’en arrêter là.

PAUL LAROCQUE, journaliste – Encore aujourd’hui, il prenait la parole devant un groupe d’étudiants de niveau collégial. Pas facile pour lui, à qui, jusqu’à vendredi dernier, tous prédisaient une victoire facile. Cette affaire empoisonne sa campagne depuis vendredi. À un certain moment, la tension a monté à la fin d’un point de presse, lorsqu’il a été accroché par un microphone.

ANDRÉ BOISCLAIR, candidat à la direction du PQ – Les agressions physiques comme celles que je vis en ce moment... Le niveau de stress est assez élevé, je n’ai pas besoin de ces agressions physiques que vous me faites subir. Je suis à mener une campagne agréable, une campagne avec l’appui de la jeunesse. (TVA, 20 septembre 2005)

Même les plus sceptiques des analystes politiques se voient contraints d’adopter le cadrage mis de l’avant par André Boisclair à la suite de la publication de sondages qui lui sont favorables.

CHRISTIAN DUFOUR, professeur, École nationale d’administration publique – Le sondage, pour lui, est très important, car ça lui permet de passer à autre chose. « Vous savez que Monsieur Boisclair a pris de la cocaïne quand il était ministre, alors est-ce que vous l’appuyez encore? » Les gens ont dit « oui ». Il est quand même très ébranlé. Sa gestion de la crise a été difficile. C’était quelqu’un qui était désemparé. C’est quelqu’un qui avait l’air traqué, et ça a peut-être influencé le sondage. Il y avait une sympathie.

SOPHIE THIBAUT, journaliste-présentatrice – Pensez-vous que l’acharnement des médias a joué en sa faveur?

CHRISTIAN DUFOUR, professeur, École nationale d’administration publique – Je pense que ça représente la société québécoise qui est très permissive et tolérante. Cela dit, c’est un sondage qui a été fait cet après-midi. Monsieur Boisclair peut continuer sa campagne.

SOPHIE THIBAUT, journaliste-présentatrice – On a l’impression qu’il y a les médias d’un côté, la politique de l’autre et la population.

CHRISTIAN DUFOUR, professeur, École nationale d'administration publique – La population est très attachée au concept de vie privée. La classe politique et médiatique fait plus de la politique à l'américaine. On a beaucoup de transparence. Ce genre de choses ne passerait pas dans les autres sociétés. Les Québécois veulent donner la chance au coureur, à monsieur Boisclair. (TVA, 20 septembre 2005)

Ainsi, c'est grâce en bonne partie à la publication de sondages démontrant un fort appui envers André Boisclair que les médias ont temporairement adopté un cadrage lui étant plus favorable. En effet, comme l'explique le politologue Christian Dufour, le public trouve sans doute injuste la façon dont les médias traitent André Boisclair. Dans ce contexte, il développe une certaine sympathie pour le candidat à la direction du Parti québécois. Voyant la réaction populaire, les médias doivent donc réajuster leur couverture. C'est la raison pour laquelle ils adoptent temporairement le cadrage voulant qu'André Boisclair est victime des circonstances. Mais le scepticisme des médias à l'égard d'André Boisclair revient vite, notamment à la fin de la course à la direction du Parti québécois. Puis, même une fois l'affaire de la cocaïne classée, la bataille entre ces deux cadrages – erreur de jugement contre acharnement médiatique – se poursuit, en prenant toutefois une tournure légèrement différente comme nous le verrons maintenant.

Le mandat à la tête du Parti québécois

À la suite de son élection comme chef du Parti québécois, Jean Charest propose à André Boisclair de se porter candidat dans la circonscription de Sainte-Marie – Saint-Jacques, afin de pouvoir faire son retour à l'Assemblée nationale le plus rapidement possible. Mais le nouveau chef péquiste décline l'offre, sous prétexte qu'il doit d'abord travailler à ressouder le Parti québécois. Deux cadrages se dessinent alors : d'une part, André Boisclair affirme qu'il a beaucoup de travail à accomplir au sein du PQ.

PIERRE DUCHESNE, journaliste – André Boisclair [...] dit vouloir consacrer son temps à organiser son parti.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – Je veux faire en sorte que la base d'appuis sur laquelle compte le Parti québécois, les 140 000 membres, ce soit là une base solide qui nous serve de tremplin en vue de la préparation de la campagne électorale.

JOURNALISTE NON-IDENTIFIÉ – Ça pourrait aller à la prochaine élection [votre entrée à l'Assemblée nationale]?

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – Ça fait partie des possibilités.
(Radio-Canada, 16 novembre 2005)

D'autre part, les adversaires d'André Boisclair interprètent son absence de l'Assemblée nationale de la façon qui les avantage. Certains affirment qu'André Boisclair craint d'affronter Jean Charest, alors que d'autres laissent entendre qu'il a quelque chose à cacher.

NORMAN MacMILLAN, whip du gouvernement – On pourrait poser la [...] question à Boisclair! Il est où, dans toutes ces affaires, lui? (TVA, 2 décembre 2005)

JEAN CHAREST, Premier ministre du Québec – Je pense qu'André Boisclair doit dire où il se campe, lui. Il va faire quoi, à la place? (TVA, 8 décembre 2005)

MARIO DUMONT, chef de l'ADQ – Il a déjà, à mon avis, manqué à son devoir en étant plusieurs mois absents de l'Assemblée nationale, de très longs mois absents de l'Assemblée nationale. Malgré que dans son propre comté de résidence, il y a eu [une] élection partielle, il est déjà, à mon avis, en défaut par rapport à ses devoirs. (TVA, 27 juin 2006)

Comme nous l'avons vu dans la section précédente, la période durant laquelle André Boisclair est chef du Parti québécois sans exercer les fonctions de chef de l'opposition officielle à l'Assemblée nationale se caractérise par des nouvelles peu abondantes, qui traitent surtout d'organisation et de stratégie politiques. Durant cette période, André Boisclair prend position sur peu d'enjeux, ce qui fait dire à ses adversaires que le chef péquiste n'a tout simplement pas d'idées. C'est d'ailleurs durant cette période que germe l'un des cadrages qui sera le plus dommage au chef péquiste : celui selon lequel il n'est qu'une coquille vide. Un politicien qui a certes une belle image, mais qui n'a pas d'idées. Déjà, quelques mois auparavant, le candidat à la direction du Parti québécois, Ghislain Lebel, avait fait ce constat.

PAUL LAROCQUE, journaliste – Cela dit, la course commence donc à se mettre en branle. Et un des candidats dans cette course, Ghislain Lebel, a ouvert le feu contre [André Boisclair], affirmant qu'il n'était, au fond, qu'une image vide de tout contenu. (TVA, 29 août 2005)

Mais c'est véritablement dans les mois qui suivent la fin de la course à la direction du PQ que cette idée fait son nid dans l'esprit des journalistes, qui en viennent un jour à l'exprimer dans leurs reportages. André Boisclair lui-même finit par reconnaître implicitement que cette image de coquille vide lui colle à la peau, et décide d'y remédier en embauchant un nouveau conseiller.

PIERRE DUCHESNE, journaliste – Dans le cercle autour d'André Boisclair, nous sommes également en mesure d'annoncer la nomination d'un nouveau conseiller spécial : Daniel Audet. L'arrivée de Daniel Audet, ancien chef de cabinet de Bernard Landry, marque le début d'une autre étape : André Boisclair sera plus visible.

DANIEL AUDET, conseiller d'André Boisclair – C'est maintenant le temps de passer à cette étape où on va davantage communiquer notre plan de match à la population québécoise. (Radio-Canada, 6 juin 2006)

Mais le mal est déjà fait, de nombreux observateurs ayant assimilé l'idée selon laquelle André Boisclair n'a pas grand-chose à proposer.

MICHEL DAVID, chroniqueur, *Le Devoir* – Par exemple, la plateforme électorale qu'il a présentée cette semaine, ça fait des mois que les députés veulent la voir, lui demandent d'en divulguer des éléments pour donner l'impression que c'est un homme de contenu et il s'y est refusé. (Radio-Canada, 1^{er} février 2007)

Les partis adversaires finissent eux aussi par adopter ce cadrage. Une fuite au sein du Parti libéral du Québec illustre d'ailleurs jusqu'à quel point l'idée de présenter André Boisclair comme une personne qui manque de contenu fait partie d'une stratégie bien élaborée contre le chef péquiste.

