Communication et organisation

Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle

6 | 1994

La communication locale

Sentiment d'appartenance et elections municipales : le rôle des médias et de leurs « raccourcis »

François Demers

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/1735>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1735

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 novembre 1994

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

François Demers, « Sentiment d'appartenance et elections municipales : le rôle des médias et de leurs « raccourcis » », *Communication et organisation* [En ligne], 6 | 1994, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 21 septembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1735> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1735>

Ce document a été généré automatiquement le 21 septembre 2021.

© Presses universitaires de Bordeaux

Sentiment d'appartenance et élections municipales : le rôle des médias et de leurs « raccourcis »

François Demers

- 1 L'exercice intellectuel qui suit passe par un bien grand détour pour parler du rôle des médias, des grands mass-médias urbains plus précisément (par opposition aux périodiques locaux et régionaux), dans la construction du sentiment d'appartenance dans les municipalités. Il s'agit même d'un double détour. Le premier consiste en une étude de cas qui à première vue n'a pas grand chose à voir avec le sentiment d'appartenance à une municipalité. Le cas étudié à chaud il y a déjà quelques années, ce sont les élections municipales générales qui ont eu lieu à Québec¹ en novembre 1989 et qui ont porté au pouvoir le parti de l'actuel maire Jean-Paul L'Allier², le Rassemblement Populaire (RP).
- 2 Le deuxième détour, c'est l'emprunt de certains outils intellectuels fait à une école de pensée américaine en science politique, baptisée école du « choix public » (public choice). Celle-ci déduit un certain nombre d'affirmations à partir de deux propositions principales à propos du comportement de l'électeur individuel (Monière, 1987). La première de ces propositions suppose l'égoïsme fondamental de l'électeur qui se livrerait à un calcul des coûts d'énergie et de ressources qu'entraîne le fait de s'intéresser aux élections et d'aller voter, face aux bénéfices financiers ou moraux que lui procurerait cette participation. La deuxième prétend que l'électeur est un être rationnel précisément en ce qu'il calcule ses coûts et bénéfices.
- 3 L'intérêt des thèses du « choix public » vient de ce qu'elles permettent de poser que l'électeur rationnel aura tendance à diminuer les coûts d'acquisition de l'information sur les enjeux, les candidats et les programmes électoraux, et qu'il saisira volontiers les « raccourcis » (shortcuts) qui lui sont offerts pour faciliter cette acquisition d'information (Frolich, 1978 :108).
- 4 C'est ce concept de « raccourcis » qui permet de faire le lien avec le thème du sentiment d'appartenance dans les municipalités. D'un côté, les « raccourcis » sont des mécanismes qui sont producteurs d'identité et d'identification. D'autre part, on a pu voir clairement

en action, lors des élections de novembre 1989 à Québec, les raccourcis spécifiques offerts par les médias dans la communication politique.

Sentimentalité et appartenance

- 5 Cependant, avant d'aller plus loin, il faut préciser la notion de sentiment d'appartenance dans une perspective qui va permettre d'en montrer le lien avec les élections. Une approche utile à cette fin consiste à construire une échelle sommaire de l'intensité de ce sentiment chez les citoyens d'une municipalité. Le premier degré de cette échelle serait sans doute la connaissance technique que détient un citoyen de résider dans ou en dehors de telle ou telle ville. Elle sera le premier degré de l'échelle dans la mesure où cette connaissance n'entraîne aucun sentiment particulier chez ce citoyen. Le degré immédiatement supérieur de sentiment d'appartenance serait celui où le nom de la municipalité évoque chez le citoyen des images, des souvenirs et des noms auxquels sont attachés des émotions et qui font que globalement ce citoyen éprouve un sentiment de fierté ou de déplaisir à l'évocation de ce nom. Un degré plus élevé encore serait celui où ce sentiment d'appartenance est suffisamment puissant pour entraîner que ce citoyen s'intéresse aux activités du gouvernement municipal. Ensuite, plus on monte dans l'échelle, plus le citoyen participe à la vie municipale et se fait le promoteur de la participation des autres.
- 6 Ainsi, il serait possible de considérer que le taux de participation aux élections municipales recouvre l'aire utile du sentiment d'appartenance à une municipalité. La participation au vote marque en effet le point où le sentiment d'appartenance quitte la sphère de la pure sentimentalité pour devenir inspirateur d'action. Le comportement des citoyens municipaux lors des élections peut donc servir de révélateur et d'instrument de mesure du sentiment d'appartenance.
- 7 Ces longs préliminaires permettent maintenant de mettre en scène ce qui s'est passé lors des élections municipales générales à Québec en novembre 1989. La première partie de ce qui va suivre montrera que le jeu de trois « raccourcis » d'information : l'information acquise dans le passé, l'idéologie et la partisanerie, a entraîné une perte de stabilité des électors des partis en lice. Ensuite, sera dévoilé comment les médias ont augmenté l'identité par le jeu de deux de leurs « raccourcis » : la personnalité des chefs et l'image d'objets concrets.
- 8 Ces facteurs – les trois premiers, ont provoqué le décrochage d'une partie des électeurs habituels du PC, et d'autre part, les deux autres ont stimulé l'arrivée de sympathisants du RP qui n'avaient pas voté lors d'élections précédentes. De fait, en novembre 1989, le taux de participation au vote, soit 62,1 %, représentait une hausse d'environ 10 % au-dessus des taux enregistrés en 1985 et 1981, et de 10 % au-dessus de la moyenne provinciale dans les villes (Quesnel, 1986 : 73).
- 9 C'est le décrochage de certaines clientèles de leurs allégeances traditionnelles qui a augmenté le besoin collectif d'information auquel sont venus répondre les médias. De cette façon, ces derniers ont grandement contribué, selon toute vraisemblance, au renversement complet des positions des deux partis en lice et des candidats à la mairie dans les quinze derniers jours de la campagne électorale³.

