Document generated on 06/05/2025 1:40 p.m.

Bulletin d'histoire politique

La droite dans les médias : une nouvelle légitimité

Catherine Côté

Volume 21, Number 1, Fall 2012

La droite québécoise hier et aujourd'hui

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1011704ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1011704ar

See table of contents

Publisher(s)

Association québécoise d'histoire politique
VLB éditeur

ISSN

1201-0421 (print)
1929-7653 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Côté, C. (2012). La droite dans les médias : une nouvelle légitimité. *Bulletin d'histoire politique*, *21*(1), 161–169. https://doi.org/10.7202/1011704ar

Tous droits réservés © Association québécoise d'histoire politique et VLB Éditeur, 2012

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

La droite dans les médias : une nouvelle légitimité

Catherine Côté
École de politique appliquée
Université de Sherbrooke

L'axe gauche/droite est réapparu de manière importante dans le discours journalistique québécois depuis quelques années. Plusieurs chroniqueurs et analystes politiques ont ainsi tergiversé sur le déplacement d'un discours politique qui donnait l'avant-scène à l'axe souverainisme/fédéralisme pour un discours qui serait plus près des sempiternelles querelles entre la gauche et la droite que connaissent toutes les sociétés[1]. Pourtant, le discours politique n'a peut-être pas tant changé que les intérêts de ceux qui soutiennent les différents organes de presse. En effet, la presse est souvent bien plus le reflet de ceux qui la produisent que la réalité qu'elle doit décrire[2]. Le fait de donner plus d'espace à la droite, ou même de la décrier davantage, serait peut-être tributaire des craintes de ceux qui couvrent la nouvelle plutôt que ceux qui la font. Une analyse des facteurs qui orientent le contenu éditorial permettra de mieux évaluer la façon dont la presse québécoise articule l'axe gauche-droite.

De la presse d'opinion à la presse commerciale

On situe habituellement les véritables débuts de la presse au Québec après la Conquête de 1760[3] et « il s'agissait alors de feuilles artisanales le plus souvent publiées à quelques centaines ou milliers d'exemplaires par des imprimeurs désireux de faire connaître les marchandises des bateaux nouvellement arrivés du port, ou encore de relayer les nouvelles de la métropole »[4]. À cette époque, la presse québécoise était soumise à la censure de l'État. L'histoire du premier journal québécois, la *Gazette du commerce et littéraire*, en fait foi : fondé en 1777 à Montréal par Fleury Mesplet, il fut suspendu par le gouverneur anglais de l'époque pour avoir « pris à partie certaines personnalités importantes de la province »[5]. Mesplet récidivera néanmoins en 1785 en lançant la *Gazette de Montréal*.

La presse québécoise se libérera de cette influence étatique et sera elle-même vecteur de changement puisque « la presse dite d'"opinion" [occupera] une place importante dans les courants de démocratisation du XIXe siècle »[6]. Cette presse était essentiellement formée de journaux religieux, radicaux et politiques, et se voulait donc ouvertement militante et idéologique[7], qu'elle soit libérale, radicale, nationale, conservatrice, ultramontaine, nationaliste, ouvrière ou socialiste[8]. Toute la presse se réclamait alors d'une tendance ou d'un parti politique, et même les journaux indépendants manifestaient « leur sympathie à l'égard de l'un ou l'autre des partis politiques »[9]. Il y aura jusqu'à 104 journaux créés au Québec au début du XIXe siècle (entre 1805 et 1838)[10], et les premiers journaux quotidiens (*The Gazette*, *The Star*, *Le Canadien*, *La Patrie*, etc.) apparurent entre 1838 et 1884[11].

Le monde des médias québécois se transforme radicalement au tournant du XXe siècle sous l'impulsion des importants bouleversements sociaux qui surviennent à cette époque : industrialisation, urbanisation, alphabétisation, développement des transports, etc. La presse québécoise passe alors progressivement d'une presse d'opinion à une presse populaire et commerciale dont l'exemple le plus patent est très certainement le quotidien *La Presse*, qui fait son apparition en 1884[12]. Marc-François Bernier décrit bien cette modification que subit alors la presse québécoise :

> se détournant de sa double tradition littéraire et politique, pour ne pas dire polémique, la presse d'opinion alors réservée aux élites se transforme en presse d'information accessible à la masse des citoyens, et les journaux ne cherchent désormais plus à persuader les électeurs mais plutôt à leur offrir un "produit" attrayant afin de constituer un auditoire de nature à intéresser les annonceurs qui fournissent l'essentiel de leurs revenus[13].