SÉBASTIEN BOVET, journaliste – Dans un document obtenu par Radio-Canada qui s'intitule « Les lignes du jour », le Parti libéral suggère aux candidats certaines réponses à des questions qui pourraient leur être posées au cours de cette campagne électorale. On veut dépeindre, par exemple, André Boisclair comme manquant de contenu. (Radio-Canada, 21 février 2007)

Mais le cadrage du manque de contenu n'est pas le seul à retenir l'attention des médias à l'issue de la course à la direction du Parti québécois.

En effet, même si les thèmes évoluent après la fin de la course à la direction du Parti québécois, et qu'on parle moins de l'épisode de la cocaïne, les médias – et les

adversaires politiques d'André Boisclair – voient dans plusieurs maladroites du chef péquiste un manque de jugement flagrant, alors que ce dernier plaide que les médias et ses adversaires s'acharnent sur lui. Cela est notamment le cas après qu'André Boisclair accepte de participer à une parodie du film *Brokeback Mountain*, ou encore, après que le Parti québécois tergiverse pendant des jours avant de voter en faveur d'une résolution soulignant l'adoption, par la Chambre des communes à Ottawa, d'une résolution reconnaissant l'existence de la « nation québécoise au sein d'un Canada uni ». Force est toutefois de constater que la position d'André Boisclair selon laquelle il est une victime perd de la force au fur et à mesure que s'additionnent les gaffes qu'il commet.

SOPHIE THIBAUT, journaliste-présentatrice – « Le Québec n'embarquera jamais là-dedans. » André Boisclair ne croyait pas si bien dire quand il a participé à un sketch humoristique pour la télévision. Sur nos ondes, hier soir, Denise Bombardier l'a accusé de manquer de jugement et a réclamé sa démission. À Québec, on ne va pas aussi loin. Mais Robert, le chef péquiste est manifestement embarrassé par la controverse qu'il a suscitée.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Le mot qui revenait aujourd'hui à l'Assemblée nationale, Sophie, c'était le mot « jugement », et là, tous partis politiques confondus. André Boisclair a-t-il oui ou non manqué de jugement en participant à ce sketch dont vous avez montré des extraits hier soir, au TVA de 22 heures? Sophie, j'aurais le goût de vous dire : laissons les téléspectateurs en juger. Mais aujourd'hui, André Boisclair, lui, a exprimé des regrets.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – Ha ha ha!

ROBERT PLOUFFE, journaliste – André Boisclair rit, mais rit un peu jaune. Visiblement, il a sous-estimé l'impact qu'aurait sa participation dans ce sketch satirique qui sera diffusé pour le temps des fêtes à MusiMax. [...]

CLAUDE BÉCHARD, ministre de l'Environnement – Il y a certaines choses qu'on peut faire, certaines choses qui, parfois, peuvent être amusantes, mais ça, c'est un peu particulier.

JEAN-MARC FOURNIER, ministre de l'Éducation – J'ai pas trouvé ça particulièrement édifiant. C'est mon seul commentaire. C'est mon seul commentaire. Honnêtement, je vais laisser ça à monsieur Boisclair. C'est son jugement. [...]

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Le malaise est palpable. Des députés péquistes nous ont confié que, sachant que ça allait heurter des gens, il aurait été plus sage pour leur

chef de s'abstenir. André Boisclair s'est placé à cheval entre l'humour et le mauvais goût.

JEAN CHAREST, Premier ministre du Québec – C'est vraiment une question de jugement, hein?

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Le Premier ministre se prête lui-même à l'occasion à des sketches humoristiques.

JEAN CHAREST, Premier ministre du Québec – Moi, j'aime beaucoup l'humour. Je pense que c'est aussi une façon de dire les choses, c'est une façon de s'exprimer, mais l'humour ne nous permet pas de dire n'importe quoi.

MARIO DUMONT, chef de l'ADQ – Qu'est-ce qui est drôle et inoffensif et qui, bon, fait sourire dans le temps des fêtes et qu'est-ce qui, finalement, devient carrément une erreur de jugement? (TVA, 29 novembre 2006)

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Mario Dumont a profité de l'ajournement des fêtes pour dresser un bilan abrasif de ses adversaires. Pour lui, Jean Charest est terrorisé par ses propres erreurs et ne fait plus rien; André Boisclair, lui, a fait pire qu'une contre-performance, il a raté son entrée, il s'est prêté à des pitreries, et le scandale de la SONACC [Société nationale du cheval de course] vient de le rattraper.

MARIO DUMONT, chef de l'ADQ – Les Québécois, en voyant le scandale des courses de chevaux, puis en rappelant aux gens que c'est ça le modèle péquiste, et qu'André Boisclair a pas d'idées nouvelles pour sortir du vieux modèle péquiste, j'ai bien l'impression qu'il y a pas mal de Québécois, pendant les fêtes, qui vont regarder dans la tente, puis qui vont dire: « Les Québécois, on n'embarquera jamais là-dedans! » (TVA, 14 décembre 2006)

PIERRE DUCHESNE, journaliste – Un échange particulièrement vif entre André Boisclair et Jean Charest démontre encore une fois que ces deux chefs ne s'apprécient guère. D'une façon originale, le chef du Parti québécois a traité son vis-à-vis de menteur.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – Je ne peux pas le prononcer, mais il commence par un « m », il finit par un « r », puis il y a un « e », un « n », un « t », un « e », un « u » entre les deux.

JEAN CHAREST, Premier ministre du Québec – Il nous a fait la démonstration de son problème de maturité et de jugement. (Radio-Canada, 12 décembre 2006)

Comme l'illustrent tous les extraits précédents, les médias et les adversaires du chef péquiste en viennent à analyser le comportement de ce dernier strictement sous l'angle du manque de jugement. Ainsi, des événements aussi divers que sa participation à un sketch malheureux, sa performance à l'Assemblée nationale, ou encore, ses déclarations lors d'un débat en chambre, sont toutes analysées à travers ce même prisme du manque de jugement.

On pourra bien sûr dire que le rôle des adversaires politiques d'André Boisclair consiste justement à tenter de mettre ce dernier dans les câbles. Ce qui est significatif ici toutefois n'est pas tant l'attitude de Jean Charest et de Mario Dumont que celle des médias, qui retiennent les cadres d'analyse de ces derniers, plutôt que celui d'André Boisclair, voulant qu'il est l'objet d'acharnement. Car, dans le contexte où ses moindres erreurs sont considérées comme de graves problèmes de jugement, c'est bel et bien ce qu'André Boisclair tente de faire : poser en victime. En effet, il accuse Jean Charest et ses principaux ministres de mauvaise foi à son endroit, et demande aux médias et à la population de lui laisser le temps de faire ses preuves.

SOPHIE THIBAUT, journaliste-présentatrice – André Boisclair se donne la note « B+ » pour sa première session parlementaire comme chef du Parti québécois. Dans son bilan de fin d'année, le chef de l'opposition officielle a reconnu sans ambages qu'il avait encore des choses à apprendre avant de pouvoir mériter la note parfaite. Il a accusé Jean Charest et les libéraux d'avoir été mesquins avec leurs allusions à son passé. Des attaques qui, selon lui, visent à détourner l'attention des faiblesses d'un gouvernement au bout du rouleau qui n'a pas respecté ses promesses, ni en baisses d'impôts ni en santé. (TVA, 15 décembre 2006)

CÉLINE GALIPEAU, journaliste-présentatrice – Bilan de session aujourd'hui du chef péquiste André Boisclair. Il se montre très sévère sur le bilan du gouvernement Charest, en particulier dans le domaine de la santé, mais le chef de l'Opposition se dit aussi excédé des attaques répétées du Premier ministre qui se plaît à le décrire comme un leader immature.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – Mais je vois que tout ça n'est qu'une petite « game » politique, sans envergure, qui nous écarte des débats fondamentaux, et je pense que c'est pour ce genre de raison que monsieur Charest lui-même sera discrédité. C'est clair que quand il fait ce genre d'accusation, pis dans les instants qui suivent, il est capable de me faire un clin d'œil pis de me regarder en souriant, que ça fait essentiellement partie d'une petite « game » politique, c'est de la petite tactique « cheap ».
(Radio-Canada, 15 décembre 2006)

Mais le mal est déjà fait, et ses adversaires se montrent impitoyables. En fait, à force d'être réitéré par le Premier ministre Jean Charest de même que par l'ensemble des députés libéraux, le cadrage selon lequel André Boisclair manque de jugement finit par s'imposer avec une telle force, que ses adversaires en viennent à l'utiliser dans tous les contextes, même lorsque cela n'apparaît pas justifié.

