

**Direction des bibliothèques**

**AVIS**

Ce document a été numérisé par la Division de la gestion des documents et des archives de l'Université de Montréal.

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

**NOTICE**

This document was digitized by the Records Management & Archives Division of Université de Montréal.

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal

Cadrage et mise à l'agenda du projet de privatisation d'une partie du  
parc national du Mont-Orford

par  
Nicolas Montpetit

Département de science politique  
Faculté des arts et sciences

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

novembre 2008

© Nicolas Montpetit, 2008



Université de Montréal  
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :

Cadrage et mise à l'agenda du projet de privatisation d'une partie du  
parc national du Mont-Orford

présenté par :

Nicolas Montpetit

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Éric Montpetit, président-rapporteur  
Denis Monière, directeur de recherche  
Denis Saint-Martin, membre du jury



## Résumé

Le 7 mai 2007, le gouvernement libéral du Québec décidait d'annuler la vente des terrains situés sur les flancs du Mont-Orford. La volte-face du gouvernement nous est apparue intéressante à approfondir dans la perspective de construction des problèmes publics en environnement grâce à l'analyse du traitement de l'enjeu par les médias. En utilisant la théorie de la mise à l'agenda et du cadrage, nous visons à démontrer que si la couverture médiatique fut biaisée favorablement envers une des parties de la controverse, le cadrage de celle-ci devrait s'imposer dans les médias.

Nous avons adopté l'étude de cas comme méthodologie de recherche. La période retenue s'étend du 6 mars 2006, date où le gouvernement du Québec tranche en faveur des promoteurs immobiliers, au 7 mai 2007. Nous évaluons la couverture des journaux, *La Presse*, *Le Devoir* et *Le Soleil* ainsi que les bulletins de nouvelles télévisées de *Radio-Canada* en tentant de déceler s'il y a eu un manque d'impartialité. L'analyse de contenu de la couverture médiatique nous a révélé que les médias ont été biaisés favorablement envers les opposants. La présence d'un biais dans la couverture médiatique favorable à l'un des groupes et la prédominance de son cadrage interprétatif de l'enjeu ne sont liés qu'une fois sur trois. Dans le cas étudié, les groupes de pressions n'ont pas exercé une forte influence sur le cadrage médiatique de l'enjeu. Les médias auraient donc une indépendance par rapport aux groupes promoteurs/oppositions, puisqu'ils ne reproduisent pas systématiquement leurs cadrages de l'enjeu et ce même dans les articles biaisés envers leurs positions, appui/opposition, vis-à-vis du projet.

**Mots clés :** cadrage, mise à l'agenda, environnement, médias, groupes de pression

### **Abstract**

On May 7<sup>th</sup> 2007, the liberal government of Quebec decided to cancel the sale of the lands located on the flank of mount Orford. This change of decision appeared to us as an interesting subject to explore in the perspective of public problems construction in environment by analyzing the media's treatment of the issue. We use agenda-setting and framing theories to try to demonstrate that if the medias were biased toward one of the parties of this controversy, the framing of this group should be dominant in the media's coverage of the issue

We have selected case study for our methodology. The period studied starts on March 6<sup>th</sup> 2006, when Quebec's government approved the promoter's project, and finishes on May 7<sup>th</sup> 2007. We look for signs of lacks of impartialities in the coverage of three newspapers, *La Presse*, *Le Devoir* and *Le Soleil*, as well as the television news of *Radio-Canada*. The media's coverage content analysis as revealed that the medias have been favorably biased towards the opponents of the project. However we have not found a strong link between bias toward a pressure group and the predominance of it's framing on the issue of the sale of mount Orford. They are linked only one time out of three. In this case study, the pressure groups did not have a strong influence on framing of the issue by the medias. Even if the medias are biased against the project, they have shown independence toward pressure groups since they don't systematically reproduce their framing in the biased articles toward them.

**Keywords :** framing, agenda setting, environment, media, lobby group

## Table des matières

<b>Résumé</b> .....	iii
<b>Abstract</b> .....	iv
<b>Table des matières</b> .....	v
<b>Liste des tableaux</b> .....	vii
<b>Liste des figures</b> .....	viii
<b>Liste des sigles</b> .....	ix
<b>Remerciements</b> .....	xi
<b>Introduction</b> .....	1
<b>Chapitre 1 – Le mont Orford</b> .....	5
1.1 – L'ÉCONOMIE DE LA MRC DE MEMPHRÉMAGOG .....	5
1.2 – L'HISTORIQUE DU MONT ORFORD .....	6
1.3 – L'ÉTAT DU PARC NATIONAL DU MONT-ORFORD EN 2007 .....	9
1.4 – LES PROMOTEURS .....	11
1.5 – COALITION SOS PARC ORFORD ET LA COOPÉRATIVE DE SOLIDARITÉ MONT-ORFORD .....	13
<b>Chapitre 2 – État de la question sur l'indépendance des médias</b> .....	17
2.4 – MISE À L'AGENDA .....	22
2.5 – LE CADRAGE .....	23
<b>Chapitre 3 – Cadre théorique, relation entre biais et cadrage et méthodologie</b> .....	25
3.1 – CADRE THÉORIQUE .....	25
3.2 – RELATION ENTRE BIAIS ET CADRAGE .....	28
3.3 – MÉTHODOLOGIE .....	30
<b>Chapitre 4 – Résultats et analyse</b> .....	43
4.1 – ANALYSE CHRONOLOGIQUE DE LA COUVERTURE .....	43
4.2 – LONGUEUR DES ARTICLES ET DES NOUVELLES .....	50
4.3 – ORIENTATION DES TITRES .....	51
4.4 – POSITIONNEMENT DES ARTICLES ET NOUVELLES .....	54
4.5 – SOURCES PRIMAIRES .....	59
4.6 – PRÉSENCE DU PROMOTEUR VERSUS PRÉSENCE DES OPPOSANTS .....	62
4.7 – ORIENTATION DES ARTICLES ET DES NOUVELLES TÉLÉVISÉES .....	63
4.8 – COUVERTURE MÉDIATIQUE COMPARÉE .....	63
4.9 – ANALYSE DES CADRES .....	66
4.10 – RÉSULTATS DE LA RELATION ENTRE BIAIS ET CADRAGE .....	70
<b>Chapitre 5 – Discussion</b> .....	72
5.1 – FACTEURS DE MÉDIATISATION DE L'ENJEU .....	72
5.2 – BIAIS MÉDIATIQUE ET CADRAGE .....	77
<b>Conclusion</b> .....	81
<b>Bibliographie</b> .....	84
<b>Annexe 1 – Grille d'analyse</b> .....	xii

<b>Annexe 2 – Appuis à SOS Parc Orford.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Annexe 3 – Articles analysés .....</b>	<b>xviii</b>

### Liste des tableaux

TABLEAU I : RÉPARTITION DES ORIENTATIONS DES TITRES DES JOURNAUX	53
TABLEAU II : RÉPARTITION DES ORIENTATIONS DES TITRES	53
TABLEAU III : RÉPARTITION DES ORIENTATIONS DES TITRES DES TEXTES	54
TABLEAU IV : RÉPARTITION DE L'ORIENTATION DES ARTICLES PAR JOURNAUX	56
TABLEAU V : RÉPARTITION DES TYPES D'ARTICLES PAR JOURNAUX	56
TABLEAU VI : RÉPARTITION DE L'ORIENTATION DES UNES ET NOUVELLES	57
TABLEAU VII : RÉPARTITION DE L'ORIENTATION DES TEXTES D'OPINION	58
TABLEAU VIII : RÉPARTITION DES SOURCES PRIMAIRES N299	61
TABLEAU IX : RÉPARTITION DES SOURCES PRIMAIRES,	61
TABLEAU X : RÉPARTITION DE LA PRÉSENCE DU PROMOTEUR ET DES OPPOSANTS N299	62
TABLEAU XI : RÉPARTITION DE L'ORIENTATION PAR MÉDIA N299	64
TABLEAU XII : RÉPARTITION DES GROUPES DE CADRES PAR MÉDIAS	67
TABLEAU XIII : RÉPARTITION DES CADRES DES PROMOTEURS N178	68
TABLEAU XIV : RÉPARTITION DES CADRES DES OPPOSANTS N280	68
TABLEAU XV : RÉPARTITION GLOBALE DES CADRES PAR MÉDIAS N458	69



### Liste des figures

FIGURE 1 : COUVERTURE MÉDIATIQUE DU PROJET DE VENTE DU MONT ORFORD,	44
FIGURE 2 : LONGUEUR DES ARTICLES N255	50
FIGURE 3 : LONGUEUR DES NOUVELLES N44	51
FIGURE 4 : RÉPARTITION DES ORIENTATIONS DES TITRES DES ARTICLES N255	52
FIGURE 5 : RÉPARTITION DES ORIENTATIONS DES TITRES DES UNES ET NOUVELLES N172	53
FIGURE 6 : RÉPARTITION DES ORIENTATIONS DES TITRES DES TEXTES D'OPINION N83	54
FIGURE 7 : RÉPARTITION DES TYPES D'ARTICLES DES JOURNAUX N255	55
FIGURE 8 : RÉPARTITION DE L'ORIENTATION DES UNES ET NOUVELLES N172	57
FIGURE 9 : RÉPARTITION DE L'ORIENTATION DES TEXTES D'OPINION N83	58
FIGURE 10 : RÉPARTITION DE L'ORIENTATION DES ARTICLES ET NOUVELLES N299	63
FIGURE 11 : COUVERTURE MÉDIATIQUE RELATIVE COMPARÉE, MARS 2006 À MAI 2007 N299	64
FIGURE 12 : RÉPARTITION DES CADRES DES PROMOTEURS ET DES OPPOSANTS N458	67
FIGURE 13 : NOMBRE DE CADRES PAR MOIS N458	69

## Liste des sigles

ADQ	Action démocratique du Québec
AÉQ	Aventure Écotourisme Québec
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain
AQLPA	Association québécoise de lutte contre la pollution atmosphérique
BAPE	Bureau d'audiences publiques sur l'environnement
CCE	Commission de coopération environnementale
CLD	Centre local de développement
CSN	Confédération des syndicats nationaux
CSQ	Centrale des syndicats du Québec
FAPAQ	Société de la Faune et des Parcs du Québec
FCCQ	Fédération des chambres de commerce du Québec
MDDEP	Ministère du Développement durable, Environnement et Parcs
MRC	Municipalité régionale de comté
NTIC	Nouvelles technologies de l'information et de la communication
ONG	Organisation non gouvernementale
PLQ	Parti libéral du Québec
PQ	Parti québécois
RNCREQ	Regroupement national des conseils régionaux de l'environnement du Québec
RQGE	Réseau québécois des groupes écologistes
SEPAQ	Société des établissements de plein air du Québec
SRC	Société Radio-Canada
UQCN	Union québécoise pour la conservation de la nature

*À Olivier...*  
*et Juliette*

## Remerciements

Je tiens d'abord à remercier mon directeur de recherche, Denis Monière, pour ses critiques et conseils qui m'ont aidé, tout au long de ce processus de recherche, à avancer dans ma réflexion.

Mes plus sincères remerciements à Dany et Caroline pour leur amitié et les moments de détente et distraction. Je remercie chaleureusement mes parents, pour leur soutien inépuisable depuis le début de mon cheminement scolaire, sans lequel tout cela n'aurait pas été possible.

Finalement, je ne peux exprimer toute la gratitude que j'éprouve pour mon amour qui a su si gentiment m'endurer.

## Introduction

Au cours du premier mandat du gouvernement libéral de Jean Charest, de multiples projets ont fait l'objet de controverses publiques et de volte-face. Le projet de centrale thermique du Suroît, le financement des écoles confessionnelles juives et le déménagement du Casino de Montréal au Bassin Peel ont tous trois soulevé un vent de protestation dans le public. La fin de ce premier mandat a été marquée par le débat concernant le projet de vente d'une partie du parc national du Mont-Orford, dans le but d'y construire des condos attenants à la station de ski et de corriger l'« anomalie » que représente la présence de cette station de ski et d'un terrain de golf dans un parc national.

En 2006, le dossier de la vente du mont Orford, s'est retrouvé pendant plus de trois mois dans le palmarès hebdomadaire des cinq nouvelles qui font l'actualité, ce qui en fait la nouvelle « la plus soutenue », selon l'entreprise Influence Communication (Cauchon, 2006). En raison de l'intérêt soutenu et exceptionnel des médias pour cet enjeu en 2006 et de la participation active des groupes de pression au débat public, il nous est apparu pertinent de le sélectionner afin d'étudier l'indépendance des médias vis-à-vis les groupes promoteurs/opposants. Nous voulons savoir si les médias effectuent un traitement impartial des informations où s'ils sont influencés par la sphère politique et les groupes de pressions. Pour ce faire nous voyons dans un premier temps si la couverture médiatique fut biaisée favorablement envers une des deux parties de la controverse soit les promoteurs ou les opposants. Dans un deuxième temps, s'il y a bien présence d'un biais médiatique, nous observerons si le cadrage de l'enjeu de la partie envers qui l'article est biaisé s'impose. Le cadrage de l'enjeu provient d'un long processus continu de coconstruction de la définition des tenants et aboutissants de l'enjeu entre les médias et les groupes promoteurs/opposants, directement impliqués dans la controverse, qui se consacrent à plein temps à l'appui/opposition au projet et cherchent à imposer leur cadrage. Le processus de coconstruction est donc souvent antagonique. Si la relation envisagée entre biais et cadrage est faible ou nulle, alors nous pourrions affirmer que les médias ont une certaine indépendance vis-à-vis des groupes promoteurs/opposants.

La recherche antérieure par le Cabinet de relations publiques National sur le biais médiatique dans la couverture du projet de centrale thermique du Suroît et le déménagement du Casino de Montréal au Bassin Peel permettra d'effectuer des comparaisons avec nos propres résultats de recherche sur le biais médiatique puisque la méthodologie employée et la grille d'analyse sont similaires. L'objectif de la recherche du Cabinet de relations publiques National tentait de répondre aux questions suivantes :

Est-ce que les médias contribuent à hausser la pression sociale en donnant une visibilité inégale entre les partisans et les opposants de ces projets? En particulier, est-ce que les promoteurs des projets reçoivent un traitement objectif et équitable de la part des médias? (Rabeau, 2006 : 5)

En conclusion de l'étude mentionnée ci-haut, on répond à la question sur l'équité de la visibilité médiatique obtenue entre les promoteurs et les opposants de la façon suivante : « Dans l'ensemble, les reportages présentant un point de vue critique surclassent largement ceux qui sont davantage en appui, soit plus du triple dans le cas du Suroît et le double dans le cas du bassin Peel » (2006 : 67). Ils ont donc observé un fort biais médiatique défavorable aux deux projets. Notre analyse permettra de savoir si l'on retrouve encore un biais similaire contre le projet dans la couverture médiatique du dossier de la vente du mont Orford.

Depuis 2005, le parc national du Mont-Orford (Québec), situé dans la MRC de Memphrémagog, fut l'épicentre d'un conflit opposant des groupes de défense de l'intégrité du parc et des promoteurs immobiliers. Ce débat a mis en lumière diverses visions du développement et de la conservation où l'avenir de l'intégrité écologique du parc fut questionné. On retrouvait d'une part, ceux qui plaidaient pour le maintien de l'intégrité du parc et, d'autre part, ceux qui proposaient une modification de ses limites dans le cadre d'un échange d'une superficie maximale de 85 hectares de terrains inclus dans le parc pour du développement domiciliaire contre une zone attenante à celui-ci d'une superficie d'au moins 5 000 hectares. (MDDEP, 2006a)

Les promoteurs de ce projet affirmaient que cet échange était nécessaire pour réaliser un développement de l'aire commerciale entourant la station de ski afin d'y inclure des condominiums. Selon ces derniers, le projet aurait été sans conséquences significatives et même positif pour l'intégrité écologique du parc. Selon les opposants, le

parc national du Mont-Orford appartient au patrimoine collectif du Québec et sa superficie ne devrait donc pas être modifiée sans l'assentiment d'une majorité de Québécois. De plus, la valeur écologique « irremplaçable » de la montagne était avancée comme contre argument par les opposants.

Le 13 juin 2006, l'Assemblée nationale du Québec adoptait la Loi 23 permettant d'assurer l'agrandissement du parc national du Mont-Orford, la préservation de la biodiversité de territoires limitrophes et le maintien des activités récréotouristiques (Gouvernement du Québec, 2006b). Cette loi prévoyait, entre autres, la vente de terrains d'une superficie totale de 458.86 hectares comprenant un centre de ski et un terrain de golf au mont Orford et une zone pour un développement immobilier. La Loi 23 précisait que la vente des terrains devait être faite par appel d'offres public. Le gouvernement du Québec et les autorités régionales souhaitaient qu'une station récréotouristique quatre-saisons voit le jour sur ce territoire.

Le 7 mai 2007, le gouvernement libéral du Québec décidait d'annuler la vente prochaine des terrains situés sur les flancs du mont Orford. Suite à l'échec récent de deux projets fortement médiatisés, la construction d'une centrale au gaz à cycle combiné plus connue sous le nom de la centrale du Suroît et le déménagement du Casino de Montréal au Bassin Peel, la récente volte-face du gouvernement nous est apparue intéressante à approfondir dans la perspective de construction des problèmes publics en environnement grâce à l'analyse du traitement de l'enjeu par les médias.

Dans un premier temps, nous présentons un historique du parc national du Mont-Orford, depuis sa création en 1938 jusqu'à l'abandon du projet de vente en 2007. Nous présentons aussi les principaux protagonistes du débat, c'est-à-dire le gouvernement du Québec, le promoteur du projet André L'Espérance et SOS Parc Orford. Les positions respectives de ces acteurs sont exposées.

Le deuxième chapitre est consacré à une revue des écrits sur l'indépendance des médias. Nous chercherons à savoir si les médias effectuent un traitement impartial des informations où s'ils sont influencés par le monde politique et les groupes de pression. Les théories de la mise à l'agenda et du cadrage sont finalement présentées puisqu'il s'agit des principales approches utilisées dans notre étude et qui constituent notre cadre

théorique présenté dans le troisième chapitre. C'est dans ce chapitre que nous présentons notre modèle de causalité ainsi que la méthodologie retenue : l'analyse de contenu.

Les résultats de notre étude sont présentés et analysés dans le quatrième chapitre. Nous commençons par une analyse chronologique de la couverture, accompagnée d'un bref historique pour aider à la mise en contexte, puis nous présentons les résultats en fonction de la longueur des articles, de la position des titres, du type d'article, de l'identification des sources primaires, de la présence des promoteurs et des opposants et de l'orientation des articles. Ensuite nous faisons une analyse comparée de la couverture effectuée par les différents médias. Nous analysons la présence des cadres des promoteurs et des opposants. Finalement, nous examinons la relation entre le biais et le cadrage dominant dans chaque article. À titre d'exemple, si un article est orienté favorablement envers les promoteurs du projet, nous nous attendons à retrouver une prédominance des arguments des promoteurs dans l'article. Ceci est suivi, dans le cinquième chapitre, d'une discussion sur les facteurs ayant contribué à la médiatisation et à l'orientation de la couverture de l'enjeu de la vente du mont Orford.



## **Chapitre 1 – Le mont Orford**

Afin de permettre une meilleure compréhension de l'objet d'étude, nous dressons un portrait de la situation géographique et économique de la MRC de Memphrémagog, nous explorons l'histoire du mont Orford, puis nous présentons les plus importants groupes d'intérêts ainsi que leurs positions respectives autour de l'enjeu de la privatisation partielle d'une partie parc national du Mont-Orford.

### **1.1 – L'économie de la MRC de Memphrémagog**

Sur le plan des attraits économiques, la région des Cantons-de-l'Est profite de sa proximité par rapport aux grands centres et du fait qu'elle est limitrophe à trois États américains, c'est-à-dire le Maine, le New Hampshire et le Vermont. Quatrième région touristique en importance au Québec, la région des Cantons-de-l'Est a attiré en 2004 près de 2,4 millions de visiteurs (Gouvernement du Québec, 2006a). À cause de sa situation frontalière avec les États-Unis, elle est une porte d'entrée déterminante pour le tourisme au Québec. Ses attraits naturels, ses montagnes, ses lacs, son caractère historique marqué par la cohabitation de deux cultures sont autant d'atouts pour l'industrie du tourisme locale.

Cette région qui accueille chaque année plus de 2 millions de vacanciers (Gouvernement du Québec, 2006a) a gardé son caractère « rural » puisque les affectations agricole et forestière touchent 86% de son territoire. En 2004, selon les données tirées de Statistiques Canada (CLD, 2006), le territoire de la MRC de Memphrémagog a été visité par 1 234 300 touristes, dont 71 % proviennent du Québec et 25 % des États-Unis. Cette affluence représente près de 1,28 million de nuitées et des recettes estimées à 122 millions de dollars. Toujours selon les mêmes sources, on considère qu'il y avait en 2004, 3 165 emplois directs ou indirects en lien avec l'industrie touristique locale et que les dépenses moyennes journalières des touristes se situaient à 95,26 \$. Depuis plusieurs années, la région déploie de nombreux efforts afin de consolider les emplois de cette industrie qui demeure, à certains égards, fragile en raison de sa saisonnalité. L'affluence touristique s'accroît pendant deux périodes de

l'année, soit l'été et l'hiver, tout en étant tributaire de facteurs externes tels que la température et la valeur de la devise canadienne.

Au cours des deux dernières années, l'actualité économique dans la MRC de Memphrémagog a été marquée par de nombreux événements, notamment les pertes d'emploi dans le secteur manufacturier. Plusieurs entreprises fragilisées par des facteurs externes tels la concurrence asiatique, l'accroissement de la devise et par des marchés en décroissance, notamment celui de l'automobile, ont dû réduire de façon significative leurs activités, ce qui a eu de grandes conséquences au chapitre de l'emploi manufacturier.

Devant le ralentissement économique de la région, un plan d'action pour contrer la situation fut mis en place. Ainsi, le 11 mai 2005, Monsieur Claude Béchar, alors ministre du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, a constitué un comité interministériel afin d'identifier et de mettre en place des solutions qui permettront d'assurer la relance économique de la région Magog-Orford. Le gouvernement du Canada, par l'entremise du bureau de Développement économique Canada en Estrie, a également exprimé son intention de participer à la réalisation de certaines actions visant la relance économique de la région.

## **1.2 – L'historique du mont Orford**

Le parc provincial du Mont-Orford fut créé à la suite d'une loi spéciale du gouvernement du Québec, en 1938. En vertu de l'article 5 de la Loi 70, ce parc avait pour vocation d'être un parc public et un lieu de détente. On ne pouvait pas y faire ni colonisation, ni exploitation minière ou forestière. Une route menant au sommet du mont Orford fut construite et peu de temps après, l'aménagement d'installations pour un terrain de golf et pour le ski alpin furent réalisées. À partir de 1963, avec la création de la Cie de Gestion Orford inc., l'aménagement de la montagne commença à se faire d'une façon planifiée afin de répondre à la demande croissante de loisirs de masse. Le ski alpin prit alors son premier véritable essor.

La station de ski connaît une période de stagnation après 1975 en raison d'équipements désuets et mal entretenus, d'une gestion déficiente et d'une réputation de

plus en plus négative, alors que les techniques du sport se développaient et que les skieurs devenaient de plus en plus exigeants. En 1980, après un hiver difficile, la Cie de Gestion Orford inc. était près de la faillite. Fernand Magnan, déjà impliqué dans le développement d'un village de loisirs près du mont Orford, réussit à convaincre les actionnaires de sauver la station. Grâce à la restructuration, en apportant des changements dans les équipements existants, en améliorant l'entretien des pistes, en réorganisant la gestion des finances et du service à la clientèle, il parvient à éviter la faillite.

À compter de 1984, la station du mont Orford connut plusieurs nouveaux aménagements dans le but de créer une station touristique d'importance et d'améliorer les infrastructures, afin de mieux répondre aux besoins de la clientèle. Il est à noter également, que ces investissements s'inscrivaient, dans le cadre de la volonté du gouvernement du Québec de l'époque de favoriser le développement des centres de ski au Québec par la mise en oeuvre de plusieurs programmes d'aide financière.

Certains aménagements de la montagne et du terrain de golf ont été effectués au cours des années 60, mais il fallut attendre le milieu des années 80 pour voir un développement plus organisé du domaine skiable du mont Orford. De 1984 à 1990, près de 19 millions de dollars (CLD, 2006) ont été investis pour la création, le réaménagement et le développement des pistes, l'installation de nouveaux télésièges, la mise en place d'un système d'enneigement artificiel et la construction d'un nouveau chalet de ski.

Plusieurs centaines d'emplois (CLD, 2006) ont été créés dans la région de Magog-Orford à la suite des travaux d'expansion de la station touristique, autant dans le domaine de l'hébergement et de la restauration que dans les commerces au détail. Mais, surtout, les équipements de loisir de masse mis en place ont confirmé le rôle de la station touristique comme moteur de l'industrie touristique de la région.

Le développement du centre de ski dans les années 80 et 90 a eu un effet d'entraînement sur la région. En 1980, il y avait 180 chambres d'hôtel dans un rayon de 7 km (CLD, 2006) de la montagne. Aujourd'hui, il y en a 2 300 (hôtels, auberges, condos en location, gîtes du passant). De 1984 à 1989, les investissements dans le

domaine immobilier (unités de condos, hôtels, auberges) ont augmentés dans la région. Toutefois, malgré les améliorations apportées à la station il n'y eu pas d'accroissement de la rentabilité de la station au fil des années.

Les gestionnaires de la Cie de Gestion Orford inc. devant les demandes de leurs créanciers ont dû céder la station touristique au gouvernement du Québec en avril 1998. Selon le Centre local de développement de la MRC de Memphrémagog, la décision est attribuable au fait qu'un « investisseur privé ne peut rentabiliser la modernisation de ses infrastructures à même ses principales sources de revenus, soit le ski et le golf, alors que dans les années 80, les centres de ski bénéficiaient de l'aide gouvernementale pour l'acquisition d'équipements » (CLD, 2006 : 10).

L'analyse faite par le CLD des états financiers de la station touristique depuis le début des années 80 a démontré que la station a été rentable, surtout à la fin des années 80. Ils affirmaient que : « À compter de 1995, la situation économique ainsi que les taux d'intérêt plus élevés ont engendré une baisse d'achalandage, entraînant une diminution de la rentabilité de la station, situation financière qui semble persister depuis » (CLD, 2006 : 13).

En 1998, lors de reprise du bail de la station, le gouvernement du Québec et les créanciers ont mandaté la firme KPMG afin de gérer temporairement celle-ci, et de procéder à la vente des éléments d'actif de la station de ski et du golf du mont Orford dans le cadre défini à l'époque, soit celui d'opérer ses installations dans le parc. Entre 1998 à 2000, les nouveaux gestionnaires de la station touristique ne font pas d'investissements importants, contribuant à rendre encore plus désuètes les installations existantes.

Tout comme pour l'entreprise précédente, le défi d'assurer la rentabilité demeurait entier pour tout nouvel acquéreur. Il apparaissait toujours risqué, pour une entreprise du secteur privé, de rentabiliser cette station à partir des seules activités de ski alpin et de golf, sans opportunités de développement immobilier, considérant les investissements nécessaires pour maintenir la qualité des équipements et des activités.

Depuis ce temps, les nouveaux gestionnaires, Intermont Inc. devenu Mont-Orford inc., ont élaboré un premier projet de développement qui fut amendé en tenant

compte des commentaires reçus lors des consultations tenues en décembre 2002. Le nouveau groupe d'acquéreurs prit possession des installations en août 2000. Il est à noter qu'il fut le seul consortium local ayant déposé une offre d'achat pour la station afin de relancer ses activités.

Le Bureau d'audiences publiques sur l'environnement (BAPE), a tenu en février 2005 des audiences publiques sur le plan directeur alors déposé par Mont-Orford inc. Un rapport ainsi que des recommandations en ont découlé. La principale conclusion était que « l'échange de terrains et la construction d'unités d'hébergement qui y est associée porteraient atteinte à l'intégrité écologique du parc national du Mont-Orford ». Il recommandait « la formation d'un comité régional d'harmonisation pour examiner des options qui permettraient de définir un projet recevant une large approbation sociale » (BAPE, 2005 : 2). Suite à l'analyse de l'ensemble de la situation, le gouvernement du Québec déposait son projet de Loi 23 autorisant la privatisation d'une partie du parc national sous certaines conditions.

### **1.3 – L'état du parc national du Mont-Orford en 2007**

Le parc national du Mont-Orford protège des portions des monts Orford, Giroux, Alfred-DesRochers et Chauve, de même que les pics de l'Ours, du Lynx et aux Corbeaux. Les lacs Fraser et Stukely complètent cet ensemble géographique. Le parc national du Mont-Orford est doté de multiples installations permettant de pratiquer des sports et des activités de plein air. Il dispose aussi d'un réseau cyclable, de sentiers de randonnée pédestre, et aux lacs Fraser et Stukely, d'infrastructures pour pratiquer des activités nautiques. On y retrouve le Centre d'Arts Orford, une académie de musique et le *Centre de villégiature Jouvence*.

Immédiatement adjacente au parc national du Mont-Orford, la station de ski du Mont Orford, créée en 1941, constitue un endroit pour pratiquer les sports de glisse sur quatre versants répartis sur trois monts : les monts Orford, Alfred-DesRochers et Giroux. Avec ses 850 mètres (Gouvernement du Québec, 2006b) d'altitude, la station se classe parmi les plus hautes de l'Est du Canada. La station du Mont Orford comptait en 2006, 56 pistes et 7 remontées mécaniques. L'altitude et la couverture de 80 % de superficie

skiable par un système d'enneigement artificiel, font que la station de ski du Mont Orford jouit de conditions d'enneigement très favorables comparativement aux stations du sud du Québec et de la Nouvelle-Angleterre. Aussi adjacent au parc national du Mont-Orford, on retrouve le club de golf du Mont Orford dont les premiers neuf trous de golf remontent à 1938.