Inertie et dépenses d'énergie

- 10 Premier raccourci : l'information acquise dans le passé. De quoi s'agit-il ? Dans la théorie du « choix public », la stabilité du comportement électoral de larges segments de l'électorat d'une élection à l'autre, a été interprétée au moyen du facteur d'inertie suivant : lors d'une élection passée, l'électeur a dépensé une certaine quantité d'énergie pour s'informer sur les candidats et les enjeux. Lors des élections suivantes, il économise son énergie en concluant sommairement que les enjeux et les acteurs n'ont pas changé de façon significative ; il se contente donc de voter en continuité avec l'information acquise antérieurement (Frolich, 1987 : 108).
- 11 Ce mécanisme explique certaines fidélités. Par exemple, il est exceptionnel qu'un maire sortant qui se présente à nouveau soit battu (Quesnel-Ouellet, 1982 : 282). Un bloc important d'électeurs se sont informés sur lui dans le passé et votent en sa faveur, par habitude en quelque sorte. Ce mécanisme d'arrimage à la personne du maire revêt d'autant plus d'importance que le régime municipal québécois, en ce qui concerne la mairie, s'apparente à un régime présidentiel fort, notamment par suite de l'élection du maire au suffrage universel.
- 12 Ce mode d'acquisition d'information par inertie entraîne un moment d'instabilité électorale lors du départ d'un maire connu. Plusieurs citoyens sont alors remis en circulation sur le marché de l'information. Leur point de référence étant disparu, ils partent à la dérive en matière d'identité politique à moins que ne jouent d'autres mécanismes d'inertie. Or à Québec, en novembre 1989, après avoir régné au sens fort du terme sur l'hôtel de ville depuis 1977, soit pendant 12 ans, le maire Jean Pelletier se retirait.

Idéologie

- 13 Une autre de ces filières de la continuité, c'est l'idéologie, le terme étant utilisé ici dans son sens fort de vision politique du monde, globale, systématique, cohérente et incompatible avec les idéologies concurrentes (Abrams, 1980 : 160). L'idéologie permet à l'électeur de déduire la concordance d'un candidat avec ses propres options dès lors qu'il peut lui accoler une étiquette idéologique, sans avoir à passer par l'examen minutieux de ses positions, de son histoire politique et de ses affiliations.
- 14 L'information que l'électeur a antérieurement acquise sur l'idéologie en question est alors automatiquement transférée au candidat. Lorsque, et c'est souvent le cas, l'information sur l'idéologie a été acquise lors d'élections antérieures, elle permet de faire l'économie de la recherche d'information sur de nouveaux candidats. Nous sommes alors en présence d'une variante du cas précédent.
- 15 En contexte québécois, et de politique municipale plus particulièrement, l'identification idéologique explicite est traditionnellement inexistante. Ce qui s'approche le plus d'un clivage idéologique, c'est la polarisation, virulente ou sourde selon les moments, autour de la question nationale québécoise. Elle regroupe depuis les années soixante, d'un côté les nationalistes francophones, plutôt identifiés jusqu'à récemment à l'étatisme et à la social-démocratie, et de l'autre les fédéralistes, plutôt adeptes de l'autoritarisme et du conservatisme social.