SOPHIE THIBAULT, journaliste-présentatrice – Le Premier ministre Jean Charest se donne une meilleure note que son adversaire André Boisclair, qui s'était accordé un « B+ » pour son bilan de fin d'année. Faisant le point sur la fin de la session, monsieur Charest a continué de marteler que monsieur Boisclair fait preuve d'immaturité. [...]

ROBERT PLOUFFE, journaliste – L'arrivée d'André Boisclair à l'Assemblée nationale est loin d'avoir impressionné le Premier ministre. Monsieur Charest ne regrette pas les attaques qui ont parfois volé très bas. Il insiste sur l'immaturité dont fait preuve son adversaire, et ce, sans égard à sa consommation de cocaïne.

JEAN CHAREST, Premier ministre du Québec – Sur la motion sur la nation, on a eu une semaine d'enfantillages de la part d'André Boisclair là-dessus. (TVA, 18 décembre 2006)

PIERRE DUCHESNE, journaliste – En début de soirée, le ministre Corbeil a réagi à la demande de démission faite par André Boisclair. Dans un communiqué, Pierre Corbeil déplore le manque de jugement et l'immaturité du chef du PQ qui s'en est pris à sa compétence pour gérer la forêt. Pierre Duchesne, Radio-Canada, Québec. (Radio-Canada, 19 décembre 2006)

Dans les extraits précédents, le lien n'est pas clair entre le comportement d'André Boisclair et le fait que celui-ci manque ou non de jugement. En effet, débattre de la pertinence ou non d'adopter une motion, ou encore, réclamer la démission d'un ministre

sont des comportements on ne peut plus habituels de la part d'un chef de l'opposition. Il semble donc ici que, voyant l'efficacité du cadrage du manque de jugement, on tente d'utiliser ce même cadrage pour toutes les situations, même celles qui n'ont objectivement rien à voir avec cette prétendue lacune. Quant aux efforts déployés par André Boisclair pour se défendre, ils trouvent bien peu d'écho auprès des médias : son argument voulant qu'il est victime d'acharnement de la part de ses adversaires perce difficilement le filtre médiatique.

Dans la même veine, on remarque que d'autres cadrages utilisés par les médias suivent la même logique que celle qui a été introduite précédemment. En effet, pour toute une série de problèmes et de controverses, on voit apparaître deux cadrages : un premier, promu par les adversaires d'André Boisclair, qui le rend responsable des problèmes et des controverses en question; et un second, mis de l'avant par André Boisclair et ses alliés, qui tente de disculper le chef péquiste et d'attribuer la responsabilité ou le blâme à des facteurs externes. Par exemple, lorsque André Boisclair indique que la démission de Pauline Marois n'est que le premier d'une série de départs, on voit apparaître deux façons d'interpréter l'événement : d'une part, les journalistes et plusieurs députés péquistes affirment que le chef péquiste manque de délicatesse; d'autre part, André Boisclair prétend avoir été mal compris. Si au départ, on note que ces deux cadrages concurrents réussissent à faire leur chemin auprès des journalistes, on se rend compte qu'après un moment, les médias en viennent à privilégier le premier au détriment du second.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – Certains vont faire le choix de quitter. C'est bien qu'il en soit ainsi. Vous avez devant vous un chef qui dirige un nouveau Parti québécois, qui se transforme pour le mieux. Il y a de la vie au Parti québécois.

PAUL LAROCQUE, journaliste – Voilà des propos qui pourraient en froisser quelques-uns au PQ.

PAULINE MAROIS, députée démissionnaire (PQ) – Moi, j'espère quand même qu'il saura retenir quelques-uns d'entre eux. Il faut un équilibre. (TVA, 21 mars 2006)

PIERRE DUCHESNE, journaliste – André Boisclair sera donc à l'Assemblée nationale à l'automne. Mais c'est sa déclaration d'hier qui continue à faire des remous.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – (Hier) Je vous indique qu’il y aura d’autres départs au Parti québécois.

FRANÇOIS GENDRON, député (PQ) – Moi, je dis honnêtement, j’aurais aimé mieux que cette déclaration ne soit pas faite hier. Mais c’est pas une manchette, là, c’est pas ça. [...]

PIERRE DUCHESNE, journaliste – La députée Jocelyne Caron, elle, souhaite d’abord une relève féminine, mais trouve que certains jeunes sont trop pressés.

JOCELYNE CARON, députée (PQ) – Nos jeunes sont habitués d’avoir les choses plus vite, ils sont dans un monde où tout se fait rapidement. Alors même les études pas terminées, ils se sentent prêts à foncer. (Radio-Canada, 21 mars 2006)

DENISE BOMBARDIER, chroniqueuse – Mais, vous savez, dans un parti politique ou dans n’importe quelle société, on ne peut se débarrasser de l’expérience et se débarrasser d’une certaine sagesse aussi, d’une certaine distance et ça vient avec l’âge. Donc, quand on est un jeune et qu’on veut donner sa pleine mesure, il faut avoir à côté de soi des gens qui ont un peu plus d’expérience et qui disent : « Oui, mais fais attention... » Je veux dire, on a besoin de conseillers et, apparemment, c’est sûr que le parti va se vider encore d’une partie de son expérience et ça n’augure pas bien pour l’avenir du parti, c’est clair. (TVA, 20 mars 2006)

Dans les extraits précédents, on voit clairement quel camp les médias choisissent. En effet, aussi bien les mots utilisés par les journalistes que les extraits sonores qu’ils insèrent dans leurs reportages sont de bonnes illustrations du cadrage qu’ils retiennent. On indique que les déclarations du chef péquiste « pourraient [...] froisser » et qu’elles « continue[nt] à faire des remous ». On donne ensuite la parole à des gens qui prennent la contrepartie du point de vue défendu par leur chef. Puis, Denise Bombardier ajoute son grain de sel, en défendant l’expérience. De plus, ces extraits ne donnent pas l’occasion au chef péquiste de préciser ses propos : au contraire, on tient pour acquis que l’interprétation qui a été faite de ses propos est la bonne, et on construit ensuite un reportage sur cette base.

Cette dynamique peut également être observée lorsque le chef péquiste prend position sur la question des accommodements raisonnables et, plus spécifiquement, sur la question du crucifix à l’Assemblée nationale. Alors que plusieurs commentateurs

attribuent les maladresses d'André Boisclair sur ces questions à une mauvaise lecture de l'opinion publique, ou encore, à un manque de sensibilité, André Boisclair, lui, prétend qu'il veut se montrer rassembleur.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – On n'a pas besoin, si j'avais à caricaturer, d'être né ici depuis des générations, blanc, catholique, francophone, syndiqué FTQ, ayant son compte à la Caisse pop et puis possédant la collection d'albums de Céline Dion pour être un « vrai » Québécois.

MICHEL DAVID, chroniqueur, *Le Devoir* – Et ça, ça fait un certain nombre de références historiques et culturelles qui ne sont pas les siennes, [qui] ne sont pas celles de la génération des baby-boomers. Et je pense que ces gens-là se sentent à la fois dépaysés et dépossédés de leur parti et ils ont comme une dent à l'endroit de monsieur Boisclair. Et monsieur Boisclair ne donne pas l'impression de tendre la main beaucoup.

PIERRE DUCHESNE, journaliste – Une analyse que ne partage pas l'entourage d'André Boisclair.

ÉRIC BÉDARD, conseiller d'André Boisclair – Mais c'est sûr que le changement de leadership qu'il y a eu au PQ, l'arrivée d'un chef qui est plus jeune, je pense, établit d'une façon très claire que la souveraineté du Québec, ce n'est pas le rêve d'une génération, c'est le rêve d'un peuple. [...]

PIERRE DUCHESNE, journaliste – Le leadership exercé par André Boisclair suscite plusieurs critiques dans les journaux. Certains lui reprochent son manque de contenu et son incapacité à inspirer les électeurs. (Radio-Canada, 8 juin 2006)

D'un côté, on retrouve donc des gens qui pensent qu'André Boisclair se trompe en adoptant des positions qui rompent avec les anciennes habitudes du Parti québécois. D'autre part, le chef persiste et signe : le Parti québécois doit évoluer et être plus rassembleur. Entre les deux, c'est plus souvent le cadrage qui critique André Boisclair que les journalistes retiennent.

La même logique est aussi à l'œuvre lorsque le chef péquiste, en tentant de prendre ses distances des syndicats, finit par insulter les leaders syndicaux.

