

**Bibliothèque
et Archives
nationales**

Québec 

Le présent fichier est une publication en ligne reçue en dépôt légal, convertie en format PDF et archivée par Bibliothèque et Archives nationales du Québec. L'information contenue dans le fichier peut donc être périmée et certains liens externes peuvent être inactifs.

Version visionnée sur le site Internet d'origine le 7 octobre 2014.

Section du dépôt légal



COMPOSITE – VOL 15, N. 2 – GRÈVE ÉTUDIANTE AU QUÉBEC : POINTS DE VUES SUR LA MOBILISATION SOCIALE DE 2012

Au cours des premiers mois de 2012, le Québec a connu un mouvement d'une ampleur et d'une intensité inégalées dans les dernières décennies. Celui-ci a vu la création d'un rapport de force entre associations étudiantes et le gouvernement de l'époque sur les orientations que doivent prendre le secteur de l'éducation et le modèle d'Université dont le Québec souhaite se doter. Ces visions opposées se sont cristallisées – et ont souvent été réduites dans les discours -- autour de la décision du gouvernement libéral de hausser les frais de scolarité universitaires de manière significative, dans la lignée du principe « d'utilisateur-payeur » et l'élargissant au secteur de l'éducation au nom de la « juste part ». D'emblée, le mot « grève » ne s'impose pas intuitivement pour qualifier le mouvement étudiant québécois de 2012, tant l'usage du mot a fait l'objet de controverses et de débats et s'est retrouvé au centre d'un ensemble d'images et de significations négatives porté par des délégués politiques et communicateurs de tous ordres. De quelles manières ce mot, ces débats ont-ils cristallisé les forces sociales à l'œuvre, leurs prises de positions, les divisions sociales traversant l'espace public québécois? Il nous paraît impossible de les réduire à de simples « opinions », comme si celles-ci n'étaient que de l'ordre du privé, alors qu'elles pourraient tout aussi bien être l'expression de perspectives plus larges sur la vie sociale et symbolique d'une société.

La mobilisation des étudiants québécois des derniers mois a ainsi été marquée par la formation d'espaces de débats créés en même temps que le mouvement qui l'a contestée. L'université aura servi de lieu, autant physique que symbolique et discursif, où se sont entrechoquées idées, actions et interrogations. Celles-ci ont porté non seulement sur la politique de financement des universités, mais, à travers elle, sur la valeur, la contribution, le rôle même de l'université et de l'éducation supérieure dans le Québec contemporain. Au fil des événements, et au fur et à mesure que la lutte devenait

populaireⁱ, les questionnements et la réflexion ont essaimé vers d'autres lieux, d'autres directions. L'encadrement et les restrictions légales des manifestations, le grand nombre d'arrestations et la présence policière sur les campus, les recours légaux dont une minorité médiatisée d'étudiant.es se sont prévalus pour forcer la tenue de leurs cours et l'attention accordée au mouvement étudiant socialement responsable du Québec (MÉSQRQ), sont quelques-unes des faces d'un prisme de tensions aux contours difficiles à tracer. La transformation du débat concernant le financement universitaire en une question électoraleⁱⁱ aura également donné, pour certains, la possibilité à un électorat plus jeune d'être interpellé plus directement par les enjeux de l'exercice démocratique du vote citoyen. Pour d'autres, elle aura ravivé les spectres d'une récupération de la mobilisation populaire et des tensions historiques entre l'activisme et l'électoratisme.

Ce numéro est publié trop tôt pour que nous prétendions être en mesure d'évaluer définitivement les résultats et les effets durables de ce mouvement s'inscrivant en continuité et en rupture avec d'autres forces sociales, politiques et économiques animant le Québec. Un mouvement que l'on peut également penser en lien avec l'effervescence des mobilisations des *indignados*, des campements *Occupy* ayant envahi un temps les espaces urbains, les grèves européennes contre les mesures d'austérité ainsi que les luttes d'étudiant.es qui, du Chili, à l'Angleterre, se reconnaissent de mêmes élans, de mêmes préoccupations

À l'instar d'autres initiatives surgissant dans la sphère universitaire, la nécessité de produire rapidement un numéro spécial sur les luttes sociales de 2012 était plutôt motivée par le besoin ressenti d'engager une réflexion, des amorces de problématisation et de travail conceptuel à propos d'une expérience collective marquante. En choisissant le format de contributions courtes, que les auteurs aient choisi une étude de cas ou de faire part d'une perspective plus personnelle, il était donc aussi question pour nous de répondre à l'ampleur des événements avec nos moyens et nos perspectives de chercheur.es en communication, de pouvoir s'appropriier, comprendre les événements de ce printemps qui se sera étiré jusqu'à l'automne.

Dans ce cas-ci, le « nous » n'est pas tant celui de la prose académique qu'un « nous » collectif, aux subjectivités et aux identités nombreuses, divergentes et changeantes, mises au défi de s'ajuster à des contextes parfois difficiles : étudiant.es, chargé.es de cours, professeur.es, assistant.es de recherche, technicien.nes, parents et membres de familles, citoyen.nes, militant.es... Les évènements de la dernière année nous ont rappelé qu'au-delà des désignations et des catégories analytiques ou démographiques, se sentir faire partie d'un groupe, de collectivités et être touchés par des problèmes sociaux dépassant le microcosme de nos quotidiens suscite autant d'épisodes d'identification riches en émotion, mais aussi en sens. Les mobilisations, déployées autour des politiques de financement de l'éducation supérieure et du sens même de notions telles qu'« investissement » et « valeur » doivent prendre, nous invitent à réfléchir sur la teneur des prises de positions politiques et économiques circulant dans les espaces publics en ligne et hors-ligne, sur les manières de les revendiquer, de les rendre visibles et de les faire respecter. Elles témoignent de manières d'être – de vivre et de croire, de se laisser convaincre ou de tenter de convaincre à son tour. Elles incarnent les idées, abstraites, que sont le « politique », le « social » ou l'« économique », dans un contexte où plusieurs d'entre nous ont senti que leurs raisons même d'entreprendre des études supérieures étaient remises en question par des discours mercantiles, incompatibles avec une conception de l'éducation centrée sur le bien commun.

Le texte d'Alexandre Provencher nous invite à réfléchir aux relations publiques politiques en ciblant un acteur précis des événements, le gouvernement libéral de Jean Charest. Selon lui, le « Printemps érable » témoigne d'une incompatibilité entre deux manières de comprendre les relations publiques. Chantal Francoeur nous invite elle à réfléchir sur le rôle que jouent les « moules », habitudes et formats journalistiques dans la manière dont le conflit et les formes de démocratie étudiante ont été rapportées par les médias. En s'attardant sur la couverture médiatique faite d'une manifestation, Sylvain Rocheleau montre comment certains de ces cadrages ont pu laisser de côté le message porté par les différentes coalitions. Enfin, Nicolas Bencherki et Gabrielle C. Poirier proposent un texte plus personnel, « Un Printemps à Paris »,

teinté de leur expérience à distance des événements québécois. Ils exposent comment ils ont pu faire sens des émotions dues à leur éloignement en organisant leur propre engagement. Nous espérons que ces quelques témoignages inviteront à poursuivre la réflexion.

L'équipe de Composite

ⁱ Un slogan ayant eu beaucoup de succès, particulièrement à la suite de l'émergence des "manifestations de casseroles" dénonçant l'adoption du projet de loi 78 (Loi 12) par l'Assemblée nationale, proclamait que "La grève est étudiante, la lutte est populaire".

ⁱⁱ Le jour du scrutin (le 4 septembre) aura été prévu à temps pour la rentrée scolaire.

LE « PRINTEMPS ÉRABLE » : UNE INVITATION À REPENSER LES RELATIONS PUBLIQUES POLITIQUES

Alexandre Provencher
Université du Québec à Montréal

Résumé : *La situation politique, médiatique et sociale du « Printemps érable » a démontré une incompréhension de la fonction des relations publiques politiques. Pour le gouvernement Charest et les stratèges du Parti libéral du Québec, les actions communicationnelles servaient vraisemblablement aux intérêts du parti et de ses alliés. Cependant, les théories de l'espace public accordent une prépondérance au rôle social de la communication publique. Questionnant la pratique des relations publiques politiques du PLQ lors de la grève étudiante, ce texte invite à une réflexion sur ses fonctions réelles dans la sphère publique.*

Abstract: *The political and media events surrounding the student strike in Quebec, referred to as "Printemps érable," showed a misunderstanding of the political function of public relations' function. For the Charest government and the Liberal Party's strategists, public relations only served partisan interests. However, theories of the public sphere give a greater importance to the social role of public relations. Questioning PLQ's practices of political public relations in regard of the student strike, this article invites the reader to think about political public relations' actual function in the public sphere.*

Mots-clés

Relations publiques politiques, espace public, relations, communication, contestation

Introduction

Le « Printemps érable » n'est pas terminé. Le conflit au sujet de la hausse des frais de scolarité, ses tensions, son positionnement dans l'espace public et la brèche qu'il a créée au sein de la société québécoise n'est que le premier affrontement d'un Québec qui progresse et qui se heurte à des débats sur son avenir. Cependant, un fait s'est imposé lors de ce large mouvement de contestation : le processus stratégique d'intervention dans la sphère publique, celui des relations publiques politiques — au sein même de l'État — doit maintenant prendre en considération la nouvelle mouvance communicationnelle des publics et leur recherche de consensus. En questionnant les pratiques de communication déployées par le Parti libéral du Québec dans le contexte du « Printemps érable », cet article présente la dualité entre la fonction managériale et sociale des relations publiques politiques.

Les professionnels en communication sont souvent perçus comme des « faiseurs d'image » ou des « *spin doctors* » (Dagenais, 2005; Dumas, 2011). Cependant, des campagnes de relations publiques surviennent chaque jour. Elles sont omniprésentes dans la société et contribuent à l'établissement de discours et de publicités critiques¹ qui structurent l'espace public (Maisonnette, 2010). Éthiquement, ces campagnes doivent rechercher le bien commun afin de favoriser l'échange, le dialogue et le consensus (Cossette, 2010). Les relations publiques, comme fonction de communication, deviennent donc une *plus-value* pour les gouvernements, les groupes d'intérêt ou les citoyens qui savent les utiliser de manière responsable (Yates, 2011). Bref, cette vision démontre que les relations publiques détiennent une fonction sociale importante.

Les relations publiques politiques sont un champ d'études peu connu. En effet, peu d'études délimitent les différences qui existent entre les relations publiques, la communication politique, la science politique et le marketing politique (Strömbäck & Kioussis, 2011). Cependant, au Québec comme ailleurs, le phénomène des relations publiques politiques émerge dans la littérature dû à sa

¹ Au sens habermassien du terme (expliqué plus en détails dans la prochaine section du texte).

domination dans les médias de masse, de sa professionnalisation et de son lien étroit avec les nouvelles technologies de l'information (Jackson, 2010). Le « Printemps érable » met en relief l'émergence de cette nouvelle discipline, mais surtout son incompréhension probante de la part des principaux intéressés : les relationnistes. Plus particulièrement, les stratèges et ténors du PLQ ont posé des erreurs stratégiques² causées par une logique des relations publiques politiques trop souvent associée à la gestion et le court-termisme. Ceci a donc entraîné une escalade de tensions entre le gouvernement et ses parties prenantes – étudiants, professeurs, recteurs, lobbyistes et grande population. « Le gouvernement a très mal réagi dans cette crise, car quand on a quelqu'un qui colle au mur dans une position très tranchée, il faut adopter une stratégie qui va permettre de trouver une porte de sortie » (Dupré, 2012, non paginé). Certes, le gouvernement a mal compris la fonction des relations publiques au cours de la crise et c'est pour cela qu'il n'a pas réussi à (ré)établir des relations fortes et durables avec les acteurs impliqués. Il demeure essentiel d'apporter un éclairage théorique sur le processus de relations publiques politiques en jeu dans cette crise sociale.

La situation du printemps dernier permet d'identifier une nouvelle réalité dans les relations publiques, celle d'une incompréhension de leur fonction. L'héritage théorique des relations publiques ne permet pas de déceler une fonction adéquate et véritable de leur pratique (Dumas, 2010). Confrontés à une nouvelle réalité et à un espace public en perpétuelle mouvance, les professionnels des relations publiques – et spécifiquement dans le domaine politique – doivent maintenant comprendre que communiquer n'est pas informer (Wolton, 2009). Effectivement, pour les gouvernements en place et surtout pour les hommes et femmes politiques, communiquer s'avère dorénavant la quête d'une relation solide à long terme avec leurs parties prenantes (citoyens, groupes d'intérêts, entreprises, etc.)³. Entrer en relation

² Des erreurs stratégiques telles que le refus de tenir un dialogue selon les volontés des associations étudiantes, l'obstination à faire passer un message politique (la juste part), le recours aux sondages d'opinion pour légitimer ses actions, etc.