- 16 En ce sens, la situation à Québec, depuis l'apparition du Rassemblement Populaire⁴ sur la scène, représentait un cas à la limite de la normalité. Le RP était en effet considéré comme un parti « de gauche ». Cela voulait dire, dans le contexte de sa naissance, un parti identifié à la lutte des classes sociales et favorable à l'intervention massive de l'Etat dans la société civile et l'économie. Pire encore, un parti qui, dans l'esprit de ses détracteurs et du Progrès Civique⁵, voyageait dans les wagons du nationalisme et de la social-démocratie, au moment où la société québécoise était fortement polarisée autour de ces questions. Le Progrès Civique adhérait, lui, au camp fédéraliste de toutes ses fibres comme d'ailleurs tous les notables le moins proches des « vieux partis » (Demers, 1988 : 102).
- 17 Cependant, au tournant de la décennie 80, la politique québécoise va commencer à se dépolariser. L'échec référendaire de 1980 puis la crise économique de 1981 vont balayer les deux points d'ancrage de l'opposition de gauche au Québec : le nationalisme et l'Etat fort. Au niveau municipal à Québec, les deux partis en présence vont se décriper et se désidéologiser. Lors des élections de 1981, par exemple, le Progrès Civique, dans un effort pour s'ajuster à la présence d'un parti d'opposition, va se rapprocher de son adversaire en matière de programme (Charbonneau, 1986 : 123). En 1989, on pourra ainsi constater que le Progrès Civique a complètement glissé sur le terrain de son adversaire. Le nouveau chef Jean-François Bertrand s'aventurera même sur le terrain de la démocratie municipale, pourtant thème central du parti adverse, en faisant de la démocratisation du son parti le fer de lance du renouveau qu'il propose.
- 18 En même temps, si le RP amorce lui aussi un glissement vers les positions de son adversaire, ce n'est pas par une modification radicale de son programme qui est demeuré sensiblement le même jusqu'à 1990. Le facteur principal du changement aura plutôt été l'arrivée à sa direction de Jean-Paul L'Allier, un nouveau chef provenant de l'extérieur du parti.
- 19 L'image publique de ce dernier a carrément avalé celle du RP. Divers indices portent d'ailleurs à croire que cette opération était plus ou moins consciemment souhaitée par plusieurs militants du RP. Par sa seule présence, Jean-Paul L'Allier a déplacé le cœur du projet politique du RP. Dans le programme de ce parti, le cœur, c'était l'intervention sociale en faveur des pauvres et des petites gens. Avec Jean-Paul L'Allier, résident d'un village cosu de l'île d'Orléans depuis plusieurs années, ce cœur devint : préserver à la ville de Québec son caractère de gros village où on vit de façon conviviale et où les citoyens peuvent bloquer les projets des affairistes parce qu'ils sont maîtres dans leurs quartiers.
- 20 En fait, l'élection de 1989 a vu l'aboutissement d'un processus graduel de perte d'identité « idéologique » des partis en présence. Ce changement s'est réalisé d'un côté à la faveur d'emprunts au programme de son adversaire par le Progrès civique et de l'autre par le recouvrement de l'image antérieure du RP par celle de son nouveau chef. De telle sorte qu'en 1989, les citoyens de Québec avaient à se prononcer entre deux partis s'étant rapprochés d'un certain centre et se démarquant juste assez pour qu'il y ait une différence, comme il est habituel en régime de bipartisme (Frey, 1985). Il s'agissait d'une situation radicalement différente de celles qu'ils avaient connues en 1985, 1981 et 1977. Elle autorisait la migration d'électeurs antérieurement braqués idéologiquement du côté du Progrès civique vers une opposition devenue beaucoup moins menaçante. Dans ce cas-ci, le mécanisme d'acquisition d'information par un raccourci jouait en faveur du RP

précisément parce qu'il jouait moins. Ce faisant, il diminuait la stabilité du vote favorable au PC.