SOPHIE THIBAUT, journaliste-présentatrice – Le chef du Parti québécois, André Boisclair, persiste et signe : il ne sera pas à la solde des centrales syndicales. Ce soir, en entrevue au *TVA, 17 heures*, monsieur Boisclair n'a exprimé aucun

regret d'avoir heurté les chefs syndicaux avec ses déclarations sur le copinage passé entre le PQ et les syndicats. Par contre, il a tenu à préciser sa pensée sur la place du crucifix à l'Assemblée nationale. Robert Plouffe.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Fini le temps du copinage entre le PQ et les syndicats, nous avait déclaré André Boisclair.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – Les leaders syndicaux étaient copains-copains, passaient les soirées autour de repas arrosés. Ce n'est pas le type de leadership que j'exerce.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Des propos qui ont blessé les chefs syndicaux et même la présidente du Parti québécois.

MONIQUE RICHARD, président du Parti québécois – Il faut être en mesure de rectifier les choses. Ce sont des échanges que j'aurai avec lui.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – De retour de son voyage en France, André Boisclair, en entrevue à TVA, n'a pas cherché à tempérer cette déclaration incendiaire.

ANDRÉ BOISCLAIR, chef du PQ – Je serai le Premier ministre de tous les Québécois et de toutes les Québécoises. Je ne serai pas, à un moment donné, à la solde d'un groupe ou d'un autre et je veux que ça, ça soit clair.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Mais le mal est fait et il n'est pas corrigé. Le PQ risque de perdre des appuis chez les syndicats à la prochaine élection. Par contre, monsieur Boisclair pourrait regagner ceux qui se sont offusqués de l'entendre dire que le crucifix n'a pas sa place à l'Assemblée nationale. [...] André Boisclair collectionne les impairs. Il doit rétablir les ponts avec les syndicats et refaire l'unité du parti [...]. (TVA, 29 janvier 2007)

La partie la plus intéressante de cet extrait est sans doute sa toute fin, lorsque le journaliste tient pour acquis que ce qu'André Boisclair a dit relève de l'« impair ». Or, à écouter le chef péquiste parler, ce dernier ne juge pas s'être mis les pieds dans les plats puisqu'il réitère ses paroles de la veille. Pour qualifier les propos d'André Boisclair d'« impair », il faut donc que le journaliste prenne le parti de ceux qui critiquent le chef du Parti québécois, et qui voient dans ce qu'il dit, non pas une simple prise de position, mais bien une erreur stratégique. En soit, vouloir prendre ses distances des syndicats n'est pas nécessairement un « impair ». Ce peut être au contraire une stratégie pour attirer une certaine catégorie d'électeurs. Qualifier cette déclaration d'« impair » relève donc du

jugement. En l'occurrence, il apparaît clairement que les journalistes ont privilégié le cadrage blâmant André Boisclair, au détriment de celui mettant en valeur ses propos.

Mais c'est lors de la publication de sondages défavorables au Parti québécois, en janvier 2007, qu'on peut distinguer ces cadrages le plus clairement. D'une part, certains membres du Parti québécois n'hésitent pas à attribuer la responsabilité de ces mauvais sondages à André Boisclair personnellement. D'autre part, André Boisclair lui-même – de même que certains de ses proches – y voit plutôt le reflet d'événements récents ayant marqué la vie politique québécoise, comme l'élection du gouvernement conservateur de Stephen Harper, qui a promis de faire preuve d'ouverture à l'égard des demandes des Québécois.

SOPHIE THIBAULT, journaliste-présentatrice – André Boisclair va-t-il passer l'hiver? En tout cas, au fur et à mesure que le Parti québécois dégringole dans les sondages, la grogne monte chez les militants. [...]

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Pour la première fois depuis plus de deux ans, le PQ tombe second dans les sondages. Que ce soit celui du *Devoir* – Léger Marketing, ou du CROP – *La Presse*, les libéraux reprennent la tête.

PHILIPPE COUILLARD, ministre de la Santé – Il y a des progrès qui sont indubitables, et sur la seule base du bilan, je crois qu'on mérite un deuxième mandat.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – L'ADQ aussi a des raisons de se réjouir. D'abord parce que son président Gilles Taillon confirme sa candidature dans Chauveau, à Québec. Mais aussi parce que les accommodements raisonnables propulsent l'ADQ vers le haut. Le sondage Léger Marketing lui accorde 24 % d'intentions de vote.

MARIO DUMONT, chef de l'ADQ – On sent du mouvement, on sent de l'adhésion, et les sondages ne font que confirmer ça.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Le PQ continue, lui, sa dégringolade. Seize points perdus depuis l'arrivée d'André Boisclair à sa tête.

JOURNALISTE NON-IDENTIFIÉ – Ça va pas bien pour le Parti québécois, Monsieur Bouchard?

CAMIL BOUCHARD, député (PQ) – J'ai pas de commentaires sur les sondages.

JOURNALISTE NON-IDENTIFIÉ – Commencez-vous à vous inquiéter un peu des résultats et de votre chef? Est-ce que vous vous inquiétez?

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Si les députés du PQ refusent de commenter, des militants de la première heure se vident le cœur.

YVES MICHAUD, militant péquiste – Soyons clairs, il me déçoit. Je ne peux pas utiliser la langue de bois, là, oui, il me déçoit.

FERNAND DAOUST, militant péquiste – Il y a un malaise et je serais drôlement hypocrite de vous dire que tout va pour le mieux dans le meilleur des mondes, mais c'est tout à fait le contraire.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Messieurs Michaud et Daoust attribuent les mauvais résultats de sondage à André Boisclair. Ses déclarations insensées, disent-ils, sur les syndicats, sa maladresse sur la place du crucifix à l'Assemblée nationale, sa mollesse dans le débat sur les accommodements raisonnables.

YVES MICHAUD, militant péquiste – Il y a un sérieux problème de leadership, alors...

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Ils en viennent à envisager le retour de Bernard Landry et invitent André Boisclair à une profonde réflexion.

FERNAND DAOUST, militant péquiste – Est-ce qu'il pense qu'il a encore la confiance du peuple québécois ou d'une portion avantageuse de ce dernier? [...]

ROBERT PLOUFFE, journaliste – Mais l'ancien chef péquiste fait très peu pour calmer le jeu.

BERNARD LANDRY, ancien chef du PQ – Ce sondage-là devrait faire réfléchir profondément et le parti et le chef sur les corrections à apporter.

ROBERT PLOUFFE, journaliste – De Bernard Landry, certains militants disent qu'il dort tout habillé. Allusion directe à son désir de revenir à la tête du PQ. Mais ça serait bien mal connaître André Boisclair que de croire qu'il va rester les bras croisés. Mais il ne peut plus ignorer la gronde qui couve dans son parti. Robert Plouffe, TVA, à Québec. (TVA, 30 janvier 2007)

BERNARD LANDRY, ancien chef du PQ – Quand j'ai quitté, on était à 47 %, je pense.

BERNARD DRAINVILLE, journaliste – Mais la critique la plus cinglante est venue de l'ex-Premier ministre Bernard Landry. À la station CHOI-FM de Québec, il a parlé de la mollesse d'André Boisclair sur les accommodements raisonnables et de la déconfiture du parti depuis qu'il est chef. Puis, en entrevue à *Dominique Poirier en direct*, Bernard Landry en a rajouté, reprochant à André Boisclair de vouloir décrocher le crucifix de l'Assemblée nationale.

BERNARD LANDRY, ancien chef du PQ – Il a dit que c'était son opinion personnelle, mais encore là, c'était pas un geste extraordinairement brillant.

BERNARD DRAINVILLE, journaliste – Et il a conseillé à André Boisclair de faire preuve d'humilité.

BERNARD LANDRY, ancien chef du PQ – C'est pour lui l'occasion d'être plus soigneux à l'avenir, de changer, d'être plus modeste. La modestie, ça attire aussi une certaine sympathie. (Radio-Canada, 30 janvier 2007)

Au cours des mois précédant la publication de ces sondages défavorables au Parti québécois, de nombreuses controverses ébranlent bien sûr la crédibilité du chef péquiste. D'autres événements, qui n'ont rien à voir avec le Parti québécois, ébranlent cependant l'appui des électeurs pour le PQ. C'est notamment le cas de l'élection de Stephen Harper à la tête d'un gouvernement minoritaire, puis des différents gestes que ce dernier pose – ce qui inclut notamment l'attribution d'un siège au Québec au sein de la délégation canadienne à l'UNESCO, et la reconnaissance de la nation québécoise « au sein d'un Canada uni ». Or, les extraits précédents occultent complètement ces aspects de la réalité, pour attribuer uniquement la débandade du Parti québécois au leadership d'André Boisclair. La décision des journalistes de ne présenter que des extraits sonores de membres du Parti québécois exprimant leur frustration à l'égard du chef péquiste est aussi révélatrice, puisqu'il est très probable que les journalistes aient aussi parlé à des gens ayant pris la défense du chef péquiste. Les mots utilisés sont aussi révélateurs de l'opinion des journalistes : « déclarations insensées », « maladresse », « mollesse », « cinglante », « déconfiture ».