³ En opposition à « informer » que Wolton (2009) définit comme la quête du XIXe et XXe siècle. Dorénavant, l'information est en dérive et se compose de différents sens. Selon lui,

avec les publics, c'est créer des liens de confiance et s'assurer de comprendre leurs intérêts (Grünig, Grünig & Dozier, 2002; Wolton, 2009). Ainsi, ce revirement communicationnel beaucoup plus social que managérial doit maintenant être mené en amont lorsqu'il existe [...] une dangerosité ou une défense dans l'espace public (Libaert, 2011)⁴. C'est en ce sens que les stratégies de communication du PLQ ont favorisé une fonction managériale axée sur les objectifs politiques du parti (le maintien de la hausse des frais de scolarité) plutôt qu'une fonction sociale visant l'écoute et le consensus pour cheminer vers une conciliation. Incontestablement, des fins politiques se cachaient derrière ces actions, mais l'écoute n'est-elle pas la base d'une démocratie représentative? Pour comprendre les différences entre la fonction sociale et managériale des relations publiques politiques, il faut resituer les théories qui définissent le concept d'espace public dans le cas précis de la grève étudiante. En les replaçant dans ce contexte particulier, il est possible de constater que certaines facettes sociales des relations publiques politiques s'entrecoupent avec le concept d'espace public.

L'espace public comme idéal derrière les relations publiques politiques

Le concept d'espace public, tel que présenté par Habermas, a largement influencé la définition moderne des relations publiques (Maisonneuve, 2010). Lieu de processus démocratique, l'espace public d'Habermas favorise la recherche constante d'échanges et d'interactions quant à la vie commune en société. L'agir communicationnel qu'il propose aspire à la confiance et au respect mutuel des citoyens (Habermas, 1987). Ainsi, Habermas indique que ce lieu sert à normaliser les irrégularités de la démocratie représentative, et ce, par l'émergence d'une diffusion de l'information dans la société (Dahlgren, 2000).

l'information ne crée pas plus de diversité, mais une standardisation et devient beaucoup trop simpliste dans le système actuel. Il prône plutôt une recherche de la cohabitation qui respecte «la pluralité des points de vue sur le monde et la nécessité d'un principe commun» (p.102). Cette cohabitation a lieu grâce à la création de relations fortes et durables entre les acteurs sociaux. (Wolton, 2009)

⁴ Dangerosité et défense sont entendues ici comme une réponse à un facteur pouvant affecter la société civile. En effet, le phénomène du printemps dernier a mis en lumière l'importance de procéder en amont du processus décisionnel afin de faire accepter socialement un projet.

Ce transfert d'information dans l'espace public est nommé par Habermas, la publicité. Il s'agit donc de l'action de rendre public une position critique et ouverte aux publics. Grâce à celle-ci, une opinion publique est créée et se diffuse par le biais d'une médiation de l'information⁵. La diffusion de questionnements et par le fait même de la conversation est ainsi conduite dans cet espace réservé. L'espace public tel que le conçoit Habermas est un lieu privilégié où les publics affrontent et critiquent le pouvoir de l'État. Ultimement, cet espace public mène à une médiation des opinions par la publicité et résout les problèmes soulevés. La thèse d'Habermas est ici présentée succinctement et comme un idéal⁶. Lors du printemps dernier, cet espace public idéalisé aurait pu devenir un véritable lieu de discussion quant à la hausse des frais de scolarité. Une négociation par les acteurs impliqués se serait produite, permettant d'atteindre un consensus.

Quoique très théorique, la thèse d'Habermas a largement influencé les courants actuels des relations publiques. Le modèle de communication symétrique

⁵ Il est important de dissocier la publicité critique telle que proposée par Habermas de la publicité manipulatoire servant les intérêts privés. La publicité critique peut donc être définie comme « le principe de l'Öffentlichkeit [était] la publicité critique (kritische Publizität), médium d'un (vrai) public et de la formation d'une opinion publique, et que son ressort était la culture comme instance d'auto-compréhension et d'émancipation de la subjectivité. » (Hardy, 2011, p. 37).

⁶ En communication, l'espace public permet de mieux saisir la fonction de médiation de l'information (Brunet, 2001). Effectivement, « la fonction démocratique d'une opinion publique est au centre de l'espace public » (Paillart, 1995, p. 8). Cependant, il faut critiquer les théories d'Habermas au sens où elles supposent pouvoir fournir les renseignements et l'éclairage requis sur le fonctionnement de l'État (Espace public, 2012). De plus, plusieurs questionnements d'ordre économique – quant à la concentration des médias, de leurs intérêts capitalistes et de leurs convergences – remettent en question les théories d'Habermas. Certains concepts tels que la discussion (qu'est-ce qu'une véritable discussion?) et l'opinion publique ont évolué depuis la thèse d'Habermas en 1968. Habermas lui-même critique sa théorie en affirmant qu'à partir du XIXe siècle, l'espace public est déjà pollué par les intérêts privés. Ceux-ci orientent la médiation et la négociation de l'information dans cet espace privilégié. Selon Fraser (1990), ce lieu est restreint et difficilement atteignable par les citoyens, notamment dû aux iniquités. Qu'advient-il de leurs revendications et de la publicité critique? Néanmoins, sa thèse demeure une piste intéressante pour une étude théorique des relations publiques politiques malgré ses critiques notoires.

bidirectionnelle indique que les relations publiques doivent s’inscrire dans une fonction plutôt sociale et moins managériale⁷ (Sauvé, 2010). Afin d’être effectives et acceptées, les relations publiques et plus précisément les relations publiques politiques doivent s’amalgamer dans les mouvances sociétales, et ce, à l’aide d’une approche basée sur les intérêts sociaux (Maisonneuve, 2004). L’essor des réseaux sociaux numériques et du Web 2.0 amènent l’implantation de plusieurs nouveaux espaces publics beaucoup plus segmentés sur lesquels les citoyens conversent, quelquefois bruyamment, quant à de nouvelles façons d’agir en société (Dahlgren, 2000). Les politiciens, l’État et les communicateurs politiques doivent plus que jamais souscrire à une conversation bidirectionnelle et symétrique avec leurs publics. Comme l’indique Cossette (2010), « la discussion ainsi conduite dans l’espace public devient le moment de questionner les idées reçues et la valeur des opinions, leur cohérence, leur pertinence et leur crédibilité » (p. 371). Par conséquent, le « Printemps érable » ne rend pas justice aux propos de Cossette, mais témoigne d’une incohérence entre deux façons de percevoir la communication publique.

Vers une fonction sociale et moins managériale des relations publiques politiques

Les actions communicationnelles menées par le PLQ entraînent une remise en question de la fonction même des relations publiques politiques dans l’espace public. Ces actions doivent-elles plutôt répondre à des objectifs sociaux négociés dans l’espace public ou plutôt à des intérêts politiques dictés par la vision d’un parti? D’une part, les relations publiques peuvent se définir comme un processus qui vise à « établir, maintenir et promouvoir des relations de confiance fondées sur la connaissance et la compréhension mutuelle entre (l’) organisation et ses publics [...] en tenant compte de leurs droits, besoins et attitudes, le tout conformément à l’intérêt du public » (Broom, 2009, p. 1, cité dans Maisonneuve, 2010, p. 5). Selon cette définition, elles se trouvent à cheval entre les intérêts d’une organisation (managérial) et ceux de la société qu’elle dessert (social). Qu’elles servent le domaine politique ou culturel, les relations

⁷ Par exemple, dans le cas qui nous intéresse, l’approche managériale a complexifié la crise par l’absence de réponse du gouvernement envers une ouverture au dialogue avec les étudiants.

publiques ne doivent pas être uniquement dominantes, mais plutôt transversales (Maisonnette, 2010)⁸. D'autre part, une vision différente supporte l'idée que les relations publiques soient plutôt une gestion stratégique des relations (Hutton, 1999, cité dans Dumas, 2010). Les besoins spécifiques d'une organisation sont mis de l'avant au détriment des besoins des autres acteurs (Dumas, 2010). S'inscrivant dans cette vision, les relationnistes du PLQ se sont bornés à défendre leurs intérêts et n'ont pas échangé ni tendu vers un consensus avec les étudiants, les recteurs et la grande population.

Concrètement, l'influence des relations publiques politiques se joue sur trois fronts (Lilleker & Jackson, 2011) :

- 1) la recherche d'un bénéfice mutuel réel pour toutes les parties impliquées;
- 2) la recherche d'une approche relationnelle qui forgera des relations fortes et durables;
- 3) la gestion de la réputation.

Aucun de ces trois points n'a été atteint par le PLQ. Minimale, les relationnistes politiques du PLQ auraient eu avantage à cibler le troisième point puisqu'ils n'ont jamais établi de relations avec les acteurs impliqués – les deux premiers points⁹. Le PLQ a laissé la situation s'envenimer et lui a permis de se

⁸ Il est soutenu ici que les relations publiques peuvent aussi servir le social. Ainsi, les relations publiques transversales s'avèrent ascendantes, descendantes, latérales, diagonales, internes, externes, internationales, etc. De fait, les relations publiques dominantes viseraient donc une communication descendante sans aller-retour et négligeraient leur fonction sociale. Ici, transversale s'oppose à dominante qui réfère à une domination communicationnelle caractérisée par la verticalité et l'inégalité.

⁹ Les différences existant entre relation et réputation deviennent fondamentales dans l'exercice du gouvernement et de sa discussion dans l'espace public. Ces différences entre réputation et relation sont démontrées plus en détail par Strömbäck & Kioussis dans leur livre (2011). Ceux-ci démontrent qu'une implication communicationnelle moindre du gouvernement affecte sa réputation et sa légitimité. Une implication soutenue du gouvernement dans la fonction sociale des relations publiques influe directement sur le développement de relations avec la population.

judiciariser¹⁰ - il aurait pu intervenir bien avant. À la lumière de ces évènements, il aurait été difficile de négocier et d'arriver à un consensus.

Le regard théorique posé ici remet en question le modèle managérial des relations publiques politiques. Le gouvernement Charest, se trouvant devant des milliers de contestataires, aurait eu avantage à faciliter une conversation dans le but de rechercher un consensus avec les étudiants, les recteurs, la population, etc. « On a laissé finalement la crise se complexifier, s'approfondir, alors qu'on aurait pu avoir une réaction de sa part plus tôt pour ouvrir un dialogue » (Therrien, 2012, non paginé). Par conséquent, un processus bidirectionnel et symétrique (Grünig, Grünig & Dozier, 2002) aurait permis aux relationnistes du PLQ d'occuper leur véritable rôle d'agents de changement.

Dans un contexte où plusieurs acteurs cherchent à dialoguer, la fonction managériale des relations publiques politiques, empruntée par le PLQ, a-t-elle sa raison d'être? Les sociétés sont de plus en plus branchées et ne recherchent plus tant l'information, mais une communication (Evans, Twomey & Talan, 2011). Ce que les citoyens recherchent dans l'espace public, ce sont des relations respectueuses et consensuelles (Wolton, 2009). Cette analyse des actions communicationnelles du PLQ en dit long sur ce que l'on peut appeler un échec des relations publiques. Rien ne peut être plus clair : la fonction sociale des relations publiques a été bafouée. Les relationnistes politiques ne peuvent continuer à servir les intérêts – politiques ou économiques – d'un seul public. Il relève des relations publiques politiques de ne pas agir de manière asymétrique avec leurs publics, mais plutôt en amont du processus décisionnel pour favoriser les intérêts sociétaux (Maisonneuve, 2004).

Les relations publiques politiques doivent favoriser l'émergence d'une conversation entre tous les acteurs impliqués dans une situation donnée (Sauvé, 2010). Le cas de la grève étudiante invite à repenser la fonction des relations

¹⁰ Comme mentionné, les trois facteurs d'influence des relations publiques politiques de Strömbäck & Kioussis (2011) furent un échec lors du printemps dernier. À défaut de communiquer, le gouvernement a laissé se judiciariser le conflit (Breton, 2012). Notamment, en adoptant le projet de loi 78, le PLQ a préféré la coercition à la communication.

publiques politiques dans le paysage communicationnel du Québec. Sont-elles trop orientées vers les fins plutôt que vers le bien? Durant le mouvement de contestation du printemps, le PLQ et ses stratèges ne sont pas arrivés à gérer leur réputation, à rechercher les bénéfices mutuels pour tous et à forger des relations fortes. « Il faut constater que le premier ministre a passé par-dessus ses principaux interlocuteurs pour s'adresser aux contribuables, les électeurs de cette "opinion publique" auprès de laquelle il se conforte » (Chouinard, 2012, non paginé). Force est de constater qu'une absence de dialogue demeure loin de la fonction sociale de la profession. Celle-ci s'exerce dorénavant dans un espace public beaucoup plus contestataire. Cet article remet en cause les communications du PLQ et ne se penche pas sur les actions déployées par les associations étudiantes et autres acteurs. Toutefois, celles-ci pourraient être critiquées dans une analyse future. À la lumière du conflit étudiant, il devient évident que ce qui permet de faire accepter socialement un projet, c'est l'accord et la décision conjointe de toutes les parties impliquées (Nolywé, 2011). Cet article invite donc à réfléchir sur la fonction des relations publiques politiques, et ce, dans le contexte d'un Québec en plein changement.