La partisanerie

- 21 La partisanerie constitue un troisième mécanisme d'acquisition d'information par un raccourci. Elle fonctionne de la même manière que l'étiquette idéologique (Frolich, 1978 : 109). Lors des élections de 1989, les identités partisans ont été singulièrement brouillées par l'arrivée en scène des deux nouveaux candidats à la mairie dont la notoriété préalable avait été acquise dans l'arène provinciale. Ce qui explique en partie l'intérêt que les médias nationaux (*L'actualité*, *Le Devoir*, *Le Point*, *Sept jours*, etc.) ont porté à cette élection. Jean-François Bertrand, fils d'un premier ministre de l'Union nationale, avait été pendant neuf ans député péquiste. Il se présentait sous la bannière d'un parti municipal, le Progrès Civique, fortement identifié au fédéralisme. De son côté, Jean-Paul L'Allier avait été ministre libéral, le parti champion du fédéralisme, pendant 6 ans, de 1970 à 1976. En 1980, lors du référendum, il s'était prononcé pour le oui péquiste. Spécialiste des affaires culturelles, il se présentait pourtant sous la bannière d'un parti, le RP, peu préoccupé de grande culture et porteur de positions hostiles aux élites.
- 22 Si on ajoute à cela l'insinuation du maire sortant Jean Pelletier qui a laissé entendre que Jean-Paul L'Allier était sur les rangs pour lui succéder avant de prendre la tête du RP. Ou cette autre du candidat Jean-Paul L'Allier affirmant que son adversaire Jean-François Bertrand avait approché en 1984 des conseillers du RP dans l'espoir de devenir chef de ce parti !
- 23 Bref, le brouillage de l'identité partisane, par l'arrivée de candidats porteurs de caractéristiques perturbatrices pour l'image traditionnelle des partis, s'est ajouté à celui de l'identité idéologique pour expliquer le glissement d'une partie de l'électorat. Cette partie de l'électorat, davantage faite de partisans du PC comme le montre le résultat du vote, a été déboulonnée et est devenue cliente potentielle de l'information fournie par les « raccourcis » médiatiques qui vont reconstruire les identités des partis à leur façon. Ils vont reconstruire l'adhésion de certains à un autre parti tandis qu'ils vont conduire plusieurs autres, qui se seraient autrement contentés d'une sympathie purement sentimentale, à passer à l'action, c'est-à-dire à voter.

L'appel aux médias

- 24 D'abord une remarque générale à propos du comportement des médias à Québec à l'automne 1989 : les principaux d'entre eux ont neutralisé leur fonction éditoriale, ce qui a contribué encore plus au désarroi de certains électeurs. Ainsi, contrairement à 1977, 1981 et 1985, le quotidien *Le Soleil*, le plus fort tirage des deux quotidiens de la Capitale, ne s'est pas prononcé contre le RP dans son éditorial de la veille des élections. (L'autre quotidien, *Le journal de Québec*, n'offre pas de page éditoriale) Qui plus est, *Le Soleil* a présenté plusieurs points de vue, textes d'analyse et caricatures relativement critiques face au PC.
- 25 Mais on peut penser que l'éditorial de J.-Jacques Samson deux jours après le débat télévisé tenait lieu de prise de position. En particulier quand il conclut : « Jean-François Bertrand voguait vers une victoire facile. Les téléspectateurs ont découvert au cours de ce face-à-

face d'une heure, un adversaire articulé, qui ferait un maire représentatif pour la capitale, qui a des idées bien arrêtées sur la place du citoyen dans la ville et sur le type d'administration qu'il voudrait mettre en place. Une toute nouvelle campagne débute »⁶.