Pour résumer, bien que les cadrages spécifiques retenus par les médias varient d'une situation à l'autre, on peut dire qu'il existe, de manière générale, une tension entre deux cadrages principaux tout au long de la période étudiée. Un premier cadrage qui rend responsable André Boisclair des différentes controverses qui émaillent son parcours

politique; un second cadrage qui attribue cette responsabilité à l'acharnement médiatique et à des événements extérieurs n'engageant pas la responsabilité du chef péquiste. Or si, au départ, les deux cadrages occupent ni plus ni moins la même place dans la couverture médiatique, le premier de ces cadrages prend progressivement plus de place et finit par dominer complètement le second cadrage. En conséquence, on peut dire que, plus la couverture progresse, plus elle tend à rendre André Boisclair responsable de ses propres malheurs. Par ailleurs, plus la couverture progresse, plus elle fait sienne les critiques formulées par les adversaires d'André Boisclair, c'est-à-dire qu'elle accorde une légitimité croissante aux critiques voulant que le chef péquiste fasse preuve d'immatunité, qu'il manque de jugement, qu'il manque de contenu. En ce sens, l'évolution des cadrages correspond à l'évolution des facteurs que nous avons déjà explorés au chapitre précédent. Plus la couverture progresse, plus elle est négative pour André Boisclair, et plus elle met l'accent sur des objets qui lui sont défavorables. Il serait futile de tenter de déterminer si la couverture devient plus négative parce que les cadrages sont moins favorables au chef péquiste ou si les cadrages sont moins favorables parce que la couverture est plus négative. En effet, les deux tendances coexistent et se renforcent l'une l'autre.

Par ailleurs, certaines remarques d'André Boisclair sont interprétées à l'aune du manque de modestie. C'est ainsi que plusieurs jugent le chef du Parti québécois prétentieux d'avoir dit « J'arrive! », en référence à son retour à l'Assemblée nationale, comme si son arrivée en chambre allait fondamentalement changer la donne parlementaire. Jean Charest le tourne même en dérision en pleine Assemblée nationale :

JEAN CHAREST, Premier ministre du Québec – Le chef de l'opposition officielle, maintenant devenu le député de Pointe-aux-Trembles, Monsieur le Président, je vous préviens, il est arrivé! (Rires de l'Assemblée.) (TVA, 17 octobre 2006)

De plus, on remarque avec le recul que le « J'arrive! » d'André Boisclair a surtout eu pour effet d'augmenter les attentes à son endroit. Les problèmes de leadership auxquels il fait ensuite face, une fois entré à l'Assemblée nationale, sont donc plus cruels, du fait qu'ils ont en partie été provoqués par sa propre fanfaronnerie. Se montrer prétentieux, même quand on accomplit quelque chose, est souvent mal perçu; avoir la même attitude quand on n'a pas encore fait ses preuves est encore pire.

BERNARD DRAINVILLE, journaliste – André Boisclair avait créé de grandes attentes. Il avait dit : « J'arrive, Monsieur Charest! » Sauf que dans les affrontements quotidiens à la Chambre, je vous dirais pas que c'est monsieur Boisclair qui a eu le dessus le plus souvent face à Jean Charest, très aguerri. Vous savez, on sait toujours pas à quoi ressemblerait un gouvernement d'André Boisclair. On sait toujours pas ce que ça changerait André Boisclair comme Premier ministre, puis cette parodie de *Brokeback Mountain*, ça lui a beaucoup nui. Ça a permis aux libéraux de l'attaquer sur son soi-disant manque de maturité. Ils faisaient évidemment référence à travers ce mot de maturité à ses frasques passées, sa consommation, et tout le reste, donc il sort, lui aussi, un peu affaibli de cette session automnale quoi qu'il continue de mener dans les intentions de vote chez les francophones, il faut le noter. (Radio-Canada, 14 décembre 2006)

Dans la même veine, l'« équipe de rêve » promise par le chef péquiste suscite la suspicion autant que la moquerie, et fait dire à plusieurs qu'André Boisclair ne devrait pas surestimer ses capacités :

CLAUDE BÉCHARD, ministre de l'Environnement – C'est un petit peu dommage quand monsieur Boisclair parle de renouvellement, d'équipe de rêve... Je pense que monsieur Boisclair rêve plus d'une équipe [qu'il] n'a une équipe de rêve. (TVA, 16 janvier 2007)

Certains chroniqueurs font d'ailleurs référence à cette soi-disant vanité du chef péquiste, qui refuserait même d'écouter ses propres conseillers :

MICHEL DAVID, chroniqueur, *Le Devoir* – On l'a [André Boisclair] laissé aller beaucoup. Il n'écoutait personne pendant des mois. [...] [Maintenant] il y a trois choses qu'il doit faire : d'abord, arrêter de faire des gaffes à répétition. Parce que là, une semaine après l'autre, ça déboule. Deuxièmement, il va devoir mieux s'entourer. Je pense que là, il s'est rendu compte lui-même et tout le monde autour de lui qu'il n'a pas l'entourage nécessaire pour faire une bonne campagne et une bonne précampagne. Alors, il y a toutes sortes de noms qui circulent, par exemple Louis Bernard. Il y a des gens qui voudraient le voir revenir dans l'entourage de monsieur Boisclair. Ça, ça serait quelqu'un qui pourrait lui dire : André, ça, ça n'a pas de bon sens. Encore faudrait-il qu'il veuille l'écouter. Et jusqu'à présent, il y a eu un gros problème de ce côté-là, il ne voulait pas écouter personne. (Radio-Canada, 1^{er} février 2007)

Comme l'illustre l'extrait précédent, on a tellement dit qu'André Boisclair n'écoutait que lui-même qu'à la veille du déclenchement des élections générales, cela devient un fait de notoriété publique. Plus précisément, il semble que l'accumulation d'incidents impliquant André Boisclair finit par laisser croire à la population qu'André Boisclair est un homme très centré sur lui-même. Après plusieurs mois de couverture, cette perception est si fortement imprégnée qu'elle devient presque un fait dans la bouche des journalistes.

Finalement, d'autres cadrages mineurs sont également mis en compétition les uns avec les autres à d'autres moments de la période étudiée. Par exemple, certains adversaires du chef péquiste – dont certains membres de Québec solidaire – tentent de dépeindre André Boisclair comme un homme de droite, alors que le chef péquiste présente lui ses idées, en insistant pour dire qu'elles sont des idées rassembleuses, dont la mise en place profitera à tous les Québécois.

En somme, plus la couverture évolue, plus la tenue d'élections générales approche, plus les journalistes deviennent critiques. En ce sens, il n'est pas surprenant de constater que, plus les jours passent, plus les médias adoptent les cadres de référence qui sont mis de l'avant, non pas par le chef lui-même, mais plutôt par les adversaires de ce dernier. On sent aussi dans les reportages et dans les questions des journalistes un plus grand scepticisme – voire une certaine agressivité à certains moments. Par ailleurs, on note que les médias ont une nette tendance à retenir des cadrages qui personnalisent les nouvelles politiques, et qui attribuent des blâmes aux chefs de parti qu'ils couvrent. En ce sens, les constats auxquels nous sommes parvenus sont conformes à la littérature existante.