Références

Breton, P. (2012). La FECQ et la CLASSE dénoncent la judiciarisation du conflit étudiant. La Presse, Actualités (11 mai 2012). Repéré à <http://www.lapresse.ca/actualites/dossiers/conflit-etudiant/201205/11/01-4524284-la-fecq-et-la-classe-denoncent-la-judiciarisation-du-conflit-etudiant.php>

Brunet, P. J. (2001). L'éthique dans la société de l'information. Québec, QC : Presses de l'Université Laval.

Chouinard, M. A. (2012). Le fond et la manière. Le Devoir (28 avril 2012), p. B4.

Cossette, R. (2010). Quelle éthique pour les relations publiques. Dans D. Maisonneuve (dir.), Les relations publiques dans une société en mouvance (4e édition, p. 367-393). Sainte-Foy, QC : Presses de l'Université du Québec.

Dagenais, B. (2005). Le métier de relationniste (5e édition). Québec, QC : Les Presses de l'Université Laval.

Dahlgren, P. (2000). L'espace public et l'internet. Réseaux, 18(100), 159-186.

Dumas, M. (16 novembre 2011). Défendre la profession. SQPRP. Repéré à <http://www.sqprp.ca/contenus/rp-com/DEFENDRE-LA-PROFESSION.aspx>

Dumas, M. (2010). Les relations publiques, une profession en devenir. Québec, QC : Presses de l'Université du Québec.

Dupré, Y. (2012) Conflit entre Québec et les étudiants : analyses d'experts en communication. Rencontre avec Radio-Canada le 19 avril 2012. Repéré à <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2012/04/19/005-education-analyse-crise.shtml>

Espace public. (2012). Encyclopédie de L'Agora. Repéré à http://agora.qc.ca/dossiers/Espace_public

Evans, A., Twomey, J. & Talan, S. (2011). Twitter as Public Relations Tool. *Public Relations journal*, 5(1), non paginé. Repéré à <http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/2011Evans.pdf>

Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, (25-26), 56-80.

Grünig, L., Grünig, J. E., & Dozier, D. (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organizations. A Study of Communication Management in Three Countries*. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.

Habermas, J. (1988). *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise (réédition)*. Paris, France : Payot.

Habermas, J. (1987). *Théorie de l'agir communicationnel*. Paris, France : Fayard.

Hardy, J. (2011). *L'espace public de Jürgen Habermas, réexaminé à la lumière de ses écrits de jeunesse (Mémoire de maîtrise inédit)* Université de Montréal.

Jackson, N. (2010, mars-avril). *Political Public Relations : spin, persuasion or relationship building?* Communication présentée à Political Studies Association, Edimbourg, Royaume-Uni. Repéré à http://www.psa.ac.uk/journals/pdf/5/2010/1192_1076.pdf

Libaert, T. (2011, octobre). *Communication environnementale, communication d'acceptabilité, communication de crise*. Communication présentée aux 24e Entretiens Jacques Cartier 2011. Colloque Communication et Grands Projets d'exploitation des ressources naturelles : nouvelles réalités, Montréal, QC.

Lilleker, D., & Jackson, N. (2011). *Political Public Relations and Political Marketing*. Dans Strömbäck, J., & Kioussis, S. (dir.), *Political Public Relations. Principles and Applications*. New York, NY : Routledge.

Maisonneuve, D. (2004). *Les relations publiques, le syndrome de la cage de Faraday*. Sainte-Foy, QC : Presses de l'Université du Québec.

Maisonneuve, D. (2010). *Les relations publiques dans une société en mouvance* (4e édition). Sainte-Foy, QC : Presses de l'Université du Québec.

Nolywé, D. (2011). Que font les entreprises en matière de relations avec les communautés. *Gestion*, 36(2), 29-38.

Pailliart, I. (1995). *L'espace public et l'emprise de la communication*. Grenoble, France : Ellug.

Sauvé, M. (2010). *Les relations publiques autrement*. Sainte-Foy, QC : Presses de l'Université du Québec.

Strömbäck, J., & Kioussis, S. (dir.). (2011). *Political Public Relations. Principles and Applications*. New York, NY : Routledge.

Therrien, M. C. (2012). Conflit entre Québec et les étudiants : analyses d'experts en communication. Rencontre avec Radio-Canada le 19 avril 2012. Repéré à <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2012/04/19/005-education-analyse-crise.shtml>

Wolton, D. (2009). *Informé n'est pas communiquer*. Paris, France : CNRS Éditions.

Yates, S. (22 juin 2011). Évaluation des RP : le mirage de la mesure? Repéré à <http://www.sqprp.ca/contenus/rp-com/Evaluation-des-RP---le-mirage-de-la-mesure-.aspx>

INFORMER OU *IN-FORMER*? : LES FORMATS JOURNALISTIQUES AU SERVICE DU STATU QUO

Chantal Francoeur
Université du Québec à Montréal

Résumé : *Des étudiants québécois luttent contre la hausse des droits de scolarité à l'université. Parmi les nombreuses batailles à mener, celle contre les prescriptions journalistiques en est une de taille. Qui peut parler, de quoi, en combien de secondes ou en combien de lignes, sur quel ton, en opposition à qui, pourquoi, etc. : c'est une lutte contre l'in-formation. L'article décrit les prescriptions journalistiques et leur impact sur le mouvement étudiant. La démonstration mène au constat que les formats journalistiques favorisent le statu quo et compriment, enserrant le mouvement étudiant.*

Abstract: *Quebec students are fighting against increased university fees. Among their many parallel battles, the one against journalistic formats is a demanding task. Who can speak, about what, in how many seconds or lines, when, opposing whom, why, etc.: it's a fight against in-formation. The article describes the journalistic formats and their impact on the student movement. The demonstration leads to acknowledging the fact that journalistic formats promote statu quo and encircle, imprison, the student movement.*

Mots-clés

Mouvement étudiant; formats journalistiques; idéologie; statu quo.

Introduction

Les étudiants du Québec se battent contre la hausse des droits de scolarité. Ils combattent le gouvernement provincial. Ils luttent pour gagner l'opinion publique. Et, affrontement supplémentaire, ils doivent livrer bataille contre les multiples moules journalistiques qui les emprisonnent. Leur mouvement, leur fonctionnement, ne rentrent pas dans ces formats. Cela explique pourquoi le mouvement étudiant est « anormal » et risque de le rester : parce qu'il ne trouve pas sa place dans les gabarits prescrits. Ceci, sans qu'il y ait de mauvaise foi de la part des journalistes, les formats journalistiques consistant en une série de règles à respecter pour produire des reportages conformes aux prescriptions du journalisme. Dans le texte qui suit, nous allons décrire ces moules. Exemples à l'appui, nous allons montrer comment ils formatent de façon étroite le mouvement étudiant. Nous allons illustrer les conséquences de ces multiples formatages sur la couverture journalistique du mouvement étudiant. Pour ce faire, nous commençons par définir ce que nous entendons par « formats » journalistiques.

Définitions

Les définitions proposées ici sont le fruit d'une réflexion théorique sur la méthode journalistique : comment les journalistes travaillent-ils? Comment font-ils ce qu'ils font? Comment choisissent-ils leur sujet de reportage, comment réalisent-ils leur recherche, quelles sources choisissent-ils, quelles citations retiennent-ils, comment organisent-ils les informations pour en faire un reportage? Reportage court, reportage long, nouvelle, article de fond, article d'affaire publique, si le produit final varie, les étapes menant au produit final, elles, varient peu. En effet, décortiquer les reportages en se concentrant sur la méthode journalistique mène à la découverte de règles strictes. Ces règles dictent ce qui se fait et ne se fait pas en journalisme, peu importe où le reporter travaille : il y a des prescriptions, un « régime de vérité » journalistique qui régule l'approche vers soi, vers les autres et l'environnement (Anderson, 2003). Le régime de règles strictes encadre toutes les étapes de production d'un reportage, de la perception de ce qu'est une nouvelle jusqu'au produit final.

Ces règles imprègnent la façon de penser des journalistes, leurs méthodes de travail et leurs choix. Elles sont une superposition de moules ou de formatages (les deux termes sont utilisés ici comme des synonymes) qui mènent à la production d'une information journalistique reconnaissable : qu'est-ce qu'une nouvelle, qu'est-ce qu'un bon reportage journalistique, quelles méthodes journalistiques sont éprouvées, qui est une source crédible, qu'est-ce qui est acceptable pour une entreprise de presse, un patron, qu'est-ce qui est journalistiquement fiable pour les collègues et la compétition? Chacune de ces prescriptions journalistiques est analysée ici.

Dans l'optique de notre démonstration, un exemple de reportage ou de chronique traitant du mouvement étudiant accompagne et illustre les prescriptions journalistiques analysées. Les exemples de reportage ou de chronique ont été choisis ainsi : une recherche par mots clés a été réalisée dans les quotidiens, hebdomadaires, magazines, reportages radio et reportages télé rassemblés dans la base de données Eureka (www.eureka.cc) de la bibliothèque de l'UQAM. « Violence », « démocratie », « débat de société » et « leader » sont les mots ou les expressions clé utilisées pour constituer le corpus. La démarche est prospective, exploratoire. Elle est préalable à une analyse qualitative détaillée du même corpus. Cette analyse qualitative détaillée prendra plus de temps et viendra ultérieurement. L'exploration proposée ici a lieu alors que le mouvement étudiant est toujours actif, même si la grève est finie, ou suspendue.

Une nouvelle

Premier moule : la définition de ce qu'est une nouvelle. Pour le journaliste, la nouvelle à l'état brut est ce qui mérite d'être rapporté. Le journaliste s'appuie sur trois critères pour décider s'il est en face d'une nouvelle : elle est un *évènement*, *nouveau*, *d'intérêt public* (Cardinal, 2005; Fédération Professionnelle des Journalistes du Québec [FPJQ], 2012). L'évènement peut aussi être un *fait*, ou une *situation*. Cet évènement, fait ou situation est nouveau, ou il *évolue* ou il est *méconnu*. Cet évènement, situation ou fait nouveau, qui évolue ou qui est méconnu, doit être d'intérêt public : c'est-à-dire qu'il touche

un grand nombre de personnes. Il a un impact sur la vie du citoyen, sur la vie en société. Il est en opposition à l'intérêt privé. Ces trois critères servent de guide pour justifier l'occupation journalistique de l'espace public (Habermas, 1962, 1978). Ce sont à l'évidence des critères subjectifs, ouverts à interprétation. Pourtant, la plupart du temps, les journalistes arrivent à un consensus.

Nous pouvons le constater avec la grève étudiante. Les nouvelles sur la grève varient peu d'un média d'information à l'autre. Trois exemples parmi d'autres, le 16 avril 2012 : « La CLASSE¹ doit condamner les actes de violence, dit Charest », titrait *Cyberpresse* (Breton et Bilodeau, 2012); « Jean Charest ne discutera pas avec la CLASSE si elle ne condamne pas la violence », disait de son côté le 98,5 FM (Saint-Arnaud, 2012); « *Charest says no negotiations with so-called radical students group* », lançait en manchette CJAD (Lee, 2012). Pourquoi ces trois médias d'information différents avaient-ils la même manchette? Parce que les journalistes sont formatés dans leur pensée, dans leur approche, comme l'ont montré les ethnographes des salles de nouvelles (Tunstall, 1971; Gans, 1979, 2004; Schlesinger, 1987). La définition de ce qui est d'intérêt public, la perception de ce qui est nouveau, la reconnaissance de ce qu'est un fait, un événement ou une situation méconnue ou qui évolue, font consensus chez les journalistes. C'est le premier moule journalistique auquel les étudiants font face : si leurs préoccupations ou ce qu'ils veulent faire valoir n'entrent pas dans la définition journalistique formatée de ce qu'est une nouvelle, les étudiants n'attirent pas l'attention des journalistes. Cela rend difficile, par exemple, les « débats de société » sur des sujets comme « une plus grande égalité entre les classes » ou une « démocratie plus juste » (Roy, 2012). Il n'y a pas de fait nouveau, d'événement ou de situation méconnue ou qui évolue dans le fait de réclamer un débat de société. Réclamer ce débat en manifestant attirera l'attention des journalistes sur la manifestation, qui, elle, est un fait nouveau. La manifestation correspond à la définition journalistique de

¹ CLASSE : Coalition large de l'ASSÉ (Association pour une solidarité syndicale étudiante). C'est une des associations livrant bataille contre la hausse des droits de scolarité, aux côtés de la Fédération étudiante universitaire du Québec (la FEUQ) et de la Fédération étudiante collégiale du Québec (la FECQ).

ce qu'est une nouvelle, mais pas le débat de société. Les formats journalistiques définissant ce qu'est une nouvelle ont pour effet d'attirer l'attention sur les coups d'éclat et moins sur le fond de la quête du mouvement étudiant.