En 2006, cinq organismes se partageaient la gestion du parc national du Mont-Orford. D'abord, la Société de la faune et des parcs du Québec chargée par le gouvernement d'assurer l'établissement et le développement du réseau et de tenir les consultations requises à ces fins. La Société voit à l'élaboration et de la mise à jour des politiques, lois et règlements nécessaires à l'atteinte de ses objectifs. De plus, elle définit le plan directeur de chacun des parcs et assure le suivi de son application. Par ailleurs, la Société administre, au nom du gouvernement, des baux de superficie du parc national du Mont-Orford, c'est-à-dire les droits exclusifs d'utilisation et d'occupation d'une parcelle de terre.

Ensuite on retrouve la Société des établissements de plein air du Québec (SEPAQ), un partenaire gouvernemental de la Société de la faune et des parcs du Québec, qui assume la gestion des activités et des services de la partie centrale du parc national du Mont-Orford. À cette fin, la SEPAQ voit à la conservation des ressources naturelles de l'ensemble du parc. Elle gère les deux terrains de camping aménagés, de même que l'offre de services associés aux activités de plein air.

Le Centre d'Arts Orford exploite un complexe intégré comprenant une salle de concert de 500 places, une galerie d'art, un bâtiment administratif offrant des services de restauration, un édifice logeant des studios de cours ou de répétition et deux résidences. Jouvence est un centre de plein air et de villégiature spécialisé dans l'offre d'activités de plein air. Dernier organisme, la Compagnie Intermont Inc. qui contrôle les actifs de la station de ski alpin et du terrain de golf et a signé un bail de 50 ans avec « droit de superficie » avec la Société de la faune et des parcs du Québec. Les équipements en question comprennent pour la station de ski, le golf, un chalet d'accueil, des bâtiments d'entretien, des terrains de stationnement, 43 pistes et 8 remonte-pentes.

#### 1.4 – Les promoteurs

Mont-Orford Inc. (2004), anciennement Intermont Inc., est le propriétaire, depuis août 2000, de la station de ski du Mont Orford et du parcours du Club de golf. L'entreprise est composée d'un groupe d'actionnaires. Pendant la saison hivernale, plus de 300 personnes (Emploi Québec, 2002: 16) sont employés au service des skieurs et des planchistes. L'été, un peu plus de 60 employés travaillent au terrain de golf.

La station connaissant des problèmes de rentabilité lors de son acquisition, les propriétaires désiraient stimuler les séjours de plus longue durée afin d'assurer la modernisation et l'amélioration des actifs des centres de ski alpin et de golf et ainsi créer une station récréotouristique quatre-saisons rentable à long terme avec des retombées significatives sur l'économie et le tourisme de la région Magog-Orford et des Cantons de l'Est en général.

Leurs objectifs d'aménagement étaient les suivants (Mont-Orford Inc., 2004) : améliorer les infrastructures actuelles, construire une masse critique d'hébergement et d'établissement commerciaux, préserver les qualités paysagères de la région, développer un projet immobilier à la signature distincte, adopter une approche environnementale responsable, miser sur les tendances lourdes du marché touristiques, tabler sur le concept « nature et culture », investir dans une programmation de séjour, et établir un partenariat avec les intervenants du milieu. Ils soutenaient que le projet d'échange de terrain avec le gouvernement du Québec affirmerait la mission de conservation du parc national du Mont-Orford et qu'il se traduirait par de réels gains environnementaux (Mont-Orford Inc., 2004).

Parmi les appuis de taille à l'entreprise privée on retrouvait le gouvernement du Québec et le CLD de Memphrémagog dont la mission est de favoriser le développement économique de la région. Il est à noter que la MRC de Memphrémagog proposa une solution de « compromis » au gouvernement, le projet Nicolet, qui consistait à continuer l'appel d'offres prévu par la Loi 23, mais en incluant une clause qui ordonnerait à l'acheteur de revendre la montagne de ski à la MRC de Memphrémagog au prix d'un dollar. Ainsi, l'acheteur serait en mesure d'exploiter le mont de ski sans en être le propriétaire. La MRC de Memphrémagog suggérait aussi la construction d'un complexe

hôtelier regroupant un maximum de 800 condos, limitant les développements immobiliers. Bien que le projet fût publiquement appuyé par la chambre de commerce et l'association touristique régionale, le projet de rachat de la montagne fut rejeté par le gouvernement.

La définition du projet de station récréotouristique par le gouvernement du Québec, dans son appel d'offre intitulé *Développement d'une station récréotouristique quatre-saisons au Mont-Orford* : *Le projet de station récréotouristique*, se déclinait ainsi :

Le projet doit se distinguer par la qualité des préoccupations en matière d'environnement, d'architecture et d'intégration au paysage. Il doit permettre d'améliorer le taux actuel de fréquentation de la station de ski. Il doit miser sur les marchés touristiques existants et sur ceux à développer. Diversifier le secteur touristique pour qu'il devienne un moteur de développement de l'économie régionale. Privilégier l'hébergement touristique, tout en réservant une partie du développement immobilier pour des résidences de villégiature. Profiter des occasions qu'offre la proximité du parc national du Mont-Orford. Créer des emplois stables et réguliers. De plus, le projet de développement récréotouristique recherché prévoit le maintien de l'exploitation de la station de ski et du terrain de golf existant, le développement de ces installations, et la modernisation des équipements. Il doit aussi permettre la gestion environnementale du centre de ski. Le projet doit être axé sur la pratique d'activités de plein air. Il doit avoir suffisamment d'envergure pour créer la masse critique nécessaire pour assurer sa rentabilité et pour constituer un pôle d'attraction dans la région, tout en restant à l'échelle humaine. (Gouvernement du Québec, 2006a : 7-8)

La dénonciation du projet de privatisation a produit un effet immédiat dans les milieux médiatiques, politiques et dans plusieurs mouvements sociaux. Cette controverse s'inscrit dans un débat entourant la croissance économique et la création de richesse au Québec. D'un côté on retrouve ceux qui veulent mettre la protection de l'environnement et le développement durable au premier plan, et de l'autre côté ceux qui misent plutôt sur la création de richesses et le développement économique.

Plusieurs intervenants du milieu des affaires, tel la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ, 2006), ont dénoncé l'immobilisme dans lequel le Québec semble être plongé dans un rapport intitulé *Pour sortir le Québec de l'immobilisme et*



*raviver le dynamisme de l'activité économique.* Ils affirment que les difficultés majeures rencontrées par certains entrepreneurs et investisseurs pour mener à terme des projets prometteurs et créateurs de richesse affectent le développement économique de la province.

Leur argumentation peut se résumer ainsi : les investissements des gouvernements, des sociétés d'État et de l'entreprise privée représentent une source de création de revenu et d'emplois qui alimente la croissance économique nécessaire au bien-être de la collectivité québécoise. Le processus d'acceptation des projets d'envergure, affirment-ils, est devenu de plus en plus laborieux et complexe haussant du même coup le risque relié à l'investissement. Dans un contexte de mobilité accrue des capitaux, les coûts de conformité ont un effet dissuasif sur les investisseurs qui peuvent toujours aller ailleurs lorsque les projets ne sont pas liés à une ressource ou un emplacement spécifique. De plus, le coût économique de renonciation est assumé par la population du Québec.

La perte de revenu se situe à plusieurs niveaux. Tout projet génère de nouveaux emplois, de l'activité économique et une hausse des revenus fiscaux perçus par les divers paliers de gouvernement. L'absence de ces avantages constitue une partie des coûts d'opportunité reliés à l'abandon d'un projet. Le coût d'opportunité ne se limite pas à cette perte d'activité économique, mais comprend aussi les impacts à plus long terme. Historiquement, la faiblesse des investissements au Québec serait l'un des facteurs qui expliqueraient le niveau de vie inférieur de la province en comparaison avec l'ensemble du Canada ou d'autres provinces comme l'Ontario. Il cite en exemple, les investissements qui ont crû de 1% au Québec comparativement à une croissance de 7,1% pour le pays (FCCQ, 2006).

### **1.5 – Coalition SOS Parc Orford et la Coopérative de solidarité Mont-Orford**

La Coalition SOS Parc Orford est née le 12 mars 2006 suite à la décision du gouvernement de privatiser une partie du parc du Mont-Orford. Elle se veut apolitique et est constituée de citoyens concernés auxquels s'unissent des artistes, des scientifiques et

plus d'une centaine d'associations<sup>1</sup>. Notons entre autre la présence de l'Association québécoise de lutte contre la pollution atmosphérique, Aventure Écotourisme Québec, la Centrale des syndicats du Québec, la Coalition Verte, la Confédération des syndicats nationaux, le Conseil National du Parti vert du Québec, Équiterre, Greenpeace, la corporation des Amis du Parc du Mont-Tremblant, Les Amis de la montagne (Mont Royal), le Parti Québécois, l'instance régional de l'Estrie du Parti Vert du Québec, Québec Solidaire, le Regroupement national des conseils régionaux de l'environnement du Québec et le Réseau québécois des groupes écologistes. Il s'agit en fait d'une coalition qui regroupe des individus et des groupes de divers horizons : politique (Parti Québécois, Québec Solidaire), civil (Les Amis de la montagne), syndical (CSQ, CSN), artistique (Clémence DesRochers) et des militants environnementalistes professionnels (Greenpeace). On note aussi que l'enjeu mobilise des groupes et des individus qui proviennent de l'extérieur des frontières géographiques de l'Estrie : Les Amis de la montagne (Montréal : Mont Royal), Équiterre et Greenpeace (organisation environnementaliste internationale présente dans plus de 40 pays).

La Coalition SOS Parc Orford prône la création d'emplois durables par l'adoption d'un projet de développement touristique « vert » qui serait respectueux des limites actuelles du parc national. Les problèmes de rentabilité sont attribués principalement à une mauvaise gestion de Mont-Orford inc., ce qui aurait eu pour effet l'accumulation du déficit au cours des années. La solution préconisée est d'assurer une gestion durable de la station de ski et du golf par un autre promoteur plus « respectueux » de l'environnement. Les changements climatiques constituent une autre raison invoquée pour expliquer les problèmes de rentabilité. Les saisons de ski étant écourtées en raison de la diminution de l'enneigement, la Coalition SOS Parc Orford propose de diversifier l'offre touristique en offrant une expérience nature et culture à l'année respectueuse de l'environnement.

La vente de terrains du parc national du Mont-Orford est pour eux inacceptable puisque la parc origine de dons de citoyens qui voulaient protéger à perpétuité du

---

<sup>1</sup> Pour la liste complète des membres consulter l'annexe 2

développement économique ces terrains pour le bénéfice des générations futures. Ces terrains appartiendraient au patrimoine collectif des Québécois qui serait en conséquence inviolable. Pour eux, une seule solution est envisageable : préserver la parc dans ses limites actuelles et abandonner la Loi 23.

La coalition s'est aussi donnée comme mission de protéger la richesse du patrimoine écologique du mont Orford. Par patrimoine écologique on entend aussi bien la faune que la flore. Selon la coalition la vente du mont Orford à des intérêts privés serait contraire à cet objectif de protection puisque le développement d'infrastructures (routes, pistes de ski, condos, stationnements) et l'augmentation de la fréquentation humaine mettraient en péril le patrimoine écologique de la montagne et de son parc. Le mont Orford doit donc demeurer à l'intérieur du parc national afin d'être protégé du développement économique « sauvage » non respectueux de l'environnement.

Autre groupe majeur en opposition à la décision du gouvernement de privatiser une partie du parc du Mont-Orford : la Coopérative de solidarité Mont-Orford. Elle compte plus d'une centaine de membres qui souhaitent assurer la survie de la montagne, mais à l'aide d'un projet récréotouristique d'envergure beaucoup plus modeste que celui du promoteur André L'Espérance. Ce projet limiterait les constructions nouvelles à une auberge d'une cinquantaine d'unités « familiales » et à ses dépendances. L'idée d'une coopérative de solidarité, pour gérer la station de ski alpin et le parcours de golf du mont Orford, est née en mars 2006 lorsque le gouvernement du Québec a annoncé la vente éventuelle d'une partie du parc national du Mont-Orford. Trois citoyens de la région Magog-Orford ont alors amorcé une réflexion sur la façon d'éviter qu'une partie de la montagne ne soit vendue. Ils sont arrivés à la conclusion que la coopérative de solidarité était la solution la plus viable à long terme, la plus mobilisatrice et celle qui présente le plus d'avantages.

Le 5 juin 2006, le conseil municipal du Canton d'Orford appuie, par une résolution adoptée à l'unanimité, un projet de coopérative de solidarité qui assure la gestion de la station de ski et du parcours de golf du parc national du Mont-Orford. Le

25 septembre 2006, le premier conseil d'administration de la coopérative est formé lors de l'assemblée d'organisation. Les grandes orientations du développement de la Coopérative ont été déterminées par les membres en assemblée générale. Le projet de la coopérative vise l'éducation et la sensibilisation du grand public à la protection de l'environnement. Leurs objectifs dépassent la simple protection du patrimoine environnemental du mont Orford, puisqu'ils veulent maximiser l'accessibilité du plus grand nombre à la montagne, ainsi qu'augmenter l'offre d'activités et de services de la coopérative (dont le ski et le golf). Ils se sont aussi donnés une mission de sensibilisation à la protection de l'environnement et à la coopération. Il y a aussi une dimension économique à leur projet puisqu'ils veulent maintenir et créer des emplois aux meilleures conditions possibles. À moyen terme, la Coopérative solidarité Mont-Orford souhaite que le secteur Mont-Orford devienne un centre d'études, de recherches et d'éducation en environnement. La mission de la Coopérative Mont-Orford dépasse la simple conservation puisqu'ils visent l'éducation en matière environnementale et le développement économique de la région par l'entremise du développement de l'écotourisme.

## Chapitre 2 – État de la question sur l'indépendance des médias

Telle qu'énoncé dans notre introduction, en raison du fort intérêt des médias pour l'enjeu de la privatisation partielle du mont Orford et de la participation active des groupes de pression au débat public, il nous est apparu pertinent de sélectionner ce cas afin d'étudier l'indépendance des médias vis-à-vis les groupes de pressions. Pour ce faire, nous voulons voir dans un premier temps si la couverture médiatique fut biaisée favorablement envers un des groupes de pressions. Dans un deuxième temps, s'il y a bien présence d'un biais dans les articles et les nouvelles télévisées, nous verrons si le cadrage du groupe de pression dont la position correspond au biais médiatique présent dans l'article, soit opposition ou appui au projet, s'impose dans les médias. Dans l'éventualité où il n'y aurait pas de relation entre le biais médiatique favorable envers l'un des groupes de pression et le cadrage de l'enjeu, les médias démontreraient une certaine indépendance par rapport aux groupes promoteurs/opposants. Le cadrage de l'enjeu est issu d'un long processus continu de coconstruction de la définition des tenants et aboutissants de l'enjeu entre les médias et les groupes promoteurs/opposants. Le processus est souvent marqué par une lutte entre les acteurs pour imposer leur définition de l'enjeu.

Dans ce chapitre nous verrons les grands courants qui ont marqué l'analyse de l'indépendance des médias. Nous nous concentrons sur les textes qui ont tenté de répondre aux questions suivantes : les acteurs des « crises » couvertes par les médias parviennent-ils à imposer leur version de l'histoire dans la façon dont les journalistes rapportent les événements? Les médias sont-ils influencés par le monde politique et les groupes de sociaux?

Le *Glasgow Media Group* (1995) a contribué à démontrer dans ses recherches sur les nouvelles télévisées que la télévision reflétait les intérêts des groupes dominants, ce qui va à l'encontre de la conception des médias vus comme un ensemble pluraliste et désintéressé. Selon Louis Althusser (1976), les appareils idéologiques d'État (AIE), comme les médias, constituent les outils permettant la transmission de l'idéologie dominante et le maintien de l'hégémonie. Dans la perspective d'Althusser, les médias ne

sont pas indépendants du pouvoir, ils servent à façonner les travailleurs qui vont consentir à la discipline, à la logique, à la culture et aux contraintes du mode de production du système capitaliste.

Gitlin (1978) affirme que ce sont les médias de masse qui déterminent l'agenda et les choix ou les faux choix à faire entre des options qui sont presque les mêmes ou encore triviales, choisir entre Coca-Cola ou Pepsi-Cola par exemple. Ceci aurait pour conséquence de promouvoir une illusion de liberté tout en excluant les autres choix qui ne doivent pas être considérés, ce qui perpétuerait un état de « fausse conscience » contribuant à la pérennité du système. Horkheimer et Adorno (1973), ainsi que Hall (1973) ont tous à leur manière mis en garde contre les médias qui produisent une illusion de consensus dans un monde qui serait sensé être devenu dénué de classe sociale. Les nouvelles contribueraient à ce phénomène (Hall, 1977) en masquant certains aspects de la réalité, particulièrement les questions de classes sociales, et produiraient une fragmentation des intérêts ce qui aurait pour conséquence de miner la solidarité des classes subordonnées et diminuerait les chances de changements de l'ordre social.

Il fut généralement accepté que les médias servaient davantage à maintenir le statu quo qu'à induire le changement. Lazarsfeld lui-même écrivit dans *The People's Choice* : « the mass media tend to reinforce the status quo rather than influence change in the institutions of this country. » (1948 : 253) Pour Gitlin (1978) le changement n'est pas aussi intéressant que la continuité, et le vrai pouvoir des médias résiderait dans leur capacité à ralentir le changement ou à maintenir le statu quo.

Pour Murdock (1992), les médias constituent le moyen de prédilection de contrôle idéologique de la classe dirigeante. En effet, les capitalistes les utiliseraient pour promouvoir leurs intérêts, consolider leurs pouvoirs et leurs privilèges. Lorsqu'il se réfère à la classe dirigeante, il peut s'agir d'un individu en particulier, des grands patrons, des patrons de presse, ou d'un groupe d'hommes d'affaires, comme les propriétaires d'une station de télévision.

Les journalistes disposent selon Bourdieu (1996a; 1996b) de peu d'autonomie. Le champ journalistique serait de ceux qui opposent le moins de résistance aux forces extérieures et aux contraintes économiques, étant soumis aux lois du marché et des cotes

d'écoute. La dimension commerciale des médias créerait un « désajustement croissant entre les nécessités terribles d'une activité liée au souci d'audience et de rentabilité et les aspirations que les gens acquièrent dans les écoles de journalismes » (Lemieux, 2001 : 212).

Stuart Hall et associés (1978) font remarquer qu'en raison de la propriété économique des médias qui est de plus en plus séparée de la direction, due la dispersion de la propriété des actions de l'entreprise, les journalistes jouissent d'une plus grande liberté de rédaction vis-à-vis leurs supérieurs. Malgré cela, nous sommes encore loin du modèle pluraliste des médias vus comme un espace ouvert à tous pour débattre publiquement, puisque les groupes sociaux n'ont pas tous le même accès aux médias et ne disposent pas de ressources similaires afin de diffuser leur vues et intérêts (Tunstall et Walker, 1981).

De plus, plusieurs chercheurs de la tradition pluraliste (Ericson, Baranek et Chan, 1987; Schudson, 1989) ont conclu que les routines organisationnelles et les valeurs des institutions journalistiques étaient orientées favorablement envers les intérêts des puissants de ce monde. Le groupe de recherches sur les médias de Glasgow va sensiblement dans le même sens en affirmant que la télévision n'est pas qu'un simple relais de l'information : « Television news does not merely restrict access, it also organises the flow of coverage around its preferred views. » (Glasgow Media Group, 1995 : 292)

Or, si les médias sont effectivement des agents d'une puissance hégémonique, alors comment expliquer le changement dans leurs contenus? Gramsci (1985, 1988) apporte un élément de réponse en reformulant la définition de la classe dirigeante comme étant une alliance instable, souvent en reconfiguration, due aux luttes et pressions internes exercées par les différents groupes sociaux qui la constituent pour faire avancer leurs intérêts respectifs. L'idéologie dominante devient alors un ensemble instable de discours dominants. On peut concevoir les médias, dans cette perspective, comme une arène de contestation entre des groupes sociaux plutôt qu'un canal de diffusion privé pour une seule classe dominante prétendument unie. Il introduisit ainsi la possibilité de changements :

What is crucial in bringing about changes, are the « relations of force » obtaining at the political level, the degree of political organization and combativity of the opposing forces, the strength of the political alliances which they manage to bind together and their level of political consciousness, of preparation of struggle on the ideological terrain. (Gramsci, 1988 : 190)

Les discours dominants, qui serviraient entre autre à masquer les luttes internes et les contradictions (Gramsci, 1988), permettraient l'émergence de discours de résistance en raison de leurs instabilités. Bien que les médias soient vus encore comme plus favorables aux intérêts de la configuration des groupes dominants du moment, cette perspective permet d'expliquer le changement dans le contenu médiatique puisqu'ils se retrouvent au cœur de luttes perpétuelles de pouvoir entre factions aux intérêts divergents.

Au cour des années 1970, une perspective constructiviste émerge qui révèle l'écart entre la nouvelle idéale, issue de la théorie de la responsabilité sociale des médias<sup>2</sup>, et la nouvelle construite dans la salle de rédaction à partir d'informations de sources socialement situées, telles les groupes de pression et la sphère politique. On retrouve dans ce courant plusieurs chercheurs en sociologie du journalisme comme Gans (1979) et Tuchman (1978). Jean Mouchon (1992) est de ceux qui adoptent une perspective de « construction sociale de la réalité » pour expliquer les dynamiques entre la logique économique, les médias, le monde politique et les groupes de pression tous soumis aux impératifs d'efficacité et de rentabilité.

Pour des auteurs comme Walter Lippmann, la réalité nous arrive « représentée » par les médias, une version simplifiée du monde composée de « fictions » plus ou moins fidèles afin de nous aider à appréhender la réalité: « To traverse the world, the men must have maps of the world » (1922 :15-16). En fait, le pseudo-environnement de Lippmann (1922 : 16) est une construction sociale issue de la culture humaine.

---

<sup>2</sup> Selon Marc-François Bernier (2004): « Parmi les obligations dont le respect peut servir de critère d'évaluation du niveau de responsabilité sociale des médias, la commission [commission Hutchins, en 1947] suggérait les suivantes : fournir un compte rendu véridique et complet des événements de la journée ainsi que du contexte qui leur donne sens; servir de lieu d'échange des commentaires et critiques; présenter et expliquer les objectifs et les valeurs de la société et, finalement, permettre au public de bien comprendre ce qui se passe (2004 : 88). »



Pour un chercheur comme Jerome Bruner (1991) qualifié de constructiviste ou de socioconstructiviste, l'environnement social et culturel joue un rôle de premier plan dans l'entreprise de construction de la réalité sociale. Il écrit d'ailleurs à propos de la construction des connaissances de l'individu sur son environnement : « An individual's working intelligence is never "solo." It cannot be understood without taking into account his or her reference books, notes, computer programs and data bases, or most important of all, the network of friends, colleagues, or mentors on whom one leans for help and advice » (Bruner, 1991 : 4). Cette citation est tirée de l'article intitulé *The Narrative Construction of Reality* (1991) où l'auteur explique, entre autres, que la construction de la connaissance comporte toujours une dimension collective incontournable. Selon Gamson et Modigliani (1989) qui se sont penchés sur le rôle des médias dans la perception de l'énergie nucléaire aux États-Unis:

Journalists may draw their ideas and language from any or all of the other forums [social, politique, etc.], frequently paraphrasing or quoting their sources. At the same time, they contribute their own frames and invent their own clever catchphrases. Drawing on a popular culture that they share with the audience.

The media, in this model, serve a complex role. They are, on the one hand, part of the process by which issue cultures are produced. Because their role is believed to be so central in framing issues for the attentive public, they are also to quote Gurevitch and Levy (1985 :19), "a site on which various social groups, institutions, and ideologies struggle over de definition and construction of social reality." (Gamson et Modigliani, 1989 : 4)

Dans cette optique constructiviste, le journaliste est influencé par le monde politique, économique, culturel et social qui l'entoure ainsi que par ses pairs. De plus, tel que cité plus haut en anglais, les médias sont conçus, selon Gurevitch et Levy (1985), comme une arène où se livre une bataille pour la définition de la réalité sociale. Les médias sont influencés par les groupes sociaux et la sphère politique, mais conservent une certaine indépendance. La nouvelle est en conséquence toujours culturellement, historiquement et socialement située.

## 2.4 – Mise à l’agenda

À la question de savoir si les médias nous disent à quoi penser, les théoriciens de la mise à l’agenda répondraient par l’affirmative. Maxwell McCombs et Donald Shaw ont introduit et confirmé, en 1972, l’hypothèse selon laquelle les médias de masse influent fortement sur l’agenda de chaque campagne électorale, influençant l’importance accordée à certains enjeux politiques. La théorie de la mise à l’agenda cherche à démontrer que les médias, en filtrant l’information et en privilégiant certains enjeux, jouent un rôle important dans la construction de la réalité politique. Ils nous indiquent sur quels enjeux porter notre attention. Dans cette première interprétation, les effets de la mise à l’agenda sont presque mécaniques.

Les pères fondateurs de cette théorie ne donnaient cependant pas d’explication psychologique à ce phénomène (Maher, 2001). Des chercheurs en communications et en politique, tels Iyengar (1982, 1984), furent les premiers à utiliser la psychologie cognitive afin de clarifier le processus de mise à l’agenda. Selon le modèle du biais d’accessibilité (Iyengar, 1990, 1991), les individus utiliseraient l’information la plus saillante à leur esprit afin d’émettre un jugement. Les récepteurs acquièrent des informations sur un enjeu grâce aux médias, mais ils apprennent aussi quelle importance lui accorder en fonction de la quantité d’informations émise sur le sujet (Iyengar, 1997), de son positionnement dans les nouvelles (Wanta et Hu, 1994) et de l’angle de la couverture (Monière, 1994).

Les premières études souffraient de problèmes conceptuels au niveau de la causalité. La couverture médiatique ne reflète-elle pas simplement les préoccupations des citoyens ou pouvait-il s’agir du contraire? Afin de résoudre cette ambiguïté, les chercheurs se sont penchés sur les variations dans les préoccupations des citoyens en relation avec la couverture médiatique lors d’études longitudinales. De façon satisfaisante, il y eut confirmation de l’effet de mise à l’agenda des médias (Rogers et Dearing, 1988). Behr et Iyengar (1985) ont démontré que la mise à l’agenda était en général unidirectionnelle, la couverture médiatique affectait le niveau de préoccupation du public, mais le contraire était très rarement exact. Des expériences en laboratoire, menées par Iyengar et Kinder (1987), ont démontré qu’une faible exposition à la

couverture médiatique d'un enjeu était suffisante pour introduire un changement dans l'importance accordée à cet enjeu par le récepteur. Salwen (1986) a étudié les effets du temps sur l'agenda public. Il évalua l'importance accordée à sept enjeux environnementaux sur une période de 33 semaines. Les résultats montraient que les médias avaient leur impact optimal sur la perception de l'importance de l'enjeu environnemental après huit ou neuf semaines d'exposition à la couverture médiatique.

Depuis les années 90, un important problème se pose aux recherches. Le développement des technologies de communications et l'accroissement des sources d'informations (Internet, réseaux spécialisés d'informations) pourraient limiter l'effet de mise à l'agenda en priorisant des enjeux différents des médias traditionnels, diminuant ainsi la capacité des médias à construire un large consensus dans la société (Takeshita, 2005). La question est de savoir si l'augmentation du volume de communication médiatique implique aussi l'apparition de nouvelles sources d'informations aux priorités divergentes des médias traditionnels. Si c'est le cas, alors l'effet de mise à l'agenda observé dans le passé devrait diminuer.

## **2.5 – Le cadrage**

Comme nous l'avons vu, de nombreuses recherches ont démontré que les médias influencent les enjeux qui préoccupent les citoyens, mais les médias ne se contentent peut-être pas seulement de nous dire à quoi penser mais aussi comment penser un enjeu (McCombs, 1997). Afin de répondre à cette interrogation le modèle de mise à l'agenda fut complexifié. Le premier niveau du processus renvoie à la sélection par les médias d'enjeux qui deviennent par la suite importants dans l'opinion publique. Le deuxième niveau porte sur comment les médias influenceraient la façon dont les individus font sens d'un enjeu en rendant saillant certains attributs de celui-ci (McCombs, 2001).

Les recherches sur les cadres se sont penchées sur des problèmes délaissés par les recherches traditionnelles sur la mise à l'agenda, soit ce qui se dit sur un enjeu et comment il est construit. Goffman (1974) aurait la paternité de l'idée selon laquelle un cadre est requis pour organiser ce qui serait sinon qu'un ramassis disparate d'expériences ou d'informations fragmentées.

Le concept de cadre est employé en psychologie et en sociologie. Pour le premier, cadrage signifie généralement des changements de jugement engendrés par des altérations à la définition d'un problème (Kahneman et Tversky, 1984). En sociologie, le cadrage a été conceptualisé par Bateson (1972) et Goffman (1974), et a porté sur l'utilisation de narrations, symboles et de stéréotypes dans les couvertures médiatiques. Les chercheurs ont voulu étudier, entre autres, les effets de cadrage médiatique sur l'attribution de responsabilités par le public. Iyengar (1984, 1991) a démontré que les attitudes et les actions peuvent être altérées par la façon dont l'individu attribue la responsabilité d'une situation.