En effet, l'analyse des différents cadrages retenus par les médias pour parler d'André Boisclair concorde à la fois avec ce que nous avons constaté au chapitre précédent et avec ce que des auteurs tels Nadeau et Mendelsohn, d'une part, et Zaller et Hunt, d'autre part, ont déjà constaté. Bien entendu, les études de ces auteurs traitent de chefs émergents qui n'ont pas le même parcours qu'André Boisclair. N'empêche, les similarités sont importantes : dans l'ensemble des cas étudiés, plus on s'approche d'un moment important de la vie politique, plus la couverture médiatique devient sévère à l'égard des politiciens. Dans le cas d'André Boisclair, ce cycle se répète même deux fois,

puisque ce dernier fait face à deux défis importants : d'une part remporter la course à la direction du Parti québécois et, d'autre part, remporter les élections générales de mars 2007. D'ailleurs, autant André Boisclair que ses adversaires mettent de l'avant, chacun de leur côté, les mêmes cadrages au cours de ces deux périodes. Durant la course à la direction du PQ, André Boisclair met de l'avant sa jeunesse et son dynamisme. Les autres candidats contre-attaquent en s'en prenant au jugement et à la maturité d'André Boisclair qui, lui, répond qu'il fait l'objet d'attaques personnelles et d'acharnement médiatique. Puis, après avoir été élu chef de sa formation politique, André Boisclair tente de nouveau de se démarquer en mettant de l'avant sa jeunesse. Il affirme vouloir rompre avec les positions traditionnelles du PQ, et incarner un nouveau type de leadership. Les adversaires du chef péquiste – qui ne sont toutefois pas les mêmes, les membres du PQ s'étant presque tous rangés derrière lui – répliquent en évoquant à nouveau l'épisode de la cocaïne, et en mettant en doute le jugement, la maturité et les idées du chef péquiste. Ce dernier se défend encore en accusant ses adversaires de « mesquinerie », et en s'en prenant aux médias.

Or, il semble que la réponse du public soit différente d'un cycle à l'autre. En effet, lors de la course à la direction du PQ, il ressort des sondages que l'opinion publique est d'accord avec André Boisclair, lorsque celui-ci se dit victime d'acharnement de la part des médias et de ses adversaires. La donne est cependant tout autre à la veille du déclenchement des élections générales de mars 2007, lorsque le Parti québécois se fait dépasser dans les sondages par le Parti libéral. La jeunesse d'André Boisclair, qui avait été un atout pour lui lors de la course à la direction du parti, semble même devenir un boulet, dans la mesure où le public vient à percevoir cette jeunesse (et le style de vie qui vient avec) comme étant la cause des problèmes du chef péquiste – consommation de cocaïne, allégations de manque de jugement, de manque de maturité, de manque de contenu, vantardise. Entre les deux cycles a lieu un bref intermède durant lequel il est peu question d'André Boisclair. C'est toutefois durant cet intermède que le doute est semé, et que les adversaires du chef péquiste affutent leurs couteaux en vue de leur prochaine attaque – une deuxième attaque qui sera beaucoup plus dommageable pour le chef péquiste.

L'autre fait intéressant qui ressort de cette analyse, est la façon dont la notion du « manque de jugement » vient à être utilisée – à la fois par les adversaires du chef péquiste, mais également par les journalistes – comme une espèce de fourre-tout. En

effet, les adversaires d'André Boisclair trouvent que ce qualificatif sied si bien au chef, qu'ils en viennent à l'utiliser à tort et à travers. En ce sens, cette notion en vient à faire référence à plusieurs des traits identifiés par Kinder comme étant importants aux yeux du public. Dans certains cas, cette notion de « manque de jugement » vise à mettre en doute la compétence du chef péquiste – lorsqu'on lui reproche de manquer de discernement, d'être incapable de bien lire l'opinion publique. Dans d'autres cas, comme lorsqu'il est question de la cocaïne par exemple, c'est davantage l'intégrité de ce dernier qui est mise en doute. Finalement, lorsqu'on associe le soi-disant manque de jugement d'André Boisclair à son manque d'écoute, on tente de mettre en exergue son manque d'empathie – voire son arrogance. C'est notamment le cas lorsqu'on lui reproche ses commentaires sur le départ de Pauline Marois, ou encore, lorsqu'on le blâme pour ses excès d'enthousiasme envers sa propre personne.

CONCLUSION

Cet essai a abordé la question de la personnalisation de la politique et du rôle que jouent les médias dans la définition de la personnalité publique des nouveaux chefs de parti. Nous avons tout d'abord expliqué comment l'émergence des médias de masse redéfinit les façons de faire des hommes et des femmes politiques. Cette explication nous a ainsi permis d'exposer dès le départ les raisons qui expliquent pourquoi le phénomène de la personnalisation de la politique est indissociable de l'arrivée de la télévision dans notre quotidien. Nous avons ensuite passé en revue différentes études qui ont été menées depuis les années 1950. Nous avons ainsi eu l'occasion de voir comment les chercheurs intéressés à la question avaient développé les théories auxquelles nous avons aujourd'hui recours pour comprendre cet enjeu. De cette revue littéraire, nous avons retenu qu'il existe bel et bien une corrélation entre la perception qu'ont les citoyens des leaders des principaux partis politiques, et le comportement électoral de ces mêmes citoyens. Nous avons également identifié les caractéristiques qui étaient les plus susceptibles d'avoir une incidence sur le vote des électeurs, à savoir, la perception de compétence, d'intégrité, de compassion et de leadership associée à chacun des candidats. Nous avons également retenu de cette revue littéraire que l'ensemble des électeurs – peu importe leur niveau d'éducation – étaient susceptibles de se laisser influencer par leurs perceptions des chefs de parti, bien que ceux pour qui la télévision représente le principal moyen de s'informer sont plus susceptibles de laisser leurs perceptions des leaders politiques influencer leur vote que ceux qui ont les journaux comme source d'information première.

Nous avons ensuite expliqué de quelle façon les médias alimentent la perception qu'ont les électeurs de la personnalité des politiciens. Nous avons entre autres cité Iyengar et Kinder, qui ont démontré l'existence du phénomène de l'« agenda-setting », qui se définit comme la capacité des médias à établir l'ordre du jour sociétal en choisissant de mettre l'accent sur certaines nouvelles au détriment d'autres sujets. Ces chercheurs ont également démontré l'existence du phénomène appelé « priming », qui consiste à mettre en exergue certains aspects d'une question, ce qui a pour effet de pousser les électeurs à juger un problème quelconque sur la base des aspects précis mis en évidence par les médias. Dans la même veine, nous avons également cité les travaux d'Entman sur le cadrage. Nous avons vu comment, de par la façon qu'ils ont d'aborder un

sujet, les médias peuvent influencer la façon dont la population conçoit une situation et l'évalue. Nous avons également compris pourquoi les partis politiques investissent tant de ressources pour tenter de convaincre les médias d'adopter leurs cadrages. Nous nous sommes ensuite tournés vers les travaux de Denis Monière afin de voir de quelle façon peut être évaluée la couverture médiatique des hommes et des femmes politiques. De son étude sur la campagne électorale québécoise de 1989, nous avons retenu qu'on peut analyser le travail des médias à l'aide d'outils lexicométriques, mais également en portant une attention particulière au ton et aux objets des nouvelles. Finalement, nous nous sommes penchés sur les travaux de Mendelsohn et Nadeau, et de Zaller et Hunt, qui ont observé l'évolution de la couverture médiatique dont ont fait l'objet différentes personnalités. Nous avons retenu de leurs recherches que plus le temps passe, plus les médias se montrent critiques à l'endroit des leaders émergents. En effet si, au départ, les journalistes sont plutôt passifs et se contentent de relayer l'information sans trop la commenter, plus les leaders se rapprochent du pouvoir, plus les reporters se montrent sceptiques et critiques dans leur couverture.

Une fois ces écrits passés en revue, nous nous sommes penchés sur la course à la direction du Parti québécois afin d'évaluer la couverture médiatique dont a été l'objet le candidat André Boisclair. Nous avons ensuite poursuivi notre analyse jusqu'au déclenchement des élections générales de mars 2007, que le nouveau chef péquiste a perdues. Notre travail a été guidé par deux questionnements principaux : (i) la couverture dont fait l'objet André Boisclair évolue-t-elle au gré des événements? Dans l'affirmative, les cycles observés dans la couverture dont est l'objet le chef péquiste correspondent-ils aux cycles observés par d'autres chercheurs à propos d'autres politiciens?; (ii) lorsqu'ils tracent le portrait des nouveaux chefs de parti, quels critères les médias utilisent-ils? Ces critères sont-ils les mêmes que ceux qui sont réputés être importants pour les électeurs dans la littérature scientifique? Pour mener à bien notre analyse, nous avons étudié toute une série de données qualitatives et quantitatives. Nous nous sommes entre autres intéressés au format des nouvelles diffusées, à leur ton et à leurs objets. Nous avons ensuite examiné comment chacun de ces aspects avait évolué durant la période étudiée, et nous avons tenté de voir si certains objets avaient fait l'objet d'une couverture plus positive ou négative que d'autres. Nous avons ensuite étudié, grâce à l'utilisation d'un logiciel lexicométrique, la liste des mots revenant le plus fréquemment dans la couverture

dont a été l'objet André Boisclair. Au chapitre suivant, nous avons examiné les différents cadrages qu'ont utilisés les journalistes pour parler d'André Boisclair. Nous avons notamment pu voir la compétition existant entre cadrages rivaux, et constaté qu'au fur et à mesure que la couverture progresse, les choix faits par les journalistes évoluent également.

