

Simon LAFLAMME, *Contribution à la critique de la persuasion politique*, Québec, Sudbury, Presses de l'Université du Québec et Université Laurentienne, 1987,128 p.

Anne-Marie Gingras

Number 17, Winter 1990

Les nouveaux enjeux du politique

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/040663ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/040663ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Société québécoise de science politique

ISSN

0711-608X (print)

1918-6584 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Gingras, A.-M. (1990). Review of [Simon LAFLAMME, *Contribution à la critique de la persuasion politique*, Québec, Sudbury, Presses de l'Université du Québec et Université Laurentienne, 1987,128 p.] *Politique*, (17), 195-198.  
<https://doi.org/10.7202/040663ar>

Simon LAFLAMME, *Contribution à la critique de la persuasion politique*, Québec, Sudbury, Presses de l'Université du Québec et Université Laurentienne, 1987, 128 p.

L'ouvrage de Simon Laflamme présente une réflexion sur la persuasion politique qui prend pour ancrage les préoccupations traditionnelles du champ d'étude en communication politique, soit la recherche sur les effets des messages. Il n'est cependant pas certain que le modèle théorique de l'auteur, fondé sur la philosophie sartrienne-marxiste, offre un apport pertinent au point de vue socio-politique ou historique, ni que le concept de totalisation, sur lequel s'appuie l'ouvrage, ait une valeur suffisamment explicative pour les quatre histoires de persuasion politique étudiées. Le modèle théorique élaboré par Simon Laflamme s'avère tout de même intéressant puisque la structure de persuasion politique prend en considération la complexité des interactions entre le persuadeur, le destinataire, le message et la problématique politique - contexte idéologique et historique dans lequel s'inscrit la persuasion politique.

Dans *Contribution à la critique de la persuasion politique*, Simon Laflamme présente un modèle théorique visant à comprendre quatre histoires de persuasion: celle du Parti communiste chinois de 1962 à 1969, celle de l'Organisation pour la libération de la Palestine de 1964 à 1974, celle du Parti québécois de 1968 à 1976 et celle de la Conscience noire de 1969 à 1977.

L'auteur procède tout d'abord à un survol des théories les plus récentes en communication. Bien qu'il s'agisse là d'un champ de recherche inter-disciplinaire, nous trouvons dommage qu'il ait négligé dans ce survol à peu près tout ce qui se rapproche, dans la science politique, des communications, comme l'étude de l'opinion publique. Simon Laflamme s'est davantage référé à la psychologie et la cybernétique et ce, même si l'analyse des quatre histoires de persuasion choisies se veut une tentative d'expliquer pourquoi il y a eu modification ou non des opinions publiques dans des situations politiques précises.

La structure de persuasion politique élaborée par l'auteur a le mérite de présenter chacune des composantes du modèle en in-

teraction avec les autres. Pour lui, le message s'inscrit dans une problématique politique et ne peut lui être totalement étranger; il n'est ni détenu par le persuadeur ni détaché du destinataire. «Persuadeur, destinataire, message, problématique politique forment un système remuant où chacun des éléments agit sur tous les autres» (p. 38). C'est d'ailleurs dans la compréhension de ce système que l'auteur voit l'utilité de son ouvrage; la persuasion est un phénomène qui suppose une certaine connivence entre le persuadeur et le destinataire. Le message, bien qu'étant original par rapport à la problématique politique, ne peut être efficace que s'il s'appuie sur l'histoire, la culture et l'idéologie d'une nation.

Ceci dit, les notions de totalisation, détotalisation et intotalisation idéologiques et démographiques utilisées dans ce livre peuvent être plus aisément exprimées par d'autres expressions. La totalisation idéologique, c'est le rapprochement de la conscience du persuadeur et celle du destinataire, soit l'adhésion à une idéologie c'est-à-dire la conviction (ce dernier terme étant même utilisé par l'auteur). La totalisation démographique semble par ailleurs une notion plus difficile à saisir. C'est, selon l'auteur, un «regroupement autour du persuadeur»; la lecture du volume fait comprendre qu'il s'agit de l'action produite par une catégorie de la population et suscitée par le persuadeur, le mot démographique étant utilisé pour qualifier la quantité de personnes se ralliant à la nécessité d'une action. Le rapport idéologie/démographie, tel qu'expliqué par Simon Laflamme concerne la conviction *versus* l'action. N'est-ce pas une manière curieuse d'utiliser le mot démographie?

Dans la même veine, l'auteur prend des libertés qui ne sont pas toujours heureuses avec la langue française. Passe encore qu'on veuille écrire: «Un organisme politique est idéologie et désir de pouvoir» (p. 28). La tolérance s'estompe cependant lorsqu'on lit: «Elle (la conscience collective) agit sur le monde et est agie par lui à travers les actions et les réactions des acteurs sociaux» (p. 119).

Si le modèle de persuasion politique élaboré dans l'ouvrage est réaliste en ce que la dialectique persuadeur/destinataire et le contexte socio-historique sont pris en considération, sa valeur heuristique s'avère cependant discutable. L'auteur fait état, par exem-

ple, du message du Parti québécois entre 1968 et 1976 et il lui attribue en bonne partie le succès électoral de 1976. Mais comment mesurer l'impact réel du message péquiste si les autres facteurs ayant contribué au succès électoral ne sont pas examinés? Comment ne pas voir que la persuasion politique du Parti québécois ne constitue qu'un facteur parmi d'autres ayant influé sur le vote de la population québécoise, ces autres facteurs - le patronage du Parti libéral, la personnalité des leaders péquistes, le parti pris de certains journaux en faveur du PQ, la nécessité d'un contrepoids plus fort face au gouvernement fédéral, etc., - ayant peut-être joué davantage sur le résultat des élections que le message péquiste lui-même.

À l'heure où la recherche en communication politique cherche à comprendre comment les groupes et même les individus changent d'opinion, une analyse qui se veut globalisante, sur les effets des messages péquistes entre 1968 et 1976, en une dizaine de pages seulement, tient davantage de l'essai que de l'explication scientifique.

Le choix de ne pas parler des médias, de ne pas en tenir compte dans son modèle de persuasion politique se comprend aisément, compte tenu du parti pris de l'auteur. Ce dernier explique que les médias n'ont pas de place privilégiée dans son étude parce qu'ils «sont de la société elle-même; ils sont du persuadeur, du destinataire, du message et de la problématique politique» (p. 19). Ce faisant, l'auteur se prive d'un élément qui pourrait enrichir son modèle de persuasion politique. L'analyse qui considère que «tout est dans tout» a parfois une faible valeur explicative.

Enfin, le message politique tel que conçu par Simon Lafamme est fondamentalement globalisant; ainsi son étude porte tout autant sur la transmission des idéologies que sur la persuasion politique. Cependant, un message politique peut être très simple — tout autant qu'il peut s'agir d'un véritable projet de société. Il n'y a pas de doute possible sur le modèle de l'auteur qui s'avère fort peu pertinent dans le premier cas.

*Contribution à la critique de la persuasion politique* présente un modèle qui ne s'écarte pas des préoccupations du champ de recherche de la sociologie politique (et plus spécifiquement de la

communication politique): comment persuader, dans quelles circonstances, quels sont les effets de la communication, etc. Pourtant l'apport théorique du modèle de Simon Laflamme se limite plutôt à la philosophie politique.

*Anne-Marie Gingras*  
Commission canadienne  
des droits de la personne