Selon Campbell (1998), les idées véhiculées par le choix des mots pour présenter un projet sont importantes puisqu'elles affectent la prise de décision le concernant. Les idées peuvent être soit de nature cognitives, elles spécifient des relations de causes à effet, ou normatives, renvoyant aux valeurs et aux attitudes. Pour qu'une politique soit adoptée par le public, elle doit correspondre aux normes et aux valeurs sous-jacentes de la société. De plus, les normes et les valeurs procurent les symboles et d'autres éléments dont les acteurs politiques ont besoin pour justifier publiquement leur politique. Les idées peuvent aussi bien être employées par les détracteurs d'un projet pour le rendre inacceptable aux yeux du public. Le choix des mots dans le cadrage d'un enjeu n'est donc pas sans conséquence sur sa perception par le public.

### **Chapitre 3 – Cadre théorique, relation entre biais et cadrage et méthodologie**

Le projet de privatisation d'une partie du parc national du Mont-Orford se présente comme une occasion d'appliquer la théorie de la mise à l'agenda (McCombs et Shaw, 1993) et du cadrage (Iyengar, 1991; Entnam, 1993). La théorie de la mise à l'agenda apporte une meilleure compréhension de l'interaction entre les mouvements sociaux, les médias et le politique. Par ailleurs, avec la théorie du cadrage nous pouvons repérer la façon dont les médias utilisent des « cadres d'interprétation » afin de sensibiliser la population à un problème et de susciter un engagement collectif. En nous appuyant sur ces théories, nous exposons la relation complexe de coconstruction de la définition de l'enjeu entre les médias et les groupes promoteurs/opposants.

#### **3.1 – Cadre théorique**

Les théoriciens de la mise à l'agenda (McCombs et Shaw, 1993) interrogeaient les conditions de sélection des problèmes dans l'arène publique et politique. Dans ce modèle, la métaphore de l'agenda est utilisée pour exprimer l'inscription d'un enjeu dans les priorités d'actions de l'opinion publique puis dans celles des décideurs. Par extension, l'agenda politique comporte des problèmes perçus comme appelant un débat public ou une prise en charge des autorités (McQuail et Windahl, 1993).

Cette théorie nous permet d'expliquer pourquoi beaucoup de citoyens vont prioriser le même enjeu fortement médiatisé à un moment donné. Elle nous permet aussi de prédire que si les citoyens sont exposés au même média au même moment, ils percevront l'importance de l'enjeu couvert de façon assez similaire. Cette perception peut cependant varier en fonction du niveau de sophistication politique, par exemple, ceux ayant le niveau le plus élevé sont généralement ceux les plus attentifs aux nouvelles en raison de leur plus grande scolarité et intérêt pour la politique (Zaller 1992). La sophistication politique renvoie au niveau de connaissance et d'information politiques que possède un individu, plus elle est élevée et plus le changement d'opinion est difficile. Miller et Krosnick (2000) ont démontré lors d'une expérience en milieu contrôlé que les participants qui faisaient le plus confiance aux médias et connaissaient le mieux la politique étaient ceux chez qui l'effet de la mise à l'agenda était le plus fort.

L'effet ne serait donc pas aussi mécanique que le pensaient originalement les pères de la théorie.

La perspective des cadres permet d'explorer la construction des messages et l'interprétation donnée au problème. L'action de cadrer implique de sélectionner certains aspects de la réalité perçue et de les rendre plus saillants dans un contexte de communication de telle façon à promouvoir une certaine définition d'un problème, une interprétation causale, une évaluation morale et préconiser certaines solutions (Entnam, 1993). Les cadres centrent notre attention sur certains aspects de la réalité tout en occultant d'autres qui pourraient pousser l'auditoire à réagir différemment (Entman, 1993). Le cadre n'est pas simplement un slogan répété *ad nauseam*; il s'agit plutôt d'une construction conceptuelle capable de nous aider à appréhender et à organiser la réalité. Iyengar (1997) suggère que les médias peuvent influencer l'importance que les citoyens attachent à des enjeux ou des événements grâce au cadrage qui rend certains attributs saillants.

La compétition pour imposer un cadre d'interprétation se déroulerait en premier lieu lors de la mise à l'agenda (Riker, 1986). La mise à l'agenda peut donc être conçue comme étant l'application réussie du premier niveau de cadrage : définir un problème de telle façon qu'il soit digne de l'attention publique et politique. Véronique Pujas définit cette étape de définition de l'enjeu afin d'attirer l'attention des médias comme suit :

Une des modalités majeures du scandale est d'être constituée principalement par les activités de définition (énonciation de faits et de jugements) d'une situation considérée comme "scandaleuse" (ou non) par certains acteurs. Ce travail de définition porte en premier lieu sur l'interprétation/construction des événements dénoncés qui ne dépendent ni de leur vérité, ni de leur importance. Il est le fait d'un nombre limité d'acteurs-dénonciateurs, en lutte pour imposer la définition des faits qui serve leurs intérêts. Cet étiquetage réussit si certains critères sont réunis : l'imposition d'une qualification "scandaleuse" des faits, la création d'un 'public d'identification' (à la cause dénoncée) qui soit "mobilisable", une labellisation des événements scandaleux qui correspondent à des catégories d'entendement juridique et qui puisse être médiatisé. (1999)

La théorie du cadrage viendrait principalement s'insérer dans ce deuxième niveau. Les médias influenceraient notre façon de penser un enjeu grâce au cadrage

qu'ils opèrent sur celui-ci (Iyengar et Simon 1993). Ils rendraient d'abord saillant certains éléments de la réalité, puis les assembleraient dans une narration permettant de comprendre les liens de causalité entre eux afin de promouvoir une certaine interprétation. Goffman (1991) parle de l'article de presse comme d'une mise en scène de la réalité comportant des éléments d'interprétation.

Une partie de la recherche sur les cadres s'est penchée sur le cadrage de divers enjeux d'actualités opéré par les groupes sociaux. Les membres du *Social movement scholars* (Snow et Benford, 2000 : 3) ont commencé à s'intéresser au processus de cadrage à partir du milieu des années 1980. Le mouvement étudie les luttes entre acteurs sociaux, médiatiques et politiques pour la production de sens :

From this perspective, social movements are not viewed merely as carriers of extant ideas and meanings that grow automatically out of structural arrangements, unanticipated events, or existing ideologies. Rather, movement actors are viewed as signifying agents actively engaged in the production and maintenance of meaning for constituents, antagonists, and bystanders or observers (Snow & Benford 1988). They are deeply embroiled, along with the media, local governments, and the state, in what has been referred to as "the politics of signification" (Hall, 1982). (Snow et Benford, 2000 : 3-4)

Pour éviter toute confusion, il est important de distinguer entre idéologie et cadre. L'idéologie est généralement dépeinte comme étant un ensemble relativement cohérent et durable de croyances qui affectent les décisions et opinions d'un individu pas seulement au plan politique mais aussi dans sa vie de tout les jours (Snow et Benford, 2000 : 3). L'idéologie est aussi pointée du doigt par certains (Thompson, 1984) comme étant un outil permettant de soutenir la structure de classe existante au profit d'une classe dominante. Le cadrage opéré par les groupes sociaux peut servir d'extension à une idéologie ou comme antidote à une idéologie. Ainsi, l'idéologie peut être une contrainte ou une ressource dans le processus de cadrage.

Le concept de cadre dans l'étude des mouvements sociaux dérive généralement du travail de Goffman (1974). Selon lui, le cadrage dénote des schèmes d'interprétations qui permettent aux individus de repérer, d'identifier, de percevoir et de catégoriser des événements dans leur vie et dans le monde en général (Snow et Benford, 2000). Les

cadres permettent de rendre significatifs certains événements et aident ainsi à guider l'action.

Ce que Snow et Benford (2000) nomment le cadre d'action collective permettrait en un premier temps d'interpréter la réalité en la simplifiant. Dans un deuxième temps, le cadre d'action collective servirait à la mobilisation d'adhérents potentiels, à gagner le support de la population et à démobiliser les adversaires (Snow et Benford 1988). En d'autres mots, on cherche ici à semer le doute chez l'adversaire et à motiver le public à passer de spectateur à acteur. Les groupes sociaux opèrent un cadrage d'une situation avec l'intention de le faire diffuser afin de mobiliser la population et ses adhérents.

Selon Snow et Benford (2000) les groupes sociaux doivent d'abord formuler un ou des cadres de diagnostic (identification du problème et attribution de la responsabilité) pour créer un consensus autour de la définition de l'enjeu et rendre significatif leur position. Puisque les groupes sociaux veulent remédier à ou modifier une situation jugée problématique, il va de soi que la direction que l'action collective prendra sera influencée de l'identification de la source et de l'attribution du blâme.

### **3.2 – Relation entre biais et cadrage**

Notre thèse de départ soutient que si la couverture médiatique fut biaisée favorablement envers une des deux parties de la controverse, ce biais devrait se traduire dans le cadrage retenu par les médias. Si les médias appuient clairement la position défendue par un groupe de pression et qu'ils reprennent le cadrage de celui-ci on peut remettre en cause l'indépendance des médias. Le cadrage de l'enjeu est issu d'un long processus continu et souvent antagonique entre médias et groupes opposants/promoteurs pour imposer leur définition de l'enjeu et leurs solutions.

Les protagonistes d'une controverse consacrent des ressources importantes afin de faire avancer leurs intérêts en essayant d'imposer leur cadrage d'un enjeu. Pour ce faire, ils ont recours, entre autre, aux médias qui constituent le canal le « plus sûr » pour rejoindre le public et faire pression sur les décideurs (Kasperson et al., 2003). Nous tenterons dans cette recherche de voir si les médias sont simplement un relais neutre et



objectif de l'information véhiculée par les protagonistes, ou s'ils ne favoriseraient pas un cadrage interprétatif au détriment d'un autre.

Un des effets médiatiques que l'on peut retrouver dans ce cas-ci est la « prévention du changement » (McQuail, 2000). Il s'agit de fournir un seul point de vue sur l'enjeu ou de le traiter idéologiquement afin d'empêcher le changement. On peut atteindre cet objectif par la répétition d'un point de vue que l'on présente comme consensuel ou en ne présentant aucune opposition.

Le concept de biais implique ici l'existence d'un modèle récurrent de cadrage dans les médias privilégiant un groupe par rapport à l'autre (Entman 2007). Il ne s'agit donc pas ici de déterminer si les médias déformeraient parfois la réalité sciemment, ou encore s'il advient que les journalistes, en raison de leur façon de faire du journalisme, biaisent la couverture d'un enjeu (Entman, 2007). On ne s'intéresse pas non plus aux facteurs (Shoemaker et Mayfield, 1987) pouvant biaiser le travail du journaliste tels que la socialisation et l'attitude des journalistes, ou encore les pressions exercées par ceux qui sont au pouvoir afin de soutenir une idéologie hégémonique. Il s'agit plutôt pour nous de savoir, à l'aide de l'analyse de contenu, si la couverture médiatique favorise un côté plutôt que l'autre et comment cela affecte le cadrage de l'enjeu.

En raison de la malléabilité de la perception des enjeux publics, il nous apparaît pertinent de vouloir se pencher sur l'impact des médias et des groupes sociaux sur le cadrage du projet de privatisation d'une partie du parc du Mont-Orford. Nous voulons ainsi contribuer au développement du champ de l'administration publique par l'analyse de la construction des problèmes publics. En utilisant la théorie de la mise à l'agenda et du cadrage nous pourrions approfondir les connaissances du rôle des médias dans la distribution du pouvoir. En fait, cette recherche revoie à la question toujours d'actualité de Lasswell (1966) : *who gets what, when, and how?*

Nous pensons que les médias ont pu exercer une influence puisque la décision de ne pas aller de l'avant avec le projet ne dépendait pas seulement du succès relatif des démarches de privatisation. Elle dépendait aussi de la dynamique de l'interaction politique (Schmidt, 2002), c'est-à-dire l'habileté du gouvernement à gagner l'accord pour son projet chez les acteurs politiques pertinents et le public en général. Avoir un

large consensus faisait d'ailleurs partie des conditions de réalisation du projet du gouvernement en premier lieu qui souhaitait un « [...] projet récréotouristique compatible avec les dispositions du projet de loi et qui recueille l'adhésion d'au moins trois organismes représentatifs du milieu régional. » (Gouvernement du Québec, 2006b : 2) Ce soutien d'organismes régionaux était considéré par le gouvernement comme un gage du soutien de l'opinion publique de la région.

### 3.3 – Méthodologie

Dans le cadre de cette recherche, nous procédons à une étude de cas afin d'analyser la couverture médiatique du projet de privatisation d'une partie du parc national du Mont-Orford. Selon Robert K. Yin (2003 : 13), l'étude de cas consiste à étudier empiriquement un phénomène contemporain à l'intérieur de son contexte. Cette méthode nous permettra donc d'examiner en détail et de façon approfondie plusieurs sources de données.

La période retenue s'étend du 6 mars 2006, date où le gouvernement du Québec tranche en faveur des promoteurs immobiliers, au 7 mai 2007, jour marquant l'abandon du projet. La période antérieure n'a pas été retenue car nous désirions nous concentrer sur l'intervalle où le gouvernement décida de faire volte-face. L'analyse ne tient pas compte de la plus récente couverture sur le débat « post-mortem ». Le corpus de recherche est constitué par des articles parus dans *La Presse*, *Le Devoir* et *Le Soleil* et les bulletins de nouvelles télévisées de fin de soirée de *Radio-Canada* durant la période sélectionnée. Nous avons privilégié les productions de presse écrite et télévisuelle. Ces choix se justifient de plusieurs façons. L'influence sociale de ces deux médias serait selon McQuail (2000) très forte et ce malgré l'essor des médias électroniques. De plus, leurs archives complètes sont facilement accessibles, permettant ainsi la compilation rétrospective.

Il existe toutefois des différences majeures entre les médias et leurs récepteurs. Les lecteurs de journaux sont plus vieux, plus éduqués et plus impliqués dans leur communauté, socialement et politiquement : « Even holding age, education, and rootedness constant, however, those who read the news are more engaged and

knowledgeable about the world than those who only watch the news » (Putnam, 2000 : 218).

Ceux qui regardent uniquement les bulletins de nouvelles télévisées ne sont pas aussi impliqués dans leur communauté (Putnam, 2000) que ceux qui dépendent des journaux comme source d'informations. Ils sont néanmoins plus impliqués que la plupart des États-Uniens qui ne consomment ni les nouvelles télévisées ni les journaux : « Regular viewers of network newscasts spend more time on community projects, attend more club meetings, and follow politics much more closely than other Americans. » (Putnam, 2000 : 220) On peut donc penser que ceux qui suivent activement les nouvelles dans les journaux et/ou à la télévision sont plus appelés à jouer un rôle de leader d'opinion dans leur communauté en raison de leur plus grande connaissance de l'actualité et de l'étendu de leur réseau social.

Les nouvelles sur Internet ne furent pas retenues parce qu'elles n'ont pas encore réussi à s'imposer comme source d'information première au même titre que les médias traditionnels : « the Internet is emerging as a supplement to - not a substitute for - other traditional news sources. » (Putnam, 2000 : 221) Putnam révèle que les nouveaux médias électroniques n'élargissent pas l'auditoire mais le drainent des médias traditionnels. Les résultats de l'étude menée par le Pew Research Center, un centre de recherche qui scrute l'utilisation des médias par les États-Uniens, rapportés par Paul Cauchon dans le quotidien *Le Devoir* le 21 août 2008, supportent les écrits de Putnam. En effet, le journaliste rapporte :

Ainsi, 29 % des Américains affirment prendre leurs informations tous les jours sur Internet (ils étaient 23 % à le faire en 2006). Mais la très vaste majorité des répondants affirme s'informer autant sur Internet que par les médias traditionnels. En fait, seulement 5 % des Américains affirment prendre leurs informations uniquement sur le Web. Ces données semblent confirmer que la télévision demeure souveraine et qu'Internet demeure un média complémentaire. (Cauchon, 2008 : p. b7)

De plus, comparativement à ceux qui dépendent de la télévision, de la radio et des journaux comme sources d'informations, ceux qui principalement utilisent l'Internet pour se tenir informés sont moins enclins à s'impliquer dans leur communauté (Putnam, 2000), réduisant ainsi la probabilité qu'ils influencent leurs pairs.

Les médias se distinguent aussi par leur contenu, sans aller aussi loin que ce que disait le théoricien des communications Marshall McLuhan « le message c'est le médium » (1964), les caractéristiques du médium influencent le type de production médiatique. Par exemple, un bulletin télévisé de vingt minutes tient en quelques feuilles. Alors que dans un journal les mêmes informations sont présentées sur plusieurs pages. La longueur du texte permet en principe de nuancer une idée.

On peut penser qu'en certaines circonstances, l'impact de la télévision est supérieur sur l'opinion publique parce que beaucoup de citoyens prennent simultanément connaissance d'un événement. Il s'agit du média le plus « massif » (McQuail, 2000) en terme de diffusion, consommation et popularité. Paul Cauchon écrit d'ailleurs au sujet de la consommation télévisuelle de nouvelles aux États-Unis que « Selon cette étude [effectuée par le Pew Research Center], publiée cette semaine, 57 % des Américains regardent les nouvelles télévisées tous les jours, une proportion demeurée très stable depuis dix ans (59 % en 1998). » (Cauchon, 2008 : p. b7). Pour la majorité de la population, il s'agit de la principale source d'informations et le principal canal de communication entre le politique et les citoyens (McQuail, 2000).

La télévision peut faire part d'une information en direct à un large auditoire, alors que les journaux, en raison du temps de rédaction, sont plus décalés de l'événement. Cependant, ce délai permet de vérifier l'information et d'enrichir la nouvelle d'une masse de données (Leclerc, 1997). Les journaux permettent de faire état de données beaucoup plus fouillées et de traiter l'information beaucoup plus en profondeur que les médias électroniques (Leclerc, 1997). De plus, l'article de presse va souvent plus loin que la description des faits, les journalistes peuvent nous en donner leur interprétation ou les conséquences qu'ils anticipent (Neveu, 1999).

Puisqu'ils sélectionnent les lettres publiées, nous avons inclus dans notre corpus les lettres d'opinions du grand public dans la presse écrite afin d'approfondir la question du cadrage opéré par les médias (Gitlin, 1980). Nous pourrions ainsi savoir si les lettres d'opinions choisies renvoient aux définitions de l'enjeu véhiculées par le journal, ou si elles sont divergentes. Chaque article, nouvelle ou lettre d'opinion retenue doit traiter de

la controverse à l'intérieur du premier paragraphe afin de privilégier les textes dont l'objet principal est la dite controverse.

Nous nous proposons, dans un premier temps, de réaliser une analyse de contenu de la couverture médiatique. Nous évaluons la couverture des médias en tentant de déceler s'il y a eu un manque d'impartialité à partir de deux règles: l'équité et la neutralité (Monière, 1994). L'équité renvoie à l'attention, sensée être équivalente, portée aux divers groupes en présence (Entman, 1989). Cette notion semble particulièrement s'appliquer à la télévision puisque selon Epstein (1973), les nouvelles télévisées ont tendance à présenter les conflits de façon bipolaire entre des protestants et une figure d'autorité, dotés soit disant de forces et de ressources « similaires ». Cette pratique réduirait la complexité de la crise dont les dimensions sont souvent multiples et complexes, en plus de réduire l'accessibilité des auditeurs à d'autres points de vues.

La neutralité de la couverture implique que dans sa présentation et son traitement le journaliste ne manifeste pas une inclinaison marquée favorable ou défavorable envers l'objet du reportage (Westersahl, 1983). Un traitement biaisé peut prendre la forme d'une information orientée ou partielle (Monière, 1994). McQuail écrit: « In a journalistic context, stories are given meaning by reference to some particular news value that connects one event with other similar ones » (2000 : 343). Ainsi, puisque les journaux attribuent une valeur aux nouvelles, il est difficile pour les journalistes de rester objectif et de ne pas introduire un biais de sélection.

On entend généralement par reportage impartial (McQuail, 1992), un reportage qui s'en tient surtout aux faits, qui offre beaucoup d'informations détaillées pouvant être vérifiées. On doit y retrouver une distinction claire entre les faits et les opinions ou interprétations. Autant que possible, des sources d'informations fiables doivent être citées. La nouvelle doit être de la dernière actualité, avec la version la plus récente des événements ayant préséance sur l'ancienne. La couverture journalistique du conflit doit être indépendante et désintéressée. L'impartialité implique ainsi l'absence d'agenda personnel, de motifs ultérieurs et de biais conscient ou non de la part du journaliste.

On peut remettre en question le principe d'impartialité si nous pensons qu'il n'existe pas de réalité objective, ce qui réduit le journaliste à un collecteur de multitudes

impressions subjectives différentes. Il en résulte qu'aucune expérience de la réalité de peut être jugée correcte et complète, sauf peut-être dans les cas les plus triviaux (McQuail, 1992; Glasser, 1988). De plus, puisque certains (Hall, 2001) pensent que le langage n'est pas neutre, celui-ci étant culturellement et historique situé, la prétention de rendre un portrait neutre et impartial de la réalité devient alors absurde. Il ne s'agit pas ici de la position théorique retenue, car comme l'écrivait Lichtenberg : « insofar as we aim to understand the world we cannot get along without assuming both the possibility and value of objectivity. » (1990 : 230)

On évaluera la neutralité par l'analyse des connotations, c'est-à-dire en repérant les mots ou les phrases qui présentent un point de vue neutre, favorable ou défavorable. Le langage employé par le journaliste servira d'indicateur d'une orientation particulière, à cet égard, nous portons notre attention aux adjectifs et adverbes connotés à l'objet d'étude.

Deux grilles de codification ont été construites, une pour la télévision et l'autre pour les journaux, afin de compiler les résultats. Elles comprennent huit objets d'analyse (voir Annexe 1) pour les journaux et sept pour la télévision : l'origine, la catégorie, la longueur, le titre (excepté pour la télévision), la source primaire, la présence du promoteur ou de ses alliés, la présence des opposants et l'orientation de l'article.

Sept sous-catégories ont été retenues pour indiquer l'emplacement de la nouvelle dans les journaux : la une, les nouvelles, la chronique, l'éditorial, la lettre, le reportage et autre. Pour ce qui est des journaux, un article est à la une s'il se retrouve sur la page frontispice du journal. Il est important de distinguer entre les nouvelles à la une et les nouvelles qui suivent dans les pages intérieures, puisque les médias placeraient en premier les nouvelles sélectionnées comme étant plus importantes ce jour-là (Behr et Iyengar, 1985). De plus, les premières nouvelles en ordre d'apparition exerceraient un impact plus fort sur la perception des récepteurs (Behr et Iyengar, 1985). Un article est classé comme « nouvelle » s'il se trouve dans les nouvelles générales (*Le Devoir*) ou dans les actualités (*La Presse*).

Pour les catégories « chronique », « éditorial » et « reportage », les articles ont été classés selon les définitions contenues à l'intérieur de l'ouvrage *L'entreprise de*

*presse et le journaliste* d'Aurélien Leclerc. La chronique « divulgue l'opinion personnelle de son auteur sur un sujet d'actualité. Le style et les arguments [...] peuvent prendre une allure débridée » (Leclerc, 1997 : 286-87). Une chronique peut être composée de multiples sujets juxtaposés : « Ils cherchent à offrir quelque chose de différent au lecteur, quelque chose qui l'incite à réfléchir sans prendre trop de son temps » (Leclerc, 1997 : 288). Il s'agit d'un espace qui laisse beaucoup plus de liberté au rédacteur tant dans la forme que dans le contenu. Les chroniques occupent de plus en plus d'espace dans les journaux francophones du Québec et elles sont rédigées, en majorité, par des journalistes de l'entreprise (Leclerc, 1997).

L'éditorial, pour sa part, « doit respecter l'idéologie de base du journal » (Leclerc, 1997 : 288). L'éditorial fait ressortir un élément majeur, le scrute, fait voir les tenants et aboutissants de cet événement, en analyse les causes, les répercussions probables pour l'individu et la société concernés (Masson, 1980).

Finalement, un reportage est une « présentation plus approfondie d'un élément d'actualité » (Leclerc, 1997 : 269). Il se situe entre la nouvelle, le fait d'actualité rapporté, et l'éditorial, l'opinion du journal. Il va plus loin que la narration rigoureuse de l'événement, sans aller jusqu'à l'expression d'opinions. Il est plus élaboré que la nouvelle, et moins subjectif que l'éditorial.

La classification propre aux journaux a été conservée pour classer les articles selon leur longueur : un article bref correspond à un article de moins de 300 mots, un article moyen compte entre 301 et 699 mots et plus de 700 mots est considéré comme un article long. La orientation du titre (d'appui, neutre ou d'opposition) s'évalue à la lecture du titre et des sous-titres de l'article. Les titres informatifs proposent des énoncés dont le message est univoque et factuel : « Manifestation contre la privatisation du mont Orford » (P16), « Début des travaux de la commission parlementaire » (D33). Lorsque le titre contient un énoncé favorable ou défavorable au projet, il est considéré comme biaisé : « Sortez du parc du Mont-Orford! » (D30), « "Parc" dénaturé » (S7), « Viva la republica de Santa Banana ! » (S6). De façon générale, est-ce que le titre est favorable ou défavorable au projet? Ou encore, est-il plutôt neutre ou sans connotation claire? L'orientation de l'article reprend la même logique.

Les indicateurs utilisés sont les mots ou les phrases qui présentent un point de vue neutre, favorable ou défavorable. Le langage employé par le journaliste servira d'indicateur d'une orientation particulière. Comme nous l'avons déjà dit, nous portons particulièrement notre attention sur les adjectifs et adverbess connotés au projet de privatisation d'une partie du parc national du Mont-Orford. C'est grâce aux indicateurs mentionnés ci-haut (mots ou phrases) que nous déterminerons si un titre ou un article est en appui, neutre ou en opposition avec le projet de vente des terrains situés sur les flancs du mont Orford. Si les points de vues exprimés et/ou les résultats d'analyses exposés sont majoritairement favorables au projet, alors le titre et/ou l'article sera classé en appui au projet.

Afin d'illustrer notre méthode, voici un exemple de titre classé dans la catégorie opposition : « Une autre voix contre la privatisation du mont Orford » (P48). La prise de position claire en opposition au projet soulignée par l'emploi du mot « contre » associé à « la privatisation du mont Orford » justifie la classification du titre comme étant défavorable au projet.

Nous allons voir ici un exemple d'une courte lettre d'opinion publiée dans le journal *Le Soleil*, le 19 mars 2006, dont le titre et le texte ont été classés comme étant en opposition au projet :

### **Orford : haro sur la destruction durable**

La vente du Mont-Orford ne réduira pas la dette du Québec. Elle ne contribuera pas à augmenter l'économie de la région puisque les emplois créés seraient temporaires, à temps partiel, à salaire minimum, à horaire irrégulier... comme à Mont-Tremblant. Elle permettra seulement d'agrémenter la richesse d'un promoteur privé et les loisirs de touristes pour la plupart blasés. Une telle transaction fera dépérir la montagne, déjà tonsurée par les pistes de ski. Elle fera fuir les animaux, mourir les végétaux épargnés par le développement immobilier intensif. On verrait donc apparaître des immeubles qui ne seront pas certifiés *Novoclimat*, ainsi que des milliers d'humains aux abords d'un parc national ; tout cela causerait d'importants ravages à l'environnement. Faut-il donc que l'être humain prime sur la nature à tout prix ? N'est-il pas possible d'être en harmonie avec la nature ? N'y a-t-il pas d'autres endroits idéaux pour développer des pentes de ski - des endroits qui ne sont pas des parcs nationaux ? La loi spéciale projetée par le gouvernement créerait un dangereux précédent car les autres parcs nationaux ne seraient plus à l'abri



du développement économique. La superficie des aires naturelles protégées au Québec n'est que de 3,4 % ! La vente du Mont-Orford n'est donc pas du tourisme durable ; c'est de la destruction durable. S'il y a vraiment erreur historique par rapport à son développement, il s'agit de la corriger dans le bon sens : le centre de ski doit fermer, puisqu'il est déficitaire. La nature pourra enfin reprendre ses droits, pour une fois... (S21).

Le titre de cette lettre d'opinion a été classé comme étant en opposition au projet, puisque les mots associés à Orford ont des connotations négatives. En effet, selon le dictionnaire le *Petit Robert* un haro est un « cri d'appel à l'aide, poussé par la victime d'un flagrant délit, rendant obligatoire l'intervention des auditeurs » (1991 : 914). L'auteur de la lettre exprime son opposition au projet en l'associant à la « destruction durable » et en appelant à la mobilisation des citoyens contre le projet par l'entremise de l'emploi du mot « haro ».

Dans le texte de la lettre, l'auteur exprime à plusieurs reprises un point de vue défavorable à l'égard du projet. En voici quelques exemples : « Une telle transaction fera dépérir la montagne, déjà tonsurée par les pistes de ski. Elle fera fuir les animaux, mourir les végétaux épargnés par le développement immobilier intensif. (...) On verrait donc apparaître des immeubles qui ne seront pas certifiés Novoclimat, ainsi que des milliers d'humains aux abords d'un parc national (...) tout cela causerait d'importants ravages à l'environnement. » L'auteur associe le développement immobilier et commercial au Mont-Orford à la destruction de l'environnement. En raison des mots à connotations négatives utilisés pour qualifier le projet tels que « ravages » et « dangereux » et des phrases qui expriment majoritairement un point de vue en opposition par rapport au projet, nous avons classé la lettre d'opinion ci-haut comme étant en opposition au projet de privatisation d'une partie du parc national du Mont-Orford.