Marc Raboy note d'ailleurs un certain paradoxe à propos de cette modification de la presse québécoise : alors que la presse populaire est plus que jamais accessible à un vaste public, donc théoriquement plus démocratique, la commercialisation de ce type de presse s'accompagne d'une banalisation de son contenu, les médias devenant plus un objet de consommation qu'un support à l'intervention sociopolitique[14]. En bref, avec la venue de la presse populaire et commerciale financée principalement par les revenus publicitaires, on assiste à une certaine dépolitisation de la presse québécoise, son contenu se banalisant pour mieux se présenter en produit de consommation.

Cette dépolitisation de la presse au Québec se fera de façon progressive. En effet, si les quotidiens « indépendants » se font nettement plus nombreux que les quotidiens partisans à partir de la décennie 1910, on retrouvera quelques traces de presse partisane jusque dans les années 1970. Par exemple, *Montréal-Matin* entretient des liens avec l'Union natio-

nale jusqu'en 1971, alors que le quotidien *Le Jour* promeut le programme du Parti québécois lors de sa courte existence, soit entre 1974 et 1976[15]. Des médias alternatifs seront également fondés dès le milieu des années 1960. En effet, plusieurs intervenants sociaux commencent à partir de ce moment à s'inquiéter du fait que les grands médias, dont le rôle primordial est de « traduire la diversité des points de vue »[16] dans l'opinion publique, servent désormais les intérêts des autorités en place. Le message diffusé devient alors l'incarnation d'une sorte de consensus politique de la classe moyenne[17], soit l'expression, traitée de manière traditionnelle, de la pensée dominante, les médias jouant alors essentiellement le rôle de « gatekeeper »[18] en pointant du doigt ce qui semble s'écarter de cette pensée dominante. Il y aura alors diverses tentatives pour soutenir des entreprises issues des mouvements sociaux afin de contrebalancer ce courant (*Parti pris*, *Québec-Presse*, Agence de presse libre du Québec, *Le Jour*), mais cette presse parallèle serait toutefois pratiquement disparue aujourd'hui[19], seuls quelques journaux subsistent encore. Le Québec se démarquait pourtant de la tendance lourde de banalisation du contenu médiatique qui prévaut en Amérique du Nord par la présence de quelques « journaux de combat »[20], notamment *Le Nationaliste*, *L'Action*, *Le Jour* et *Le Devoir*[21].

Les nouveaux patrons

Le passage de la presse d'opinion à la presse populaire et commerciale s'accompagne aussi d'un changement au niveau du contrôle des médias. En effet, les revenus publicitaires libérant les médias québécois de leur dépendance aux milieux politiques ou cléricaux[22], ce sont désormais les propriétaires des entreprises médiatiques qui contrôlent les médias. Bernier résume bien l'historique du contrôle de la presse au Québec : « en somme, le contrôle de la presse est passé de l'État aux partis politiques et, plus récemment, s'est retrouvé entre les mains de grandes corporations capitalistes »[23]. Ces grandes corporations sont d'ailleurs très peu nombreuses à se partager le marché médiatique québécois, le phénomène de concentration de la presse quotidienne étant au Canada l'un des plus forts au monde. Par exemple, en 2000, « 97,2 % du marché québécois de la presse quotidienne [appartenait] à trois groupes : Quebecor, Hollinger et Power Corporation »[24]. Seul *Le Devoir* échappe à ce phénomène de concentration médiatique au niveau de la presse quotidienne québécoise.