De façon globale, nous avons constaté qu'on pouvait distinguer essentiellement cinq phases dans la couverture médiatique dont a été l'objet André Boisclair. La première phase de couverture commence le jour de la démission de Bernard Landry – soit au tout début de la période étudiée – et s'étend jusqu'à la mi-septembre 2005, lorsqu'il est révélé qu'André Boisclair a consommé de la cocaïne alors qu'il était ministre. Cette phase est caractérisée par un volume de couverture relativement faible et un ton décidément positif. La couverture, durant cette période, traite surtout d'organisation et de stratégie politiques, étant donné le contexte de course à la direction dans lequel se trouve le Parti québécois. Les cadrages retenus par les médias sont ceux de la jeunesse et du dynamisme d'André Boisclair, d'une part, et du problème d'image de Pauline Marois, d'autre part. Cela se reflète également dans le nombre de nouvelles qui traitent de traits de personnalité idiosyncratiques.

Mais cette phase de couverture ne dure pas très longtemps. Dès lors qu'on est mis au fait des frasques de « jeunesse » d'André Boisclair, la couverture médiatique prend une toute autre tournure : son volume augmente, son ton devient résolument négatif, et ses objets se recentrent autour de trois aspects principaux, soit le style de vie d'André Boisclair, ses traits de personnalité et les attaques formulées envers lui. Plus spécifiquement, en ce qui concerne les traits de personnalité du chef péquiste, nous notons, durant cette période, une hausse considérable du nombre de nouvelles mettant l'accent sur l'intégrité du politicien. Les journalistes se mettent aussi en scène, et se présentent comme ceux qui recherchent la vérité, alors qu'ils présentent le futur chef péquiste comme un homme qui tente de la cacher. Bien entendu, on note, d'un mois à l'autre, durant cette période, quelques variations mais, globalement, les tendances restent les mêmes.

La troisième période de couverture que nous avons identifiée s'étend du lendemain de l'élection d'André Boisclair à la tête du Parti québécois jusqu'à l'été 2006. C'est durant cette période que le volume de couverture atteint ses plus bas niveaux.

Lorsqu'il est question d'André Boisclair, c'est surtout en référence à l'organisation et à la stratégie politiques, et quelquefois en référence à des prises de position ou à des attaques formulées par le chef péquiste. Du fait qu'on parle beaucoup de stratégie politique, la couverture est plutôt neutre. Quant aux cadrages, on en dénombre deux : un premier, qui met l'accent sur l'absence d'André Boisclair, et un second, qui traite des efforts du chef péquiste pour créer une nouvelle unité au sein du Parti québécois.

La quatrième phase court pour sa part de l'été 2006, lorsqu'il est annoncé qu'André Boisclair sera candidat à l'élection partielle dans la circonscription de Pointe-aux-Trembles, jusqu'à son entrée à l'Assemblée nationale. Durant cette période, la couverture redevient plus positive – bien qu'elle n'atteigne jamais les niveaux enregistrés lors de la première phase. Les médias commencent à parler de plus en plus des idées d'André Boisclair, et ce dernier commence à attaquer de plus en plus ses adversaires. Les reportages parlant du chef péquiste abordent notamment la déclaration de Jean Charest à l'effet qu'il soit possible pour le Québec de devenir souverain d'un point de vue économique, les victoires décisives du Parti québécois lors des élections partielles et le retour attendu d'André Boisclair à l'Assemblée nationale.

Finalement, la dernière phase de couverture débute avec l'entrée du nouveau député de Pointe-aux-Trembles à l'Assemblée nationale, et se poursuit jusqu'à la fin de la période étudiée. Cette phase de la couverture est très négative. Durant cette période, les attaques de toutes sortes se font plus nombreuses, mais surtout, on parle de la personnalité d'André Boisclair comme on ne l'a jamais fait auparavant. Bien que le chef péquiste tente de parler de questions de fond, les journalistes parlent surtout de l'insatisfaction qui gronde au sein du PQ à l'égard du chef. Ces derniers cadrent aussi les nouvelles de telle sorte à rendre André Boisclair responsable des déboires de son parti, et notamment, de la chute du Parti québécois dans les sondages.

Ainsi, bien que chaque cas soit unique, nous pouvons conclure que la couverture dont a été l'objet André Boisclair suit les tendances observées à propos d'autres leaders émergents. Si les médias se montrent, aux premiers jours de la course à la direction du PQ, complaisants à l'égard d'André Boisclair, ils se montrent par la suite beaucoup plus incisifs dans leur façon de traiter le chef péquiste. Une brève période de tranquillité suit l'élection d'André Boisclair à la tête du Parti québécois, mais celle-ci est de courte durée, puisque le cycle déjà observé recommence rapidement. Les médias se montrent peu

critiques à l'égard du chef péquiste lorsque celui-ci se porte candidat et remporte la mise dans la circonscription de Pointe-aux-Trembles, mais le ton redevient ensuite négatif – voire agressif – au fur et à mesure que les élections générales approchent. Ces deux cycles se ressemblent d'ailleurs par les cadrages qui sont mis de l'avant à la fois par l'équipe d'André Boisclair et par les adversaires de ce dernier. S'il y a bien sûr des hauts et des bas, selon les circonstances, il ressort globalement que, plus la couverture progresse, plus elle se recentre autour d'objets qui sont défavorables à André Boisclair, notamment ses traits de personnalité et les attaques de ses adversaires contre lui. À cet effet, il faut souligner que les journalistes ont implicitement recours aux critères de personnalité qui sont réputés être importants aux yeux du public. En effet, tant l'analyse lexicométrique que l'étude des cadrages et des objets de couverture démontrent que les médias ont surtout recours aux critères que sont la compétence, l'intégrité, la compassion et le leadership dans leur évaluation du chef péquiste.

À la lumière de ces résultats, on peut s'interroger sur la décision qu'a prise André Boisclair de rester en retrait de la politique quotidienne pendant si longtemps en refusant de rentrer rapidement à l'Assemblée nationale. Bien entendu, les efforts du chef péquiste pour rebâtir le parti auront peut-être été utiles au PQ sur le plan interne, mais ce travail en coulisses aura surtout contribué à rendre le chef très peu visible pendant les premiers mois de son mandat. Cette absence aura permis à ses adversaires d'occuper toute la place, et leur aura donné l'occasion de définir eux-mêmes la personnalité du nouveau leader.

De plus, il ressort clairement de l'analyse des données qu'André Boisclair a eu tort d'être si longtemps sans exprimer clairement ses idées. En effet, les adversaires du chef péquiste lui ont souvent reproché de ne pas avoir d'opinions. Or, à l'examen des données, on se rend compte que cela n'est pas vraiment exact. En fait, André Boisclair a bel et bien pris position sur un grand nombre d'enjeux. Il a cependant attendu trop longtemps avant de le faire – soit à l'été 2006, un an donc après son retour sur la scène publique –, ce qui a renforcé la perception selon laquelle il n'avait pas d'idées. Le fait qu'André Boisclair ait tant misé sur sa jeunesse et son dynamisme lors de la course à la direction du Parti québécois s'est aussi retourné contre lui. En attirant l'attention des médias sur certains aspects de sa personnalité, le chef a aussi ouvert la porte à des critiques portant sur d'autres aspects de cette dernière.

Bien sûr, comme l'ont déjà noté plusieurs analystes, André Boisclair n'est pas le seul à blâmer pour la débandade du Parti québécois aux élections de mars 2007. En effet, au moment de choisir son nouveau chef, le PQ était au plus haut dans les intentions de vote alors que le gouvernement de Jean Charest bâtit des records d'impopularité. Sur le front fédéral, la porte était fermée à toute revendication de la part du Québec. L'idée même du fédéralisme était entachée par les révélations de la commission d'enquête présidée par le juge à la retraite John Gomery. Croire que le Parti québécois aurait été capable de maintenir un tel momentum – et ce, au-delà du chef choisi – était illusoire. L'élection de Stephen Harper a d'ailleurs rapidement mis fin à cette période de grâce pour les souverainistes. En ce sens, André Boisclair n'est pas le seul responsable de la chute du PQ dans les intentions de vote. Par contre, les nombreuses erreurs stratégiques qu'il a commises – notamment ses prises de position allant à l'encontre de l'opinion publique sur plusieurs sujets sensibles – et, surtout, la façon dont a été présentée sa personnalité ont beaucoup nui à ses chances de devenir Premier ministre. À cet égard, André Boisclair a donc, lui aussi, une lourde responsabilité à porter pour son échec.