Nous présentons ici un court exemple de titre et d'article classé dans la catégorie appui, dans le journal *Le Soleil* du 26 février 2007, dont nous justifierons par la suite le classement :

### **Il faut vendre Orford, martèle L'Espérance**

Orford - André L'Espérance, l'actuel gestionnaire de la station de ski du mont Orford, croit que l'abrogation de la loi 23, qui annulerait la vente du golf et du domaine skiable, serait catastrophique. Réagissant à la promesse d'André Boisclair d'annuler la vente de la montagne. M. L'Espérance a soutenu que la vente partielle du parc national est essentielle pour la rentabilité des installations. (S81)

Le titre de cet article a été classé comme étant en appui au projet, puisqu'il est clairement affirmé et sans ambiguïté qu'il faut vendre Orford, position défendue par les promoteurs du projet. Le texte de la nouvelle a aussi été classé comme étant en appui envers le projet puisque l'auteur affirme que l'abrogation de la loi 23, qui annulerait la vente du golf et du domaine skiable, serait « catastrophique ». Le mot « catastrophique » lié ici à l'abrogation de la loi 23 implique que la vente du golf et du domaine skiable aurait des conséquences néfastes et non souhaitables; son maintien serait donc implicitement appuyé. De plus, l'auteur affirme dans la dernière phrase que « la vente partielle du parc national est essentielle pour la rentabilité des installations ». L'appui au projet est clair, puisque les promoteurs soutiennent qu'il faut procéder à une vente partielle du parc national pour assurer la rentabilité des installations.

Nous terminons notre série d'exemples, par la présentation d'un titre et d'une nouvelle classés dans la catégorie neutre, dans le journal *La Presse* du 6 avril 2006, puis nous expliquons ce classement:

#### **La superficie du parc sera bel et bien doublée**

Québec - La promesse du gouvernement- qui en avait laissé plus d'un sceptique- de doubler la superficie du parc du Mont-Orford sera bientôt tenue, selon ce qu'a appris hier la Presse Canadienne.

Le parc national s'étendra donc sur plus de 10 000 hectares, au lieu de 5200, grâce principalement à l'acquisition de terrains forestiers appartenant à la société américaine Greif Containers.

Le ministre du Développement durable, Claude Béchard, devrait en faire l'annonce officielle au cours des prochains jours.

Les terrains visés, situés au nord de la montagne, seront mis en réserve pour deux ans, pour éviter toute spéculation.

Au total, l'agrandissement du parc national se traduirait par un investissement inférieur à 10 millions \$, a indiqué une source proche du dossier.

Québec vise à acquérir la superficie convoitée de gré à gré, mais n'exclut pas devoir recourir à des expropriations. Aucun propriétaire résidentiel ne serait touché, cependant, d'après les renseignements obtenus.

Greif Containers est en fait propriétaire des trois quarts des terres (3700 hectares) qui seront annexées au parc national.

Des sources gouvernementales assurent que les terres convoitées sont d'une grande valeur écologique et d'une grande variété sur le plan de la biodiversité. On y trouve des espèces végétales et des habitats fauniques rares.

Par ailleurs, contrairement à ce que d'aucuns craignaient, le parc du Mont-Orford ne sera pas fractionné du fait des acquisitions, qui seront contiguës au parc actuel, assure-t-on. Le ministre Béchard respectera donc son engagement de procéder très rapidement dans ce dossier.

À la mi-mars, il s'était engagé à doubler à court terme la superficie du parc en guise de compensation pour la vente, par appel d'offres, de la partie du territoire actuellement sous bail à des promoteurs immobiliers pour la construction de condos au pied des pentes de ski.

Il n'a pas été possible de savoir si les nombreux terrains près du parc appartenant à la famille Bombardier faisaient partie de la transaction immobilière. (P26)

Le titre et le contenu de cette nouvelle ont été classés comme étant neutres vis-à-vis du projet, puisque les mots associés à Orford n'ont aucune connotation négative ou positive. Le titre et le contenu de la nouvelle est factuel et vise uniquement à nous informer des derniers développements dans le projet de privatisation d'une partie du parc national du Mont-Orford.

Nous abordons maintenant la définition et l'utilité pour notre recherche de la catégorie source primaire. L'identification des sources de référence utilisées par les journalistes permet de clarifier la place accordée aux différents acteurs selon les événements et les sujets d'actualité abordés dans la presse ou les nouvelles télévisées. Cette catégorie permet d'indiquer la source qui prédomine à l'intérieur de l'article ou de

la nouvelle, elle se démarque lorsqu'elle est beaucoup plus citée et/ou présente en début d'article qu'une autre.

Les acteurs qui par leur discours, leur notoriété ou leur champ d'intérêt ont obtenu une attention particulière des médias ont été identifiés grâce à l'analyse des sources primaires d'information sur le mont Orford. Ils furent regroupés en douze catégories afin de faciliter leur identification dans les articles. La catégorie « gouvernement du Québec » est restreinte au Premier ministre et à son conseil des ministres. La catégorie « multiples » s'applique dans les cas où plusieurs acteurs sont abordés à l'intérieur de l'article et qu'aucun ne se démarque particulièrement du lot, par le nombre de mentions. Finalement, la présence du promoteur et de ses alliés ainsi que celle des opposants a été évaluée selon une échelle allant d'aucune à exclusive, en passant par minoritaire et majoritaire.

Afin de déterminer à qui les médias accordent d'avantage de couverture, nous notons l'occurrence des vocables, comme les noms de certains des principaux acteurs de cette controverse, soit Jean Charest, Claude Béchar, André L'Espérance, SOS Parc Mont Orford, Jean-Guy Dépôt, Pierre Paradis ainsi que Thomas Mulcair.

Dans un deuxième temps, nous analysons, à l'aide de sources primaires d'informations (mémoires et communiqués de presse), le cadrage opéré par les promoteurs et les groupes d'opposition. Nous nous penchons plus spécifiquement sur les définitions de l'enjeu opérées par les protagonistes de ce conflit et sur les solutions qu'ils fournissent. À qui et/ou à quoi attribuent-ils la responsabilité de la décision gouvernementale? Quelles conséquences anticipent-ils? Et quelles solutions préconisent-ils? Par l'entremise d'une analyse de contenu du corpus préalablement établi de la couverture médiatique de l'enjeu, nous analysons dans quelle mesure ces cadres ont été repris en totalité ou en partie. Une prédominance marquée de l'un des groupes de cadres opposants/promoteurs dans les médias par rapport à l'autre indiquerait un manque d'objectivité.

Nous présentons les principaux cadres selon leurs fréquences d'apparition. Cette analyse nous a permis de dégager 11 cadres répartis en deux groupes soit les promoteurs (ceux favorable au projet) et les opposants. Les cadres sont formulés de manières

différentes voire concurrentes selon les arguments et les positions défendus par les acteurs du débat. Il faut garder en mémoire que la construction du problème public est le résultat de compétition pour le cadrage du problème et l'orientation du débat (Goffman, 1991; Cefaï, 1996).

La partie de notre travail sur les cadres formulés par les groupes opposants/promoteurs permet d'identifier quel diagnostic ils ont posé sur la situation puisque nous identifions comment ils ont défini les causes des problèmes, leurs effets et les solutions qu'ils proposent pour y remédier.

### **Cadrage des promoteurs**

- 1.1 Cause: Présence d'un terrain golf et d'une station de ski dans un parc national.
- 1.2 Effet : Incompatibilité entre la mission de conservation environnementale et l'opération d'activités commerciales.
- 1.3 Solution : Retirer du parc national le terrain de golf et la station de ski en les vendant à des intérêts privés.
  
- 2.1 Cause : Le fait que la station de ski soit à l'intérieur d'un parc national rend la construction de condos à proximité des pentes impossible.
- 2.2 Effet : Problèmes de rentabilité.
- 2.3 Solution : Vendre une partie du parc national à proximité des pentes à des intérêts privés pour qu'il puissent y construire des condos.
  
- 3.1 Cause : Forte compétitivité du marché touristique dans la région.
- 3.2 Effet : Baisse de l'achalandage au Mont Orford
- 3.3 Solution : Rendre l'offre touristique de Mont Orford plus attrayante en favorisant les séjours de longues durées grâce à la construction de condos à proximité des pentes de ski.
  
- 4.1 Cause : Manque de vivacité économique dans la région.
- 4.2 Effet : Chômage élevé
- 4.3 Solution : Créations d'emplois grâce au développement de l'offre touristique de Mont Orford.
  
- 5.1 Cause : Vente d'une partie du parc national de Mont-Orford.
- 5.2 Effet : Diminution de l'aire protégée.
- 5.3 Solution : Doubler la superficie du parc en y annexant des terrains environnants.

### **Cadrage des opposants**

- 6.1 Cause : Non compétitivité de l'offre touristique de la station Mont Orford dans la région.
- 6.2 Effet : Chômage.
- 6.3 Solution : Création d'emplois durables par l'adoption d'un projet de développement touristique « vert » à l'année qui soit respectueux des limites actuelles du parc national.
  
- 7.1 Cause : Mauvaise gestion de Mont-Orford inc.
- 7.2 Effet : Déficit accumulé.
- 7.3 Solution : Assurer une gestion « durable » de la station de ski et du golf par un autre promoteur.
  
- 8.1 Cause : Changements climatiques.
- 8.2 Effet : Les saisons de ski seront écourtées en raison de la diminution de l'enneigement.
- 8.3 Solution : Diversifier l'offre touristique en offrant une expérience nature et culture à l'année.
  
- 9.1 Cause : Parc national dont l'origine provient de dons de citoyens.
- 9.2 Effet : Patrimoine collectif inviolable protégé par la loi.
- 9.3 Solution : Préserver la parc dans ses limites actuelles et abandonné la Loi 23.
  
- 10.1 Cause : Volonté du gouvernement de vendre une partie du parc national du Mont-Orford.
- 10.2 Effet : Opinion publique largement défavorable au projet de vente.
- 10.3 Solution : Abandonner tout projet de vente.
  
- 11.1 Cause : Richesse du patrimoine écologique du mont Orford
- 11.2 Effet : Opposition à la vente du mont Orford à des intérêts privés
- 11.3 Solution : Le mont Orford doit demeuré à l'intérieur du parc nation afin d'être protégé.

Nous répertorions chaque occurrence des causes, des conséquences et solutions dans les médias telles que définies par les groupes en opposition et nous les compilons. Toutefois il est rare que nous retrouvions l'argument dans son entièreté. En général, seuls un ou deux éléments sont présents. Une forte récurrence de ces éléments de cadrage indiquerait une prédominance de ce cadre interprétatif dans les médias. En somme, la présence d'un biais dans la couverture médiatique favorable à l'un des groupes et la prédominance de son cadrage interprétatif de l'enjeu dans les médias viendraient confirmer notre thèse.

## Chapitre 4 – Résultats et analyse

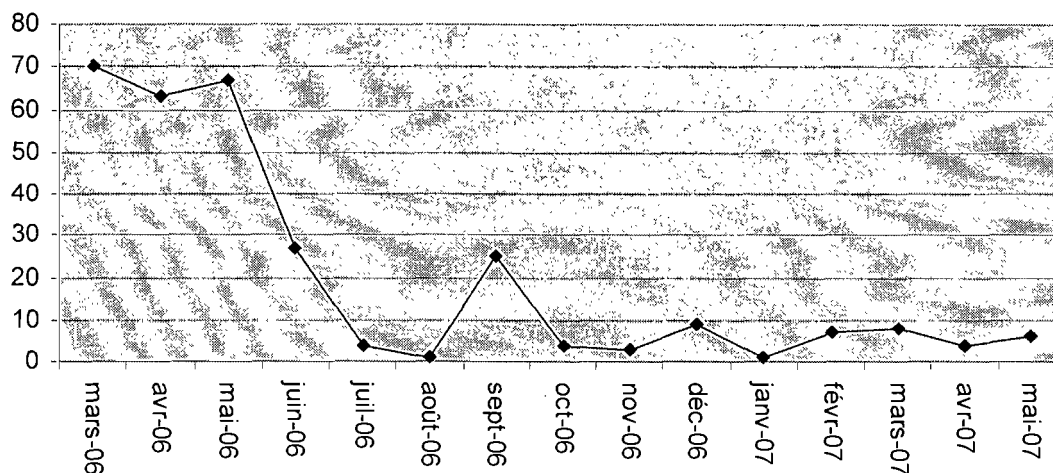
Le projet de la vente du mont Orford a suscité de vifs débats au sein de la société québécoise. La couverture médiatique imposante en témoigne (n299). Au total, pour toute la période couverte de mars 2006 à mai 2007, c'est 44 nouvelles télévisées et 255 articles provenant des journaux, *La Presse*, *Le Devoir* et *Le Soleil* qui sont analysés. Afin d'approfondir notre compréhension de la couverture, une étude du nombre d'articles par mois permet de relever les événements ayant occupé une place prépondérante dans la couverture médiatique.

Dans la première partie de notre analyse, nous voulons spécifier le traitement accordé au problème, soit « l'espace » médiatique accordé à l'enjeu ainsi que le traitement qui lui est réservé. Nous cherchons à déceler plus spécifiquement l'existence d'un biais médiatique. Dans la deuxième partie, nous procédons à la présentation des résultats d'analyse par cadres. Finalement, nous mettons en lumière la possibilité d'un lien entre la présence d'un biais médiatique et la prédominance d'un groupe de cadrage de l'enjeu.

### 4.1 – Analyse chronologique de la couverture

Il nous apparaît pertinent de présenter avec les résultats d'analyse une brève description des événements afin d'expliquer les périodes où la couverture médiatique est de plus forte intensité. Il nous sera ainsi possible de mettre de l'avant les changements les plus importants qui sont intervenus dans cette histoire. L'objectif de la présentation de ces événements est de donner des repères au lecteur pour faciliter la compréhension.

**Figure 1 : Couverture médiatique du projet de vente du mont Orford, mars 2006 à mai 2007**



La couverture suit principalement les polémiques et les confrontations du moment. Les mois ayant retenu le plus l'attention des médias sont les mois de mars à mai 2006, suivis par septembre, décembre, février et mars 2007. Les mois de mars à mai 2006 se retrouvent en tête de ce palmarès avec 67% (n201) de la couverture parce qu'il s'agit de la période où la décision de vendre à l'entreprise privée le centre de ski et le terrain de golf, situés à l'intérieur du parc national du Mont-Orford, fut annoncée et expliquée au grand public.

La Loi 23, adoptée en juin à l'initiative du ministre du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs, Claude Béchar, entérinait la privatisation d'une partie de l'actuel parc national. Il restait au gouvernement Charest à fixer les modalités de l'appel d'offres pour la montagne, le terrain de golf, le stationnement et les terrains avoisinants.

Le gouvernement du Québec avait l'intention de permettre au nouveau propriétaire de construire des condominiums au pied des pentes. Avec l'argent provenant de la vente, le gouvernement projetait de multiplier par deux la superficie du Parc du Mont-Orford. À la suite de l'annonce du projet, un grand nombre de réactions rapportées par les médias, de mars à mai, sont en majorités négatives, soit 58% (n201): « Avalanche de critiques contre les condos du Mont Orford. C'est un projet de cow-boy, fait à la va-vite » (SRC2), « Vente du Mont Orford: Un projet ficelé à la hâte » (P18),



« Parc du Mont-Orford: Charest doit faire marche arrière » (S14), « Orford: une solution à courte vue » (D5). Ces titres sont très significatifs de l'orientation des médias face au projet.

Durant cette période, la principale source primaire est le Premier ministre et/ou ses ministres avec 28% (n201) de la couverture, ce qui n'est pas surprenant puisqu'ils sont en train de présenter et d'expliquer le projet. Les groupes d'opposition constituent la deuxième source primaire avec 16% (n201) de la couverture. Les citoyens arrivent en troisième position, 13% (n201), mais ceci s'explique par le nombre élevé de lettres d'opinion, dans lesquelles l'auteur, citoyen, est la principale source. Malgré la vive opposition, le gouvernement demeure la principale référence en matière d'informations sur le mont Orford ce qui indique qu'il jouit d'un accès privilégié aux médias.

En septembre 2006, on retrouve 17 articles et 4 nouvelles télévisées (7% de la couverture globale), les articles traitent essentiellement de la présentation et du contenu du rapport Nicolet : « Une proposition "très ambitieuse": Le comité régional à la privatisation d'Orford dépose ses recommandations » (P76), « Orford: Québec souscrit au plan Nicolet » (D62), « Rapport du comité Nicolet : Le mont Orford doit rester dans le domaine public » (S72).

En juin, le gouvernement Charest avait fait voter le projet de loi visant à privatiser une partie du parc national du Mont-Orford. Ce projet a soulevé une forte opposition dans la région de mont Orford et semé la colère des groupes environnementaux. Au moment du dépôt du projet de Loi 23, le ministre Béchard avait fait savoir qu'il accepterait d'inclure dans l'appel d'offres tout projet récréotouristique ayant fait l'objet d'une entente entre les représentants de la région de l'Estrie.

Un comité de la MRC de Memphrémagog, présidé par le préfet Roger Nicolet, fut formé afin de trouver des solutions pour l'avenir du mont Orford qui iraient chercher un grand consensus dans la région. Ils recommandaient que la propriété du mont Orford reste publique. En effet, ils souhaitaient qu'une clause soit ajoutée à l'appel d'offres, exigeant de l'acheteur éventuel qu'il revende le domaine skiable du parc du Mont-Orford à la MRC pour la somme symbolique d'un dollar. Ce faisant, le futur promoteur pourrait exploiter le centre de ski sans être propriétaire de la montagne.

Le comité espérait aussi que le gouvernement impose également des limites à tout projet de développement immobilier sur les 85 hectares réservés à cette fin par la Loi 23. Le promoteur aurait à respecter un concept de station touristique plus modeste qu'à Mont-Tremblant, dans les Laurentides. On recommandait aussi que moins de 800 condos soient construits, regroupés notamment en complexe hôtelier. Le projet consistait plus spécifiquement en deux hôtels, une auberge de montagne, une centaine de condos, le tout regroupé autour d'un village avec ses restaurants, ses petits commerces, son amphithéâtre pour les spectacles en plein air. Le ministre Béchard a indiqué le 6 septembre 2006 (SRC36) que Québec irait de l'avant avec les propositions contenues dans le document.

Les réactions au rapport Nicolet sont majoritairement négatives, à l'exception du gouvernement et de la MRC. On salue dans les médias la recherche d'un projet de développement du mont Orford qui viendrait chercher un fort consensus régional, mais on souligne aussi les coûts anticipés rattachés au projet qui les rendraient peu attrayants pour de futurs investisseurs :

Le groupe de travail ne chiffre pas ce qu'il en coûterait pour créer un parc récréotouristique autour du mont Orford. Il est toutefois facile de deviner que la note sera salée pour l'État, même si le projet n'a pas l'envergure de ceux du Mont-Tremblant ou de Petite-Rivière-Saint-François. Mettre fin au bail de Mont-Orford Inc., exproprier et acheter des terrains pour agrandir le parc, déplacer une route, construire des amphithéâtres, fournir de l'eau potable aux nouvelles habitations, le projet ne prendra pas forme sans une solide contribution de l'État. Quel promoteur voudra investir autour du mont Orford avec les balises posées par le groupe de travail. Le préfet Roger Nicolet admet que des investisseurs étrangers devront être trouvés car les entreprises québécoises qui avaient l'argent pour un tel projet sont impliquées dans d'autres stations. La région risque donc d'attendre encore (S73).

La Coalition SOS Parc Orford pour sa part rejette le rapport Nicolet sur le projet récréotouristique du mont Orford : « Le groupe réaffirme son refus de sacrifier une partie du parc au profit de promoteurs privés. » (SRC 37) Pour SOS Parc Orford, la proposition Nicolet n'est pas un compromis acceptable car elle avalise le passage d'un parc national vers un statut de parc régional, sans moyen juridique de freiner les ambitions de futurs promoteurs. La coalition estime qu'avec le passage de 950 condos

évoqués par le promoteur L'Espérance et les 750 proposés suite au rapport Nicolet avec hôtels, auberge, amphithéâtre et résidences privées, le risque de se retrouver avec un « petit Mont-Tremblant » est trop grand (D63).

Mont-Tremblant est souvent évoqué, 37 occurrences, pour donner l'exemple des retombées sur l'environnement et la région de la construction de condominiums de loisirs et d'un centre récréotouristique d'importance internationale. Il est aussi souvent utilisé pour symboliser le développement commercial « sauvage » au mépris de l'environnement, comme l'illustre la lettre de Pierre Bastien, conseiller municipal du Canton d'Orford :

Tous les intervenants de notre milieu reconnaissent que ce développement doit se faire de manière cohérente, ordonnée, progressive et conforme aux principes du développement durable. Le consensus à cet effet est solide, comme le prouve l'engagement public du gestionnaire actuel (qui connaît très bien la région et qui y habite) à ne pas transformer le site en "mini-Disneyland" ni en "second Mont-Tremblant". (P12)

Le regain de vigueur économique de la région de Mont-Tremblant, depuis les développements récréotouristiques est souligné, mais le prix à payer au niveau des changements sociaux et environnementaux inhérents à ce type de développement n'est pas acceptable pour la majorité des acteurs.

Le mois de décembre 2006, quant à lui, a été marqué par le dépôt de l'appel d'offre le 15 décembre: « L'appel d'offres calqué sur le projet de la MRC » (P84), « L'appel d'offres pour Orford est lancé » (S79). À l'exception du journal *Le Devoir*, chez qui les articles sur le sujet du mont Orford ont tous une orientation défavorable durant le mois de décembre, la couverture de la *SRC*, *La Presse* et *Le Soleil* est demeurée neutre, ce qu'illustre la citation suivante :

L'appel d'offres lancé en décembre dernier, sur la scène nationale autant qu'internationale, prévoit que la vente des terrains du parc (460 hectares) rapportera au bas mot 2 millions de dollars. La facture pour les équipements du centre de ski et du club de golf est évaluée à plus de 12 millions. L'appel d'offres prend fin le 15 mai. (P88)

Parmi les quatre articles qui abordent l'avenir du mont Orford publiés dans *Le Devoir* en décembre, trois articles soulignent que le projet de Coopérative de solidarité

du Mont-Orford est écarté par l'appel d'offre puisqu'il ne correspond pas aux exigences demandées:

Pour ce qui est de la mise de fonds minimale de 2 millions, à laquelle s'ajoutent les 12,6 millions pour les actifs, il (le président de la Coopérative, Bertrand Larrivée) reconnaît qu'elle n'est pas à la portée de la coopérative mais refuse de divulguer les sommes amassées jusqu'ici. (P83)

Autre événement ayant retenu l'attention des médias durant le mois de décembre, SOS Parc Orford rendait public ses recours devant les tribunaux pour contester la légalité des expropriations pour agrandir le parc, et réclament un dédommagement pour ceux qui, il y a 68 ans, ont permis grâce à des dons que ce parc existe :

L'avocat Michel Bélanger, qui a déposé la requête, estime que les donateurs ont été trompés par le gouvernement, qui n'a pas respecté l'objet même de la donation, soit celui de protéger les terrains à perpétuité. Advenant une victoire devant les tribunaux, la somme de 8,4 millions serait versée à une fiducie foncière pour racheter les terrains retirés du parc du Mont-Orford et en assurer la préservation, en lieu et place du gouvernement. (D67)

*Le Devoir* se distingue par le nombre d'articles qu'il publie durant cette période avec quatre fois plus d'articles que *Le Soleil* et deux fois plus que *La Presse*. Il publie une lettre de Bertrand Larrivée, Président du conseil d'administration de la Coopérative de solidarité du Mont-Orford, et de Jacques Saint-Pierre, requérant qui estime avoir été lésé par la gouvernement parce qu'en décembre 2003, il a fait un don écologique personnel de la façade ouest du mont Orford dans le but de protéger ce milieu naturel à perpétuité. Il estime que le projet de la vente du mont Orford est contraire à la mission de protection du patrimoine écologique et collectif du gouvernement.

En février 2007, le déclenchement de la campagne électorale au Québec fut l'occasion pour les partis d'opposition de remettre à l'avant-scène l'impopulaire décision du gouvernement Charest sur le projet de la vente du mont Orford : « Appel du pied aux écologistes : s'il est élu, le Parti québécois annulera la vente du mont Orford au secteur privé. La Loi 23, adoptée en décembre, sera abrogée, et Mont-Orford inc. devra honorer le bail qui la lie au gouvernement » (P85). Cet engagement est l'une des pièces maîtresses de la plate-forme péquiste. Le Parti Québécois tenta de se positionner comme parti plus

« vert » que l'ADQ et le PLQ dans le but de récolter plus de votes chez les citoyens accordant beaucoup d'importance aux questions environnementales.

Le mois de février est aussi marqué par le dépôt d'une plainte, le 22 février, par une coalition de groupes écologistes devant le secrétariat environnemental de l'ALENA. Elle allègue que la province a omis de respecter deux lois, dont celle qui interdit de vendre ou d'échanger des terrains faisant partie d'un parc national.

Il s'agit d'une sorte de réprobation qui déborde les frontières du Québec, précise Me Bélanger, avocat des plaignants et nouveau président de l'UQCN. Avec une telle procédure, l'objectif n'est pas de sauver le parc, mais de s'assurer que cela ne se reproduise plus jamais. (P88)

Selon la plainte, le Québec a omis de respecter plusieurs dispositions de deux lois, celle sur les parcs et celle sur le développement durable. D'abord, la loi sur les parcs adoptée en 2001 stipule que « les terrains faisant partie d'un parc ne peuvent faire l'objet de vente ou d'échange ». « Les groupes écologistes estiment également que le projet du gouvernement Charest va à l'encontre de la loi sur le développement durable qu'il a lui-même adoptée l'an dernier. Celle-ci vise entre autres la protection de l'environnement, du patrimoine culturel et de la biodiversité » (P88).

Les positions des principaux chefs différaient sur l'enjeu : Jean Charest voulait maintenir la privatisation, André Boisclair l'annulerait et Mario Dumont remettrait le dossier entre les mains des dirigeants régionaux. Une partie de la couverture traite de la réaction de Jean Charest aux attaques de ses adversaires : « Annuler la vente d'une partie du parc, comme le souhaite André Boisclair, ferait perdre au moins 1000 emplois dans la région et engendrerait des déficits financiers considérables, estime le premier ministre Charest. » (P87)

À l'approche du scrutin, le 26 mars, outre la manifestation contre la privatisation partielle au mont Orford du 25 mars organisée par SOS Parc Orford et la Coopérative de solidarité Mont-Orford, la veille de l'élection provinciale, qui mobilisa près de 1000 personnes et qui ne fut l'objet que d'un seul article (S84), c'est le refus de la plainte déposée en février par des groupes écologistes qui retient l'attention des médias.

SOS Parc Orford et la Société pour la nature et les parcs du Canada et Nature Québec avaient déposé une plainte devant la Commission de coopération

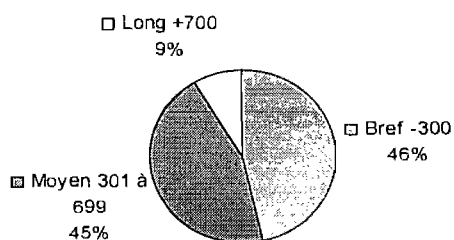
environnementale (CCE), créée en vertu de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). La coalition écologiste plaidait que l'adoption de la Loi 23, qui permet la privatisation de certaines des terres du mont Orford, contrevenait à la Loi sur les parcs, qui interdit la vente de terrains faisant partie d'un parc national. Le rôle de la CCE est de s'assurer que les gouvernements des trois pays signataires de l'ALENA appliquent correctement leur législation dans le domaine.

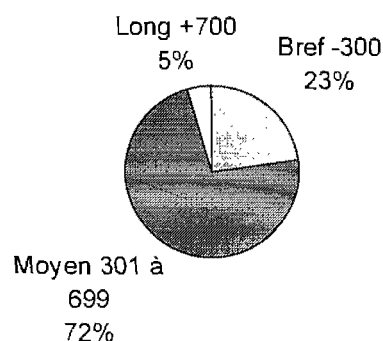
Le refus est le thème central de la moitié des articles sur le dossier de la vente du mont Orford en mars 2007. « Le Secrétariat ne peut pas considérer l'adoption d'une nouvelle loi [la Loi 23] comme une omission d'assurer l'application efficace des lois existantes (la Loi sur les parcs et la Loi sur le développement durable), écrit un directeur de la CCE, Geoffrey Garver » (S83). Bref, les événements qui ont reçu le plus d'attention de la part des médias, lors de ces 15 mois de couverture, sont en majorité des événements dont la couverture médiatique favorisa les opposants au projet.

#### 4.2 – Longueur des articles et des nouvelles

La couverture est relativement substantielle, puisque les articles de longueur moyenne comptent pour la majorité de la couverture, 45%. Malgré la complexité de l'enjeu, on remarquera que seulement 9% des articles comptent plus de 700 mots.

**Figure 2 : Longueur des articles n255**



**Figure 3 : Longueur des nouvelles n44**

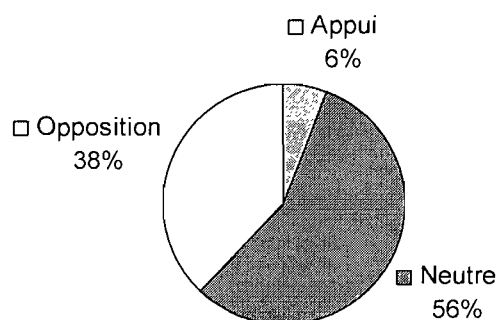
On retrouve plus de nouvelles de longueur moyenne dans la couverture de la SRC (72%) que dans les journaux (45%). La télévision a permis d'assister à plusieurs reprises aux échanges entre acteurs de la controverse et les journalistes. Ces échanges étaient rediffusés presque intégralement avec les hésitations et les reformulations des acteurs interrogés qui sont généralement exclues des comptes-rendus d'entrevues dans les journaux, ce qui explique pourquoi on retrouve plus de nouvelles de longueur moyenne. Il y a un peu moins de nouvelles longues à la télévision (5%), comparativement aux journaux (9%), parce que le média télévisuel avec les pauses publicitaires et la durée des bulletins de nouvelles est moins propice à l'analyse approfondie des sujets.