- 26 Mais l'éditorial, ce n'est pas uniquement celui du seul quotidien qui présente une page éditoriale, c'est aussi la prise de position par les commentateurs vedettes de la presse électronique. Lors des élections de 1985, la télévision de *Radio-Canada*, la chaîne leader en matière d'information « sérieuse », s'était faite l'écho des sarcasmes du *Soleil* à l'endroit du RP. En 1989, *Radio-Canada* s'est contenté d'organiser le seul débat télévisé de la campagne, le 24 octobre. Quant à la radio de *CHRC*, la station leader en matière d'information « populaire », elle a été loin de faire des vagues, contrairement à son habitude. Il est vrai que l'un des deux candidats, Jean-François Bertrand, était un ex-employé ! D'autre part, André Arthur, l'animateur de lignes ouvertes à *CHRC*, considéré comme le « roi » du débat public sur les ondes et qui avait joué un rôle non négligeable de mise en valeur du maire Pelletier depuis 1977, il s'est brouillé publiquement avec ce dernier le 21 septembre 1989⁷.
- 27 Enfin, l'éditorial, c'est la décision de couvrir plus ou moins. Or, les médias locaux se sont montrés plus intéressés qu'en 1985 à la campagne électorale et, par voie de conséquence, ont joué un rôle positif à l'endroit du RP, étant entendu que lors d'élections municipales, l'opposition a tout à gagner à obtenir une plus grande visibilité médiatique (Biais, 1982). À l'époque, Alain Lavigne, journaliste et étudiant au doctorat en science politique, avait procédé à certaines vérifications qui confirment l'affirmation selon laquelle la campagne 1989 a été davantage couverte par les médias que la précédente⁸.
- 28 Sur cette toile de fond s'est déployé un premier raccourci médiatique : la mise en évidence de la personnalité des chefs. En ce qui concerne le PC, les médias considéraient que M. Jean Pelletier, le maire sortant, était un communicateur chevronné⁹. Au RP, la quête d'un chef médiatique n'avait commencé qu'au lendemain des élections de 1981, entraînant à terme le retrait de la vie politique du président fondateur et candidat aux élections de 1977 et 1981, Pierre Racicot. Pendant sa dernière campagne, M. Racicot s'était vu stigmatisé par *Le Soleil* et par *Radio-Canada* de la formule : un parti sans chef, le RP, contre un chef sans parti, Jean Pelletier.
- 29 En 1989, les deux candidats à la mairie, Jean-Paul L'Allier pour le Rassemblement Populaire et Jean-François Bertrand pour le Progrès Civique, offraient tous deux ces caractéristiques qui font les personnalités recherchées par les producteurs de spectacles. Tous deux étaient déjà des figures connues du public, des vedettes même. Jean-Paul L'Allier avait été ministre dans le premier gouvernement Bourassa. Jean-François Bertrand, sous René Lévesque. Après 1976, Jean-Paul L'Allier était demeuré dans la liste des experts et notables auxquels les médias ont régulièrement recours. De son côté, après 1985, Jean-François Bertrand avait occupé sa retraite de la politique provinciale en animant une émission radiophonique de lignes ouvertes à *CHRC*.
- 30 Tous deux étaient rompus au langage des mass-médias. Ils avaient appris dans la politique, et dans leur vie professionnelle d'avocat-consultant pour Jean-Paul L'Allier et de docteur en communication pour Jean-François Bertrand (il a enseigné à l'Université Laval jusqu'en 1976), l'art de la formule et du sourire. Tous deux avaient pratiqué la politique gagnante du contenant, de l'homme et des promesses par opposition à la politique des programmes, des principes et des minorités. Tous deux connaissaient donc l'art de faire passer les candidats (le concret) avant leurs programmes (l'abstrait). On

pouvait conclure qu'ils avaient tout ce qui fait les candidats recherchés par les partis opportunistes et craints par les militants des partis programmatiques.

- 31 Sur ce terrain, manifestement, c'est L'Allier qui a gagné car, en bout de piste, sa « personnalité » semble avoir été le facteur qui a conduit à voter près de 10 % de l'électorat qui ne votait pas habituellement. Le portrait de cet électorat circonstanciel paraît être celui de citoyens caractérisés par un faible sentiment d'appartenance au niveau municipal mais fortement motivés au niveau provincial dans le sens du nationalisme et des valeurs de culture et d'esthétisme attribuées à M. l'Allier.

Une élection-référendum

- 32 Aussi, la « bataille des communicateurs », selon l'expression de journalistes, aurait-elle pu se terminer par un match nul. Deux chefs experts en communication qui s'annulent l'un l'autre ? Couverture plus abondante en même temps qu'équivalente ? Plus grande neutralité des médias au total ? Mais alors pourquoi une partie significative de l'électorat a-t-elle finalement basculé dans le camp de Jean-Paul L'Allier plutôt que dans celui de Jean-François Bertrand ?
- 33 Ce qui a fait la différence bien sûr, c'est que globalement le RP a obtenu une plus grande visibilité. Mais c'est peut-être aussi, comme le veut l'interprétation des médias eux-mêmes, ce qui s'est passé lors du « débat des chefs » à la télévision de Radio-Canada le 24 octobre. L'émission d'une durée d'une heure a débuté à 21 heures. Ce soir-là, les deux protagonistes ont présenté des visages qui ont avantagé l'un, Jean-Paul L'Allier, et désavantagé l'autre.
- 34 Pendant l'émission, Jean-François Bertrand, traits tirés, voix sèche, avait l'air petit, pointu, presque mesquin dans ses jeux de comptabilité, tandis que Jean-Paul L'Allier, rondouillet, voix chaude, avait adopté l'attitude grand seigneur. Autrement dit, le premier ressemblait au personnage étroit et hargneux que l'on entend sur les ondes de *CHRC* et qui correspond probablement à l'esprit paroissial du Québécois réel. Le second représentait peut-être le Québécois tel qu'il se rêve : ouvert sur le vaste monde de la culture, de la francophonie et de la largeur de vue.
- 35 Plus important encore – c'est là le deuxième « raccourci » médiatique-, le débat s'est centré sur le projet de « la grande place », un complexe commercial monstre (par rapport à son environnement) qui devait être érigé à la Basse-Ville, avec la bénédiction de Jean Pelletier et de Jean-François Bertrand, par l'entrepreneur Laurent Gagnon, par ailleurs responsable d'un autre projet éléphant, l'îlot St-Patrick à la Haute-ville. À travers l'îlot, presque parachevé au moment des élections, les citoyens étaient à même d'apprécier très concrètement et visuellement le désastre à venir à la Basse-Ville. C'est donc avec raison que J.-Jacques Samson pourra affirmer dans son commentaire : « Le débat a longuement porté sur le projet de la « grande place » mais on ne peut prétendre pour autant que les véritables enjeux ont été escamotés. À travers ce dossier, c'est toute la philosophie des deux partis qui est confrontée. Discuter de la « grande place », c'est traiter de développement urbain, d'habitation, de fiscalité, de la concurrence commerciale avec les banlieues (sic), de transport en commun, de revitalisation du centre-ville, des relations entre les promoteurs et les administrateurs municipaux, donc de la moralité des élus... »¹⁰