Or si la teinte politique/idéologique d'un média commercial est beaucoup plus subtile qu'à l'époque de la presse d'opinion, vu la dépolitisation et la banalisation du contenu médiatique, il demeure qu'elle est, selon plusieurs auteurs, toujours présente et qu'elle prend principalement la couleur désirée par celui qui contrôle le média, c'est-à-dire son propriétaire. Anne-Marie Gingras affirme en effet que « les gens d'affaires achètent des

médias non seulement pour leur rendement, mais aussi par volonté de puissance »[25]. Le pouvoir des propriétaires des entreprises médiatiques est habituellement exercé dans la discrétion, sauf pour quelques exceptions, comme Conrad Black, ou bien la famille Asper, propriétaire de CanWest, qui a imposé un éditorial unique à tous ses journaux, dont la *Gazette* de Montréal au début des années 2000[26]. Cette influence se fait plutôt par le biais de décisions à caractère économique (comme les sources de financement), dans l'affectation des ressources humaines et matérielles et dans des interventions qui s'exercent au jour le jour (par exemple demander à un journaliste de faire un texte sur un sujet en particulier)[27].

Parmi les idéologies prônées par les propriétaires des entreprises médiatiques au Québec, le libéralisme économique serait mis de l'avant selon Gingras :

> la majorité des médias appartiennent à des entreprises privées [...], et ces entreprises ont des intérêts spécifiques à défendre. L'idéologie libérale et pro-capitaliste de ces médias correspond à ces intérêts [...]. Ainsi, bien que les médias n'aient pas comme mission officielle de défendre ou de promouvoir le système économique, ils le font tout de même[28].

Plusieurs propriétaires de médias québécois seraient également de farouches opposants à l'indépendance du Québec. Conrad Black, pour qui « la liberté de la presse était en quelque sorte la liberté des propriétaires »[29], y réagissait avec véhémence et la famille Desmarais, propriétaire de Power Corporation, s'assurait aussi que les éditorialistes de leurs médias prennent clairement position en faveur du fédéralisme[30].

Les médias électroniques

Les médias électroniques (radio et télévision), qui font leur apparition au XXe siècle, seront vraisemblablement eux aussi soumis au même mode de fonctionnement que les médias imprimés, notamment à partir des années 1950, mais surtout à compter des années 1970, lorsque la télévision est devenue, de façon définitive, la première source d'information des citoyens :

> Au moment de l'arrivée de la radio, au début du XXe siècle, les propriétaires de journaux s'activent pour acquérir des permis de diffusion (ainsi, le quotidien *La Presse* sera propriétaire de la première station radiophonique du Québec, CKAC). À l'arrivée de la télévision, un même phénomène d'acquisition a lieu, si bien que le modèle d'affaires des journaux, fondé en bonne partie sur les revenus publicitaires, est transposé à l'exploitation des ondes publiques par des entreprises privées, si on fait exception de la Société Radio-Canada[31].

Or ce modèle basé principalement sur les revenus publicitaires aura le même effet sur le contenu des médias électroniques qu'il a eu sur les

médias imprimés[32]. Il faut toutefois rappeler que les médias électroniques se distinguent par la réglementation gouvernementale à laquelle ils sont soumis. En effet, en voyant la radio comme « un outil de développement socioculturel et éducatif »[33], l'État canadien[34] s'est empressé dès les années 1930 de s'y investir après avoir complètement laissé libre cours au secteur privé. Par exemple, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes peut légiférer quant au renouvellement des licences des stations de radio[35]. Quant à la télévision, « le développement a suivi le chemin inverse de celui emprunté par la radio, en ce sens que la télévision fut au départ un monopole de service public (Radio-Canada/CBC), avant l'introduction des services commerciaux à partir de 1961 »[36]. L'État est donc plus présent dans le monde des médias électroniques que dans celui des médias imprimés, et cela à la fois par la législation fédérale que par la présence de médias de propriété publique (comme la Société Radio-Canada ou Télé-Québec).