#### 4.3 – Orientation des titres

En analysant les titres, on constate que plus de la moitié des articles sont neutres (56%). Ils sont plus fréquents que les titres d'appui (6%) ou d'opposition (38%) combinés. Ces données sont très significatives lorsque l'on sait que de nombreux lecteurs ne lisent que les titres ou utilisent ceux-ci pour déterminer s'ils liront l'article ou pas. L'emploi de titres imagés est somme toute assez fréquent, en incorporant des métaphores et des symboles de façon à capter l'attention des lecteurs : « Vrai "pelleteux de nuages" » (S11), « Perdre son âme » (D38), « Compteur à zéro » (D24). Les titres

neutres sont nettement plus nombreux que les titres d'appui et les titres d'opposition. Les titres neutres sont donc nettement plus nombreux que les titres d'appui et les titres d'opposition. On retient cependant que presque la moitié (44%) des titres sont orientés. Nous pouvons affirmer que les titres sont, de peu, majoritairement neutres.

**Figure 4 : Répartition des orientations des titres des articles n255**

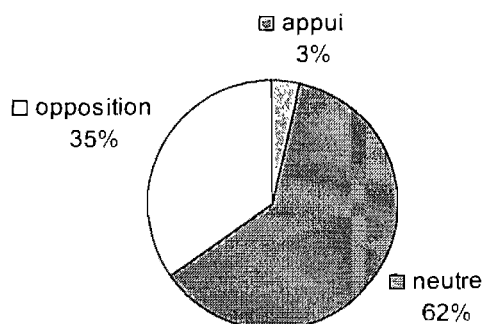


Lorsque l'on observe séparément les journaux on remarque que le quotidien *Le Devoir* est celui qui recèle la plus forte proportion de titre en opposition au projet 53% (n78), presque deux fois plus que *La Presse*. Notons par ailleurs que *Le Devoir* ne contient aucun titre en appui. Les titres à connotations négatives sont nombreux dans *Le Devoir* et explicitent : « SOS Orford parle d'un « Boxing Day du patrimoine national » (D69), « Le mont Orford doit rester public » (D61), « Le centre de ski serait mal géré » (D23).



**Tableau I : Répartition des orientations des titres des journaux**

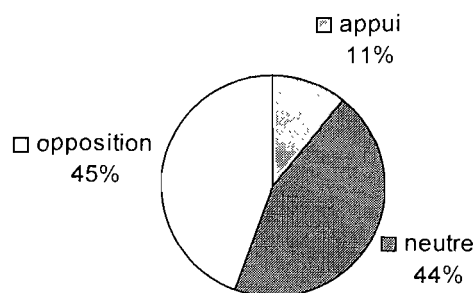
Orientation	Presse	Soleil	Devoir
Appui	11%	6%	0%
Neutre	61%	58%	47%
Opposition	28%	36%	<b>53%</b>

**Figure 5 : Répartition des orientations des titres des unes et nouvelles n172**

Les titres de nouvelles et de unes sont à 62% neutres (n172) : « La MRC se prononce aujourd'hui sur l'offre de Béchard » (D45), « À Québec ont débuté les travaux de la commission parlementaire sur l'avenir du Parc du Mont-Orford » (SRC26). Ils comprennent principalement des informations factuelles. Le journal *La Presse* détient la proportion la plus élevée de titres de nouvelles et de unes neutres avec une proportion de 67% (n63). *Le Devoir* a la plus forte proportion de titres de nouvelles et de unes en opposition avec 38% (n47) comparativement à 30% (n63) pour *La Presse*. On retrouve la plus forte concentration de titres de nouvelles et de unes orientées dans *Le Soleil* avec une proportion de 43% (n62).

**Tableau II : Répartition des orientations des titres des unes et nouvelles par journaux**

Orientation	Presse	Soleil	Devoir
appui	3%	6%	0%
neutre	<b>67%</b>	56%	62%
opposition	30%	37%	<b>38%</b>

**Figure 6 : Répartition des orientations des titres des textes d'opinion n83**

Les titres des textes d'opinion quant à eux témoignent de points de vue beaucoup plus tranchés, 56% sont orientés, soit 45% en opposition et 11% en appui au projet de la vente du mont Orford : « Dire non au démantèlement du parc du Mont-Orford » (D43). Les titres des textes d'opinions les plus biaisés se retrouvent dans *Le Devoir* avec une proportion de 74% (n31). C'est dans *La Presse* que les titres sont le plus divisées avec 27% (n30) de titres en appui, 50% neutres et 23% en opposition. Il est à noter que quelques rares titres tombent dans la catégorie neutre parce qu'ils sont sans objet ou ambigus. À titre d'exemple : «  $A2 + b2 = c2$  » (P33).

**Tableau III : Répartition des orientations des titres des textes d'opinion par journaux**

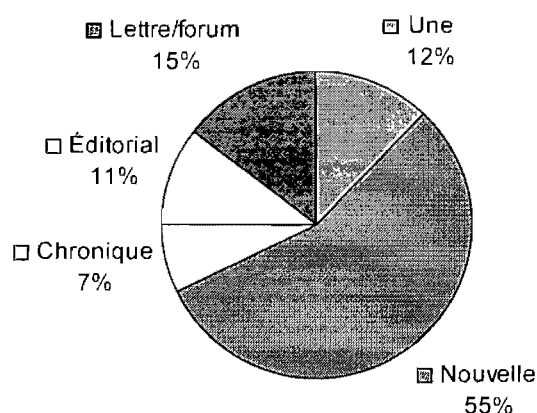
Orientations	Presse	Soleil	Devoir
Appui	27%	5%	0%
Neutre	50%	64%	26%
Opposition	23%	32%	<b>74%</b>

#### 4.4 – Positionnement des articles et nouvelles

La vivacité du débat peut être démontrée par le nombre élevé de textes de type opinion (33%, n255) qui regroupe les lettres d'opinion, les éditoriaux et les chroniques. L'espace accordé aux textes d'opinion dans les divers journaux représente le tiers de la couverture. Ce type de placement des articles nous incite à croire que le sujet a été

souvent traité de façon « polémique », en se concentrant plus sur les éléments de débats plutôt que sur les « faits ». Ceci est particulièrement vrai dans les trois premiers mois : on y retrouve 77% (n83) des textes de type opinion et ils représentent pour cette période 37% (n171) de la couverture de presse.

**Figure 7 : Répartition des types d'articles des journaux n255**



Le mont Orford dispose d'une visibilité moyenne pour ce type d'enjeu : 12% des articles occupent la première page du journal. Comparativement, dans l'analyse de presse effectuée par le Cabinet de relations publiques National, « pour le Suroît, les nouvelles comptent pour 83% de la couverture, dont 16 % figurent « à la Une » et « pour le Bassin Peel, il s'agit de 72 % nouvelles, avec 14 % à la Une. » (National, 2006 : 90) Les nouvelles (55%) et les unes comptent pour 67% de la couverture. Le mont Orford fait particulièrement l'objet de beaucoup de débats, puisque 18 % de la couverture consiste en éditoriaux (11 %) et chroniques (7 %), comparativement à 6 % pour le Suroît (4 % éditoriaux et 2 % chroniques) (FCCQ, 2006). De plus, les lettres au rédacteur comptent pour 15% de sa couverture, comparativement à 2 % pour le Suroît et 5 % pour la Bassin Peel (FCCQ, 2006).

**Tableau IV : Répartition de l'orientation des articles par journaux**

Orientation	Presse	Soleil	Devoir
Appui	16%	10%	1%
Neutre	31%	37%	23%
Opposition	53%	54%	<b>76%</b>

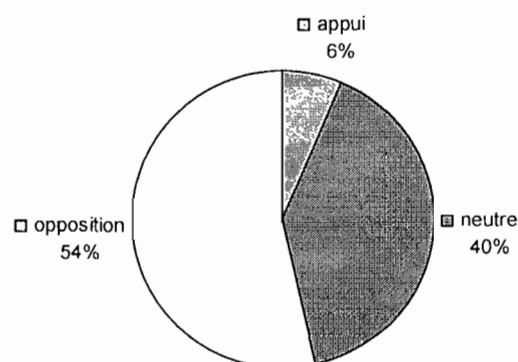
L'analyse individuelle de chaque quotidien nous révèle que *Le Devoir* est le journal le plus biaisé (77%, n78) et ce majoritairement contre le projet (76%), suivis par *La Presse* avec une proportion de 69% d'articles orientés, soit 53% en opposition et 16% en appui.

**Tableau V : Répartition des types d'articles par journaux**

Type d'article	Presse	Soleil	Devoir
Unes et Nouvelles	68%	<b>74%</b>	60%
Textes d'opinion	32%	26%	<b>40%</b>

On remarque que c'est dans le journal *Le Soleil* que l'on retrouve la plus forte proportion de unes et de nouvelles, témoignant d'un plus fort intérêt pour l'enjeu. Ce phénomène peu en partie s'expliquer par le fait que fréquemment un même article traitait de la situation au Zoo de Québec et du mont Orford. *Le Devoir* recèle la plus forte proportion de textes d'opinion sur le mont Orford (37%, n83).

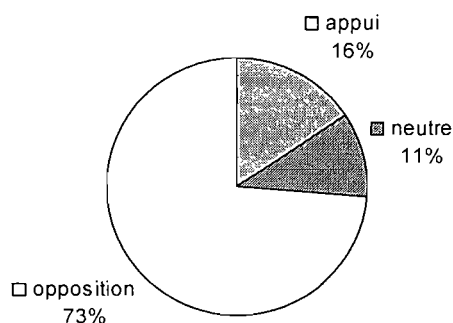
**Figure 8 : Répartition de l'orientation des unes et nouvelles n172**



**Tableau VI : Répartition de l'orientation des unes et nouvelles par journaux**

Orientations	Presse	Soleil	Devoir
Appui	8%	10%	0%
Neutre	35%	48%	36%
Opposition	57%	42%	64%

L'orientation des unes et des nouvelles est majoritairement biaisée avec une proportion de 54% en opposition et 6% en appui au projet pour un total de 60%. *Le Devoir* se démarque des autres journaux puisqu'il n'a aucune nouvelle ou une favorable au projet du mont Orford. Il a la plus forte proportion de unes et nouvelles en opposition avec le projet. *Le Soleil* a les unes et les nouvelles les plus neutres avec une proportion de 48% (n62).

**Figure 9 : Répartition de l'orientation des textes d'opinion n83****Tableau VII : Répartition de l'orientation des textes d'opinion par journaux**

Orientations	Presse	Soleil	Devoir
Appui	33%	9%	3%
Neutre	23%	5%	3%
Opposition	43%	86%	94%

L'orientation des textes d'opinion est très majoritairement en opposition avec le projet de la vente du mont Orford (73%). Ils sont largement biaisés dans une proportion de 89%, soit 73% qui s'y opposent et 16% qui l'appuie. *La Presse* est le journal où l'on retrouve le plus d'appui au projet dans les textes d'opinion (33% en appui, n30). Tout comme pour les titres, il s'agit aussi du journal où les textes d'opinions sont les plus partagés : appuis (33%), neutre (23%) et opposition (43%). Comme nous l'avons observé précédemment, c'est dans *Le Devoir* que l'on retrouve la plus grande proportion de textes d'opinion sur le projet de la vente du Mont-Orford (37%, n83). De ces textes d'opinion (n31), 94% sont en opposition au projet. Il s'agit de la plus forte opposition dans les textes d'opinion de tous les journaux.

#### 4.5 – Sources primaires

La question des sources de référence utilisées par les journalistes est une dimension importante de notre étude. Elle permet de clarifier la place accordée aux différents acteurs selon les événements et les sujets d'actualités abordés dans la presse. Le mont Orford fait intervenir une gamme d'acteurs très hétérogènes. Dans l'ensemble des interventions médiatiques, nous y trouvons des comédiens, des gens d'affaires, des intellectuels, des citoyens, des députés, des experts, des chanteurs, des écrivains, des historiens, des économistes, des avocats, des scientifiques, etc.

La principale source est le Premier ministre et ses ministres, en particulier Claude Béchar. Les déclarations et décisions des acteurs politiques occupent une part importante dans la médiatisation du problème, 24% des articles ont comme source primaire le premier ministre ou ses ministres et 8% ont pour source primaire le parti d'opposition. Ces résultats concordent avec les conclusions de Bourdieu (2001) sur l'avantage fréquent dont disposent les sources institutionnelles officielles.

Au total, c'est 33% (n299) des nouvelles qui mentionnent une source « officielle » comme source primaire, c'est-à-dire le gouvernement, un parti d'opposition ou une agence gouvernementale. Fait notable, tous les médias se réfèrent à une source « officielle » comme source primaire dans des proportions similaires, soit 36% pour la SRC, 33% pour *Le Devoir*, 31% pour *La Presse* et 33% pour *Le Soleil*.

Le dossier de la vente du mont Orford aurait été probablement moins suivi par les médias s'il n'y avait pas eu de désaccord au PLQ entre députés au sujet de la vente d'une partie du parc national. Du côté des partisans du projet on retrouvait Jean Charest et Claude Béchar, alors que ceux qui s'y opposaient étaient Thomas Mulcair, Pierre Paradis et Jean-Guy Dépôt. Leur désaccord a contribué à faire du Premier ministre et de ses ministres la principale source d'information puisqu'ils se retrouvaient au centre du conflit en étant ceux qui étaient contestés. On retrouve 266 occurrences du nom de Thomas Mulcair dans les médias, 75 occurrences de Jean-Guy Dépôt et 148 de Pierre Paradis, contre 610 pour Jean Charest et 471 pour Claude Béchar. Ces données nous donnent une indication de l'intérêt des médias pour la discorde au sein du PLQ, surtout si l'on considère qu'André L'espérance a 228 occurrences et que SOS Parc Orford en a

192, alors que les trois opposants libéraux totalisent 489 occurrences. Cet intérêt des médias pour le désaccord chez les députés du PLQ peut s'expliquer en partie par le fait que la popularité de Jean Charest et celle de son parti atteignaient de nouveaux creux alors que Thomas Mulcair jouissait d'une certaine sympathie dans l'opinion publique.

Les groupes communautaires opposés apparaissent comme la deuxième principale source primaire des médias avec 17%, après le Premier ministre et ses ministres. Les sources associatives sont utilisées comme sources primaires dans des proportions similaires d'un média à l'autre, soit entre 15% et 20%. Plusieurs articles sur le mont Orford consacrent une partie de leur contenu au mouvement d'opposition: « À Mont-Orford, l'opposition s'organise » (P7), « SOS parc Orford conteste les prévisions du promoteur » (P57), « SOS Parc Orford contredit les prédictions du promoteur » (S46).

Combiné aux partis d'opposition (8%), dont l'opposition au projet est de notoriété publique, on atteint le quart des articles soit 25% qui les ont comme principale source primaire d'information. Ils arrivent donc presque à égalité avec le gouvernement et les promoteurs (27%). Ces données permettent de confirmer la très grande visibilité de l'opposition au cours de ces 15 mois et montre qu'elle a bénéficié d'un traitement médiatique privilégié par rapport aux autres acteurs du conflit. Ces groupes devancent des acteurs habituellement très puissants et influents : le promoteur et ses alliés, les conseillers municipaux de la MRC de Memphrémagog et les agences gouvernementales.



**Tableau VIII : Répartition des sources primaires n299**

Source primaire	%	Source primaire	%
Promoteur/alliés	3	Groupes d'opposition	17
Gouvernement Qc	24	Expert	5
Parti d'opposition	8	Chroniqueur	2
Municipalité d'Orford et/ou MRC de Memphrémagog	8	Éditorialiste	4
Agence gouvernementale	1	Citoyens	10
Regroupement d'affaires	0	Multiples	8
		Autres	9

**Tableau IX : Répartition des sources primaires, mars à mai 2006 et juin à mai 2007 n299**

Source primaire : mars à mai 2006 et juillet 2006 à mai 2007					
Source primaire	%		Source primaire	%	
	Mars à Mai	Juin à Mai		Mars à Mai	Juin à Mai
<i>Promoteur/alliés</i>	2	1	<i>Groupes d'opposition</i>	11	7
<i>Gouvernement Qc</i>	19	6	<i>Expert</i>	4	1
<i>Parti d'opposition</i>	2	6	<i>Chroniqueur</i>	2	0
<i>Municipalité d'Orford et/ou MRC de Memphrémagog</i>	2	5	<i>Éditorialiste</i>	4	0
<i>Agence gouvernementale</i>	1	0	<i>Citoyens</i>	8	2
<i>Regroupement d'affaires</i>	0	0	<i>Multiples</i>	6	2
			<i>Autres</i>	6	3

Les sources d'informations utilisées par les médias ne sont pas fixes dans le temps, elles suivent l'évolution dynamique des rapports de force entre acteurs. On remarque que durant les trois premier mois, le gouvernement du Québec est trois fois plus cité comme source première d'information que durant la période de juillet 2006 à mai 2007. Les groupes d'opposition connaissent une légère diminution, mais beaucoup moins grande que celle du gouvernement. Les partis d'opposition, principalement le Parti québécois sous la direction du chef André Boisclair, connaît le plus forte

augmentation en étant trois fois plus cité comme principale source d'information dans la période de juillet 2006 à mai 2007, ce phénomène peut s'expliquer par le déclenchement de la campagne électorale. Le PQ avait fait du dossier de la vente du mont Orford un enjeu prioritaire. La MRC de Memphrémagog connaît aussi une importante croissance de son nombre de citation, elle fait plus que doubler, en raison de toute la couverture médiatique entourant le projet Nicolet.

Il semble que le professeur Yves Rabeau était justifié de dire dans *Échec aux projets créateurs de richesse* : « Les promoteurs de projets ne peuvent plus ignorer la présence de groupes militants organisés. Ils doivent identifier les groupes de pression qui ont un intérêt véritable dans leur projet de façon à en faire des partenaires » (2006 : 81).

#### 4.6 – Présence du promoteur versus présence des opposants

La présence des deux camps à l'intérieur de chaque article a été classée sur une échelle allant d'aucune à exclusive. Les résultats nous montrent un faible écart entre la présence exclusive des opposants versus une présence exclusive du promoteur et de ses alliés. La présence majoritaire et exclusive des opposants s'élève à 52 % comparativement à 43 % pour le promoteur et ses alliés. Les deux parties ont une présence somme toute assez similaire. Il ne faut pas oublier toutefois qu'il peut être exclusivement ou majoritairement question des promoteurs ou des opposants de façon négative ou positive. La seule présence des promoteurs ou des opposants ne suffit donc pas à donner l'orientation de l'article.

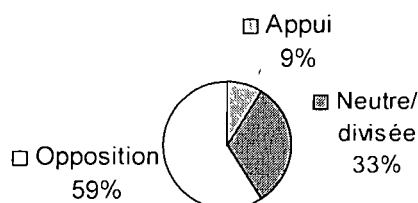
**Tableau X : Répartition de la présence du promoteur et des opposants n299**

Présence du promoteur et ses alliés		Présence des opposants	
Exclusive	9%	Exclusive	12%
Majoritaire	34%	Majoritaire	40%
Minoritaire	40%	Minoritaire	34%
Aucune	16%	Aucune	14%

#### 4.7 – Orientation des articles et des nouvelles télévisées

Les résultats obtenus lors de l'évaluation de l'orientation de chaque article sont différents des résultats de l'orientation des titres. En effet, 59% des articles adoptent une orientation opposée au projet, 33% sont neutres ou divisés et 9 % d'entre eux appuient la position du promoteur et de ses alliés. Les titres neutres ne sont donc pas toujours représentatifs du contenu de l'article parce que le titrage des articles relève de la direction du journal.

**Figure 10 : Répartition de l'orientation des articles et nouvelles n299**



Les données sur l'orientation des articles et des nouvelles télévisuelles prouvent que la couverture médiatique de ce projet a été biaisée en faveur de l'opposition (59%, n299). Cette conclusion est renforcée par les résultats de l'analyse de la présence du promoteur et de ses alliés (43%) versus la présence des opposants (52%).

#### 4.8 – Couverture médiatique comparée

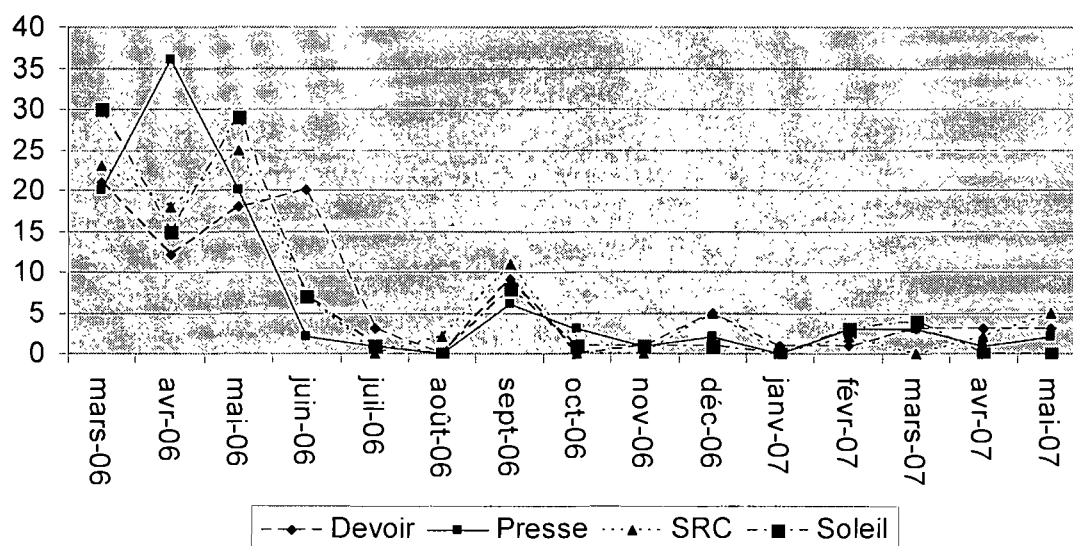
Le journal *La Presse* a le nombre le plus élevé d'articles sur le projet de la vente du mont Orford (n93). C'est dans ce journal que l'on retrouve le nombre le plus élevé d'occurrences du nom d'André L'Espérance (120) et Jean Charest (216) versus 106 occurrences de Jean Charest dans *Le Devoir* et 53 d'André L'Espérance. La SRC est le média dont la couverture fut la plus impartiale avec 39% (n44) de nouvelles neutres. Ce résultat est contraire aux observations d'Epstein (1973) selon lesquelles les nouvelles télévisées auraient tendance à présenter les conflits de façon bipolaire entre des

protestants et une figure d'autorité. La couverture de la SRC s'est principalement concentrée sur les faits, délaissant les guerres de coulisses au PLQ. La couverture était aussi plus événementielle que les autres médias, il devait se produire un événement pour que la nouvelle soit retransmise. En raison du peu de temps d'antenne accordé à chaque nouvelle télévisée, les journalistes pouvaient difficilement faire une analyse approfondie de la situation, ils se contentaient donc de retransmettre l'information le plus succinctement possible. On remarque toutefois qu'ils ont accordé plus d'importance à l'opposition. À titre d'exemple, la longue entrevue réalisée avec Marie Laberge la veille de la publication de sa lettre d'opinion dans les journaux sur le projet de vente du mont Orford. La présence de vedettes, au sein des opposants, a été à de multiples reprises soulignée à la télévision.

**Tableau XI : Répartition de l'orientation par média n299**

Orientation	Devoir	Presse	SRC	Soleil
Appui	1%	16%	7%	10%
Neutre/ divisée	23%	31%	<b>39%</b>	37%
Opposition	<b>76%</b>	53%	55%	54%

**Figure 11 : Couverture médiatique relative comparée, mars 2006 à mai 2007 n299**



La couverture médiatique est similaire pour les quatre médias étudiés, mais on note le plus grand écart entre le journal *La Presse* et *Le Devoir*. Les quotidiens suivent particulièrement une « logique événementielle », avec une moyenne de 6,6 articles par mois pour *La Presse*, 5,6 articles pour *Le Devoir* et 6 articles pour *Le Soleil*, contre 3,1 reportages pour la SRC dont la couverture est plus ponctuelle. On remarque que *La Presse*, en avril 2006, au moment où les confrontations étaient les plus intenses, publie beaucoup plus d'articles que les autres quotidiens, 33, versus 9 articles pour *Le Devoir* et 13 articles pour *Le Soleil*. Ce phénomène s'explique parce que *La Presse* publia 21 articles de type nouvelle et une et 12 textes d'opinions, contre 5 articles de type une et nouvelle et 4 textes d'opinions pour *Le Devoir*.

Le quotidien *Le Devoir* se distingue des autres médias par sa plus grande concentration d'articles (76%, n78) opposés au projet de la vente du mont Orford. *Le Soleil* compte pour sa part 54% (n84) d'articles opposés, *La Presse* 53% (n93) et la SRC 55% (n44).

On retrouve plus d'avis d'experts (13%, n78) au *Devoir* en source primaire qu'à la SRC, *Le Soleil* et *La Presse* qui en compte tous moins de 5%. Tous les avis d'experts en source primaire dans *Le Devoir* sont opposés au projet. De plus, on retrouve 76 occurrences du nom de SOS Parc Orford dans *Le Devoir*, contre 46 pour *La Presse* et 36 pour *Le Soleil*. Ces données nous indiquent que le journal *Le Devoir* fait plus référence aux actions et prises de position de SOS Parc Orford.

Une des particularité du *Devoir* est la proportion élevée d'articles opposés au projet de la vente du mont Orford qui ont la signature d'un même chroniqueur, Louis-Gilles Francoeur. En effet, 81% (n16) des articles écrits par Francoeur sont globalement opposés au projet. Il a écrit 21% des articles consacrés à ce sujet, 63% d'entre eux ayant une longueur supérieure à 700 mots. Comparativement, les articles de Denis Lessard, journaliste de politique québécoise pour le journal *La Presse*, totalisent 18% (n93) de la couverture du projet de la vente du mont Orford pour le quotidien, 41% (n17) de ses articles ont une orientation neutre et 59% sont opposés. On compte 41% (n17) d'articles

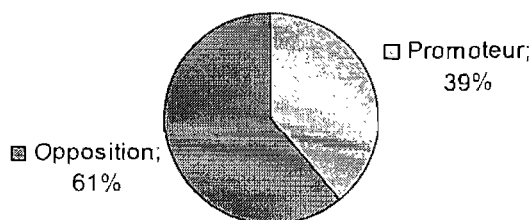
long (700 mots et plus) de sa plume. Bref, ce qui ressort le plus de cette comparaison est que le quotidien *Le Devoir* est le plus orienté des médias à l'étude.

#### **4.9 – Analyse des cadres**

L'analyse des cadres permettra de rendre compte de la manière dont les groupes de pressions définissent les enjeux de la contestation. L'étude des arguments les plus récurrents des promoteurs ou des opposants dans les articles et nouvelles télévisées permet de déterminer, dans un premier temps, si les deux groupes en opposition ont réussi à transmettre aux médias leur cadrage de la privatisation partielle du parc national du Mont-Orford. Dans un deuxième temps, nous voulons observer l'existence ou non d'un lien entre un biais dans l'article et la présence d'un groupe de cadres dominant dans ce même article, ayant la même orientation que le biais, soit appui ou opposition au projet.

Dans le traitement de l'analyse des données, nous avons cherché à représenter de façon synthétique les grands arguments de la controverse. Deux grands groupes d'arguments ont ainsi été dégagés : promoteur et opposition. Chaque cadre se divise en trois parties : cause, conséquence et solution. Nous avons pu observer que les arguments n'étaient presque jamais repris en totalité : un ou deux éléments étaient presque toujours manquants et ce phénomène s'accroissait plus on s'éloignait du début de la controverse. Le degré de familiarité du public avec l'enjeu augmentant, il devenait probablement moins nécessaire de leur expliquer les positions des promoteurs et des opposants. Or, une personne qui commencerait à s'intéresser au dossier de la vente du mont Orford alors que la couverture est déjà très avancée, risque d'éprouver des difficultés à bien saisir les tenants et aboutissants de la controverse.

**Figure 12 : Répartition des cadres des promoteurs et des opposants n458**



**Tableau XII : Répartition des groupes de cadres par médias**

	Devoir	Presse	SRC	Soleil
Cadres Promoteurs (n178)	28%	<b>31%</b>	17%	24%
Cadres Opposants (n280)	<b>44%</b>	26%	11%	18%

On observe une prédominance des cadres d'opposition dans les médias (61%, n458). *La Presse* est le quotidien ayant le plus forte proportion de cadres des promoteurs (31%, n178) et dont les cadres des promoteurs les plus récurrents sont la promesse de doubler la superficie du parc national du Mont-Orford et les problèmes de rentabilité de la station de ski. *Le Devoir*, à la plus forte proportion d'arguments de l'opposition avec 44% (n280), l'argument d'opposition le plus présent étant l'argument sur l'inviolabilité du patrimoine collectif. Lorsque l'on observe la couverture totale du *Devoir* c'est 72% (n173) des arguments qu'on y retrouve qui reflètent la position des opposants. C'est aussi dans le même quotidien que l'on retrouve la plus forte concentration de cadres, soit 38% (n458) suivi par *La Presse* avec 28%.