Le reportage

Une fois la nouvelle reconnue ou validée, le journaliste va en faire un reportage. Reportage court, reportage long, reportage nouvelle, reportage d'affaires publiques : un autre moule s'impose. Reconnaisable rapidement, le reportage a presque toujours la même forme, le même ton, la même façon de raconter, le même élan dans la présentation d'opinions contradictoires ou en opposition : texte, citation d'une étudiante pro-grève, texte, citation d'un étudiant contre la grève, conclusion; ou bien : texte, citation d'un représentant du mouvement étudiant, texte, citation d'un représentant du gouvernement, conclusion. Ou, pour les reportages longs : suivi d'un personnage incarnant la lutte étudiante dans ses différentes rencontres, description de ses opposants et de leur point de vue, mise en contexte avec des ex-militants et/ou un chercheur universitaire.

Pour décrire ces méthodes journalistiques, Tuchman (1972) parle de rituels stratégiques, Schudson (1995) de « patterns of discourse » (p. 14), Gans de salles de nouvelles similaires à des lignes de montage, des « assembly lines » (2004, p. xvii). Dans ces lignes d'assemblage journalistiques, les journalistes fabriquent des discours variés mais tous basés sur le même patron. Ici, le défi du mouvement étudiant est de fournir des citations courtes, entrant dans les formats journalistiques standard. Quand il faut expliquer pourquoi, par exemple, la CLASSE ne peut pas dénoncer spontanément la violence – parce qu'il faut une résolution en ce sens de l'assemblée des étudiants, l'assemblée se réunissant à tel moment, rassemblant telles personnes, fonctionnant selon tels critères et ayant des porte-paroles qui ne sont que des porte-paroles devant se conformer à un mandat strict, etc. – il y a un problème : l'explication n'entre pas dans les formats journalistiques. La CLASSE² n'a pas ce choix de réponse.

² D'ailleurs la simple explication de l'acronyme CLASSE demande beaucoup – trop – d'espace journalistique.

Les deux seuls clips ou citations qui peuvent entrer dans les formats journalistiques sont : « la CLASSE refuse de condamner la violence » ou « la CLASSE condamne la violence ». Deux choix qui ne correspondent pas à la réalité de la CLASSE.

Les méthodes journalistiques

Pour arriver à produire leurs reportages formatés, qui « sonnent » comme un reportage journalistique, les journalistes utilisent des méthodes de travail qui sont, elles aussi, formatées : « *standardized production routines* » (Schlesinger, 1987). Tuchman (1972) décrit cela comme « *routinizing the unexpected* ». Choix d'un sujet, recherche, collectes de faits, d'images, de sons, de citations, validation, ces méthodes de travail sont un autre moule. Elles partent d'une conférence de presse de représentants du mouvement étudiant, avant de se laisser place à la recherche d'éléments complémentaires : recherche sur les chiffres cités ou les affirmations faites pendant la conférence de presse; recherche d'un avis contredisant ce qui s'est dit en conférence de presse; recherche d'un étudiant stéréotype. Interview. Montage ou écriture. C'est la routine standardisée des méthodes journalistiques.

Les conférences de presse et les manifestations conviennent à ces méthodes de travail formatées. Les manifestations artistiques, par exemple des étudiants en théâtre qui « occupent » le métro sans interrompre le service y trouvent plus difficilement leur place (observations personnelles). Même chose pour les discussions longues et nuancées, ou les débats d'assemblée qui semblent répétitifs, ou encore les silences. Même chose pour les cours spontanés offerts dans la rue. Ces réalités ne conviennent pas aux routines de production journalistique.

Une source

Les sources journalistiques sont aussi formatées, elles ont le même profil. Ce sont des élus, des porte-paroles chargés des communications pour une

institution ou une entreprise, des experts (Charron, 1994; Schudson, 1995; Gingras, 2006). Hall (1978) les appelle des « primary definers », soit l'élite politique, économique et institutionnelle. À défaut de faire partie de l'élite, il faut un titre : « présidente », « chef », « directeur général », etc. Une organisation comme la CLASSE, qui rejette ces titres et ces fonctions, n'entre pas dans ce moule journalistique. Expliquer pourquoi la CLASSE n'a pas de leader prend aussi trop de temps ou trop d'espace pour être conforme aux formats journalistiques. Même chose pour décrire le fonctionnement du « comité médias » de la CLASSE. La CLASSE est donc condamnée à être un mouvement marginal, bizarre, étrange, « déviant » (Ericson, Baranek & al., 1987), à cause des formats journalistiques. Ou alors elle est condamnée à avoir un leader, même si elle n'en a pas : Gabriel Nadeau-Dubois³ est (a été) le leader par défaut que cherchent les formats journalistiques. Les moules journalistiques imposent à Gabriel Nadeau-Dubois et à la CLASSE une structure qui ne correspond pas à la réalité, parce que la réalité de la CLASSE ne peut pas être formatée journalistiquement.

Un membre d'une entreprise d'information

Le journaliste lui-même est formaté. Il est moulé à la culture d'entreprise pour laquelle il travaille (Tunsta, 1971; Gans, 1979, 2004). Entreprise publique, privée, communautaire, toutes imposent un moule, de façon explicite ou implicite. C'est la « mythologie institutionnelle » (Singer, 2004, p. 840) qui se déploie. La culture d'une entreprise privée, par exemple, qui a des impératifs de rentabilité, qui essaie de plaire à un maximum de lecteurs-auditeurs ou à un marché de riches auditeurs-lecteurs, imprègnera les journalistes et leurs méthodes de travail (Chalaby, 1996). Le même phénomène s'applique dans les entreprises publiques. La culture d'entreprise impose un type journalistique précis, un ton grave, neutre, pour ne pas « déstabiliser » le public (Kumar, 1977).

Un mouvement étudiant aux multiples facettes ne verra donc que certaines d'entre elles exposées : celles qui rentrent dans les moules de la culture

³ Un des co-porte-paroles de la CLASSE jusqu'à sa démission le 9 août 2012.

d'entreprise. On peut présumer qu'une « gardienne du Senti »⁴ n'entre pas dans ces moules. La gardienne du Senti ne sera pas traitée comme une représentante « normale » ou aussi « crédible » qu'un « président d'assemblée » par exemple. De la même façon, un « vote sur la pertinence de voter » ou une « question préalable » (Beaumont, 2012, p.22) apparaîtront entre guillemets, pour ne pas « déstabiliser » l'auditoire ou les lecteurs visés. Les journalistes qui tenteront de rendre la réalité telle qu'elle est, sans guillemets, pourraient se retrouver en conflit avec leur entreprise de presse; comme le note Elliott (1977), ils sont « *likely to come into conflict with their employers* » (p. 150). L'employeur va les accuser de manquer de professionnalisme, ou de ne pas bien saisir les besoins de l'auditoire.

Un patron

Le journaliste va aussi se mouler aux façons de penser de ses supérieurs. Par peur, ou désir de plaire, ou les deux. Premier public, les supérieurs sont souvent considérés par les journalistes comme le plus important public puisque ce sont eux qui attribuent les dossiers intéressants (Schlesinger, 1987; Gans, 1979, 2004). Taras décrit bien comment ça se passe. Les journalistes sentent que s'ils adoptent des positions contraires à celle de leur propriétaire, leur carrière va en souffrir : « *They will be cut off at the knees, banished into newspaper obscurity, into professional oblivion* » (Taras, 1999, p. 19). Dans un contexte québécois de concentration de la propriété des médias, il y a de moins en moins de compétiteurs vers qui se tourner en cas d'insatisfaction, ce qui intensifie la pression du moule des supérieurs. De la même manière, les « vetteurs » – les personnes chargées de vérifier les reportages – s'ajoutent au moule de l'entreprise et des supérieurs. Ils s'assurent que le reportage est conforme aux

⁴ Gardiens et Gardiennes du Senti : « un comité féministe chargé de noter les tensions et malaises lors des congrès de la CLASSE, soucieux de respecter l'égalité hommes-femmes, et attentifs à ne pas sombrer dans un système marqué par les stéréotypes » (Chouinard, 2012, non paginé). « ... une jeune femme blonde lève au-dessus de sa tête une botte de caoutchouc fleurie. Immédiatement, le délégué étudiant au micro comprend qu'il a omis d'inclure le féminin dans ses propos, et se plie aux règles de procédure de l'organisation », une description d'une assemblée de la CLASSE offerte dans L'Actualité (Beaumont, 2012, p. 22).

règles éditoriales de la salle. Ils s'assurent aussi qu'eux-mêmes, comme veteurs, soient inattaquables. Ils se conforment donc aux moules des patrons. Dans le cas du conflit étudiant, cela accentue les pressions liées au type d'entreprise de presse pour lesquelles les journalistes travaillent.

Un collègue, un compétiteur

De la même façon, le journaliste est aussi formaté simplement par l'effet d'osmose, parce qu'il baigne dans le milieu journalistique, parce qu'il côtoie des gens comme lui (effet de socialisation), parce qu'il a été formé par des journalistes ou d'ex-journalistes tous formatés et passant le moule comme on passe un flambeau (Van Zoonen, 1998; Gingras, 2006). Cela ne laisse pas beaucoup d'espace pour qui voudrait ouvrir ou défaire les formats journalistiques dominants. Les compétiteurs sont donc un autre moule. Le journaliste lit et écoute les concurrents et s'en inspire. De plus, sa compétence sera évaluée par ses supérieurs et par ses pairs en comparaison avec les concurrents. Ne pas « échapper » ou « passer à côté » de la nouvelle du compétiteur crée un moule (Tunstall, 1971; Charron, 1994). Neveu (2004) appelle cela le « verdict des grands titres » (p. 54) : si un journaliste a la même nouvelle qu'un concurrent puissant, il accomplit bien son travail. Encore une fois, cela ne laisse pas beaucoup d'espace pour défaire les formats ou les moules journalistiques.

À titre d'exemple, l'expression « démocratie étudiante », mise entre guillemets, est devenue la règle (Dubuc, 2012; Robitaille, 2012; Venne, 2012; Presse canadienne, 2012; Breton, 2012). Dans le même ordre d'idées apparaît aussi l'expression « fonctionnement ultra-démocratique » (Beaumont, 2012, p. 22). La « démocratie étudiante » et son « fonctionnement ultra-démocratique » semblent être en opposition à la démocratie-tout-court, qui serait la démocratie « non-étudiante »? L'auditoire comprend que la « démocratie étudiante » est « déviante » de l'acception journalistique du mot « démocratie ». Cela apparaît clairement, par exemple, dans une chronique qui parle des « ratés de la "démocratie" étudiante », en mentionnant les taux de participation du département de service social de l'Université de Montréal, de 9%, et de 7,5%

aux sciences humaines de l'UQAM. Pour bien marquer que la « démocratie étudiante » n'est pas la démocratie, le chroniqueur ajoute, « ça tient de la farce » (Dubuc, 2012).

Des formats utiles aux formats prisons

Que retenir de ces moules multiples et multi-niveaux? D'abord, qu'ils ont leur raison d'être : ils permettent au public de reconnaître une information journalistique. De la différencier d'une publicité par exemple. Ces moules permettent aussi aux journalistes de travailler vite et de respecter l'heure de tombée. De montrer l'impartialité ou l'objectivité journalistique en utilisant ces « rituels stratégiques » que sont les moules (Van Zoonen, 1998). De produire, peu importe les circonstances. D'éviter les poursuites et les critiques (Tuchman, 1972). D'être concis et d'entrer dans l'espace disponible (Chalaby, 1996). Les multiples moules permettent aux journalistes de jongler avec les contraintes. Les moules les aident aussi à se dire « journalistes », à présenter leurs reportages comme des « reportages journalistiques », conformes aux prescriptions journalistiques.

Les formats journalistiques qui agissent comme une barrière protectrice constituent toutefois une prison. Qui enferme ou contrôle les journalistes et leur auditoire : « *These forms – which they must control if they are to be respected professionals – have an extraordinary power to control the journalists themselves and, through them, their readers* » (Schudson, 1995, p. 71). En effet, les multiples formatages journalistiques mènent à des reportages limités, c'est-à-dire circonscrits par la rationalité, circonscrits aussi par les faits et le sens commun. La rationalité, les faits, le sens commun sont toutes des notions subjectives, imprégnées de relations de pouvoir : la définition de ce qu'est un fait dépend de processus sociaux, le sens commun et le rationnel sont définis par la culture masculine, blanche, hiérarchisée, de classe moyenne, libérale (Tuchman, 1972; Schudson, 1995; Van Zoonen, 1998). Les moules deviennent une prison parce qu'ils limitent le champ de ce qui peut être dit et qu'ils incorporent des présupposés sociaux et politiques des journalistes et de leur organisation : seuls certains modes d'explication sont acceptés, les autres sont

rejetés ou jugés secondaires parce qu'ils n'entrent pas dans les moules. Schlesinger (1987) parle de « *specific framework of interpretation* » (p. 164) en dehors desquels la « réalité » n'existe pas. D'où l'exclusion de certaines formes de manifestations étudiantes, d'où les guillemets autour de l'expression gardienne du « Senti », d'où l'apparition de l'expression « démocratie étudiante », d'où l'insistance à présenter des porte-paroles comme des leaders.