Les contenus des médias électroniques diffèrent donc selon leur type de propriété (publique ou privée), les chaînes publiques obéissant à un mandat d'information et de pédagogie envers les citoyens canadiens[37] et constituant souvent la référence en matière de traitement de l'information politique[38]. Le désengagement financier de l'État a toutefois obligé les chaînes publiques à devoir elles aussi faire face à des impératifs commerciaux[39]. Aussi, même les pays qui ont une tradition de télévision publique importante montrent les signes d'un glissement vers un style de couverture politique qui se rapproche de l'« infotainment »[40]. Cette obligation commerciale empêche les télévisions publiques de remplir pleinement leur mandat éducatif en les obligeant à offrir davantage de divertissement[41]. C'est ce qui faisait dire à Florian Sauvageau que « la télévision française de Radio-Canada n'est plus qu'une chaîne commerciale parmi d'autres, qui livre une belle concurrence à sa rivale TVA, mais qui a abdiqué la plupart de ses responsabilités de diffuseur public »[42].

La montée de l'axe gauche/droite

C'est dans un tel contexte que l'on peut assister à un délaissement de l'axe fédéralisme/souverainisme pour un axe gauche/droite de plus en plus présent dans le discours médiatique actuel. Les impératifs commerciaux et les positions éditoriales des grands patrons peuvent expliquer ce changement de paradigme : un discours qui délaisse les questions nationalistes pour miser davantage sur les questions économiques servirait en somme deux types d'intérêts à la fois. Dans cette foulée, on a pu remarquer l'apparition de nouveaux chroniqueurs qui affichent clairement des positions qu'on pourrait camper à droite, soit parce qu'ils prônent un certain néolibéralisme et surtout un anti-syndicalisme, ou encore parce qu'ils ont une

position plus ou moins conservatrice en ce qui a trait aux valeurs. Par exemple, Mario Dumont, ancien chef de l'Action démocratique du Québec, est devenu animateur de la seule émission d'affaires publiques de la chaîne commerciale « V ». Cette chaîne est d'ailleurs fertile à ce propos puisqu'on y retrouve également d'autres chroniqueurs associés à la droite, dont notamment Éric Duhaime, co-fondateur du Réseau Liberté Québec, regroupement libertarien, à l'émission Dumont 360. Ce dernier est également chroniqueur à la station de radio *CHOI* et au *Journal de Montréal*. Ce journal, ainsi que son pendant à Québec, a recruté quelques chroniqueurs qui gravitent autour de certains aspects de la droite, comme Nathalie Elgrably-Lévy, Joseph Facal, Mathieu Bock-Côté et Richard Martineau. On retrouve ce dernier également au réseau de télévision *LCN*. Les autres stations et journaux peuvent quant à eux compter sur des valeurs sûres qui y ont fait leurs armes depuis de nombreuses années, comme par exemple André Arthur et Gilles Proulx à la radio (et brièvement à la télévision), et plusieurs éditorialistes, chroniqueurs à *La Presse* ou animateurs dans différentes stations de radio. À ce titre, on pourrait également parler du phénomène de radio-poubelle qui sévit depuis plusieurs années à Québec et dans quelques régions et qu'on pourrait associer à une frange de la droite. Si bien que la droite devient de plus en plus présente dans l'offre médiatique, même si les journalistes demeurent plutôt neutres dans leurs allégeances, et qu'ils sont souvent perçus comme étant de gauche.

C'est toutefois moins l'allégeance des chroniqueurs que les sujets qu'ils proposent qui aura une influence certaine sur le retour de l'axe gauche/droite dans le discours médiatique. On sait en effet que les médias contribuent à fixer l'ordre du jour politique en hiérarchisant les événements de l'actualité, et en mettant l'accent sur certains enjeux plutôt que d'autres (phénomène d'*agenda-setting*)[43]. Ils opèrent également un « cadrage » de l'information (*framing*) qui fixe le contexte des événements rapportés, mettant en lumière certaines causes ou responsabilités des acteurs politiques. Ils produisent également un effet « d'amorçage », puisqu'ils désignent les critères selon lesquels les politiques et les politiciens seront jugés (effet *priming*)[44].