**Tableau XIII : Répartition des cadres des promoteurs n178**

Cadres promoteurs	Devoir	Presse	SRC	Soleil	Total
1 : Anomalie golf et ski dans un parc national	1	9	4	9	13%
2 : Problèmes de rentabilité	19	12	7	5	24%
3 : Compétitivité de l'offre touristique	1	3	0	2	3%
4 : Développement économique de la région	7	11	7	5	17%
5 : Doubler la superficie	21	21	12	22	43%
<b>Total</b>	28%	31%	17%	24%	100%

**Tableau XIV : Répartition des cadres des opposants n280**

Cadres des opposants	Devoir	Presse	SRC	Soleil	Total
6 : Développement « durable »	4	1	0	1	2%
7 : Problèmes de gestion	14	14	6	8	15%
8 : Baisse de l'enneigement	17	7	2	3	10%
9 : Patrimoine collectif	49	28	17	23	42%
10 : Admissibilité sociale	11	11	5	11	14%
11 : Patrimoine écologique	29	13	2	4	17%
<b>Total</b>	44%	26%	11%	18%	100%

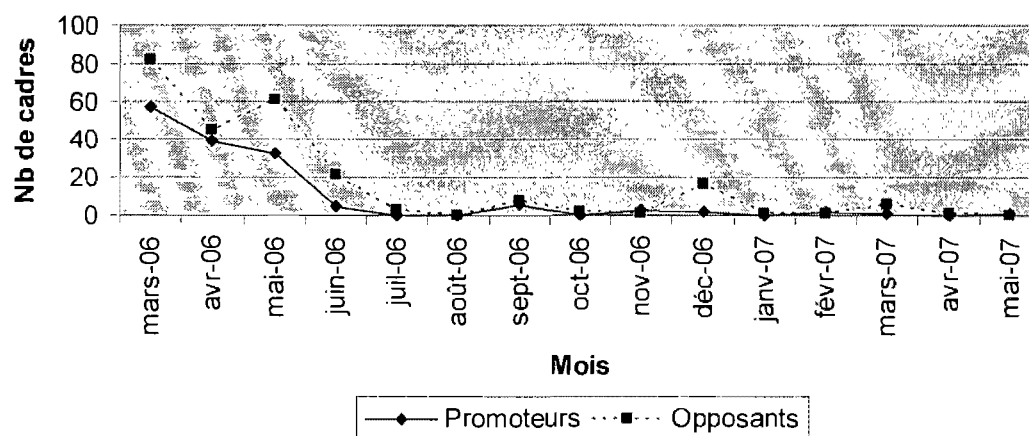
Les arguments les plus récurrents des promoteurs sont les cadres 5 avec 43% et 2 avec 24%, raison invoquées initialement par le promoteur André L'Espérance et le gouvernement pour justifier la vente. L'argument des opposants le plus utilisé est de le cadre 9 (42%), motif invoqué pour rendre illégitime la vente d'une partie du parc national. Le deuxième argument des opposants en importance est le cadre 11 (17%). Le mont Orford étant l'un des rares exemples de transition altitudinale, il importait de protéger ce patrimoine environnemental du développement immobilier.



**Tableau XV : Répartition globale des cadres par médias n458**

<b>Cadres des promoteurs</b>	Devoir	Presse	SRC	Soleil	<b>Total</b>
1 : Anomalie golf et ski dans un parc national	1	9	4	9	5%
2 : Problèmes de rentabilité	19	12	7	5	9%
3 : Compétitivité de l'offre touristique	1	3	0	2	1%
4 : Développement économique de la région	7	11	7	5	7%
5 : Doubler la superficie	21	21	12	22	<b>17%</b>
<b>Cadres des opposants</b>					
6 : Développement « durable »	4	1	0	1	1%
7 : Problèmes de gestion	14	14	6	8	9%
8 : Baisse de l'enneigement	17	7	2	3	6%
9 : Patrimoine collectif	49	28	17	23	<b>26%</b>
10 : Admissibilité sociale	11	11	5	11	8%
11 : Patrimoine écologique	29	13	2	4	10%
<b>Total</b>	<b>38%</b>	<b>28%</b>	<b>14%</b>	<b>20%</b>	<b>100%</b>

Globalement, le cadre 9 est le plus utilisé de tous les arguments (26%, n458). Les problèmes de rentabilité 9% (n458) et les problèmes de gestions (9%) sont invoqués dans les mêmes proportions. La promesse de doubler la superficie (17%, n458) était utilisée principalement par le gouvernement Charest afin de contrecarrer les critiques. Les problèmes de gestion de la station de ski ont été presque systématiquement contestés dans les médias, expliquant la similarité des pourcentages.

**Figure 13 : Nombre de cadres par mois n458**

Les articles situés au début de la controverse contiennent un plus grand nombre d'arguments qu'à la fin. Tout comme dans l'analyse précédente, nous observons deux phases dans la couverture, la première beaucoup plus intense s'étend de mars à mai 2006, ce qui correspond à l'annonce du gouvernement Charest de vouloir aller de l'avant avec son projet de vente du mont Orford. La deuxième phase, de juin 2006 à mai 2007, correspond à une période où des événements ponctuels ont ramené le dossier de la vente du mont Orford dans l'actualité.

On observe une prédominance des arguments des opposants dans la première phase, ce qui viendrait indiquer qu'ils auraient réussi à transmettre leur cadrage aux médias. Dans la deuxième phase, la différence entre l'utilisation des cadres des promoteurs et des opposants diminue substantiellement. La prédominance des arguments des opposants vient confirmer le biais médiatique en faveur des opposants observé dans la première partie de l'analyse. Le biais est particulièrement présent dans la couverture du journal *Le Devoir*.

La couverture médiatique n'a donc pas été équitable puisque l'attention portée aux divers groupes en présence n'a pas été équivalente. La SRC est le média dont la couverture fut la plus impartiale avec 39% (n44) de nouvelles neutres. En présentant des nouvelles biaisées, les médias risquent de réduire la complexité de la crise, en plus de réduire l'accès des auditeurs à d'autres points de vue.

La couverture médiatique n'a pas non plus été neutre puisque dans sa présentation et son traitement plusieurs journalistes manifestent une inclinaison marquée favorable ou défavorable envers l'objet du reportage. En ne présentant souvent qu'un point de vue, certains journalistes ont présenté des informations orientées ou partielles.

#### **4.10 – Résultats de la relation entre biais et cadrage**

Maintenant que nous avons établi l'existence d'un biais médiatique, nous allons observer s'il existe un lien entre la prédominance d'un type de cadrage et le biais. En d'autres mots, nous cherchons à savoir si les articles orientés favorablement envers le projet présentent une prédominance des arguments des promoteurs par rapport aux

arguments des opposants. À l’opposé, les articles défavorables au projet présenteraient une prédominance des arguments des opposants. Pour les quatre médias observés, on observe une relation dans une proportion de 32% (n299). Globalement, on peut conclure qu’il existe une faible relation, un article sur trois, dans la couverture médiatique. Dans le cas étudié, les groupes de pressions n’ont donc pas exercé une forte influence sur le cadrage médiatique de l’enjeu. Les médias manifestent une indépendance dans le cadrage de l’enjeu vis-à-vis des groupes promoteurs/opposants et ce même s’ils sont biaisés favorablement envers la position d’un groupe (les opposants). Bref, les articles et nouvelles télévisées biaisées envers la position d’un groupe ne reprennent pas nécessairement l’argumentation de celui-ci.

Il est important de noter que la relation varie de façon importante d’un média à l’autre : *La Presse* (33%), *Le Soleil* (18%), *SRC* (25%) et *Le Devoir* (50%). Lorsque l’on s’attarde sur les trois premiers mois de la controverse, on remarque que le lien entre biais et cadrage atteint une proportion de 59% pour le journal *Le Devoir*. On peut donc affirmer que *Le Devoir* fut le meilleur véhicule pour la position des opposants et de leur cadrage du dossier de la vente du mont Orford.

## **Chapitre 5 – Discussion**

Dans ce chapitre nous discutons en première partie des facteurs sociaux, médiatiques et stratégiques ayant influencé la mise à l’agenda du problème et l’orientation de la couverture. Cinq dimensions ont particulièrement retenu notre attention : l’offre politique d’information, l’influence des débats qui se jouent dans d’autres arènes publiques, les stratégies de mise en valeur autour de l’opposition, les pratiques journalistiques, les réseaux et les actions hors média, c’est-à-dire les recours en justice, manifestations et pétitions. En deuxième partie nous poursuivons notre réflexion sur les effets de la médiatisation sur la construction du projet de vente du mont Orford en problème public.

### **5.1 – Facteurs de médiatisation de l’enjeu**

Nous regroupons ici les résultats qui donnent des indications ou des explications sur l’importance accordée à l’enjeu dans les médias. La première caractéristique qui peut permettre d’expliquer l’engouement médiatique pour le projet de vente du mont Orford est son caractère concret qui aide à sa compréhension par le public. Plusieurs éléments de la configuration politique (McAdam et al., 1996), ou des formes d’organisation de la mobilisation, ont participé à la mise à l’agenda du problème : la faiblesse du gouvernement dans l’opinion publique, le changement de ministre responsable du dossier, le manque d’ouverture du système politique, la série de volte-face antérieures du gouvernement, la discorde médiatisée au sein du PLQ au sujet du mont Orford, l’approche des élections provinciales, le retrait du promoteur original du projet et l’absence de mouvement organisé favorable à la privatisation partielle du parc national du Mont-Orford. Le sentiment d’injustice dont se font porteurs les groupes d’opposition, la dimension de « conflit », ainsi que la possibilité d’agir sur la situation en exprimant son désaccord par des recours légaux, manifestations, pétitions et lors de l’élection a pu accroître l’intérêt médiatique pour l’enjeu.

Les débats sur la place publique entourant plusieurs événements en lien avec le dossier de la vente du mont Orford permettent d’expliquer en partie l’attention médiatique portée à l’enjeu. Les multiples modifications suggérées ou apportées au

projet suite à des remises en question du projet initial, les débats autour du déficit de Mont-Orford inc., la place occupée par le dossier dans la campagne électorale et la bisbille au sein du PLQ entourant le projet sont autant d'exemples de confrontations en public. Les médias n'ont pas manqué de rapporter les différences d'opinion au PLQ, comme en témoigne ces titres de journaux: « Orford: Mulcair contredit Charest » (D17), « Orford: un autre libéral risque d'être dégommé » (D19), « Pierre Paradis rappelé à l'ordre » (P71), « Paradis sème la pagaille » (D52), « Épée de Damoclès au-dessus de Paradis et Mulcair » (S45).

Les manifestations populaires engendrent aussi un intérêt journalistique significatif: « Manifestation contre la privatisation du mont Orford » (P16), « Orford: les opposants manifesteront devant le parlement » (D31), « "S.O.S. Parc Orford" : 3000 manifestants à la défense de la montagne défendent la montagne » (S23). Plusieurs textes consacrés aux principales activités de l'opposition sont publiés avant celles-ci plutôt qu'après comme les normes journalistiques le suggèrent généralement (Le Bohec, 1997).

La disponibilité de solutions alternatives présentées par la Coopérative de solidarité du Mont-Orford et la MRC de Memphrémagog dans son *rapport Nicolet* et leur plus grande concordance avec les « désirs » de la population, soit la préservation du patrimoine collectif et écologique du mont Orford, semblent avoir contribué à rendre le projet initial inacceptable.

L'accent mis sur l'immédiateté des risques de changements climatiques semble aussi avoir contribué à accentuer l'impression de risque que le projet de la vente du mont Orford ne soit pas viable à long terme en raison de manque de neige. Il apparaît que ce soit l'amplification des changements climatiques, particulièrement visible en raison des redoux durant les derniers hivers, qui inquiètent les Québécois. En témoignent dans les médias les lettres d'opinion et les témoignages d'experts :

Au rythme actuel de progression des changements climatiques, les centres de ski des Cantons de l'Est pourraient bien devoir fermer leurs portes d'ici à 40 ans et voir leur clientèle refoulée vers les stations des Laurentides et de Québec, révèle une étude de quatre chercheurs de l'Université de Waterloo dont *Le Devoir* a obtenu copie. (D12).

Dans le cas étudié, le projet de vente d'une partie du parc national du Mont-Orford dans le but de construire des condos au pieds des pentes de ski est présenté par les dirigeants politiques comme une solution à une situation de crise financière de longue durée de la station de ski. Le fait d'être au pouvoir donne un avantage significatif au gouvernement en ce qui a trait au cadrage de l'enjeu puisqu'ils en sont les « propriétaires » (Padioleau, 1982) et ont l'opportunité de définir les termes initiaux du débat. L'objectif pour eux est de rester dans cette situation avantageuse. Or, ils n'ont pas réussi à maintenir et imposer leur cadrage, même en essayant de rendre leur projet socialement plus acceptable en proposant de doubler la superficie du parc national afin de compenser pour les pertes de superficies engendrées par la vente.

Dès que la décision fut prise par le gouvernement de vendre, le débat dans les médias s'est positionné au niveau de l'illégalité et/ou immoralité de la vente d'une partie du patrimoine collectif québécois et des risques pour le patrimoine écologique du mont Orford. Le développement d'infrastructures récréatives et la construction de condos sont principalement abordés comme pouvant avoir des répercussions graves sur la biodiversité du mont Orford et comme un dangereux précédent qui permettrait de vendre d'autres parties de parcs nationaux. En d'autres mots, le patrimoine collectif et écologique ne seraient plus protégés adéquatement par l'État.

Le registre de la crise invoqué par les groupes d'opposition utilise une symbolique forte qui suscite l'attention des médias. Les groupes de pression ont donc réussi à réorienter le débat et formuler un nouveau cadrage du problème. Ils ont réussi à cadrer l'enjeu de la vente du mont Orford de telle sorte que la vente des terrains en question soit perçue aussi comme une perte patrimoniale et écologique pour l'ensemble de population du Québec et un « dangereux » précédent. L'importance d'un sujet dans les médias est souvent évaluée en fonction de sa capacité à intéresser le grand public. Les médias ne s'intéressent à une situation qu'à partir du moment où elle peut devenir un événement, au sens médiatique du terme : elle sort de l'ordinaire, ressort de son contexte et possède un caractère sensationnel qui captivera le public. L'opposition au projet a réussi à faire du dossier de la vente du mont Orford un événement en faisant déborder la controverse de son comté. Il ne faut pas oublier non plus que si les

journalistes sont en mesure d'accorder une aussi grande attention à l'opposition, c'est parce que celle-ci doit offrir une information particulièrement adaptée aux contraintes médiatiques.

En dépit de l'urgence décriée par les sources officielles, l'agenda politique ne se transpose pas immédiatement au niveau des médias puisque le gouvernement, alors très faible dans les sondages, n'obtient pas l'appui des autres sphères publiques. Le gouvernement se retrouve en situation difficilement gérable, puisqu'il est à la fois « arbitre » entre les diverses parties impliquées et « promoteur » du projet. La durée des débats entourant le projet de vente du mont Orford a contribué à affaiblir la position d'André L'Espérance, dont la crédibilité de gestionnaire et l'intégrité ont été à maintes fois remise en cause.

Si les premières sources d'information des journalistes, outre les sources « officielles », sont largement opposées au projet, c'est notamment en raison de l'absence d'un mouvement appuyant l'initiative du gouvernement. Un appui pouvait représenter un risque pour l'image des acteurs initialement en accord avec le projet, puisque la contestation est rapidement traitée par les médias comme étant légitime. De plus, le projet de vente du mont Orford semblait peut-être attrayant pour des investisseurs en raison de la controverse qui l'entourait et des exigences environnementales envers de futurs développements immobiliers : « Y aura-t-il un investisseur assez convaincu pour accepter de se plier aux exigences très pointues de la loi 23 votée en juin dernier? » (P77). Il n'y avait après les élections aucune offre d'achat. Line Beauchamp, qui succéda à Claude Bécharde en tant que ministre de l'Environnement, du Développement durable et des Parcs, expliquait ainsi ce manque d'intérêt de la part des investisseurs potentiels : « Je l'explique [l'absence d'offre d'achat] notamment par ce grand climat d'incertitude qui en rien n'était une invitation à déposer des propositions » (SRC 44). En d'autres mots, aucun investisseur n'a pris le risque de miser sur un projet en sursis et d'entacher son image publique.

En utilisant des cadres plus mobilisateurs et en amenant une communauté d'acteurs de divers secteurs à prendre position à l'égard du problème, les groupes de contestation ont permis au problème de circuler dans diverses sphères publiques.

L'intervention d'experts dans la sphère de l'économique a été amenée par la contestation de l'allégation de déficit récurrent de Mont-Orford inc. Dans la sphère judiciaire, c'est l'adoption de la Loi 23 et la contestation de sa légitimité devant les tribunaux par les opposants qui a contribué à la circulation de l'enjeu. Finalement, cette circulation a été favorisée, dans la sphère politique, par les multiples interventions des partis d'opposition, entre autres à l'Assemblée nationale et durant la commission parlementaire. Cette circulation de la controverse apparaît comme un levier puissant ayant aidé, par effet de décloisonnement, au maintien de l'intérêt des médias pour le sujet.

L'apparition de solutions alternatives provenant de la MRC de Memphrémagog dont plusieurs recommandations furent prises en compte par le gouvernement, et le projet de Coopérative de solidarité du Mont-Orford, sont venus affaiblir le projet des promoteurs pour relancer la station de ski qu'ils présentaient initialement comme la meilleure solution. Roger Nicolet, par exemple, recommandait que la montagne demeure dans le domaine public. Le préfet de la MRC de Memphrémagog jouissait d'une légitimité dans le dossier reconnue par le gouvernement qui lui avait confié le mandat d'étudier le dossier de la vente du mont Orford et d'émettre des recommandations.

La présence d'appuis notoires ayant l'affection du public (Marie Laberge, Clémence DesRochers) et/ou possédant une grande notoriété (Phyllis Lambert) ont contribué à capter l'attention des médias et ainsi à la priorisation du problème dans l'espace public. Nos résultats d'analyse nous permettent de penser qu'il existe des liens entre les sphères publiques, économiques, politiques et médiatiques qui jouent sur la mise à l'agenda de l'enjeu étudié.

Suivant les résultats de l'analyse, il apparaît que les médias furent sensibles à l'opinion publique telle que présentée et mise en scène par les groupes de pression via des techniques de communication persuasive : pétitions, manifestations et grands rassemblements. On observe que les quatre médias ont dans des proportions similaires abordé la question de l'admissibilité sociale de l'enjeu (Devoir 6%, Presse 8%, SRC 8%, Soleil 11%). Les « stratégies d'appel à l'opinion » (Garraud, 1990) sont perçues par les militants comme un outil d'action politique, renforçant la légitimité et la visibilité des



porteurs de dossier. Elles sont utilisées comme ressources à maintes reprises par les groupes de pression qui estiment incarner « l'opinion publique ».

Ce type de cadre valorise l'engagement dans une forme d'opposition ou de contestation. En cadrant l'enjeu en terme « d'injustice », l'atteinte au patrimoine collectif sans l'assentiment préalable de la population renvoie à une forme d'indignation morale et collective. Les lettres d'opinion traduisent particulièrement bien le sentiment d'appartenance au « patrimoine collectif » : « Il faut aller revoir Orford cet été » (D57), « Mon Orford, notre Orford! » (D14), « Il faut un référendum » (D10). Le public y remet en question les choix de croissance économique du gouvernement Charest et ce qu'ils perçoivent comme un déficit démocratique.

Dans un contexte de forte concurrence entre les médias de masse, de manque de moyens et de temps, une forte pression est exercée sur les journalistes afin de rejoindre un large auditoire, de faire augmenter le tirage et ce au moindre coût possible. Dans ce but, le travail journalistique apparaît de plus en plus orienté vers des thèmes qui ont déjà de l'importance pour le public. En ce sens l'illustration des préoccupations et les opinions exprimées par le public dans les lettres d'opinion au sujet du dossier la vente du mont Orford agissent comme des indicateurs de l'intérêt de la population pour les questions environnementales.

## **5.2 – Biais médiatique et cadrage**

L'une des dimensions centrales de la mise à l'agenda du dossier de la vente du mont Orford a trait au biais médiatique. Bien que nos observations ne nous permettent pas d'observer les différences de pratiques journalistiques d'un média à l'autre, nous avons pu trouver une différence significative dans le traitement accordé aux promoteurs et aux opposants. Cette différence est particulièrement significative entre les journaux *Le Devoir* et *La Presse*.

Le quotidien *La Presse* adopte une approche plus événementielle (Champagne, 1990) du problème, accordant une grande visibilité aux déclarations des responsables politiques. L'appel à des sources associatives s'effectue d'ailleurs souvent dans un contexte de réaction à des décisions ou déclarations d'acteurs politiques. Dans

l'ensemble, les rapports entre le mouvement d'opposition et le quotidien *La Presse* peuvent être qualifiés « d'associés rivaux » qui caractérise les rapports entre journalistes et porte-parole des mouvements sociaux « où chaque camp doit simultanément prendre acte des anticipations stratégiques de l'autre, rentrer dans une forme de logique du don et du contre-don » (Neveu, 1999).

*Le Devoir*, journal indépendant de « gauche », offre un traitement plus visible de la contestation, en témoigne le nombre d'articles à la une consacrés au mouvement d'opposition et au projet de Coopérative de solidarité du Mont-Orford. Plusieurs articles sont diffusés en « appui » aux groupes contestataires, en relayant leurs cadrages ou en soutenant de manière plus implicite leurs positions, par la recherche et l'analyse.

*Le Devoir* se distingue aussi par sa polarisation de l'attention sur des personnalités, appliquant des procédés variables de « vedettisation » et de mise en valeur d'acteurs, c'est-à-dire insistant sur leur notoriété ou le caractère inusité de leur implication dans le dossier. Par exemple, plusieurs articles de Louis-Gilles Francoeur sont centrés sur des experts, leur histoire et leurs qualités personnelles, qui viennent donner leur opinion sur le dossier de la vente du mont Orford :

Il faut voir le sourire que Pierre Dansereau affiche en racontant le plaisir qu'il éprouve encore à parcourir le parc du Mont-Royal, «où j'ai le plaisir de pouvoir saluer les fleurs par leur nom». On comprend immédiatement d'où vient chez lui cette conviction voulant que la beauté et la connaissance, associées au contact avec la nature et à sa philosophie de l'«austérité joyeuse», rentabilisent amplement dans son esprit tous ces monuments voués à la conservation. (D48)

Ces textes privilégient un traitement de l'information qui met d'abord en scène des personnes avant l'explication objective du dossier. On assiste alors à des jeux de confrontations implicites fondées sur l'image publique des acteurs. L'impact médiatique massif et rapide dont bénéficie les groupes contestataires dans *Le Devoir* relève principalement de Louis-Gilles Francoeur, journaliste spécialisé et « engagé ». De plus, l'engagement de la MRC de Menphrémagog dans le débat et le projet de Coopérative de solidarité du Mont-Orford ont contribué à éclipser la position défendue par le gouvernement, particulièrement dans le journal *Le Devoir*.

En début de controverse, les médias ont concentré leur attention sur le caractère précipité et « mal ficelé » du projet, décidé à huis clos, sans tenir compte des sérieuses réserves émises par le Bureau des audiences publiques en environnement du Québec en 2005. En effet, le BAPE dans son rapport écrivait : « Au terme de son mandat, la commission conclut que, sous divers aspects, l'échange de terrains et la construction d'unités d'hébergement qui y est associée porteraient atteinte à l'intégrité écologique du parc national du Mont-Orford. » (2005 : 2) Le BAPE avait aussi insisté sur la nécessité de définir un projet recevant une large approbation sociale. Ces caractéristiques ont pu contribuer à transformer le mécontentement à l'égard du gouvernement Charest en force protestataire.

Comme l'indique l'étude menée par Carpenter (1995), en situation de risque imposé, le public exige souvent le « risque zéro », c'est-à-dire qu'il s'attend à un resserrement des mesures de contrôle en même temps que tous les avantages possibles du projet. Or, tel qu'illustré par l'analyse des causes du problème, la question vitale de l'enneigement pour une station de ski, revêt un caractère hautement imprévisible pour l'avenir en raison des changements climatiques. Il ne faut pas oublier que des incertitudes subsistent quant à la demande de condos dans la région. La viabilité économique de la station de ski à long terme demeure hautement spéculative. De plus, le risque de précédent en ce qui a trait à la vente de parties de parcs nationaux vient ajouter au risque potentiel du projet. Il apparaît que les risques légaux, environnementaux et économiques ne semblaient pas encore tout à fait connus. Ces éléments accentuèrent visiblement le climat de vigilance à l'égard du gouvernement.

En raison de l'importante couverture médiatique des « dangers » entourant le projet de vente du mont Orford pour le patrimoine collectif et écologique, nous pouvons avancer l'idée que les médias ont fortement contribué à accentuer la perception sociale du problème. Le succès médiatique des opposants doit pouvoir s'expliquer en partie par la capacité qu'ils ont eue à se regrouper sous un seul et même front uni. Grâce à leur action concertée, les opposants ont réussi à surpasser la visibilité du promoteur et de ses alliés qui, eux, arboraient de nombreuses bannières avec différentes visions du projet : MRC, regroupement d'affaires, hommes politiques, etc.

On ne peut attribuer à un seul facteur l'importance accordée au dossier de la vente du mont Orford. Il s'agit en fait de plusieurs éléments de la configuration politique du moment et des formes d'organisation de la mobilisation qui ont participé à la mise à l'agenda du problème. Le cadrage opéré par les opposants et leur campagne médiatique était probablement mieux arrimé aux préférences médiatiques. L'autre élément à ne pas négliger, est la « sensibilité » que manifestent certains médias et journalistes à l'endroit enjeux environnementaux.

## Conclusion

Dans ce mémoire, nous avons exploré les processus par lesquels les médias et les groupes de pressions ont participé à la construction du cas de la vente du mont Orford en problème public. Dans le cas étudié, nous avons observé que les groupes de pression ont exercé une faible influence sur le cadrage médiatique de l'enjeu : seulement un article sur trois présente un biais et la prédominance des cadres de la partie favorisée dans l'article. Les médias sont donc capables de faire preuve d'indépendance dans le cadrage de l'information vis-à-vis des groupes promoteurs/opposants et ce même s'ils sont biaisés favorablement envers la position d'un groupe (les opposants). Nous exposons ici les points les plus importants des résultats de l'analyse effectuée et nous discutons des implications et des limites de cette recherche. Les résultats de l'étude offrent plusieurs réponses et pistes de réflexions à l'égard des objectifs de départ qui consistaient à approfondir la question de la relation entre biais médiatique et le cadrage de l'enjeu.

La première partie de l'analyse a révélée que les médias ont donné une grande visibilité aux opposants. L'analyse de l'évolution de la couverture nous a montré qu'après l'annonce du projet de vente du mont Orford des événements ponctuels, pas toujours en lien direct avec le projet, sont venus remettre le dossier à l'avant-scène médiatique. Les médias mettaient alors l'accent sur le caractère non résolu du dossier, la vive opposition qui subsistait et les « dangers » potentiels que sa réalisation présente. Ils n'ont donc pas été le relais systématique des arguments des groupes de pression puisqu'ils ont favorisé une couverture événementielle qui mettait souvent l'accent sur les conflits interpersonnels des acteurs de la controverse. Finalement, nous avons constaté l'existence d'un lien faible, un article sur trois, entre le biais médiatique et le cadrage dans les médias. Ce lien s'est révélé être beaucoup plus fort dans le quotidien *Le Devoir*, journal traditionnellement plus à « gauche » que ses concurrents.

L'opposition a été un lieu de convergence entre mouvements sociaux, partis politiques, certains journalistes, artistes et scientifiques. L'environnement et sa protection sont apparus comme un projet rassembleur, affilié à la défense de valeurs patrimoniales interpellant l'action de multiples acteurs et de tous les Québécois. Le cadrage de la vente du mont Orford par les opposants en termes sociaux, politiques et économiques semble avoir favorisé une telle convergence entre acteurs, qui ont à leur

tour influencé la réceptivité médiatique du problème. La mise de l'avant de projets alternatifs à celui du gouvernement par de multiples acteurs est venue miner la position des promoteurs. Cette dynamique a favorisé une reformulation du projet.

La position du gouvernement était particulièrement difficile, puisqu'en situation de conflit social il agit en « arbitre » entre les divers partis impliqués. Or, il était aussi dans le cas présent l'un des principaux promoteurs du projet de vente du mont Orford. Le gouvernement s'est retrouvé à la fois juge et partie dans l'opinion publique, ce qui a placé plusieurs politiciens dans des situations difficiles. De plus, la durée d'évaluation du projet de vente du mont Orford a affaibli la position d'André L'Espérance, le promoteur du projet, qui a vu durant cette période sa crédibilité de gestionnaire être remise en cause à de multiples reprises.

Au cours de la controverse, les médias ont contribué à enrichir les tensions de trois façons complémentaires. Premièrement, en jouant un rôle de « chien de garde de la démocratie », par la diffusion d'éditoriaux et de lettres d'opinions qui dénoncent le manque de consultation populaire et le non respect de l'opinion publique. Deuxièmement, en associant différentes formes de savoir qui élargissent le champ des arguments considérés. Troisièmement, en modifiant les rapports de force initiés par le gouvernement dont le cadrage de l'enjeu perd de son importance initiale au fil de la controverse. Les médias ont amplifié l'incertitude par rapport au projet. Ils ont aussi contribué à rendre légitime les protestations et les solutions alternatives amenées par les opposants en les diffusant.

Il ne faut pas oublier que les médias ne sont pas synonymes de démocratie directe. Ils opèrent une sélection des arguments et des acteurs qui peut venir biaiser la couverture médiatique. À titre d'exemple, nous avons déjà fait remarquer que le soutien journalistique aux revendications des opposants, plus visible dans le quotidien *Le Devoir*, est étroitement lié à un journaliste spécialisé dans les questions environnementales.