Les multiples formatages mènent aussi à des reportages dans lesquels les journalistes apparaissent comme détachés, sans parti pris, neutres. Cela correspond aux exigences éthiques d'impartialité et d'équité. Mais c'est une autre prison. Van Zoonen (1998) qualifie ce détachement, cette neutralité, « d'idéologie professionnelle ». Gans (1979, 2004) parle de « para-idéologie ». Allan (2004) résume bien le phénomène, en disant : « *It is the codified definitions of reality which are regarded as the most "natural", as the most representative of "the world out there", that are actually the most ideological* » (p. 91). Ces réflexions sur l'idéologie et la para-idéologie nous amènent à une question : les moules journalistiques sont-ils plus importants, ont-ils plus d'impact que leur contenu ?

***In-former* les citoyens**

Bird et Dardenne (1997) abordent cet aspect plus subtil et pernicieux des multiples formatages. Ils disent que les nouvelles informent le citoyen, mais pas via les faits, les noms ou les dates. Ce sont plutôt les « structures » des nouvelles qui informent, ou qui forment : les moules, le système symbolique, informe plus les citoyens que ce qui y est inséré. Car les moules ne changent pas, alors que les faits et les noms changent chaque jour. Mais ce qui imprègne les lecteurs ou les auditeurs, c'est la superposition des formatages : « *it could be argued that the totality of news as an enduring symbolic system "teaches" audiences more than any of its components parts, no matter whether these parts are intended to inform, irritate, or entertain* » (Bird & Dardenne, 1997, p. 335). Schudson (1995) renchérit : « *the power of the media lies not only (and not even primarily) in its power to declare things to be true, but in its power to provide the forms in which the declarations appear* » (p. 54). À travers les

multiples moules, les journalistes respectent les hiérarchies de la société, les institutions, l'ordre, les valeurs dominantes. Ils renforcent ainsi le *statu quo* et les rapports de force existants. Les formats journalistiques sont si puissants qu'ils empêchent même de rendre compte des idées et des phénomènes nouveaux qui n'entrent pas dans les formats prévus (Chalaby, 1996; Coman, 2003; Allan, 2004). Ceux-ci contiennent et absorbent les valeurs dissidentes, écrasent « ce qui dépasse ». La contestation est aspirée et diluée. C'est ce qui arrive au mouvement étudiant. La bataille contre les formats journalistiques est – presque – perdue d'avance.

Vu de cette façon, le processus de communication, médié par les nouvelles journalistiques, reste confiné à sa fonction de reproduire et de fixer les relations sociales telles qu'elles sont. Plutôt que d'informer le citoyen, de lui proposer des réflexions sur « comment faire pour continuer à vivre ensemble », les nouvelles *forment* le citoyen à fonctionner *dans* la société. Les nouvelles *l'informent*. C'est ce qui ressort de cette réflexion sur les formatages journalistique. Les formats de nouvelles imposent une façon de voir le monde, de le comprendre, de le décrire et de le contrôler.

Conclusion

Cela ne veut pas dire que le mouvement étudiant ne mène à rien. Cela ne veut pas dire que le débat de société n'a pas lieu. La démonstration ci-haut n'exclut pas que des reportages journalistiques aient informé le public autant qu'ils l'aient *in-formé*. De plus, certains journalistes et certaines entreprises de presse explorent de nouveaux formats journalistiques, tentent d'ouvrir les formats journalistiques prescrits⁵. C'est d'ailleurs grâce à des reportages journalistiques que nous savons ce qu'est une « gardienne du Senti », un « porte-parole », la « démocratie étudiante ». C'est aussi grâce à des reportages journalistiques que nous comprenons pourquoi il y a des guillemets pour chacun de ces mots ou

⁵ Par exemple Radio-Canada offre un reportage interactif sur le web, « 22 vues le 22 : retour sur 100 jours de conflit étudiant » ; un éditorial du journal Le Devoir, le 28 juin 2012, décrit sans guillemet les fonctions de gardien, gardienne du senti, et loue la cohérence de la CLASSE (Chouinard, 2012).

expressions. C'est comme si chaque guillemet cristallisait la lutte étudiante contre les formats journalistiques. Et chaque guillemet rappelle que l'information journalistique *in-forme* avant d'informer.

Références

Allan, S. (2004). *News Culture*. Maidenhead, Grande-Bretagne : Open University Press.

Anderson, N. A. (2003). The discourse analysis of Michel Foucault. Dans *Discursive Analytical Strategies* (p. 1-32). Bristol, Grande-Bretagne: The Policy Press.

Beaumont, Éon de (pseudonyme). (2012, 1er juin). Mon congrès de la CLASSE. *L'Actualité*, p. 22.

Bird, E. & R. Dardenne. (1997). Myth, Chronicle and Story, Exploring the Narrative Qualities of News. Dans Dan Berkowitz, *Social Meanings of News* (dir.) (p. 333-350). Thousand Oaks, Californie : Sage.

Breton, B. (2012, 16 août). Des étudiants pragmatiques. *Le Soleil*, p. 25.

Breton, P. et Bilodeau, É. (2012, 16 avril). La CLASSE doit condamner les actes de violence, dit Charest. *Cyberpresse*. Repéré à <http://www.lapresse.ca/actualites/quebec-canada/education/201204/16/01-4515819-la-classe-doit-condamner-les-actes-de-violence-dit-charest.php>

Cardinal, M. (2005). *Il ne faut pas toujours croire les journalistes*. Montreal, QC : Bayard Canada Livres.

Chalaby, J. K. (1996). Journalism as an Anglo-American Invention: A comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s. *European Journal of Communication*, 11(3), 303-326.

Charron, J. (1994). *La production de l'actualité*. Montréal, QC : Boréal.

Chouinard, M.A. (2012, 28 juin). Conflit étudiant-Gardiennes du Senti. *Le Devoir*, p. A-8.

Coman, M. (2003). *Pour une anthropologie des médias*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.

Dubuc, A. (2012, 9 août). Vers un essouffement étudiant? *La Presse*, p. A-19.

Elliott, P. (1977). Media Organizations and Occupations: an overview. Dans J. Curran, M. Gurevitch et J. Woollacott (Dir.), *Mass Communication and Society* (p. 142-173). London, Grande-Bretagne : The Open University Press.

Ericson, R. V., Baranek, P., & al. (1987). *Visualizing Deviance: A Study of News Organization*. Milton Keynes, Grande-Bretagne : Open University Press.

Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ). 27 août 2012. *Guide de déontologie des journalistes du Québec*. Repéré à <http://www.fpjq.org/index.php?id=82>

Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Evanston, IL : Northwestern University Press.

Gingras, A-M. (2006). *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Montréal, QC : Presses de l'Université du Québec.

Habermas, Jürgen. (1978). *L'espace public: Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. 1^{ère} édition en allemand, 1962. Trad. Marc B. de Launey. Paris, France : Payot.

Hall S. et al. (1978). *Policing the Crisis*. London, Grande-Bretagne : Macmillan.

Kumar, K. (1977). Holding the Middle Ground: The BBC, the public and the professional broadcaster. Dans J. Curran, M. Gurevitch et J. Woollacott (Dir.), *Mass Communication and Society* (p. 231-248). London, Grande-Bretagne : The Open University Press.

Lee, S. (2012, 16 avril). Charest says no negotiations with so-called radical students group. *CJAD*. Repéré à <http://www.cjad.com/CJADLocalNews/entry.aspx?BlogEntryID=10371519>

Neveu, É. (2004). *Sociologie du journalisme*. Paris, France : Éditions La Découverte.

Presse canadienne. (2012, 15 août). Rentrée calme au collège de Maisonneuve.

Radio-Canda. (2012). « 22 vues le 22 : retour sur 100 jours de conflit étudiant. » Repéré à <http://blogues.radio-canada.ca/rive-sud/22vuesle22/>

Robitaille, A. (2012, 14 août). L'élection du Parti québécois ramènerait la « sérénité » et le « calme », dit Marois. *Le Devoir*. Repéré à <http://www.ledevoir.com/politique/elections-2012/356345/l-election-du-parti-quebecois-ramenerait-la-serenite-et-le-calme-dit-marois>

Roy, Charlotte. (2012, 14 mai). À mes camarades au carré rouge. *Le Devoir*, p. A-7.

Saint-Arnaud, P. (2012, 16 avril). Jean Charest ne discutera pas avec la CLASSE si elle ne condamne pas la violence. *Presse canadienne*.

Schlesinger, P. (1987). *Putting 'reality' together : BBC news*. London, Grande-Bretagne : Methuen.

Schudson, M. (1995). *The Power of News*. Cambridge, Grande-Bretagne : Harvard University Press.

Singer, J. B. (2004). More than Ink-Stained Wretches: the Resocialization of Print Journalists in Converged Newsrooms. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(4), 838-856.

Tuchman, G. (1972). Objectivity as Strategic Ritual: an Examination of Newsmen's Notion of Objectivity. *The American Journal of Sociology*, 77(4), 660-679.

Taras, D. (1999). *Power & Betrayal in the Canadian Media*. Peterborough, ON : Broadview Press.

Tunstall, J. (1971). *Journalists at work*. Beverly Hills, Californie : Sage.

Venne, M. (2012, 14 août). La politique étudiante. *Métro*, p. 14.

Van Zoonen, L. (1998). A professional, unreliable, heroic marionette (M/F): Structure, agency and subjectivity in contemporary journalisms. *European Journal of Cultural Studies*, 1(1), 123-143.

TACTIQUES DE COMMUNICATION ET RETOMBÉES MÉDIATIQUES DE LA MANIFESTATION « COLÈRE GÉNÉRALE CONTRE LE GOUVERNEMENT LIBÉRAL »

Sylvain Rocheleau
Université du Québec à Montréal

Résumé : *Cet article propose l'analyse d'une tactique de communication d'un groupe militant ayant organisé une manifestation dans le but de perturber le congrès d'un parti politique. Ce recours à des tactiques « musclées » ou de perturbation de la part de groupes militants sera analysé d'abord sous son angle historique en rappelant quelques études réalisées à propos des conditions de succès de telles méthodes et des dangers potentiels qu'elles présentent pour les groupes y ayant recours. Nous verrons ensuite comment s'est développée la tactique du groupe militant et quelles retombées médiatiques elle a générées.*

Abstract: *Using qualitative and quantitative analysis, this article tries to assess the outcomes of a public interest group demonstration organized with the goal of disrupting a political party congress. A historical perspective will be presented in the light of studies examining the conditions of success of such tactics and the potential dangers they might pose to groups that use them. We will then evaluate the impact this demonstration has had in the media by assessing the number of articles written on the subject and the journalists' angles on this story.*

Mots-clés :

couverture médiatique, manifestation, analyse quantitative, groupes de pression

Introduction

Cet article présente l'étude de cas d'une manifestation ayant obtenu l'une des plus importantes couvertures de presse lors du printemps 2012. Elle fut organisée par la « Coalition opposée à la tarification et à la privatisation des services publics », qui regroupe près de 140 organisations du Québec (communautaires, étudiantes, syndicales, féministes, populaires et écologistes), dont l'« Association pour une solidarité syndicale étudiante » (ASSÉ).

Cette manifestation nommée « Colère générale contre le gouvernement libéral » occasionna l'un des affrontements les plus violents entre manifestants et forces policières dans l'histoire récente du Québec. Deux questionnements au sujet de cette manifestation animeront cet article. Premièrement, quelles ont été les tactiques de communication utilisées dans l'organisation de cette manifestation? Deuxièmement, dans quelle mesure les retombées médiatiques liées à cette manifestation auront-elles permis d'informer le public à propos des enjeux soulevés par les manifestants?

Nous verrons d'abord ce que la littérature peut nous apprendre à propos des tactiques de confrontations employées par des groupes d'intérêt public et leurs chances de succès. On expliquera pourquoi il nous semble important de mesurer les retombées médiatiques d'une tactique, puis nous décrirons la tactique utilisée dans la promotion de cette activité militante avant qu'elle n'ait lieu et, finalement, nous analyserons ses retombées médiatiques. Cette analyse nous permettra d'observer que l'usage de tactiques de confrontation n'est pas toujours à l'avantage des groupes qui l'emploient, même lorsqu'elles réussissent à mobiliser un grand nombre de participants ainsi que l'attention des médias.