- 36 Bref, tout s'est passé comme si le débat avait provoqué une équation entre l'expérience très quotidienne de l'îlot St-Patrick et l'image de Jean-François Bertrand pour conférer au projet de « la grande place » une valeur négative. Ainsi, l'élection pourra être considérée comme un référendum au sujet du projet de la grande place »¹¹.

Être attiré ou repoussé

- 37 Quelles sont les leçons qui peuvent être tirées de cette étude de cas pour des professionnels de la communication, chargés de fabriquer le sentiment d'appartenance dans une municipalité ? Première conclusion : les raccourcis qui répondent au besoin d'information des citoyens, qu'il s'agisse de l'idéologie, de la partisanerie ou de la personnalité des chefs, fabriquent des points de référence grossiers, qui coupent à travers le champ des détails et des analyses techniques pour permettre aux gens de se faire une idée approximative avec laquelle ils vont justifier leurs actions. Bien sûr, le niveau de cette information, imparfaite, irrite experts et théoriciens qui jugent du fonctionnement des médias de masse à l'aulne des médias scientifiques, plutôt qu'à celle de la vie quotidienne où l'esprit bricole ses jugements et ses opinions à partir d'images, de bribes d'information, de souvenirs, d'évocations et d'extrapolations rapides¹².
- 38 Deuxième conclusion : les « raccourcis » d'information mis au point par les médias sur une longue période de temps, par essais, erreurs et retouches, pour tenter de gagner et conserver leur clientèle offrent des garanties d'efficacité éprouvée. Cela veut dire que si des communicateurs entendent introduire le jeu des médias dans leur action en faveur d'un sentiment d'appartenance à une ville, ils sauront à quel genre d'identité ceux-ci peuvent contribuer. Ils sauront que l'identité que les mass-médias sont susceptibles de construire sera faite, en plus d'étiquettes idéologiques et partisans, de personnalisation et même de vedettariat, ainsi que de symboles concrets.
- 39 Troisième leçon : dans l'univers des médias, ce qui provoque le sentiment et l'identification, ce n'est pas l'information neutre ou technique, ce sont des points de repère auxquels sont attachées des valeurs émotionnellement positives ou négatives. Autrement dit, les « raccourcis » sont le lieu d'une controverse, d'émotions et de sentiments. Bien sûr, les biens produits concrètement par le gouvernement municipal : le déneigement, la protection publique, la voirie, etc. peuvent provoquer un sentiment d'appartenance chez la partie des citoyens –généralement les propriétaires– qui ont des raisons de s'en préoccuper et qui en subissent une expérience quotidienne. Ceux-là ont besoin d'information bien plus technique que celle que transmettent les médias. En fait, du côté des médias, tout se passe comme si c'était la division en deux camps qui permettait au consommateur-citoyen de se situer, d'être attiré ou repoussé.
- 40 Ce sont les caractéristiques de la pensée concrète que pratiquent les médias que les communicateurs municipaux doivent maîtriser s'ils veulent les utiliser pour nourrir le sentiment d'appartenance. Pour être efficaces, ils doivent être conscients que le truc des mass-médias, c'est de jouer du raccourci tout le temps ; le raccourci est le matériau de base de leur langage.
- 41 Comme l'illustre la brève analyse qui précède, les médias donnent constamment préséance aux personnes dans leur compte-rendu des événements, jusqu'à encourager le culte de la personnalité. De même, ils mettent en scène à tout propos les objets physiques

les plus susceptibles de servir de points de repère visuels. Par exemple, pour la ville de Québec : le Complexe G, les Plaines d'Abraham, le Château Frontenac et le Pont de Québec.