Les résultats de l'étude offrent un survol de diverses dimensions de la construction de la vente du mont Orford en problème public : placement des articles, sources de références, titres, cadrages, évolutions de la couverture, etc. Cette exploration

ne permet pas directement de mettre en lumière les questions des effets des cadres sur la perception et la construction du sens chez le récepteur de l'information, c'est-à-dire le public. Il pourrait être pertinent dans de futures recherches d'explorer les dynamiques de construction de la perception des enjeux. Notre recherche ne permet pas non plus de mettre en lumière les pratiques journalistiques qui ont pu influencer sur la sélection de l'information. Nous pensons, qu'il pourrait être intéressant de se pencher sur la question de la légitimité des groupes d'opposition qui prétendent parler au nom de l'opinion publique. La représentativité, la gouvernance et la transparence de ces groupes militants qui regroupent des acteurs de multiples milieux et souvent à l'aide de moyens virtuels comme l'Internet sont à examiner.

Il apparaît à la lecture des mémoires et articles de presse que le parc national du Mont-Orford et ses installations revêtent une grande importance pour les citoyens du Québec et l'économie de la région. Ils possèdent une valeur patrimoniale collective et écologique qu'il importe de maximiser et préserver pour les générations futures. Le défi sera de concilier le développement économique et le développement durable.

En raison des changements climatiques et de l'augmentation de la consommation dans des pays tels que la Chine et l'Inde, les enjeux environnementaux risquent d'occuper une place croissante dans les agendas politiques, médiatiques et publics. Nous considérons pertinent de poursuivre les recherches sur les processus de construction des enjeux en environnement et leur réception par le public, afin d'améliorer les échanges et communications entre les divers acteurs interpellés. Avec la multiplication des médias, il importe que les diverses parties en conflit en matières d'environnement, où les enjeux ont souvent de multiples ramifications et implications, jouissent d'une couverture médiatique similaire et que l'information qui circule soit authentique et vérifiable pour diminuer les risques d'emportement dans l'opinion publique. Il s'agit d'abord et avant tout d'une question d'éthique, de formation et de moyens pour que les journalistes puissent jouer adéquatement leur rôle de « chien de garde » de la démocratie.

### Bibliographie

- Althusser, Louis. 1976. « Les appareils idéologiques d'État », dans *Positions*. Paris : Éditions sociales.
- Auger, Michel C. 2007. « Des chiffres significatifs ». *Le Droit*. samedi 24 mars. p. 31
- Ball-Rokeach, S. J. 1985. « The origins of individual media system dependency. » *Communication Research*. no12: 485-510.
- BAPE. 2005. *Rapport 209. Les répercussions d'un échange de terrains sur la biodiversité et l'intégrité écologique du parc national du Mont-Orford rojet*. En ligne.  
< <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/rapports/publications/bape209.pdf> > (page consultée le 23 octobre 2007)
- Bateson, G. 1972. *Steps to an Ecology of Mind*. Novato, CA: Chandler Publishing Company.
- Beck, Ulrich. 2001. *La Société du risque : Sur la voie d'une autre modernité*. Paris : Aubier.
- Behr, Roy L. et Shanto Iyengar. 1985. « Television News, Real-World Cues, and Changes in the Public Agenda », *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 49, No. 1. pp. 38-57.
- Bernier, Marc-François. 2004. *Éthique et déontologie du journalisme*. Québec : Presses Université Laval.
- Bourdieu, Pierre. 1996a. *Sur la télévision*. Paris : Liber Raisons d'agir.
- Bourdieu, Pierre. 1996b. « L'emprise du journalisme », dans *Sur la Télévision*. Paris : Liber Raisons d'agir.
- Bourdieu, Pierre. 1991, 2001. « La représentation politique », dans *Langage et pouvoir symbolique*. Paris : Fayard.
- Bourg, Dominique et Jean-Louis Schlegel. 2001. *Parer aux risques demain : Le principe de précaution*. Paris : Édition Seuil.
- Bruner, Jérôme. 1991. « The Narrative Construction of Reality ». *Critical Inquiry*. Vol. 18. No. 1. pp. 1-21.
- Campbell, J. L. 1998. « Institutional Analysis and the Role of Ideas in Political Economy ». *Theory and Society*. No 27 : 377-409.



- Cauchon, Paul. « La tragédie du Collège Dawson a suscité la plus importante couverture journalistique cette année. En dix ans, la durée de vie des nouvelles a chuté de 15 %, calcule l'entreprise Influence Communication! » *Le Devoir* (Montréal). 19 décembre 2006, p. b8.
- Cauchon, Paul. « Source d'information des Américains : La télévision se maintient, la radio régresse ». *Le Devoir* (Montréal). 21 août 2008, p. b7.
- Carpenter, R.A. 1995. « Communicating environmental science uncertainties, The Environmental Professional » 17. 127-136.
- Cefäi, Daniel. 1999. « La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques ». *Réseaux*. No75. p.43-66.
- CLD de la MRC de Memphrémagog. 2006. Mémoire du CLD de Memphrémagog : Préparé à l'intention de la Commission parlementaire dans le cadre du projet de loi no 23. *Loi permettant d'assurer l'agrandissement du Parc national du Mont-Orford, la préservation de la biodiversité de territoires limitrophes et le maintien des activités récréotouristiques*. Rédaction Ghyslain Goulet, directeur général. Coalition SOS Parc Orford. 2008. *Mission*. En ligne. <<http://sosparcorford.org/>> (page consulté le 27 février 2008.)
- Conseil Régional de l'Environnement de l'Estrie et autres. 11 mars 2004. *L'amputation du parc va à l'encontre des opinions exprimées par la population, communiqué de presse*. En ligne. <<http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DC10.pdf>> (Consulté le 15 février 2008)
- Coopérative de solidarité du Mont-Orford. 2008, mis à jour du 6 janvier. *Le projet : Articles archivés de cette catégorie*. En ligne. <<http://www.cooporford.com/>> (page consultée le 20 janvier 2007)
- Coopérative de solidarité du mont Orford. 2006. *Coopérative de solidarité du Mont-Orford : Statuts et règlements*. En ligne. <[http://www.cooporford.com/docs/statuts\\_et\\_reglements.pdf](http://www.cooporford.com/docs/statuts_et_reglements.pdf)> (page consultée le 20 janvier 2007)
- Dunlap, Riley E. et Kent D. Van Liere. 1978. « The new environmental paradigm ». *The Journal of Environmental Education*. no 9. pp. 10-19.
- Elliott, P. 1977. « Media organizations and occupations- an overview ». Dasn J.Curran et al. (eds). *Mass Communication and Society*, 4 : 243-53.
- Emploi Québec, 2002. « Profils d'entreprises extraits de l'actualité économique en Estrie : septembre 1999 à juin 2003. »

- Entman, R. M. 1989. *Democracy without Citizens*, New York. Oxford University Press.
- Entman, R. M. 1993. « Framing: Toward clarification of a fractured paradigm ». *Journal of Communication*, 43, 51-58.
- Entman, R. M. 2004. *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Entman, R.M. 2007. « Framing Bias: Media in the Distribution of Power ». *Journal of Communication*. 57.163–173.
- Epstein, L.K. 1973. *News from Nowhere*. New York : Random House.
- Richard V. Ericson, Patricia M. Baranek et Janet B.L. Chan. 1987. *Visualizing Deviance: A Study of News Organization*. Toronto: University of Toronto Press,
- Everett M. Rogers, William B. Hart, et James W. Dearing. 1997, « A Paradigmatic History of Agenda-Setting Research, » dans Shanto Iyengar and Richard Reeves (eds.), *Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*, Thousand Oaks, CA: Sage, 225-236.
- Fédération des chambres de commerce du Québec. 2006. « Pour sortir le Québec de l'immobilisme et raviver le dynamisme de l'activité économique », (Projet balancier, Le mémoire de la FCCQ, 2006) En ligne. <[http://www.fccq.ca/Documents/1/11331-Immobilisme\\_FCCQ.F.pdf](http://www.fccq.ca/Documents/1/11331-Immobilisme_FCCQ.F.pdf)> (page consultée le 23 octobre 2007).
- Fédération des chambres de commerce du Québec. 2006, mise à jour d'octobre. *Sondage auprès de la population du Québec et des membres de la Fédération des chambres de commerce du Québec. Projet balancier. Sondage sur l'immobilisme*. En ligne. <[http://www.fccq.ca/Documents/1/11333-Sondage\\_Immobilisme\\_Barometre.pdf](http://www.fccq.ca/Documents/1/11333-Sondage_Immobilisme_Barometre.pdf)> (page consultée le 23 octobre 2007).
- Fillieule, Olivier. 1997. *Stratégie de la rue. Les manifestations en France*. Paris : Presse de la Fondation nationale des Sciences Politiques.
- Fisette, Gilles. 2007. « Sondage CROP-LA TRIBUNE : Orford ne nuit pas aux libéraux ». *La presse*. p.A7.
- Gagnon, Luc, 1993. *Échec des écologistes ? Bilan des décennies 70 et 80*. Montréal : Éditions du Méridien.
- Gamson, William et Modigliani, A.1989. « Media discourse and public opinion on nuclear power : a constructivist approach », *American Journal of Sociology*, 95 : 1-37.

- Gamson, William et David S. Meyer. 1996. « Framing political opportunity ». Dans *Comparative perspective on social movements. Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*, sous la direction de D. McAdam, J. McCarthy, et M.N. Zald, p. 275-290. Cambridge : Cambridge University Press.
- Gans, Herbert. 1979. *Deciding What's News*. New York: Vintage.
- Garner, Roberta, 1996. *Contemporary Movements and Ideologies*. New York, McGraw-Hill.
- Garraud, Philippe. 1990. « Politiques nationales : élaboration de l'agenda ». *L'Année Sociologique*. Vol. 40. p.17-41.
- Gerbner, George et Lany Gross. 1976. « *Living with television: The violence profile.* » *Journal of Communication*. 26: 173-199.
- Ghanem, S. 1997. « Filling in the tapestry: The second level of agenda setting. » Dans M. McCombs, D.L. Shaw, & D. Weaver (Eds.), *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers of agenda-setting theory* (pp. 3-14). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. p. 4.
- Gitlin, Todd. 1978. « Media sociology: The dominant paradigm. » *Theory and Society* 6:205-253.
- Gitlin, Todd. 1980. *The Whole World is Watching : Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley : University of California Press.
- Gitlin, Todd. 1983. *Inside Prime Time*. New York: Pantheon.
- Glasser. T.L. 1988. « Objectivity Precludes Responsibility ». D.Elliott (ed). *Responsible Journalism*. Pp. 81-89. Beverly Hills : Sage.
- Glasgow Media Group. 1995. *News Content, Language and Visuals*. London : J.E.T. Eldridge.
- Goffman, E. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Goffman, E. 1991. *Les cadres de l'expérience*. Paris : Éditions de minuit.
- Gouvernement du Québec. 8 avril 1938. *Loi pourvoyant à l'établissement du parc national du Mont-Orford, L.Q. 1938, c.49*. En ligne.  
< <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DC19.pdf>>  
(Consulté le 8 janvier 2008)

- Gouvernement du Québec. 4 mars 2003. *Ministre responsable de la faune et des parcs. Communiqué de presse annonçant la sortie publique du rapport de consultation de la Société de la faune et des parcs du Québec concernant les modifications des limites du parc national du Mont-Orford.* En ligne. <<http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DB10.pdf> > (Consulté le 18 février 2008)
- Gouvernement du Québec. 2006a. *Développement d'une station récréotouristique quatre-saisons au Mont-Orford : Le projet de station récréotouristique.*
- Gouvernement du Québec. 2006b. *Loi 23 : Loi permettant d'assurer l'agrandissement du parc national du Mont-Orford, la préservation de la biodiversité des territoires limitrophes et le maintien des activités récréotouristiques.* Chapitre 14. 37<sup>e</sup> législature. Deuxième session.
- Gouvernement du Québec. 2006c. *Parc national du Mont-Orford : Les principaux effets du projet de loi.* En ligne. < <http://www.mddep.gouv.qc.ca/communiqués/2006/c060503-effets.pdf> > (Consulté le 10 janvier 2008)
- Gouvernement du Québec. 18 janvier 2006d. *Point de presse de Mme Louise Harel, chef de l'opposition officielle, M. Stéphane Bergeron, député de Verchères, et M. André Boisclair, chef du Parti québécois.* En ligne. < <http://www.assnat.qc.ca/fra/conf-presse/2006/060118AB.HTM> > (Consulté le 17 janvier 2008)
- Gouvernement du Québec. 18 avril 2006e. *Conférence de presse de M. Stéphane Bergeron, député de Verchères Dévoilement de nouveaux faits troublants à l'égard du projet du gouvernement Charest de privatiser le Mont-Orford.* En ligne. < <http://www.assnat.qc.ca/fra/conf-presse/2006/060418SB.HTM> > (Consulté le 17 janvier 2008)
- Gouvernement du Québec. 26 mai 2006f. *Point de presse de M. Stéphane Bergeron, député de Verchères.* En ligne. < <http://www.assnat.qc.ca/fra/conf-presse/2006/060526SB.HTM> > (Consulté le 17 janvier 2008)
- Grandpré, Hugo. 2006. « Mont Orford, des milliers de manifestants s'opposent au projet de vente ». *La Presse*, Actualités, dimanche, 23 avril 2006, p. A6
- Gramsci, Antonio. 1985. *Selections from Cultural Writing.* London : Lawrence et Wishart.

- Gramsci, Antonio. 1988. *A Gramsci Reader; Selected writings 1916-1935*. David Forgacs (ed). Londre : Lawrence et Wishart Limited.
- Greenpeace Canada. 2008. Greenpeace Canada : FAQ. En ligne <<http://www.greenpeace.org/canada/fr/apropos/faq>> (Consulté le 30 octobre 2008)
- Gurevitch, Michael, et Mark R. Levy. 1985. « Mass Communication Review Yearbook. » Vol. 5. Beverly Hills, Californie. : Sage.
- Hall, Stuart. 1973. « Encoding and Decoding in the television discourse. » in S.Hall et al. (eds.), *Culture, Media, Language*. 1980. Londres: Hutchinson. pp. 128-138.
- Hall, Stuart. 1977. « Culture, the media and the ideological effect ». Dans James Curran et al (eds), *Mass Communication and society*, pp.315-48. Londres: Edward Arnold.
- Hall, Stuart. 1982. « The rediscovery of "ideology": Return of the repressed in media studies. » dans M. Gurevitch (dir.). *Culture, Society and the Media*. Londres : Methuen.
- Hall, Stuart. 2001. « Theories of representation, Discours, power and the subject ». Dans Stuart Hall (dir). *Representation and signifying practices*. Londres : Open University Press et Sage.
- Horkheimer, M. et T. Adorno. 1973. « The culture industry: Enlightenment as mass deception. » dans *The Dialectics of Enlightenment*. London: Allen Lane.
- Intermont inc. 19 janvier 2004. *Station touristique Mont Orford : Plan de financement 2004-2013*. En ligne. <<http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DA4.pdf>> (Consulter le 20 février 2008)
- Ion, Jacques. 1997. *La fin des militants?* Paris : Éditions de l'Atelier.
- Iyengar. Shanto, M. D. Peters, et D. R. Kinder. 1982. « Experimental demonstrations of the "not-so-miminal" consequences of television news ». *American Political Science Review*. 76:848-58.
- Iyengar, Shanto, D. R. Kinder, J. Krosnick, et M. D. Peters. 1984. « The evening news and presidential evaluations ». *Journal of Personality and Social Psychology*. 46:778-87.
- Iyengar, Shanto. 1987. « Television news and citizens' explanations of national issues». *American Political Science Review*, 81.

- Iyengar, Shanto. 1991. *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago : university of Chicago Press.
- Iyengar, Shanto et Adam Simon. 1993. « News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion : A study of Agenda-Setting, Priming, and Framing ». *Communication Research*. Vol. 20. No 3.
- Iyengar, Shanto et Stephen Ansolabehere. 1997. *Going Negative*. Free Press; New Ed edition. p.214.
- Kahneman, Daniel et Amos Tversky. 1984. « Extensional versus Intuitive Reasoning ». *In Psychological Review*, 91, 293-315.
- Kasperson, Jeanne X., Roger E. Kasperson, Nick Pidgeon et Paul Slovic. 2003. « The social amplification of risk : assessing fifteen years of research and theory ». In *The Social Amplification of Risk*. sous la direction de Nick Pigeon, Roger E. Kasperson et Paul Slovic, p.13-47. Cambridge : Cambridge University Press.
- Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson et Hazel Gaudet. 1948. *The People's Choice*. 2nd ed. New York: Columbia University Press.
- Lasswell, H. D. 1966. *Politics: Who gets what, when and how*. New York: World Publishing.
- Lasswell, H. D. 1927. *Propaganda Technique in World War I*. New York : Alfred A. Knopf.
- Leclerc, Aurélien. 1997. *L'entreprise de presse et le journaliste*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Lemieux, Cyril. 2001. « Une Critique sans raison? L'approche bourdieusienne des médias et ses limites », dans B. Lahire (dir). *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu : dettes et critiques*, p.205-229. Paris : La Découverte.
- Les amis du parc national du Mont-Orford, avril 2003. *Échange de courriels avec les candidats au poste de premier ministre du Québec concernant l'échange de terrains proposé au parc national du Mont-Orford*. En ligne.  
< <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DC11.pdf>>  
(Consulté le 20 janvier 2008)
- Lessard, Denis. 2007. « ÉLECTIONS 2007 : Des places en garderie à 7 \$ plutôt que l'allocation de 100 \$ » *La Presse*. Nouvelles générales, samedi 10 mars. p. A3
- Lichtenberg. J.1990. *Democracy and the Mass Media*. Cambridge : Cambridge University Press.

- Maier, T. M. 2001. « Framing: An emerging paradigm or a phase of agenda setting? » In S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr., & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life* (pp. 83–94). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Masson, Claude. « L'éditorial a-t-il- une influence? » *Le Soleil*, Québec, 27 décembre 1980. p.A-6.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Toronto : New American Library of Canada.
- McAdam, Doug. 1996. « Political opportunities : conceptual origins, current problems, future directions ». Dans *Comparative perspectives in social movements*. Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings. P. 23-40. Cambridge : Cambridge University Press,
- McCombs, M.E., & Shaw, D.L. 1972. « The Agenda-Setting Function of Mass Media. » *Public Opinion Quarterly*, Vol.36. no.2. pp.176-187.
- McCombs, M.E., & Weaver, D. 1973. *Voters' Need for Orientation and Use of Mass Communication*. Presented at the annual conference of the International Communication Association. Montreal, Canada.
- McCombs, M.E. 1982. « The Agenda-Setting Approach. In: Nimmo, D. & Sanders, K. » (Eds.) *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills, CA.: Sage.
- McCombs, M.E., & Weaver, D. 1985. « Toward a Merger of Gratifications and Agenda-Setting. Research. » In: Rosengren, K.E., Wenner, L.A. & Palmgreen, P. (Eds.) *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills, CA.: Sage.
- McCombs, M.E., & Shaw, D.L., & Weaver, D.L. 1997. *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah, N.J. Lawrence Erlbaum.
- McCombs, M., & Ghanem, S. I. (2001). « The convergence of agenda setting and framing. » In S. D. Reese, O. Gandy, & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life* (pp. 67–82). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory*. London : Sage publications.
- McQuail, Denis. 1990. *Media Performance*. London : Sage publications.
- McQuail, Denis et Sven Windahl. 1993. *Communication Models for the Study of Mass Communication*. London: Longman.

- Ministère du Développement durable, Environnement et Parcs du Québec. 23 mars 2005. *Communiqué de presse : Parc du Mont-Orford : Le ministre Mulcair annonce la mise en place d'une démarche régionale de concertation suivant les recommandations du BAPE*. En ligne.  
< <http://www.mddep.gouv.qc.ca/infuseur/communiqu.e.asp?no=694> >  
(Consulté le 3 janvier 2008)
- Ministère du Développement durable, Environnement et Parcs du Québec. 6 mars 2006a. *Communiqué de presse : Parc national du Mont-Orford Un projet qui garantit la vocation de conservation du parc national tout en soutenant l'essor économique et social de la région*. En ligne.  
< <http://www.mddep.gouv.qc.ca/infuseur/communiqu.e.asp?no=948>>
- Ministère du Développement durable, Environnement et Parcs du Québec. 6 avril 2006b. *Communiqué de presse : Parc national du Mont-Orford La superficie du parc national sera doublée : une première au Québec*. En ligne.  
< <http://www.mddep.gouv.qc.ca/infuseur/communiqu.e.asp?no=952> >  
(Consulté le 12 janvier 2008)
- Ministère du Développement durable, Environnement et Parcs du Québec. 3 mai 2006c. *Communiqué de presse : Parc du Mont-Orford : un parc agrandi, une biodiversité préservée et des activités récréotouristiques maintenues*. En ligne.  
< <http://www.mddep.gouv.qc.ca/infuseur/communiqu.e.asp?no=959> >  
(Consulté le 10 janvier 2008)
- Ministère du Développement durable, Environnement et Parcs du Québec. 7 mai 2007. *Communiqué de presse : Mont Orford Les terres demeureront la propriété des Québécois*. En ligne.  
< <http://www.mddep.gouv.qc.ca/infuseur/communiqu.e.asp?no=1074> > (Consulté le 10 janvier 2008)
- Miller, J. M., & Krosnick, J. A. (2000). « News media impact on the ingredients of presidential evaluations: Politically knowledgeable citizens are guided by a trusted source ». *American Journal of Political Science*, 44, 301–315.
- Molotch, Harvey et Marilyn Lester. 1974. « News as purposive behavior ». *American Sociological Review* 39:101-112.
- Monière, D. 1994. « Les informations télévisées sont-elles biaisées en campagne électorale? » *Recherches sociographiques*. p.67-85.



- Mont-Orford inc. 2005. *Daniel Arbour et associés. Évaluation révisée de l'impact du projet sur la création d'emploi. Document transmis au Bureau des audiences publiques sur l'environnement*. En ligne.  
< <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DA7.pdf> >  
(Consulté la 24 février 2008)
- Mont-Orford inc. 2004. *Étude du marché de l'hébergement commercial réalisé par le Consortium Daniel Arbour et Associés, S.E.N.C/Horwath Consultants/S.E. Group et transmise le 9 mars 2001 à InterMont inc. à l'intérieur du premier rapport d'étape du plan conceptuel de développement du Mont-Orford*. En ligne.  
< <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DA5.pdf> >  
(Consulté le 24 février 2008)
- Mont-Orford inc. 2004. *Parc national du Mont-Orford : Audience publique sur l'environnement. Présentation de Mont-Orford inc.* En ligne.  
< <http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DA1.pdf> >  
(Consulté le 24 février 2008).
- Mont-Orford inc. 2004. *Station Touristiques Mont-Orford : Plan Directeur de Développement . Sommaire exécutif. Réalisé par Daniel Arbour & Associés*. En ligne  
<[www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/PR3-1.pdf](http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/PR3-1.pdf)>  
(Consulté le 24 février 2008)
- Mouchon, Jean. 1992. « L'information politique en champ et en contre-champ », *Hermès*. No13-14.
- Mucchielli, Roger. 1998. *L'analyse de contenu des documents et des communications*. Paris : ESF éditeur.
- Murdoch, G. 1992. « Large Corporation and the Control of the Communications Industries » dans M. Gurevitch et al. *Culture, Society and the Media*. Londres : Routledge.
- Neveu, Érik (dir. publ.). 1999. *Médias et gouvernement sociaux*. Coll. « Réseau », no 98. Paris : Hermès Sciences publications.
- Padioleau, Jean G. 1982. *L'État du concret*. Paris : PUF.
- Perron, Bertrand. 1993. *Fédéralisme et gestion de l'environnement : le cas des précipitations acides aux États-Unis*. Montréal : Université de Montréal. (Mémoire de maîtrise, Département de science politique.)
- Perron, Bertrand, Jean-Guy Vaillancourt et Claire Durand. 1999. « Les leaders de groupes verts et leur rapport aux institutions ». *Recherches sociographiques*, Vol 32, no spécial sous la dir. de P.Hamel, L. Maheu et J.-G. Vaillancourt. p.521-549

- Pujas, Véronique. 1999. « La scandalisation en France, Italie et Espagne ». Dans *Actes du Vie Congrès de l'Association Française de Science Politique-AFSP* (28 septembre- 1er octobre 1999).
- Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone*. New York : Simon & Schuster.
- Québec. 2005. *Loi sur les parcs, L.R.Q., c. P-9, à jour au 1er août 2004*. En ligne. <<http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DB2.pdf>> (Consulté le 24 février 2008)
- Rabeau, Yves, André Beaudet et François Renaud. 2006. « Échec aux projets créateurs de richesse au Québec ». Fédération des chambres de commerce du Québec.
- Riker, W. 1986. *The art of political manipulation*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Robert, Paul. 1991. *Le petit Robert*. Paris : Le Robert.
- Robert, K. Yin, 2003. *Case Study Research: Design and Methods, Third Edition, Applied Social Research Methods Series, Vol 5*. Londre : Sage Publications.
- Rogers, E.M., et Dearing, J.W. 1988. « Agenda-setting research : Where has it been and where is it going? » Dans J.A. Anderson (Ed). *Communication yearbook 11*. Beverly Hills. CA : Sage
- Rogers, E.M., Hart, W. B., & Dearing, J.W. 1997. « A paradigmatic history of agenda-setting research.». In Iyengar, S. & Reeves, R. (Eds.) *Do the media govern? Politicians, voters, and reporters in America (225-236)*. Thousand Oak, CA: Sage. p. 246
- Saint-Pierre, Jacques. « Pourquoi un recours juridique pour sauver Orford? » *Le Devoir* (Montréal), 19 décembre 2006, p. a6.
- Salwen, M.B. 1986. « Time in Agenda Setting : The Accumulation of the Media Coverage On Audience Issue Salience », *36th Annual Meeting of the International Communication Association*, Chicago, 22-26 mai 1986.
- Schmidt, Viven A. 2002. « Does discourse matter in the politics of welfare state adjustment? ». *Comparative political studies*. Vol. 36. No. 2. (mars)
- Schudson, Micheal. 1989. « The Sociology of News production » *Media, Culture & Society*. 11(3) : 263-82.
- Shoemaker, P.J. et E.K. Mayfield. 1987. « Building a Theory of News Content : A Synthesis of Current Approaches ». *Journalism Monographs 103*.

- Slovic, Paul. 1992. « Perception of Risk : Reflections on the Psychometric paradigm ». *Social Theories of Risk*, sous la direction de Sheldon Krinsky et Dominic Golding, p. 117-152. Westport (États-Unis) : Praeger Publishers.
- Snow David. A et Robert D. Benford. 2000. « Clarifying the relationship between framing and ideology dans the study of social movements: a comment on Oliver and Johnston. » *Mobilization*. Vol 5.
- Société de la Faune et des Parcs, Québec. *Audience publique sur les répercussions d'un échange de terrains sur la biodiversité et l'intégrité écologique du parc national du Mont-Orford: Une consultation est nécessaire Une consultation nécessaire*. En ligne <<http://www.fapaq.gouv.qc.ca/fr/consultation/orford/>> (page consultée le 12 décembre 2007)
- Société de la Faune et des Parcs du Québec, avril 2003. *Parc national du Mont-Orford, audiences publiques des 6 et 7 décembre 2002. Synthèse de la consultation et recommandations, version révisée*. En ligne. <<http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DB3.pdf>> (Consulté le 24 février 2008)
- Société de la Faune et des Parcs du Québec, juillet 2003. *Entente entre la Société de la faune et des parcs du Québec et Intermont inc. concernant les obligations respectives des parties relativement à l'échange de terrains*. En ligne. <<http://www.bape.gouv.qc.ca/sections/mandats/mont-orford/documents/DB5.pdf>> (Consulté le 20 février 2008)
- Takeshita, Toshio. 2005. « Current critical problems in agenda-setting research ». *International Journal of Public Opinion Research* Vol. 18 No. 3
- Thompson, John B. 1984. *Studies in the Theory of Ideology*. Cambridge : Polity.
- Tuchman, Gaye. 1978. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Tunstall, Jeremy et David Walker. 1981. *Media Made In California: Hollywood, Politics, and the News*. Londres : Oxford University Press.
- Wanta, W., et Hu, Y. 1994. « The effects of credibility, reliance, and exposure on media agenda setting: A path analysis model ». *Journalism Quarterly*, 71(1). p.92.
- Weaver, P. 1972. « Is Television News Biased? ». *Public Interest*. 57-54
- Westerstaht, J. 1983. « Objective News Reporting », *Communication Research*, 10 : 403-424.

Zaller, John R. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge Studies in Public Opinion and Political Psychology.

## Annexe 1 – Grille d'analyse

## Journaux

<i>Origine</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La Presse</li> <li>2. Le Devoir</li> <li>3. Le Soleil</li> </ol>
<i>Catégorie</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Une</li> <li>2. Nouvelle</li> <li>3. Chronique</li> <li>4. Éditorial</li> <li>5. Lettre/forum</li> <li>6. Reportage</li> <li>7. Autre</li> </ol>
<i>Longueur</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bref</li> <li>2. Moyen</li> <li>3. Long</li> </ol>
<i>Titre</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Appui</li> <li>2. Neutre</li> <li>3. Opposition</li> </ol>
<i>Source primaire</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promoteur et/ou partenaire</li> <li>2. Premier ministre et/ou ministre</li> <li>3. Parti d'opposition</li> <li>4. Municipalité d'Orford/MRC de Memphrémagog</li> <li>5. Agence gouvernementale</li> <li>6. Regroupement d'affaires</li> <li>7. Groupes d'opposition</li> <li>8. Expert</li> <li>9. Chroniqueur</li> <li>10. Éditorialiste</li> <li>11. Citoyen</li> <li>12. Multiples</li> <li>13. Autre</li> </ol>
<i>Présence du promoteur et ses alliés</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exclusive</li> <li>2. Majoritaire</li> <li>3. Minoritaire</li> <li>4. Aucune</li> </ol>
<i>Présence des opposants</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exclusive</li> <li>2. Majoritaire</li> <li>3. Minoritaire</li> <li>4. Aucune</li> </ol>
<i>Orientation</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Appui</li> <li>2. Neutre/divisée</li> <li>3. Opposition</li> </ol>

### Télévisions

<i>Origine</i>	4. SRC
<i>Longueur</i>	1. Bref 2. Moyen 3. Long
<i>Source primaire</i>	1. Promoteur et/ou partenaire 2. Premier ministre et/ou ministre 3. Parti d'opposition 4. Municipalité d'Orford/MRC de Memphrémagog 5. Agence gouvernementale 6. Regroupement d'affaires 7. Groupes d'opposition 8. Expert 9. Chroniqueur 10. Éditorialiste 11. Citoyen 12. Multiples 13. Autre
<i>Présence du promoteur et ses alliés</i>	1. Exclusive 2. Majoritaire 3. Minoritaire 4. Aucune
<i>Présence des opposants</i>	1. Exclusive 2. Majoritaire 3. Minoritaire 4. Aucune
<i>Orientation</i>	1. Appui 2. Neutre/divisée 3. Opposition

## **Annexe 2 – Appuis à SOS Parc Orford**

Les appuis à la sauvegarde du parc du Mont-Orford (Mise à jour du 12 juin 2007). Les organisations suivantes ont signifié leur appui à la coalition SOS Parc Orford.