À propos des tactiques de confrontations

De façon générale, les ressources financières, le talent politique et organisationnel des leaders d'un groupe d'intérêt public, le nombre de membres actifs ainsi que le *timing* politique constituent les facteurs de base influençant le succès des groupes d'intérêt (Berry, 1999). Quelques recherches

proposent deux autres facteurs de succès qui peuvent surprendre de prime abord : l'importance de la confrontation et de l'originalité. Bien que les groupes d'intérêt aient tendance à utiliser des tactiques avec lesquelles ils sont familiers (Tarrow, 1998), des études suggèrent que des tactiques originales ou comportant une part de confrontation sont plus efficaces. Par exemple, McAdam (1983) a démontré que les tactiques des groupes de droits civils tels que des *sit-in*, mais surtout les fameux *Freedom Riders*¹ furent efficaces parce qu'elles prirent de court les autorités. De son côté, McCammon (2001) identifia les nombreuses marches organisées par les suffragettes - une nouveauté en 1913! - comme un des facteurs déterminants dans leur victoire. On attribue également le succès des employés de soutien en 1991 contre la direction l'Université Columbia à leur utilisation de moyens de pression à la fois originaux et confrontants (*ibid.*). Les manifestations de ces employés dans les endroits huppés de Manhattan où l'université sollicitait les dons de ses diplômés eurent un effet important sur le conseil d'administration. Dans son analyse de 53 tactiques utilisées par des groupes d'intérêt américains en 1990, Gamson (1990) va encore plus loin en remarquant que lorsque ces derniers font usage d'une certaine violence, leur chance de gain est meilleure.

Néanmoins, d'autres chercheurs montrent le recul subi par des mouvements trop enclins à la violence. Cress et Snow (2000) ont observé que des tactiques de confrontation pouvaient s'avérer gagnantes lorsqu'une large portion de la population appuyait une cause, mais que le gouvernement y était hostile ou indifférent. Par contre, ces mêmes tactiques s'avéraient plutôt perdantes quand le gouvernement avait déjà entamé le dialogue, car l'opinion publique n'approuvait plus ces tactiques jugées exagérées.

Il existe différentes façons de mesurer si une tactique s'est avérée gagnante ou perdante. La tactique a-t-elle généré un gain politique pour les manifestants ou, au contraire, un recul? La tactique a-t-elle influencé l'opinion publique? Dans

¹ Les *Freedom Riders* étaient des activistes qui voyageaient en autobus dans les états du sud dans le but de mettre à l'épreuve un jugement de la Cour suprême interdisant l'application des lois ségrégationnistes aux voyageurs.

cet article, on cherchera plutôt à mesurer si la tactique d'un groupe a réussi à attirer l'attention des médias et si son message initial a circulé auprès du public.

Pourquoi mesurer les retombées d'une tactique de communication?

On peut supposer que la familiarité d'un groupe avec une tactique la rende plus facile à mettre en œuvre et puisse permettre de l'améliorer en la répétant. Si cette tactique semble utile à l'atteinte des objectifs du groupe, son utilisation répétée peut s'avérer judicieuse. Mais encore faut-il savoir comment elle est évaluée, car on pourrait faire l'hypothèse qu'une même tactique appliquée à des campagnes de communications différentes générera des retombées variables en termes qualitatifs et quantitatifs. Prenons l'exemple d'une tactique de perturbation. Dans certains cas, cette tactique peut s'avérer un moyen efficace pour réussir à attirer l'attention du public sur un enjeu en perturbant un événement organisé par un gouvernement, une entreprise ou un parti politique. Par contre, comme on l'observera dans l'étude de cas de l'activité de perturbation du Conseil général du Parti libéral organisée par la Coalition opposée à la tarification et à la privatisation des services publics, cette même tactique de perturbation, lorsqu'elle tourne à l'émeute, risque de voir diminuer son efficacité.

Si les retombées d'une tactique peuvent être variables, il importe donc de les évaluer. Cette évaluation est nécessaire afin de confirmer l'emploi d'une tactique plutôt qu'une autre. Un groupe d'intérêt public pouvant évaluer les retombées de l'utilisation d'une tactique pendant une campagne de communication se donnerait ainsi la capacité de s'ajuster soit en apportant des modifications à sa tactique, soit en faisant appel à d'autres tactiques. Notons également la valeur empirique de telles évaluations faites à répétition pour chacune des campagnes de communication d'un groupe d'intérêt public. Elles pourraient devenir une des bases sur lesquelles un groupe s'appuierait pour choisir les tactiques les plus appropriées aux objectifs de ses campagnes.

Afin de réaliser ces évaluations, un outil a été mis en place pour recueillir les nouvelles et les communiqués de presse publiés au Québec par les médias, le

gouvernement, certains blogueurs et groupes militants. Près de 1 500 contenus sont ainsi recueillis chaque jour. Le nombre de partages obtenu sur les réseaux sociaux par chacun des contenus est ensuite obtenu à partir des API de Twitter et de Facebook. Une fois dans notre base de données, ces informations sont indexées et nous permettent de conduire diverses analyses comme celle qui a été faite pour la manifestation « Colère générale contre le gouvernement libéral ».

Outils utilisés dans la promotion de la manifestation

Divers outils ont été utilisés pour promouvoir la manifestation, dont la publication de communiqués, les pages événements *Facebook* et la diffusion de tracts et d'affiches à imprimer. Fait intéressant : la promotion de l'activité n'est pas seulement le fruit des efforts de la Coalition ou de ses membres. Des particuliers et des organisations qui ne sont pas membres de la Coalition ont, de leur propre initiative, créé des contenus ou rediffusé l'invitation de la Coalition.

L'annonce officielle de la tenue de la manifestation devant le conseil général du Parti Libéral du Québec a été publiée le 23 avril soit seulement douze jours avant le congrès. Le communiqué invitant la population à manifester contre le gouvernement libéral est rédigé sur le même ton que son titre : une expression de la colère. L'affiche est de facture plutôt dramatique jouant sur des teintes de noir et de rouge où on aperçoit l'ombre de Jean Charest mettant la main sur la bouche d'un jeune. Le communiqué obtint un bon rayonnement dans les médias sociaux et particulièrement sur *Facebook* où il fut partagé 532 fois.



La CLASSE² diffusa aussi un communiqué le 27 avril dénonçant une offre du gouvernement jugée insatisfaisante afin de régler le conflit étudiant perdurant depuis onze semaines. À la fin du communiqué, la CLASSE annonce « qu'elle se mobilisera dans le cadre du Conseil général du Parti Libéral du Québec le vendredi 4 mai, avec des centaines d'autres groupes sociaux regroupés au sein de la Coalition opposée à la tarification et à la privatisation des services publics. » (CLASSE, 27 avril 2012). Ces deux communiqués diffusés à propos de la tenue de cette manifestation n'eurent aucun écho dans les grands médias, mais la vigueur du mouvement étudiant durant cette période allait provoquer une décision de la part du Parti Libéral qui, elle, allait susciter un grand intérêt pour cette manifestation de la part des médias.

Initialement, le conseil général du PLQ devait se tenir au Centre Mont-Royal à Montréal. Or, durant cette période, des manifestations avaient lieu quotidiennement dans la métropole québécoise, attirant plusieurs dizaines de milliers de citoyens, majoritairement étudiants. La plupart de ces manifestations étaient pacifiques, mais le conflit étudiant s'enlisant, des démonstrations de colère et des actions de perturbations économiques s'observaient de plus en plus fréquemment. L'une d'elles visant un projet piloté personnellement par le Premier ministre, le Plan Nord, avait d'ailleurs tourné à l'émeute au Palais des Congrès de Montréal le 20 avril. C'est dans ce contexte que le PLQ a annoncé par voie de communiqué que « Suite aux récentes manifestations, et après consultation avec le Centre Mont-Royal, la direction du PLQ a pris la décision de déplacer l'événement » (PLQ, 29 avril, 2012). Le congrès fut déplacé à Victoriaville, à 160 km de Montréal. Jusqu'au déplacement du congrès de Montréal vers Victoriaville, les médias avaient peu parlé du conseil général libéral et de la manifestation de la Coalition, mais l'annonce du déplacement du congrès à moins d'une semaine fut abondamment couverte et donna aux deux activités une grande visibilité.

Toutefois, le message initial de la Coalition contre la tarification des services publics fut complètement absent de la couverture médiatique. Dans les jours qui précédèrent le congrès, les grands médias furent nombreux à consacrer des

² Coalition Large de l'ASSÉ

articles d'anticipation quant à la violence qui pourrait avoir lieu lors de l'ouverture du congrès. Des titres-chocs tels que « Victoriaville sur les dents » (QMI, 2 mai, 2012), « Victoriaville se prépare » (Radio-Canada, 3 mai 2012) ou encore « Le conflit étudiant s'enlise » (Première chaîne de la SRC, 3 mai, 2012) ont tous traité du climat de tension à l'approche de ce qui était alors présenté comme une confrontation potentiellement violente entre les étudiants et les forces de l'ordre.

Bien que la couverture médiatique concernant l'activité organisée par la Coalition fut abondante (plus de 70 articles), il serait difficile de la relier uniquement au choix de ses tactiques. C'est d'abord un communiqué provenant de l'organisation ciblée par la Coalition, le PLQ, qui a réellement attiré l'attention des médias. De plus, le contexte sociopolitique de la crise étudiante et l'annonce de la participation de la CLASSE ont pu avoir un impact plus important que les tactiques de communication de la Coalition, puisqu'ils furent les éléments déclencheurs dans le transfert du congrès libéral. Quoi qu'il en soit, la tenue de cette manifestation a été fortement publicisée et une majorité de Québécois en ont été informés dans les jours la précédant. La distance de Victoriaville avec les centres urbains de Montréal et Québec ainsi que la confrontation anticipée entre les manifestants et les forces policières ont pu toutefois en inciter plus d'un à rester à la maison.

Rayonnement dans les médias suite à la manifestation

Selon Radio-Canada³, la manifestation de la Coalition a réussi à mobiliser une trentaine d'autobus pour ainsi réunir quelques milliers de manifestants aux abords du Centre des Congrès de Victoriaville. Toutefois, plusieurs centaines de manifestants quittèrent précipitamment les lieux peu de temps après le début de la manifestation, car elle se transforma en émeute d'une violence rarement observée au Québec. Convoqués par la ministre de l'Éducation à Québec, les porte-parole des associations étudiantes, appuyées par les présidents de trois

³ Radio-Canada. (2012). Manifestations Victoriaville 4 mai. Radio-Canada.com. Récupéré à http://endirect.radio-canada.ca/Event/Manifestations_Victoriaville_4_mai?Page=0

grandes centrales syndicales, ont même dû suspendre leurs discussions avec le gouvernement pour faire un point de presse appelant au calme.

La couverture médiatique de l'activité fut imposante et représenta un fort pourcentage de l'actualité pendant quelques jours comme le démontre ce tableau comparant le nombre d'articles portant sur l'activité de la Coalition au nombre d'articles total recueilli par notre système d'analyse.

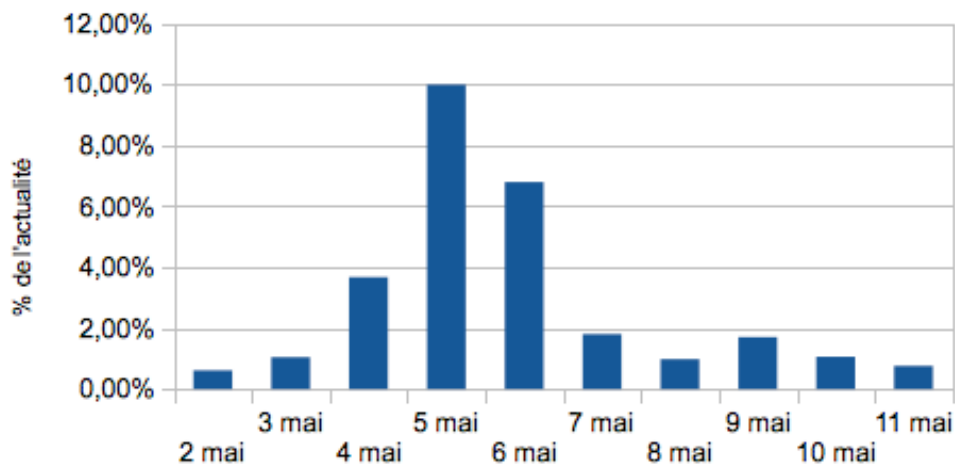


Figure 1 - Pourcentage de nouvelles à propos de la "manif-action" de la Coalition

Sur le strict plan de la visibilité, il est difficile d'imaginer une meilleure couverture pour une activité militante. Le samedi 5 mai, près de 10% de toutes les nouvelles recueillies par notre système ont été consacrées à cette manifestation et près de 7% le dimanche 6 mai. L'activité demeura plusieurs jours dans les médias québécois, représentant entre 1% et 2% des contenus publiés du 7 au 11 mai. La manifestation fut également couverte par plusieurs médias canadiens et internationaux, mais pour l'instant notre système n'analyse que les contenus québécois.

Entre le 4 et le 11 mai, près de 300 contenus médias reliés à cette activité ont été enregistrés dans le système, générant au total plus de 40 000 partages sur Facebook et plus de 3 000 sur Twitter. Autant dans les grands médias que sur les réseaux sociaux, la manifestation de la Coalition fut la nouvelle la plus importante au Québec pendant au moins 48 heures.