Ce mémoire ne résout toutefois pas entièrement la question de savoir si la construction de la personnalité publique des nouveaux chefs de parti se fait uniquement sur la base de traits « objectifs », qui existent indépendamment du regard que posent les journalistes, ou si ce sont les journalistes qui attribuent aux politiciens certains traits à la lumière desquels ils évaluent ensuite le comportement de ces derniers. Face à un tel dilemme, il est tout à fait plausible de croire que la réalité participe de ces deux logiques. Ultiment cependant, c'est aux politiciens qu'il revient de convaincre les journalistes des qualités qu'ils possèdent, et de leur démontrer qu'ils n'ont pas les défauts qu'on leur attribue.

Au terme de ce parcours, force est donc de constater que les médias jouissent de beaucoup de pouvoir. En l'espace de quelques semaines – voire de quelques jours –, ils peuvent présenter une seule et même personne en des termes totalement différents. Qui plus est, loin d'être objectifs, les reportages des journalistes laissent très souvent transparaître l'opinion qu'ils ont du sujet qu'ils traitent : on sent souvent les rapports d'animosité qui existent entre eux et les politiciens, et ils n'hésitent pas à se mettre en scène eux-mêmes comme gardiens du droit du public à l'information, qu'ils se sentent investis de protéger contre les velléités des hommes et des femmes politiques. Cela est

visible de par le choix des mots des journalistes, de même que par le choix des extraits sonores et des images qui meublent leurs reportages. On peut également le déduire à la façon qu'ils ont de cadrer les sujets qu'ils traitent, et de mettre en contexte l'information.

À présent, il serait intéressant de se pencher sur le rôle que jouent la construction de la personnalité publique des hommes et des femmes politiques par les médias sur les choix électoraux des citoyens. Malheureusement, il semble que peu de chercheurs se soient intéressés à cette question jusqu'à présent, surtout dans le contexte québécois. Il s'agirait là d'une piste à explorer, piste dont le cas d'André Boisclair – voire celui de Stéphane Dion – pourrait aussi servir d'objet d'étude.

BIBLIOGRAPHIE

- Bardin, Laurence. 1977. *L'analyse de contenu*. Paris : Presses universitaires de France.
- Bean, Clive. 1985. The Impact of Short-term Forces on the Vote. In *New Zealand Politics in Perspective*, éd. Hyam Gold, 334-347. Auckland : Longman Paul.
- Bean, Clive et Anthony Mughan. 1989. Leadership Effects in Parliamentary Elections in Australia and Britain. *The American Political Science Review* 83 : 1165-1179.
- Bean, Clive. 1993. The Electoral Influence of Party Leader Images in Australia and New Zealand. *Comparative Political Studies* 26 : 111-132.
- Bowler, Shaun et David M. Farrell. 1992. The Study of Election Campaigning. In *Electoral Strategies and Political Marketing*, éd. Shaun Bowler et David M. Farrell, 1-23. New York : St. Martin's Press.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Donald E. Stokes et Warren E. Miller. 1960. *The American Voter*. New York : John Wiley.
- Charron, Jean et Jacques Lemieux. 1991. Les médias, les sources et la production de l'information. In *Les journalistes, les médias et leurs sources*, éd. Jean Charron, Jacques Lemieux et Florian Sauvageau, 1-30. Boucherville (Québec) : Gaëtan Morin.
- Clarke, Harold D., Jane Jenson, Lawrence LeDuc et Jon H. Pammett. 1984. *Absent Mandate: The Politics of Discontent in Canada*. Toronto : Gage Publishing.
- Dobrzynska, Agnieszka. 2002. *La couverture médiatique en campagne électorale : le cas de l'élection fédérale canadienne de 1997*. Montréal : Université de Montréal.
- Entman, Robert M. 2004. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago : University of Chicago Press.
- Funk, Carolyn. Understanding Trait Inferences in Candidate Images. *Research in Micropolitics* 5 : 97-123.
- Gidengil, Elisabeth et Joanna Everitt. 2006. Gender, Media Coverage, and the Dynamics of Leader Evaluations. In *Capturing Campaign Effects*, éd. Henry E. Brady et Richard Johnston, 336-355. Ann Arbor (Michigan) : The University of Michigan Press.
- Glass, David P. 1985. Evaluating Presidential Candidates: Who Focuses on Their Personal Attributes? *The Public Opinion Quarterly* 49 : 517-534.
- Goffman, Erving. 1991. *Les cadres de l'expérience*. Paris : Les éditions de minuit.

- Graber, Doris. 1976. Press and TV as Opinion Resources in Presidential Campaigns. *Public Opinion Quarterly* 40 : 285-303.
- Iyengar, Shanto et Donald R. Kinder. 1987. *News that Matters*. Chicago : Chicago University Press.
- Johnson, Richard. 2002. Prime Ministerial Contenders in Canada. In *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*, éd. Anthony King, 158-183. Oxford : Oxford University Press.
- Keeter, Scott. 1987. The Illusion of Intimacy: Television and the Role of Candidate Personal Qualities in Voter Choice. *Public Opinion Quarterly* 51 : 344-358.
- Kinder, Donald R. 1986. Presidential Character Revisited. In *Political Cognition: The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition*, éd. R. R. Lau et D.O. Sears. Hillsdale (New Jersey) : Lawrence Erlbaum Associates.
- Krippendorff, Klaus. 1987. Association, Agreement, and Equity. *Quality and Quantity* 21 : 109-123.
- Lagacé, Patrick. 2007. « Je veux que le chef se fasse déboîter », *La Presse*, 1er mars, A10.
- McAllister, Ian. 1996. Leaders. In *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*, éd. Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi et Pippa Norris, 280-298. Thousand Oaks : SAGE Publications.
- McAllister, Ian. 2007. The Personalization of Politics. In *The Oxford Handbook of Political Behavior*, éd. Russell J. Dalton et Hans-Dieter Klingemann, 571-588. Oxford : Oxford University Press.
- Miller, Arthur E. et Warren E. Miller. 1975. Issues, Candidates and Partisan Divisions in the 1972 American Presidential Election. *British Journal of Political Science* 5 : 393-434.
- Mendelsohn, Matthew et Richard Nadeau. 1999. The Rise and Fall of Candidates in Canadian Election Campaigns. *Press/Politics* 4 : 63-76.
- Monière, Denis. 1994. Les informations télévisées sont-elles biaisées en campagne électorale? *Recherches sociographiques XXXV* : 67-85.
- Monière, Denis. 2008. La guerre des mots : les stratégies de communication des partis aux élections fédérales de 2008. *Options politiques* novembre 2008 : 74-78.
- Monière, Denis et Dominique Labbé. 2008. *Les mots qui nous gouvernent*. Montréal : Monière-Wollank.

- Nadeau, Richard et Christian Bourque. 2007. Avantage à Dumont et à Charest. *Le Devoir* 28 février 2007 : A7.
- Schmitt-Beck, Rüdiger. 2007. New Modes of Campaigning. In *The Oxford Handbook of Political Behavior*, éd. Russell J. Dalton et Hans-Dieter Klingemann, 744-764. Oxford : Oxford University Press.
- Stokes, Donald E. 1966. Some Dynamic Elements of Contests for the Presidency. *American Political Science Review* 60 : 19-28.
- Zaller, John et Mark Hunt. 1994. The Rise and Fall of Candidate Perrot: Unmediated Versus Mediated Politics – Part I. *Political Communication* 11 : 357-390.
- Zaller, John et Mark Hunt. 1995. The Rise and Fall of Candidate Perrot: The Outsider Versus the Political System – Part II. *Political Communication* 12 : 97-123.
- Zaller, John. 1996. The Good News Is the Bad News: How the Rising Tide of Negative Presidential Campaign Coverage Serves Democracy. Conférence présentée au congrès de l'*American Political Science Association*. San Francisco. Septembre.
- La qualité du français à Radio-Canada*. 2004. Montréal : Société Radio-Canada.
- Normes et pratiques journalistiques*. 2004. Ottawa : Société Radio-Canada.
- Television Still King*. 2008. Ekos Daily Tracking. <<http://www.ekoselection.com/index.php/2008/10/post-debate-post-script/>>. Page consultée le 6 janvier 2010.