BIBLIOGRAPHIE

ABRAMS, Robert, *Foundations of political analysis – An introduction to the Theory of collective choice*, New York, Columbia University Press, 1980, 357 pages.

BLAIS, André et CRETE, Jean, « La presse et la politique municipale dans deux villes du Québec », in *Politique*, automne 1982, n° 2, pp. 41 à 67.

CHARBONNEAU, Johanne, *Partis politiques et enjeux urbains : évaluation de la démocratie municipale à Québec : 1966-1984*, Université Laval, Cahiers du Centre de recherches en aménagement et en développement, vol. 10, n° 3, 1986, 200 pages.

DEMERS, François, « L'accès aux médias pour les causes impopulaires. Le cas du Rassemblement populaire de Québec, de 1977 à 1981 », in *Communication Information*, hiver 88, vol. 9 n° 2, pp. 84 à 108.

FREY, Bruno S., *Economie politique moderne*, Presses universitaires de France, 1985, 207 pages.

FROHLICH, Norman and, OPPENHEIMER, Joe A., *Modern Political Economy*, Prentice-Hall, 1978, 143 pages.

MONIERE, Denis et GUAY, Jean H., *Introduction aux théories politiques*, Québec/Amérique, 1987, 197 pages, en particulier le chapitre 6 intitulé : Choix public.

QUESNEL-OUELLET, Louise, « Les partis politiques locaux au Québec », pp. 277-306, in Lemieux, Vincent, (sous la direction de) *Personnel et partis politiques au Québec*, Boréal Express, 1982, 350 pages.

QUESNEL, Louise, « La démocratie municipale au Québec », in *Politique*, hiver 86, n° 9, pp. 61 à 97.

NOTES

1. La ville de Québec, capitale de la province canadienne du même nom, comptait alors quelques 180 000 habitants. Elle était enclavée – elle l'est toujours – dans un territoire urbain divisé en au moins deux douzaines d'administrations municipales et regroupant plus d'un demi-million de citoyens.

2. Le 5 novembre 1989, Jean-Paul L'Allier, candidat à la mairie du Rassemblement Populaire (RP), obtenait 58,8 % des voix contre 40,6 % à Jean-François Bertrand, le candidat du Progrès civique (PC). Le taux de participation au scrutin était de 62,1 %. En 1985, avec un taux de participation de 53 %, le candidat Pierre Mainguy du RP avait obtenu 39,93 % des voix, contre 57,03 % au candidat du PC, Jean Pelletier. C'était un renversement complet. Sans compter qu'aux élections de 1985, l'opposition ne faisait élire que quatre conseillers sur 21 alors qu'en 1989, le Progrès civique, basculé dans l'opposition, ne parvenait à conserver que 4 sièges de conseiller.

3. En juin 1988, un anet demie avant l'élection, un sondage donnait 65 % des voix au candidat (possible) du Progrès civique, Jean-François Bertrand, contre 35% au candidat (annoncé) du

Rassemblement populaire, Jean-Paul L'Allier En janvier 1989, sept mois plus tard un autre sondage creusait l'écart : 72 % au candidat Bertrand contre 28 % à L'Allier, dont la candidature avait été confirmée entretemps En mai suivant, alors que la candidature de Jean-François Bertrand vient d'être confirmée, l'écart se creuse encore plus : 75,7 % contre 21,7 % Puis le sondage des 29-30 septembre indique une légère remontée : 70,5 % contre 29,%. Fin octobre, quelques jours seulement avant la journée des élections, c'est un véritable glissement de terrain : le sondage effectué les 26, 27 et 30 octobre donne 52,3 % à Bertrand et 47,7 %, à L'Allier. Le 31 octobre, un autre sondage annonce le renversement complet des positions 51,5 % à L'Allier contre 48,5 % à Bertrand.

4. Le Rassemblement populaire de Québec (RP) est un parti politique municipal fondé en février 1977. Le 13 novembre de la même année, il présentait des candidats à l'échevinage dans les seize districts de la ville et à la mairie. Il obtint 25 % du vote populaire. Le 15 mars 1981, il faisait élire son premier conseiller municipal, Pierre Mainguy, dans une élection partielle. Huit mois plus tard, aux élections municipales générales du 15 novembre, il recueillait 41 % des voix (39,93 % à la mairie) et faisait élire quatre conseillers municipaux (sur 21). Aux élections de novembre 1985, il faisait à nouveau élire quatre conseillers. Le 5 novembre 1989, il remportait finalement la mairie et 17 des 21 districts.