L'activité de la Coalition représente donc un succès de visibilité indéniable, mais dans quelle mesure les projecteurs ont-ils été braqués sur les aspects violents de la manifestation plutôt que sur les revendications et les propositions de la Coalition? Pour répondre à cette question, il semble important de distinguer la visibilité qu'a eue l'émeute de celle qu'a obtenue le message de la Coalition et la cause qu'elle défend. Des quelque 300 contenus médiatiques qui furent diffusés à propos de l'activité, seulement une douzaine mentionnèrent le mot « tarification », l'enjeu principal de l'activité de la Coalition. Notre analyse s'attardera donc plutôt à ce corpus de nouvelles obtenu en isolant les contenus présentant au moins une occurrence du mot « tarification ». Voici le schéma de la circulation de l'information pour ce groupe de nouvelles du 4 au 11 mai.

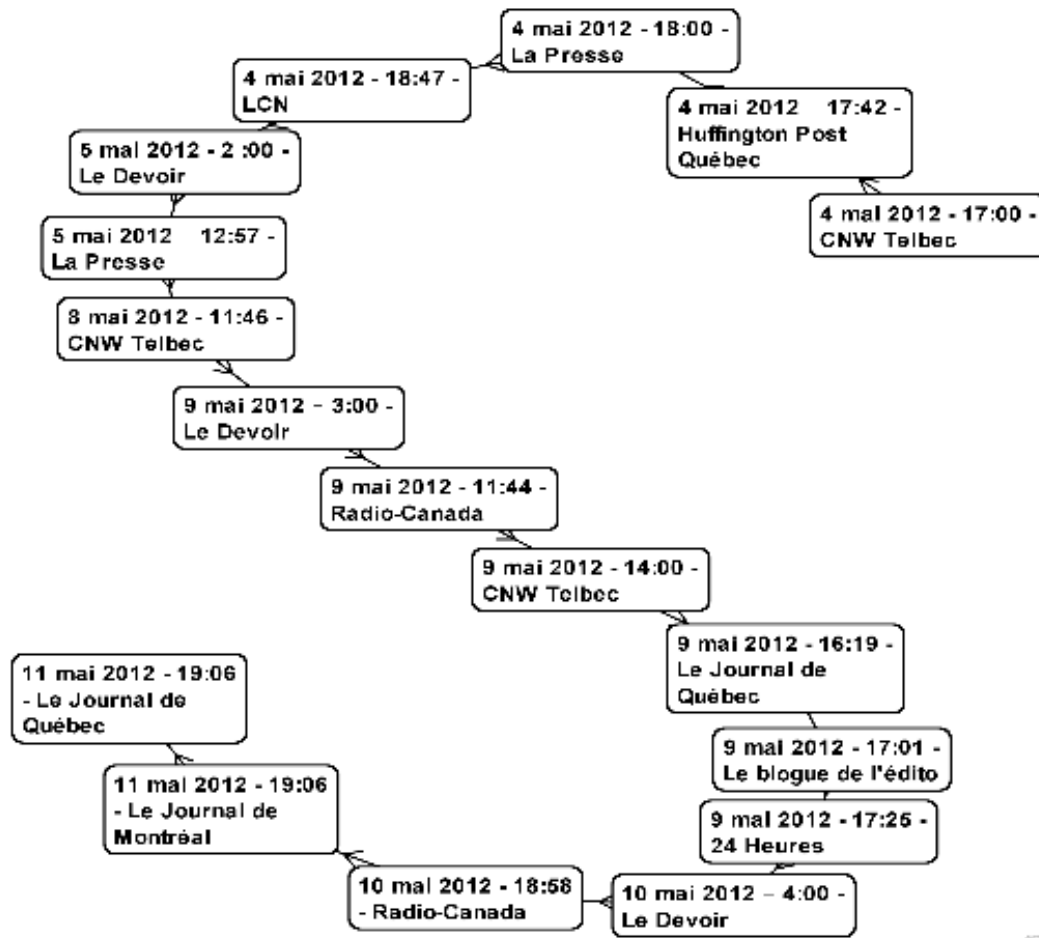


Figure 2 - Circulation de l'information suite à l'activité de la Coalition

Outre, le faible nombre de nouvelles mentionnant le terme « tarification », le schéma de la circulation indique en plus qu'au plus fort de la couverture médiatique, les 5 et 6 mai, période où plus de 150 contenus furent publiés au sujet de l'activité de la Coalition, seulement deux mentionnèrent le terme « tarification ». De plus, à la lecture des articles publiés, on se rend compte que le terme « tarification » n'est présent que parce qu'on y nomme la « Coalition

opposée à la **tarification** et à la privatisation des services publics » en tant qu'organisatrice de l'activité. Aucun de ces articles n'a pour sujet la tarification des services publics, la violence des affrontements entre manifestants et policiers l'éclipsant complètement. À ce chapitre, le titre du communiqué publié le 8 mai par un des membres de la Coalition résume à lui seul la place qu'aura pris la violence des actes lors de la manifestation au détriment du message de la Coalition : « Manifestation au Conseil général du Parti libéral du Québec à Victoriaville - Un message étouffé par les gaz » (Collectif pour un Québec sans pauvreté, 8 mai, 2012).

Bilan de la tactique

La couverture médiatique de l'activité de la Coalition fut exceptionnelle, mais il est difficile d'en donner le crédit à la tactique employée par la Coalition. La couverture avant l'activité a été provoquée par l'annonce du déplacement du congrès par le parti libéral et alimentée par ailleurs par le conflit étudiant, alors que la couverture suivant l'activité est largement due à la violence de l'activité qui tourna rapidement à l'émeute. D'ailleurs, il serait difficile de conclure que l'utilisation de la violence ou de la confrontation avec les autorités ait pu mener à un quelconque gain. Dans leur étude, Cress et Snow (2000) montraient bien que les chances de succès d'une tactique de confrontation étaient liées à deux conditions importantes : un large support dans la population pour la cause et une fin de non-recevoir de la part des autorités gouvernementales. Or, dans ce cas précis, même si on observe que le gouvernement ignorait les revendications de la Coalition et en particulier celles des associations étudiantes en grève depuis de nombreuses semaines, on ne peut prétendre que ces organisations bénéficiaient d'un large support populaire. Si on se base sur les sondages d'opinion⁴ menés durant cette période, entre 50% et 60% de la population étaient plutôt en défaveur de ces revendications.

On notera au passage que quelques sondeurs ont illustré de façon éloquente les observations de Gingras (1999) indiquant que les sondages servent plus souvent

⁴ Huit sondages parus entre 25 nov. et le 23 mars 2012 montrent une opinion publique mitigée face à cet enjeu.

à former l'opinion publique qu'à réellement l'exprimer. Par exemple, on aura pu observer des questions de sondages demandant au citoyen d'exprimer son opinion à propos des revendications étudiantes avec des questions l'obligeant à choisir entre une hausse des frais de scolarité ou une hausse des impôts⁵. Le quotidien La Presse innova quant à lui en sondant la population sur un projet de loi avant que son contenu ne soit rendu public. Ceci ne l'empêcha pas de titrer à propos de la loi 78 « Sondage CROP-La Presse: les Québécois en faveur de la ligne dure » (La Presse, 19 mai 2012) ni à son antenne outaouaise d'affirmer que « Les Québécois appuient la loi spéciale » (Le Droit, 19 mai 2012). Bien sûr, on ne saura mesurer l'impact réel de ces sondages sur l'opinion publique, mais ils remettent en cause l'idée même d'une mesure fiable du support de la population pour cette cause. Quoi qu'il en soit, l'idée reçue fut que tout au long de ce conflit, la population était plutôt défavorable à la cause et ceci donna une certaine légitimité au gouvernement dans son maintien d'une ligne dure.

En résumé, malgré une forte couverture, l'enjeu défendu par la Coalition, la tarification des services publics, n'a pas été mis de l'avant dans les médias qui se concentrèrent plutôt sur la violence des actes commis durant l'émeute. À ce chapitre, suite à cette couverture médiatique, il serait difficile d'imaginer que le public soit plus sensible aux dangers de la tarification des services publics décriés par la Coalition et encore moins aux solutions que cette dernière propose en matière de gestion des fonds publics. Par contre, dans son objectif de manifester de la colère contre le parti libéral, on peut dire que la Coalition n'a pas échoué, même si elle a été dépassée par les événements. D'ailleurs, au niveau des communications, elle a attendu au 9 mai, 5 jours après l'activité, avant de publier un nouveau communiqué, ne pouvant ainsi espérer avoir une influence sur la couverture médiatique au plus fort de celle-ci les 5 et 6 mai.

L'emprise médiatique de la manifestation de Victoriaville sur l'actualité a pu nuire aux relations publiques du PLQ autour de son conseil général. Les conclusions et le message général du Parti Libéral suite à son conseil auraient

⁵ « La population demeure tiède ». 24 Heures, LCN, Journal de Québec. Québec, mars 18, 2012.

probablement obtenu plus d'attention des médias et du public, n'eût été l'activité organisée par la Coalition. Au niveau de *l'agenda-setting*, on peut parler d'une demi-victoire, car, bien que la Coalition n'ait pas réussi à faire passer son message auprès de la population, son activité a pu contribuer à bloquer celui du Parti Libéral. Le public aura aussi pu mesurer l'intensité de la colère d'une partie de la population vis-à-vis de ce parti et jusqu'où certains manifestants étaient prêts à aller.

Références

Berry, J. (1999). *The Power of Citizen Groups. The New Liberalism* (Brooking Institution Press.). Washington, DC: Brooking Institution Press.

Coalition large de l'ASSÉ (CLASSE). (2012). Grève étudiante: « Une insulte plus qu'une offre » déclare la CLASSE, qui consultera tout de même ses membres. 27 avril 2012. Newswire.ca. Repéré à <http://www.newswire.ca/fr/story/963529 greve-etudiante-une-insulte-plus-qu-une-offre-declare-la-classe-qui-consultera-tout-de-meme-ses-membres>.

Coalition opposée à la tarification et à la privatisation des services publics. (2012). Manif-action au Conseil général du Parti libéral du Québec à Victoriaville - Colère générale contre le gouvernement libéral. 4 mai 2012. Newswire.ca. Repéré à <http://www.newswire.ca/en/story/968583/manif-action-au-conseil-general-du-parti-liberal-du-quebec-a-victoriaville-colere-generale-contre-le-gouvernement-liberal>.

Collectif pour un Québec sans pauvreté. (2012). Manifestation au Conseil général du Parti libéral du Québec à Victoriaville - Un message étouffé par les gaz. 8 mai 2012. Newswire.ca. Repéré à <http://www.newswire.ca/fr/story/970147/manifestation-au-conseil-general-du-parti-liberal-du-quebec-a-victoriaville-un-message-etouffe-par-les-gaz>.

Cress, D. M., et Snow, D.A. (2000). The Outcomes of Homeless Mobilization: The Influence of Organization, Disruption, Political Mediation, and Framing. *The American Journal of Sociology* 105(4), 1063-1104.

Gamson, W. A. (1990). *The Strategy of Social Protest*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing.

Gingras, A.-M. (1999). *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Presse de l'université du Québec. Sainte-Foy.

Lessard, D. (2012). Les Québécois appuient la loi spéciale. *Lapresse.com*. Repéré à <http://www.lapresse.ca/le-droit/actualites/education/201205/18/01-4526876-les-quebecois-appuient-la-loi-speciale.php>.

Lessard, D. (19 mai, 2012). Sondage CROP-La Presse: les Québécois en faveur de la ligne dure. Lapresse.com. Montréal. Repéré à <http://www.lapresse.ca/actualites/dossiers/conflit-etudiant/201205/18/01-4526881-sondage-crop-la-presse-les-quebecois-en-faveur-de-la-ligne-dure.php>.

McAdam, D. (1983). Tactical Innovation and the Pace of Insurgency. *American Sociological Review* 48(6), 735-754.

McCammon, H. J. (2001). Stirring Up Suffrage Sentiment: The Emergence of the State Woman Suffrage Movements, 1866-1914. *Social Forces*, 80 (2), 449-480.

Parti libéral du Québec. (2012). Avis aux médias - Conseil général des 4, 5 et 6 mai prochain - Les militants du PLQ se réuniront à Victoriaville. 29 avril 2012. Newswire.ca. <http://www.newswire.ca/fr/story/963833/avis-aux-medias-conseil-general-des-4-5-et-6-mai-prochain-les-militants-du-plq-se-reuniront-a-victoriaville>.

Tarrow, S. (1998). *Power in movement : Social Movements, Collectives actions and Politics*. Cambridge University Press. New-York: Cambridge University Press. *Journal of Cultural Studies*, 1(1), 123-143.