### *Groupes ou associations*

ACEF Estrie  
 Action boréale de l’Abitibi-Témiscamingue (ABAT)  
 Association du patrimoine de Potton  
 Association générale des étudiants du Cégep de Drummondville (AGECD)  
 Association générale des étudiants en sciences de l’Université de Sherbrooke  
 Association Générale Étudiante de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de l’Université de Sherbrooke (AGEFLESH)  
 Association étudiante du Collège Montmorency  
 Association générale des étudiants du Collège Édouard-Montpetit  
 Association générale des étudiants en agriculture, alimentation et consommation, Université Laval (AGÉTAAC)  
 Association pour la protection de l’environnement de Lévis (APPEL)  
 Association pour la protection du boisé Sainte-Dorothée, Laval  
 Association pour une solidarité syndicale étudiante (ASSÉ)  
 Association québécoise de lutte contre la pollution atmosphérique (AQLPA)  
 Association québécoise des groupes d’ornithologues (AQGO)  
 Aventure Écotourisme Québec (AÉQ)  
 Centrale des syndicats du Québec (CSQ)  
 Cercle des Jeunes Naturalistes (CJN)  
 Club Sierra du Québec  
 Coalition citoyenne Santé & Environnement  
 Coalition Eau Secours !  
 Coalition Verte  
 Comité de restauration de la rivière Etchemin  
 Comité des citoyens de la MRC de Memphrémagog Deux-Montagnes  
 Collectif de Sept-Îles pour la santé des femmes  
 Collectif régional d’éducation sur les médias d’information (CRÉMI)  
 Communauté métisse de l’Estrie  
 Confédération des syndicats nationaux (CSN)  
 Conseil des monuments et sites du Québec  
 Conseil national des Jeunes du Parti Québécois (CJNPQ)  
 Conseil National du Parti vert du Québec  
 Conseil régional de l’environnement de Laval  
 Conseil régional de l’environnement et du développement durable du Saguenay–Lac-Saint-Jean (CREDD)  
 Conseil régional de l’environnement et du développement durable de l’Outaouais (CREDD0)  
 Coopérative Arche de Noé

Coopérative Conservation Développement Nature  
Corporation pour la mise en valeur du bois de l'Équerre  
Corridor appalachien (ACA)  
EcoInitiatives  
Éco-Nature inc.  
Écolo Vallée & Mitis  
Entrée Libre de Sherbrooke, journal communautaire  
Environnement Jeunesse (ENJEU)  
Équiterre  
Espace Mauricie  
Fédération autonome du collégial  
Fédération des Étudiants de l'Université de Sherbrooke (FEUS)  
Fédération des sociétés d'histoire du Québec  
Fédération étudiante collégiale du Québec (FECQ)  
Fiducie foncière Mont Pinnacle  
Fierté Mauricienne  
Fondation du Mont Saint-Bruno  
Fondation Rivières  
Forum Jeunesse Estrie  
Front Vert  
Génération Rock  
Greenpeace  
Groupe de réflexion et d'action sur le paysage et le patrimoine (GRAPP)  
Jeunes Néo-Démocrates du Québec  
L'Île du Marais inc.  
La cellule péquiste du Cégep de Sainte-Foy  
La Coopérative de travail Terre Nouvelle (CTTN)  
La corporation des Amis du Parc du Mont-Tremblant  
La société de biologie de Montréal (SBM)  
Les Amis de la Terre de l'Estrie  
Les Amis de la montagne (Mont Royal)  
Les Amis de la Tourbière de St-Joachim-de-Shefford  
Les Amis des Monts-Groulx  
Les professeurs du département de philosophie du Cégep de Sherbrooke  
Les professeurs du département de physique du Cégep de Sherbrooke  
Les Sentiers de l'Estrie  
Les verts boisés du fjord  
Mountain Equipment Coop  
Mouvement d'éducation populaire et d'action communautaire du Québec (MÉPACQ)  
Mouvement Vert Mauricie  
Nova Scotia Wild Flora Society  
Parti Québécois  
Parti Québécois Laurier-Dorion  
Parti Québécois Mirabel  
Parti Québécois St-Jean



Parti Québécois Verchères et Stéphane Bergeron, député de Verchères et Porte-parole de  
 l'opposition officielle en matière de faune et parcs  
 Parti Vert du Québec et son instance régionale de l'Estrie  
 Projet Montréal  
 Projet Rescousse  
 Québec Solidaire et Québec Solidaire - Estrie  
 RAPPEL  
 Regroupement national des conseils régionaux de l'environnement du Québec  
 (RNCREQ)  
 Regroupement d'éducation populaire en action communautaire des régions de Québec et  
 Chaudière-Appalaches (REPAC)  
 Réseau de milieux naturels protégés  
 Réseau québécois des groupes écologistes (RQGE)  
 Réseau québécois pour la simplicité volontaire  
 Sauvons nos boisés et milieux humides  
 Société d'embellissement du village d'Eastman (SEVE)  
 Société de Conservation du Corridor naturel de la Rivière au Saumon (SCCNRS)  
 Société de philosophie de Sherbrooke  
 Société des Professeurs de Géographie du Québec (SPGQ)  
 Société du loisir ornithologique de l'Estrie  
 Société du Parc Régional Dufresne  
 Société nationale de l'Est du Québec  
 Société nationale des Québécoises et Québécois des Hautes-Rivières  
 Société nationale des Québécois Richelieu-Saint-Laurent  
 Société Saint-Jean-Baptiste de Montréal  
 Soleil du jour, Kamouraska  
 SOS Levasseur  
 St. Francis Valley Naturalists' Club  
 Surveillance du territoire d'Otterburn Park (STOP)  
 Syndicat de l'enseignement de l'Estrie  
 Syndicat de professionnelles et professionnels du gouvernement du Québec (SPGQ)  
 Syndicat des Travailleurs (euses) de Distribution Multi-Markes Laval - CSN  
 Syndicat du personnel enseignant du Cégep de Sherbrooke  
 Table ronde des organismes volontaires d'éducation populaire de l'Estrie (TROVEPE)  
 Table régionale des centres de femmes de Montréal-Laval  
 Table régionale des organismes volontaires d'éducation populaire (TROVEP) de  
 Montréal  
 Univert - Groupe environnemental de l'Université de Sherbrooke  
 Votre bras droit enr.  
 WWF-Canada

*Individus*

Frédéric Back  
 Marie-Claire Blais  
 Danièle Bombardier

Pascale Bussières  
France Castel  
Jim Corcoran  
François Cousineau  
Richard Desjardins  
Clémence DesRochers  
Marie-Michèle Desrosiers  
Rémy Girard  
Marie Laberge  
Yves Lambert  
Jacques Languirand  
Patrick Norman  
Marina Orsini  
Claire Pelletier  
Paul Piché  
Luc Plamondon  
Serge Postigo  
Richard Séguin  
Chloé Ste-Marie  
Michel Tremblay  
Vincent Vallières

## Annexe 3 – Articles analysés

## LA PRESSE

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
P1	Faisons travailler notre monde	2006-03-11
P2	Le Québec n'est pas à vendre	2006-03-11
P3	Mulcair doit parler	2006-03-11
P4	L'art de se mettre dans le pétrin	2006-03-11
P5	Orford: confusion au sommet	2006-03-11
P6	Orford: la SSJB contre la vente	2006-03-12
P7	À Mont-Orford, l'opposition s'organise	2006-03-13
P8	Gouvernement Charest : La cascade des bavures alimente la grogne des députés	2006-03-14
P9	La méthode Charest	2006-03-14
P10	Mont Orford : La tension grimpe	2006-03-14
P11	Crédibles, les écolos?	2006-03-14
P12	Un bon compromis	2006-03-14
P13	Orford : Charest invité à tenir parole	2006-03-16
P14	Dans les terres du futur parc du Mont-Orford	2006-03-18
P15	Contre le projet de condos	2006-03-18
P16	Manifestation contre la privatisation du mont Orford	2006-03-27
P17	Orford et le zoo de Québec	2006-03-28
P18	Vente du mont Orford : Un projet ficelé à la hâte	2006-03-31
P19	Pas de sanctions pour Mulcair	2006-04-01
P20	Parc du mont Orford : "C'était l'idée de Mulcair"	2006-04-01
P21	Ne soyons pas égoïstes!	2006-04-01
P22	Un projet nuisible	2006-04-01
P23	Mont Orford : Charest demeure intraitable	2006-04-02
P24	Sortie sur le mont Orford	2006-04-05
P25	Les opposants dénoncent des frais de gestion "excessifs"	2006-04-06
P26	La superficie du parc sera bel et bien doublée	2006-04-06
P27	Une solution à l'américaine	2006-04-06
P28	Une paix sans calumet	2006-04-06
P29	Une opposition orchestrée	2006-04-07
P30	Quinze professeurs d'université s'adressent à Charest	2006-04-07
P31	L'Espérance rejette les attaques de ses opposants	2006-04-07
P32	Pour le développement	2006-04-08
P33	$A^2 + b^2 = c^2$	2006-04-08
P34	Orford: la montagne sera mieux protégée, dit Béchard	2006-04-08
P35	Un mont Orford écolo	2006-04-09
P36	Et les skieurs, dans tout cela?	2006-04-09
P37	Charest doit résister!	2006-04-12
P38	Bonsecours, un "village Gaulois" contre le ministère de l'Environnement	2006-04-15
P39	L'usine d'épuration du canton Orford aurait été bâtie en vue d'un boom immobilier	2006-04-15

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
P40	Agrandissement du parc du Mont-Orford	2006-04-19
P41	Le PQ et Orford	2006-04-19
P42	Mont Orford : La FTQ en faveur d'un compromis	2006-04-20
P43	Dialogue de sourds sur le parc du Mont-Orford	2006-04-21
P44	Le ministre Béchard reste ferme malgré l'opposition de SOS Orford	2006-04-22
P45	La sagesse populaire	2006-04-22
P46	Des milliers de manifestants s'opposent au projet de vente	2006-04-23
P47	12 000 manifestants contre la vente du mont Orford	2006-04-23
P48	Une autre voix contre la privatisation du mont Orford	2006-04-25
P49	Environnement : Charest reçoit 40 "constats d'infraction"	2006-04-26
P50	Orford: la dérive	2006-04-28
P51	Orford victime du "pas dans ma cour"	2006-04-29
P52	Taisez-vous, citoyens	2006-05-06
P53	Conseil national du PLQ : Charest ovationné malgré Orford	2006-05-06
P54	Vente de terrains du mont Orford : Les adversaires isolés	2006-05-07
P55	La forêt du mal-aimé	2006-05-07
P56	Un projet vert foncé	2006-05-09
P57	SOS parc Orford conteste les prévisions du promoteur	2006-05-10
P58	La commission sur le projet de loi lancée mardi	2006-05-17
P59	Vente d'Orford : Un cadeau de 67 millions aux promoteurs, disent les écologistes	2006-05-19
P60	Magog veut un projet socialement acceptable	2006-05-21
P61	Le Mont-Orford a eu ses années de rentabilité	2006-05-23
P62	Le projet du mont Orford malmené	2006-05-24
P63	Orford: le débat!	2006-05-24
P64	Le gouvernement se braque	2006-05-24
P65	Nouvelle foire d'empoigne à l'Assemblée nationale	2006-05-25
P66	André L'Espérance n'a jamais voulu de la montagne	2006-05-26
P67	Le projet de loi adopté avant les vacances	2006-05-27
P68	Montagne à vendre, suite et fin	2006-05-27
P69	Un traitement inacceptable	2006-05-27
P70	Coup de force à Québec	2006-06-13
P71	Pierre Paradis rappelé à l'ordre	2006-06-14
P72	Parc du Mont-Orford : Greif a déboisé illégalement	2006-07-12
P73	Orford privatisé à moitié?	2006-09-01
P74	Orford: la solution déjà dénoncée	2006-09-02
P75	La facture politique et économique	2006-09-06
P76	Une proposition "très ambitieuse"	2006-09-06
P77	Les deux pieds sur terre	2006-09-07
P78	SOS Parc Orford continue le combat	2006-09-09
P79	Une coopérative veut acheter le mont Orford	2006-10-12
P80	SOS Orford soupçonne Québec de vouloir vendre la montagne à rabais	2006-10-13
P81	André L'Espérance ne soumissionnera pas	2006-11-29

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
P82	André L'Espérance se désintéresse du mont Orford	2006-11-30
P83	Les élus de Memphrémagog satisfaits	2006-12-16
P84	L'appel d'offres calqué sur le projet de la MRC	2006-12-16
P85	Le PQ s'engage à annuler la vente du Mont-Orford	2007-02-23
P86	PQ : marketing viral, phase 2	2007-02-23
P87	Mont-Orford : Trois partis, trois scénarios distincts	2007-02-24
P88	Des écolos se plaignent à l'ALENA	2007-03-01
P89	Un organisme international déboute les écolos	2007-03-13
P90	Et Orford?	2007-03-29
P91	Encore Orford!: L'ADQ veut un moratoire;le PQ pourrait l'appuyer	2007-04-24
P92	Mont-Orford : Québec va changer les règles du jeu	2007-05-01
P93	Privatisation du parc du Mont-Orford : L'ADQ déposera une motion jeudi	2007-05-04

## LE DEVOIR

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
D1	L'instinct suicidaire	2006-03-14
D2	Vente de feu à Orford	2006-03-15
D3	Le PQ a ouvert la voie au projet de condos, selon le promoteur	2006-03-15
D4	Les vrais problèmes d'Orford	2006-03-16
D5	Orford: une solution à courte vue	2006-03-17
D6	Orford: la superficie doublera d'ici 15 jours	2006-03-18
D7	Orford, haro sur la destruction durable	2006-03-20
D8	L'écosystème autour du mont Orford serait menacé	2006-03-20
D9	Mont Orford: la résistance se durcit	2006-03-27
D10	Il faut un référendum	2006-03-28
D11	Charest reste campé sur ses positions	2006-03-28
D12	Le ski est menacé en Estrie	2006-03-28
D13	Orford: l'attrait de l'inaccessible	2006-03-29
D14	Mon Orford, notre Orford!	2006-03-29
D15	Le parc du Mont-Orford : L'aboutissement d'un siècle d'admiration	2006-03-29
D16	Le patrimoine écologique d'Orford s'effrite	2006-03-31
D17	Orford: Mulcair contredit Charest	2006-03-31
D18	Mulcair salué	2006-04-01
D19	Orford: un autre libéral risque d'être dégomme	2006-04-01
D20	Parc du Mont-Orford : La montagne s'embourgeoise	2006-04-03
D21	Ces lois qu'on saborde	2006-04-04
D22	Bravo, M. Mulcair	2006-04-04
D23	Le centre de ski serait mal géré	2006-04-06
D24	Compteur à zéro	2006-04-06
D25	Charest évite la crise : Mulcair se rallie sans fléchir	2006-04-06
D26	Québec se réserve le droit de doubler la superficie d'Orford	2006-04-07
D27	Résolution d'urgence déposée au conseil général du PLQ	2006-05-06
D28	Orford: Charest dit merci au PLQ	2006-05-08
D29	Guerre de chiffres	2006-05-10
D30	Sortez du parc du Mont-Orford!	2006-05-12
D31	Orford: les opposants manifesteront devant le parlement	2006-05-12
D32	Une troisième voie pour Orford	2006-05-19
D33	Début des travaux de la commission parlementaire	2006-05-23
D34	Charest: pas de privilège pour les Bombardier	2006-05-24
D35	Orford: les dés sont jetés	2006-05-24
D36	L'oreille bouchée	2006-05-25
D37	Orford: le promoteur pourrait se passer de la montagne	2006-05-26
D38	Perdre son âme	2006-05-27
D39	Mont Orford : La loi d'abord, la consultation ensuite	2006-05-27

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
D40	GBS Mont-Orford	2006-05-30
D41	Orford : une affaire classée	2005-05-31
D42	Les écologistes invités à faire des concessions	2006-06-01
D43	Dire non au démantèlement du parc du Mont-Orford	2006-06-06
D44	Phyllis Lambert joint sa voix à celle des opposants	2006-06-06
D45	La MRC se prononce aujourd'hui sur l'offre de Béchard	2006-06-07
D46	Orford: la région doit décider	2006-06-10
D47	Comme au PLQ	2006-06-12
D48	Pierre Dansereau dénonce la privatisation au Mont-Orford	2006-06-12
D49	Orford: la lutte continue, disent les opposants	2006-06-13
D50	Coup de force à Québec	2006-06-13
D51	Pourquoi ne pas écouter ?	2006-06-14
D52	Paradis sème la pagaille	2006-06-14
D53	SOS Parc Orford étudiera cet été les recours possibles	2006-06-16
D54	Orford: un gouvernement contre son peuple	2006-06-17
D55	Le sort de Pierre Paradis fixé en juillet	2006-06-23
D56	Des doutes au sujet des précédents invoqués par Béchard	2006-06-30
D57	Il faut aller revoir Orford cet été	2006-07-25
D58	SOS Parc Orford revient à la charge	2006-07-27
D59	Un comité souhaite que le mont Orford demeure public	2006-09-01
D60	Orford: une coop pourrait remplacer le privé	2006-09-02
D61	Le mont Orford doit rester public	2006-09-06
D62	Orford : Québec souscrit au plan Nicolet	2006-09-07
D63	Parc du Mont-Orford : Pour ou contre la privatisation?	2006-09-09
D64	Le cas d'Orford sera soumis au conseil national du PQ	2006-09-12
D65	Quel consensus ?	2006-09-13
D66	Spectacle-bénéfice au profit de SOS Parc Orford	2006-11-21
D67	Orford: Québec exige des condos	2006-12-16
D68	Pourquoi un recours juridique pour sauver Orford?	2006-12-19
D69	SOS Orford parle d'un «Boxing Day du patrimoine national»	2006-12-20
D70	Quand des bâillons deviennent une force citoyenne	2006-12-27
D71	La Coop Orford maintient son offre	2007-01-25
D72	Les verts à Orford	2007-02-22
D73	Plainte contre le gouvernement	2007-03-01
D74	Il y a un an, Québec annonçait sa décision de privatiser une partie du parc Orford	2007-03-06
D75	SOS Orford reprend la lutte contre la loi 23	2007-04-06
D76	Mont Orford: l'ADQ veut un moratoire	2007-04-24
D77	Mont Orford: l'ADQ veut suspendre la vente	2007-05-04
D78	Le PQ déposera un projet de loi pour faire échec au PLQ	2007-05-05

## LE SOLEIL

N°	Titre	Date
S1	Orford : Oui au développement domiciliaire	2006-03-07
S2	Courage de Charest	2006-03-08
S3	Confusion des rôles	2006-03-08
S4	Boisclair, Dumont et les écologistes dénoncent la précipitation	2006-03-08
S5	Privatisation du mont-Orford : Mulcair aurait approuvé	2006-03-08
S6	Viva la republica de Santa Banana !	2006-03-08
S7	"Parc" dénaturé	2006-03-09
S8	Orford et le zoo : deux poids, deux mesures ?	2006-03-09
S9	Les détracteurs invités à acheter la montagne	2006-03-09
S10	Désir hypothéqué	2006-03-10
S11	Vrai "pelleteux de nuages"	2006-03-10
S12	Le Parti québécois demande aux libéraux de reculer	2006-03-10
S13	Pour une réflexion ouverte et posée	2006-03-11
S14	Charest doit faire marche arrière	2006-03-11
S15	Et la neige ?	2006-03-12
S16	Le PQ exige une consultation publique	2006-03-12
S17	"On est en train de monter une armée"	2006-03-13
S18	Privatisation du Mont Orford : Bécharard persiste	2006-03-14
S19	Les opposants promettent une "vague de fond"	2006-03-18
S20	Le PQ doit passer à l'action	2006-03-19
S21	Orford : haro sur la destruction durable	2006-03-19
S22	Un autre groupe à la défense du parc du Mont-Orford	2006-03-20
S23	"S.O.S. Parc Orford" : 3000 manifestants à la défense de la montagne défendent la montagne	2006-03-27
S24	Charest inflexible	2006-03-28
S25	Projet de port méthanier à Lévis : "On m'a fait taire", dit l'ancien ministre Mulcair	2006-03-31
S26	J'ai honte !	2006-04-01
S27	Mont-Orford : Charest maintient la ligne dure	2006-04-02
S28	Québec sur le point d'acheter des terrains pour doubler la superficie	2006-04-06
S29	Bécharard n'exclut pas la possibilité d'expropriation	2006-04-07
S30	Création de réserves foncières au Mont-Orford : "De la poudre aux yeux", selon des opposants	2006-04-08
S31	L'usine d'épuration aurait été bâtie en vue d'un développement immobilier	2006-04-15
S32	Des terrains à la valeur écologique douteuse, selon le PQ	2006-04-19
S33	La FTQ suggère un compromis	2006-04-20
S34	Mont-Orford : La coalition refuse l'invitation de Bécharard	2006-04-21
S35	Des milliers de manifestants contre la vente du mont Orford	2006-04-23
S36	Le gouvernement Charest, un chauffard environnemental, imagent les écologistes	2006-04-26



<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
S37	L'affaire Orford crée un malaise en Estrie	2006-04-27
S38	Des libéraux de l'Estrie s'opposeraient au projet du Mont-Orford	2006-04-28
S39	Un "chien de garde vert" pour le futur acquéreur du Mont-Orford	2006-05-04
S40	À bon entendeur	2006-05-06
S41	Les libéraux divisés par le dossier du Mont-Orford	2006-05-06
S42	Paradis et Mulcair persistent et signent	2006-05-07
S43	OUI aux condos d'Orford	2006-05-07
S44	Charest touché par l'appui des militants	2006-05-08
S45	Épée de Damoclès au-dessus de Paradis et Mulcair	2006-05-08
S46	SOS Parc Orford contredit les prédictions du promoteur	2006-05-10
S47	En finir avec Orford ?	2006-05-10
S48	Thérapie de groupe	2006-05-12
S49	Référendum réclamé sur le mont Orford	2006-05-12
S50	Deux golfs, deux mesures	2006-05-12
S51	De gros sous pour les gestionnaires de la station de ski du Mont-Orford	2006-05-19
S52	Magog veut un projet plus acceptable pour Orford	2006-05-21
S53	Claude Bécharde défend de nouveau le projet de loi de privatisation du mont Orford	2006-05-23
S54	Paradis et Mulcair dans la mêlée	2006-05-23
S55	Mont-Orford : des positions irréconciliables	2006-05-24
S56	Jean Charest nie avoir privilégié la famille Bombardier	2006-05-24
S57	Bécharde tolère la coupe de bois sur les terres d'Orford	2006-05-25
S58	Orford : la fin des mythes	2006-05-26
S59	Le promoteur attaqué de toutes parts	2006-05-26
S60	Tour de passe-passe	2006-05-27
S61	Une loi pour Orford	2006-05-27
S62	Saccage éhonté	2006-05-28
S63	Timide manif pour SOS Parc Orford	2006-06-04
S64	La MRC participera au choix d'un projet	2006-06-08
S65	L'écologiste Pierre Dansereau s'oppose à la privatisation d'Orford	2006-06-13
S66	Paradis vote contre Orford, mais reste libéral	2006-06-14
S67	Question de logique	2006-06-18
S68	Les péquistes veulent une intervention du vérificateur	2006-06-22
S69	Le Parc du Mont-Orford a été en partie déboisé	2006-07-12
S70	Un comité recommande que le mont Orford reste public	2006-09-01
S71	Proposition Nicolet sur le mont-Orford (sic) : Les opposants disent non	2006-09-02
S72	Rapport du comité Nicolet : Le mont Orford doit rester dans le domaine public	2006-09-06
S73	Difficile remontée	2006-09-07
S74	Mont-Orford : Bécharde satisfait du rapport Nicolet	2006-09-07

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
S75	Orford : quel consensus ?	2006-09-09
S76	SOS Parc Orford exigera des engagements écrits	2006-09-24
S77	Une coop citoyenne veut acheter le Mont-Orford	2006-10-12
S78	Le diable est dans les détails	2006-11-22
S79	L'appel d'offres pour Orford est lancé	2006-12-16
S80	Les péquistes rêvent de battre Charest dans Sherbrooke	2007-02-24
S81	Il faut vendre Orford, martèle L'Espérance	2007-02-26
S82	Les électeurs rejettent la privatisation	2007-03-07
S83	Un organisme international rejette la plainte des écolos	2007-03-13
S84	Manif contre la privatisation à Mont-Orford	2007-03-26

## SOCIÉTÉ RADIO-CANADA : TÉLÉJOURNAL – LE POINT

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
SRC1	Les condos vont pouvoir pousser sur le Mont Orford et le parc sera agrandi	2006-03-06
SRC2	Avalanche de critiques contre les condos du mont Orford	2006-03-07
SRC3	La station du mont Orford était rentable sans condominiums	2006-03-09
SRC4	L'opposition s'organise, les partisans se font discrets	2006-03-12
SRC5	Le développement du mont Orford, le promoteur n'en démord pas	2006-03-13
SRC6	La coalition qui veut convaincre le gouvernement de revenir sur sa décision de vendre	2006-03-17
SRC7	Le 9 mars dernier	2006-03-21
SRC8	Deux grands rassemblements et deux messages	2006-03-26
SRC9	Le député libéral Pierre Paradis se prononce contre le projet de construction de condos	2006-03-31
SRC10	Au Point, l'auteure Marie Laberge à la défense de l'intégrité du Parc du Mont-Orford	2006-03-31
SRC11	Jean Charest maintient le cap en dépit de la grogne de certains députés	2006-04-01
SRC12	La filière Orford	2006-04-05
SRC13	On parle justement du mont Orford	2006-04-05
SRC14	Le gouvernement veut montrer qu'il est sérieux	2006-04-06
SRC15	Une usine d'épuration de 8 millions, en prévision de condos encore virtuels	2006-04-14
SRC16	Autre controverse sur le parc Orford	2006-04-18
SRC17	D'anciens directeurs de parcs s'opposent à leur tour au projet du mont Orford	2006-04-21
SRC18	La mobilisation contre le projet de développement du Mont-Orford se déplace à Montréal	2006-04-22
SRC19	Québec scelle le destin du Parc du Mont-Orford	2006-05-03
SRC20	Au Point : le Premier ministre Jean Charest défend sa politique énergétique et son projet du mont Orford	2006-05-04
SRC21	La dégringolade de Jean Charest continue	2006-05-05
SRC22	Privatisation partielle du Mont-Orford	2006-05-06
SRC23	Jean Charest respire mieux, il a passé le test	2006-05-07
SRC24	Ni un parc national ni un projet immobilier	2006-05-19
SRC25	La municipalité de Magog aurait bien voulu être conviée la commission parlementaire sur l'avenir du Mont-Orford	2006-05-20
SRC26	À Québec ont débuté les travaux de la commission parlementaire sur l'avenir du Parc du Mont-Orford	2006-05-23
SRC27	Et puis le ministre Claude Bécharde	2006-05-24
SRC28	Le promoteur du projet du mont Orford, André L'Espérance, témoignait aujourd'hui à Québec	2006-05-25

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Date</b>
SRC29	Montagne à vendre	2006-05-26
SRC30	À Québec, moins de 200 personnes manifestent sous la pluie	2006-06-03
SRC31	Le bâillon, et quatre fois plutôt qu'une	2006-06-12
SRC32	Québec, Assemblée nationale, où c'est l'avenir de Pierre Paradis chez les libéraux qui alimente les discussions	2006-06-13
SRC33	Finie la privatisation, la montagne resterait publique	2006-08-31
SRC34	Pas de Tremblant à Orford	2006-09-01
SRC35	La montagne d'Orford restera publique	2006-09-05
SRC36	Mont Orford : le gouvernement Charest vivra ou périra avec le rapport Nicolet	2006-09-06
SRC37	La coalition SOS-Orford rejette le rapport Nicolet	2006-09-08
SRC38	La coalition S.O.S. Parc Orford promet de continuer son combat pour préserver l'intégrité du parc	2006-09-23
SRC39	800 opposants à la vente d'une partie du parc du Mont Orford ont assisté à un spectacle bénéfice à Sherbrooke	2006-12-03
SRC40	Qui veut d'une partie du parc du mont Orford?	2006-12-15
SRC41	André Boisclair promet d'annuler la privatisation	2007-02-23
SRC42	La session parlementaire n'est même pas encore commencée à Québec que déjà, une loi, votée par les libéraux, est en danger, gracieuseté de l'ADQ	2007-04-23
SRC43	Le projet de vente d'une partie du Parc du mont Orford bat sérieusement de l'aile	2007-05-05
SRC44	Québec renonce à privatiser le mont Orford	2007-05-07