5. Le Progrès civique de Québec (PC) est un parti politique municipal créé en 1962. Lors des élections municipales de cette année-là, il ne présentait pas de candidat à la mairie mais il réussissait à prendre pied à l'Hôtel de ville. En 1965, il prenait le pouvoir avec la mairie et neuf conseillers sur douze. En 1969, il raflait par acclamation la mairie et 4 des 16 districts ; les autres postes de conseillers, il les remportait par élection. En 1977, il était de nouveau vainqueur à tous les sièges et à la mairie En 1981, il perdait 4 des 21 sièges de conseillers aux mains du Rassemblement populaire de Québec. De même en 1985. Finalement, le 5 novembre 1989, il ne décrochait plus que 4 postes de conseillers. 11 aura connu, à ce jour (janvier 1989), trois chefs : Gilles La montagne, le président-fondateur aujourd'hui Lieutenant-gouverneur de la province de Québec qui a été maire de Québec de 1965 à 1977. Jean Pelletier, maire de 1977 à 1989. Jean-François Bertrand, chef de la campagne de 1989. André Forgues, depuis le départ de Jean-François Bertrand.

6. Samson, J.-Jacques « L'Allier se révèle », Le Soleil, éditorial du 26 octobre 1989, A-8

7. Jean Pelletier et André Arthur se disputent en ondes. Le maire quitte l'émission en claquant la porte », in Le Journal de Québec, 22 septembre 1989, p 6

8. Les deux principaux médias écrits de Québec ont affecté plus d'effectifs à la couverture de la campagne en 1989, par rapport à celle de 1985. Le Journal de Québec, par exemple, comptait sur deux journalistes affectés à ce dossier, alors qu'il n'en avait assigné qu'un seul à l'élection de 1985. Le journal Le Soleil a pour sa part affecté trois journalistes à la campagne En 1985, deux journalistes avaient été assignés à ce dossier. Par ailleurs, il a été le seul média écrit à offrir à ses lecteurs des textes d'opinion

9. Jean Pelletier a fait ses premières armes à l'Office des communications sociales de l'Archevêché de Québec dans les années 60 et au journal L'Action devenu A Propos au tournant des années 70 et disparu peu après M. Pelletier est aujourd'hui chef du Cabinet du premier ministre du Canada, M. Jean Chrétien

10. Samson, J.-Jacques, « L'Allier se révèle ». Le Soleil jeudi 26 octobre 1989, p. A-8, Editorial

11. « Le projet de la « grande place » qui a donné l'allure d'un référendum aux élections municipales ». Collard, Marcel, « L'Allier révisera toute la « grande place » », Le Soleil, lundi 6 novembre 1989, p. A-3

12. Voir la discussion sur « Les deux ordres d'information : l'existential et le structurel » par Jacques ELLUL dans L'information et le système technique, paru pour la première fois dans La Revue française de Communication, 1976, n° 1, p. 7-16 puis comme appendice Il de Propagandes, Paris, Economica, 1990, p. 343-352.

RÉSUMÉS

Ce texte soutient que de participer au vote, lors d'élections municipales, témoigne que le sentiment d'appartenance d'un citoyen à sa municipalité est devenu utile, c'est-à-dire qu'il a quitté le terrain de la pure sentimentalité pour entraîner l'action. Un cas est ensuite examiné dans cette perspective, celui des élections générales dans la ville de Québec en novembre 1989. On y voit en action les procédés par lesquels se construisent et se déconstruisent les sentiments d'identité et l'adhésion à des partis et à des candidats. Puis on y insiste sur certains procédés spécifiques aux médias dont la maîtrise pourrait être utile aux communicateurs municipaux, chargés de soutenir, de stimuler ou de fabriquer le sentiment d'appartenance.

The following text starts with the conviction that the act of voting, in a municipal election, is a sign that, for the voter, the sense of belonging to a specific municipality has turned into something more than pure sentimentality. A case is then investigated in that light, that is the general elections in Quebec City in November 1989. The analysis shows the means by which are built and ruined the sense of identity and support to parties and candidates. From there, the focus goes to specific processes designed by the mass-medias, processes that could be useful, if mastered, by municipal communicators who have to sustain, stimulate or build the sense of belonging.

AUTEUR

FRANÇOIS DEMERS

Journaliste professionnel de 1965 à 1980, dont plusieurs années à titre de chroniqueur municipal. Détenteur d'un diplôme en philosophie, il enseigne le journalisme à l'Université Laval depuis 1980. Il a publié deux livres (1982 – 1988) et codirigé la rédaction de deux autres (1992-1993). Il est l'auteur d'une quinzaine d'articles scientifiques et de chapitres de livres, ainsi que de nombreux articles de vulgarisation. Depuis 1987, il est doyen de la Faculté des arts.