UN PRINTEMPS À PARIS

Nicolas Bencherki, The Polytechnic Institute of New York University
Gabrielle C. Poirier, Université de Montréal

Nous avons eu la chance de prendre part à certaines manifestations dans le cadre de ce qu'il convient d'appeler le Printemps érable. Nous disons bien « la chance », non seulement par fierté d'avoir dénoncé des politiques injustes, mais aussi car ces manifestations nous ont permis de ressentir quelque chose, une émotion que nous n'avions jusque-là jamais expérimentée. C'était le sentiment d'atteindre une pleine actualité, une pleine existence, en nous associant à quelque chose de bien plus grand que nous.



Cette émotion, ce sentiment – nous hésitons entre ces deux mots, car c'est un ressenti lié intrinsèquement à la mise en mouvement : peut-être est-ce justement cette reprise, ce moment où les deux fusionnent? Bref, ce sentiment et cette émotion, nous sommes convaincus que les manifestants de tous lieux les ont ressentis. Cette conviction fait partie intégrale de l'expérience elle-même. Notre participation s'est trouvée à être, dans notre cas, lointaine, et nous y avons rencontré une expérience inverse, pour ainsi dire, à savoir celle où le corps personnel n'est pas tout à fait inclus dans le corps collectif, où nous ne pouvons pas partager l'émotion ou le sentiment intimement, à proximité, où nous ne pouvons que les partager de manière solitaire.

Nous voudrions parler de l'expérience de vivre le Printemps érable depuis l'étranger.

C'est depuis Paris que nous avons vécu les événements du printemps 2012. Car nous les avons effectivement vécus. Certes autrement que ceux qui ont manifesté tous les jours, parfois nus, parfois masqués, depuis les tout premiers jours. Certes autrement que ceux qui ont reçu des coups de matraque ou se sont fait arrêter, individuellement ou par autobus entiers, en raison de leurs opinions politiques. Toutefois, nous l'avons vécu, ce Printemps érable. En petit comité, avec quelques amis québécois eux aussi installés à Paris. La réalité de cette expérience médiatisée par le biais du web ou de la téléphonie, ténue, imparfaite selon certains critères, nous faisait sentir, dès les premiers moments, qu'elle ne nous permettrait pas de vivre la profondeur des événements in-situ. Nous nous sommes retrouvés dans un état d'impuissance et d'incapacité d'agir. Une expérience que nous pouvons qualifier, avec le peu de recul dont nous pouvons faire preuve aujourd'hui, de profonde et de viscérale. Elle était d'autant plus prenante qu'elle nous déposait de l'action.

Le philosophe américain William James écrivait en 1904 que la vérité d'une idée réside dans sa capacité à mener à l'action : c'est en tant qu'elle contribue à la création d'une configuration reliant les parties de l'expérience dans un ensemble cohérent que l'idée, elle-même partie de l'expérience, s'avère vraie. Autrement dit, la vérité de l'idée réside dans sa capacité à mener à une action contribuant ainsi à la cohérence de l'expérience. Or, comme l'expliquait en 1967 le sociologue américain Harold Garfinkel, le succès de l'action repose sur sa reprise (ou son *uptake*) par d'autres. Il faut être plus d'un pour agir, car c'est dans l'interaction avec d'autres que les actions obtiennent leur objectivation et donc leur réalité. Les manifestations se fondent sur le sentiment d'exister, car ce geste autrement banal de marcher en tenant une pancarte et en scandant des slogans contribue à construire quelque chose qui le dépasse et acquiert une objectivité et une réalité supérieures.

Le problème qui se posait à nous devient évident : comment obtenir, bien qu'étant loin des manifestations nocturnes, loin du tintamarre des casseroles,

loin des grands rassemblements, comment néanmoins obtenir notre pleine actualité en rendant cohérentes les parties de notre expérience? S'il n'y a pas de manifestations ou de rassemblements pour reprendre nos actions singulières et les incorporer dans un événement qui les dépasse, alors comment nos ami-e-s et nous-mêmes pouvons-nous réaliser la vérité de nos idées – celle que le gouvernement du Québec avait tort, celle que les études universitaires devraient être abordables, celle qu'un bouleversement social sans précédent soulevait les foules sans jamais obtenir une réaction adéquate de la part de l'État, ainsi que de nombreuses autres auxquelles nous espérions que le Printemps érable octroierait une portée? Il nous fallait nous faire nos propres événements, créer nous-mêmes les dépassements dans lesquels nous pouvions nous reprendre. Ce n'est donc pas comme telle la vérité de nos idées qui nous a menés à agir. Au contraire, nos actions étaient nécessaires pour découvrir cette vérité.

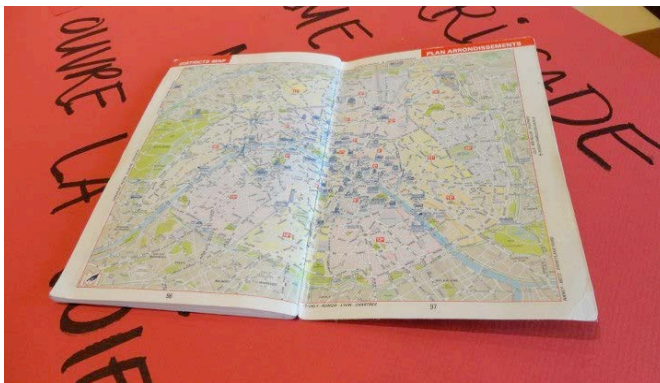
Première action : les soirées à Montmartre

Le philosophe français Gilbert Simondon remarquait déjà en 1958 (bien qu'il ait fallu attendre 2005 pour une publication complète de son œuvre) qu'avant de contribuer à un collectif, il faut tout d'abord se replier sur soi-même pour découvrir les charges que l'on porte en soi et qui peuvent participer à l'œuvre à faire – c'est, pour l'auteur, la mécanique de l'angoisse. De la même manière, avant de prendre part à une action qui nous dépasse, nous devons, en petit comité, nous replier dans un espace exigü, nommément un appartement de Montmartre, où, armés de bouteilles de vins, nous devons faire l'inventaire des manières dont nous étions affectés. Ces soirées, qui constituaient déjà des expériences collectives en dépit du nombre restreint de participants, impliquaient fréquemment des visites sur les sites Internet des médias québécois. La simplicité, la clarté, comme le remarquait Bruno Latour, notamment en 2010, ne s'obtiennent que par plus de détours, d'accumulations, d'associations. De la même manière, pour faire sens de nos expériences, nous sentions que nous devons nous laisser affecter par toujours plus d'expériences : plus de textes, plus de vidéos, plus de photos.

Nous avons même été entraînés, paradoxalement, dans un phénomène intéressant : nous avons, à plusieurs reprises, évoqué la possibilité de cesser de nous exposer aux nouvelles, de nous « désintoxiquer ». Cela nous affectait trop sans que nous ne puissions rien en faire. Il y avait certainement une frustration implicite à lire presque compulsivement tous les articles publiés sur la crise étudiante, sans jamais pouvoir être nous-mêmes témoins de ce qui nous concernait de près malgré notre éloignement géographique. Une obsession de tout lire, tout connaître d'un événement auquel nous n'avions pas réellement accès. Cependant, alors que nous étions prêts à laisser tomber, à nous détourner des événements québécois, le besoin de trouver un moyen de donner une cohésion à ces affections a pris le dessus ; nous avons le devoir de créer des événements où ces affections pourraient être mises en rapport et trouver leur signification.

Deuxième action : baliser Paris

Nous avons alors décidé de parcourir Paris, sur le modèle des dérives décrites par Guy Debord en 1956. Nous nous sommes « laiss [és] aller aux sollicitations du terra in » dans un but « ludique-constructif », certes encore équipés d'une bonne bouteille, mais en insistant particulièrement sur le pôle constructif de la démarche. Il s'agissait, pour nous, de trouver, dans le paysage de notre ville adoptive, des indices de la cohérence que nous cherchions à établir. Nous



construisions cette cohérence en modifiant le paysage par l'apposition de carrés rouges de carton à proximité de lieux, d'objets urbains, de graffitis qui nous semblaient pouvoir participer à cette signification provisoire.

Ces carrés rouges, posés en différents lieux de Paris, permettaient d'établir une isotopie – au sens où le

linguiste français A. J. Greimas en 1983 utilisait le mot, c'est-à-dire une uniformité de lieu à travers la répétition d'une même catégorie. À la différence de ce qui est généralement entendu par la notion d'isotopie, il ne s'agissait pas (uniquement) de la redondance d'une catégorie sémantique, mais (aussi) de la répétition d'un objet matériel concret : un carré rouge de carton. Ce lieu uniforme que nous nous bâtissions où nos idées pouvaient être sensées, qui réunissait la Place du Québec, des graffitis évocateurs, des murs placardés d'affiches de syndicats étudiants, nos écoles, les lieux symboliques de la ville... ce lieu se tissait pour nous, de carré rouge en carré rouge, dans une toile qui n'avait de sens qu'en tant qu'elle conférait une signification au surplus d'affections que nous portions en nous.

Étions-nous en train de rendre Paris familière? Certainement. Toutefois, pour nous, rendre la ville familière ne signifiait pas tant de la rendre reconnaissable, mais bien d'y tracer un espace où nous pouvions trouver une manière d'impliquer une charge de sentiments que nous ne savions gérer dans le processus de notre propre individuation. D'angoissés appesantis d'un trop-plein d'affections, nous devenions militants, mais ça, nous ne le découvrons qu'au cours de l'action.

Troisième action : les casseroles du Trocadéro

C'est avec surprise, joie, et un peu d'inquiétude que nous avons appris que des associations étudiantes françaises organisaient un événement en soutien aux étudiants québécois. Il s'agissait d'un rassemblement sur la place du Trocadéro où les casseroles étaient les bienvenues et où l'on pourrait exprimer des messages d'encouragement. Armés de nos casseroles et cuillers de bois et, avouons-nous-le, excités comme des puces, nous avons assisté à ce très bizarre événement. Plusieurs dizaines de Français, portant généralement la bannière de la ligue jeunesse du Parti Socialiste, parlant de la « révolte canadienne » ou « québécoise » et compensant leur incompréhension des événements par beaucoup de bonne volonté, attendaient le moment ultime où l'équipe télé serait prête à nous filmer en train de « casseroler » pour le Téléjournal de 20 heures. Un mélange d'émotions contradictoires à la vue de ce spectacle nous

plaça devant le fait, maintenant confirmé, que ce ne sont pas les casseroles qui ont fait de ce printemps, le Printemps érable.

Une joyeuse absurdité se dégageait, pour nous, de cette manifestation, si officielle et télégénique. Le sentiment de cohésion, d'ensemble, de groupe, manquait et ce, jusqu'à rendre notre présence québécoise étrange dans cet événement qui était, finalement, français. Et pourtant, le bonheur béat de frapper à répétition, le plus fort possible, sur des casseroles nous permettait d'évacuer toute la frustration des dernières semaines. Tout cela n'a fait que nous rappeler à quel point nous n'étions toujours pas dans l'action. Nous étions encore dans un état de décalage entre le vouloir et l'action, dans l'interstice. Nous portions encore en nous cette charge, peut-être encore davantage angoissée, d'affections qui ne trouvaient pas leur place.



Être Québécois

Ce qui ressort des différents événements évoqués, ce qui a créé notre vérité, c'est probablement le renfermement dans lequel nous nous sommes plongés. Nous avons voulu trouver une résonance à nos affections en retrouvant ou en recréant un espace qui correspondrait au Québec et, ainsi, nous sommes restés des Québécois à Paris. Nous n'avons pas réussi à inclure Paris dans notre québecité ou dans notre manière de fournir une signification à nos expériences. Nous avons, très passivement, orné la Ville Lumière de carrés rouges, nous avons participé au rassemblement parisien, sans jamais avoir le sentiment de

nous être fait comprendre, sans que Paris ne réponde à nos coups de casserole. Nous avons expliqué la grève étudiante à des Parisiens, mais nous cherchions une réponse, un sens, que nous ne retrouvions que dans nos replis, dans un petit studio de Montmartre, où nous étions, là, dans notre petit Québec. Le Printemps érable nous aura gardés Québécois presque malgré nous, car nous avons compris trop tard que nous aurions dû faire notre propre printemps, parisien celui-là, pour trouver une réponse originale au problème qui se posait à nous.

Toutes les photos appartiennent à Benjamin Gagnon-Chainey et sont utilisées avec son autorisation.

Références

Debord, G-E. (1956). Théorie de la dérive. Les Lèvres nues, 9. Repéré à <http://debordiana.chez.com/francais/levres9.htm>

Garfinkel, H. (1967). Studies in ethnomethodology. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Greimas, A. (1983). Du sens II : essais sémiotiques. Paris, France: Seuil.

James, W. (1904). « What Pragmatism Means ». Dans McDermott, J. J. (dir.). (1977). The Writings of William James. A Comprehensive Edition (pp. 376-390). Chicago, Il: University of Chicago Press.

Latour, B. (2010). Cogitamus: Six lettres sur les humanités scientifiques. Paris, France: La Découverte.

Simondon, G. (2005). L'individuation à la lumière des notions de forme et d'information. Grenoble, France: Jérôme Millon.