Une recension des sujets abordés par les principaux journaux québécois lors de la dernière année[45] permet de mieux cerner ce qui occupe l'espace public, après les sports et les nouvelles factuelles. On retrouve ainsi de nombreux articles sur l'importance de s'occuper de la dette (14), suivi de près par la remise en question du gel des frais de scolarité (13). Viennent ensuite plusieurs articles sur la réduction de la taille de l'État (9) et les problèmes du système d'éducation (7). L'anti-syndicalisme arrive en bout de course (4). Il est intéressant de voir que tous ces sujets ne sont pas abordés sous l'angle du nationalisme mais bien sous l'angle gauche/droite. Fait important à ajouter, la période couverte par l'analyse est celle où *Le*

Réseau liberté Québec a annoncé ses couleurs publiquement et que François Legault a commencé à parler de la possible création d'une coalition qui ne miserait pas sur une position souverainiste ou fédéraliste. C'est toutefois moins dans le choix des sujets abordés par le discours médiatique que dans les lettres des lecteurs que cela aura le plus d'impact. En effet, de nombreuses lettres de citoyens ou d'associations (notamment des syndicats) viendront soit décrier les positions et l'importance de la droite, soit encore défendre la pertinence de la gauche. Ils contribueront donc à leur tour à donner de l'importance à cet axe gauche/droite, bien qu'on puisse soupçonner un choix éditorial dans la rétention des lettres publiées.

Conclusion

On a pu constater que le passage progressif d'une presse partisane à une presse commerciale a contribué à banaliser le contenu politique des médias. Les positions politiques n'ont toutefois pas été exclues pour autant et les lignes éditoriales reflètent bien les positions des propriétaires de médias qui veillent ainsi à leurs intérêts. La venue de nouveaux chroniqueurs et animateurs de droite qui se sont ajoutés à ceux déjà présents, et la prépondérance de sujets qui touchent ce type de sensibilités, ont fait en sorte de redonner ses titres de noblesse à un axe gauche/droite qui avait été délaissé par la presse d'opinion. On pourrait d'ailleurs deviser sur la congruence de la venue de nouveaux groupes, tels le Réseau Liberté Québec et la Coalition pour l'avenir du Québec, qui délaissent au même moment l'axe souverainisme/fédéralisme pour celui de l'axe gauche/droite. Quand on connaît l'importance de l'influence des médias sur l'espace public, on serait tenté de croire qu'il y a certainement là un lien. À tout le moins, on peut certainement considérer que la table était mise pour que la droite réussisse son pari de devenir une alternative valable dans l'espace public.

Notes et références

1. Alain Noël et Jean-Philippe Thérien, *La gauche et la droite. Un débat sans frontières*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2010.
2. David Taras, *The Newsmakers : The Media's Influence on Canadian Politics*, Toronto, Nelson, 1990.
3. Marc-François Bernier, *Journalistes au pays de la convergence. Sérénité, malaise et détresse dans la profession*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2008, p. 7.
4. *Ibid.*
5. Marc Raboy, *Les médias québécois : Presse, radio, télévision, inforoute*. 2e édition, Montréal, Gaëtan Morin Éditeur, 2000, p. 3.
6. *Ibid.*
7. *Ibid.*

8. Jean De Bonville, *La presse québécoise de 1884 à 1914. Genèse d'un média de masse*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 1988, p. 49.
9. *Ibid.*, p. 48.
10. André Beaulieu, Jean Hamelin *et al.*, *La presse québécoise. Des origines à nos jours*, tome 2, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 1990.
11. Marc Raboy, *op. cit.*, p. 3.
12. *Ibid.*, p. 4.
13. Marc-François Bernier, *op. cit.*, p. 7-8.
14. Marc Raboy, *op.cit.*, p. 3-4.
15. Jean De Bonville et Gérard Laurence, « Évolution sociodémographique de la presse quotidienne québécoise », *Érudition, humanisme et savoir. Actes du colloque en l'honneur de Jean Hamelin*, sous la direction d'Yves Roby et Nive Voisine, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 1996, p. 363-364.
16. Marc Raboy, *op.cit.*, p. 19.
17. Stuart Hood, « Politics of television », dans Denis McQuail (dir.), *Sociology of Mass Communications,* Harmondsworth, Middlesex, England : Penguin Books Inc., 1975, p. 418.
18. K. Lewin, « Frontiers in group dynamics, II : Channels of group life ; social planning and action research », *Human Relations*, 1947, vol. 1, p. 143-153.
19. Marc Raboy, *op.cit.*, p. 19.
20. *Ibid.*, p. 3-4.
21. Pierre Dandurand, « Crise économique et idéologie nationaliste, le cas du journal *Le Devoir* », *Idéologies au Canada français 1930-1939*, sous la direction de Fernand Dumont, Jean-Paul Montminy et Jean Hamelin, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 1978, p. 41-59.
22. Jean Charron, Jacques Lemieux et Florian Sauvageau (dir.), *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville, Gaëtan Morin Éditeur, 1991, p. XVI.
23. Marc-François Bernier, *op.cit.*, p. 7-8.
24. Marc Raboy, *op.cit.*, p. 9.
25. Anne-Marie Gingras, *Médias et démocratie. Le grand malentendu*, 3e édition revue et augmentée, Québec, Les Presses de l'Université du Québec, 2009, p. 104.
26. *Ibid.*, p. 105 et 109.
27. *Ibid.*, p. 111-114.
28. *Ibid.*, p. 114.
29. *Ibid.*, p. 105.
30. *Ibid.*, p. 105 et 111.
31. Marc-François Bernier, *op.cit.*, p. 10.
32. *Ibid.*, p. 19.
33. Marc Raboy, *op.cit.*, p. 24.
34. Il est à noter que la radiodiffusion est de compétence fédérale.
35. Par exemple, le CRTC ne renouvellera pas en 2004 le permis de diffusion de la station de radio CHOI FM parce que la station a tenu des propos offensants et insultants et ce, même après avoir été mise en probation en 2002.
36. Marc Raboy, *op.cit.*, p. 24.
37. « À titre de radiodiffuseur public du Canada, Radio-Canada offre des services en français et en anglais, et est responsable devant tous les Canadiens. Sa mission est la suivante : présenter aux Canadiens des histoires qui reflètent les

réalités et la diversité de leur pays ; leur présenter l'actualité et les enjeux qui les intéressent ; soutenir les arts et la culture au pays ; jeter des ponts entre les Canadiens, entre les régions et entre les deux communautés linguistiques. [...] Ses services d'information établiront les normes les plus élevées d'excellence, de professionnalisme, de crédibilité et de responsabilité », Société Radio-Canada, *Mission/Vision/Orientation* .

38. David Taras, *Power and Betrayal in the Canadian Media*, Peterborough : Broadview Press, 1999.
39. Marc Raboy, *op. cit.*, p. 25.
40. Albert C. Gunther et Anthony Mughan (dir.), *Democracy and the Media : A Comparative Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000, p. 431.
41. C'est la conclusion à laquelle en était venu un comité d'examen au sujet de la Société Radio-Canada en 1996. Pierre Juneau, Catherine Murray et Peter Herrndorf, *Faire entendre nos voix : Le cinéma et la télévision du Canada au XXIe siècle, Rapport du Comité d'examen des mandats SRC, ONF, Téléfilm*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services du Canada, 1996, p. 72-73.
42. Florian Sauvageau, « Médias et mondialisation : la culture ratatinée », dans *Relations*, no. 642, juillet-août 1998, p. 170.
43. Shanto Iyengar et Donald R. Kinder, *News that Matters : Television and American Opinion*, Chicago, University of Chicago Press, 1987.
44. Ce sont peut-être ces phénomènes qui expliqueraient qu'en octobre 2003, 60 % des Américains, et 80 % de ceux qui regardent Fox News, croyaient au moins à l'une des trois contrevérités largement véhiculées à propos du conflit en Irak, soit qu'on avait découvert des armes de destruction massive en Irak, qu'il existait des preuves d'une alliance entre l'Irak et Al-Qaïda ou encore que l'opinion publique mondiale soutenait l'intervention militaire américaine en Irak. Harold Meyerson, « Fact-Free News », *The Washington Post National Weekly Edition,* 20 octobre 2003.
45. Il s'agit plus précisément de la période de mai 2010 à mai 2011, les journaux analysés étant *Le Devoir, le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* ainsi que le réseau *Cyberpresse* (qui comprend *La Presse, Le Soleil, Le Droit, La Tribune, Le Quotidien,* etc.).