



## La presse quotidienne et la campagne électorale de 1981

Jean Crête

Le gouvernement du parti Québécois

Volume 25, numéro 1, 1984

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/056073ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/056073ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département de sociologie, Faculté des sciences sociales, Université Laval

ISSN

0034-1282 (imprimé)

1705-6225 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cette note

Crête, J. (1984). La presse quotidienne et la campagne électorale de 1981. *Recherches sociographiques*, 25(1), 103–114. <https://doi.org/10.7202/056073ar>

Résumé de l'article

La théorie démocratique fait une large place à l'information. Elle veut, en effet, qu'un public bien informé des enjeux et des candidats à une élection soit en meilleure position pour effectuer des décisions rationnelles. De nos jours, le public québécois reçoit sans doute plus d'informations que jamais auparavant et la masse de ces informations lui vient des médias. Cette croissance de la place des médias a eu des répercussions importantes sur l'étude des élections et des processus démocratiques en général. Un des courants les plus vivants d'études en communication et en analyse des politiques porte sur le rôle de la presse comme agent déterminant l'ordre du jour politique, c'est-à-dire ce dont les gouvernants et les gouvernés discuteront.

L'hypothèse centrale prédit que les sujets sur lesquels les médias mettent l'accent seront ceux qui retiendront finalement l'attention du public. Les résultats d'études empiriques tendent à confirmer cette hypothèse. (KRAUS et DAVIS, 1976.) Il devient donc important d'étudier ce dont les médias nous entretiennent. On peut penser que ce rôle des médias est particulièrement important au moment où le citoyen doit prendre une décision immédiate, comme lors d'un référendum ou d'une élection. C'est d'ailleurs par les médias que les partis politiques tentent de faire connaître leur programme politique mais, comme une étude empirique de la campagne électorale de 1973 l'a bien montré, il y a une bonne différence entre les thèmes sur lesquels la presse met l'accent et ceux que les programmes des partis privilégient. (LATOUCHE, 1977: 12, tableau 5.) Il est bien possible cependant que ce soient les politiciens eux-mêmes qui centrent l'attention sur certains aspects de leur programme et que les médias ne soient que les relais de cette information. Quel que soit le rôle des médias dans la production de l'information, ce qui nous intéressera ici, c'est ce qu'ils diffusent.

## LA PRESSE QUOTIDIENNE ET LA CAMPAGNE ÉLECTORALE DE 1981

La théorie démocratique fait une large place à l'information. Elle veut, en effet, qu'un public bien informé des enjeux et des candidats à une élection soit en meilleure position pour effectuer des décisions rationnelles. De nos jours, le public québécois reçoit sans doute plus d'informations que jamais auparavant et la masse de ces informations lui vient des médias. Cette croissance de la place des médias a eu des répercussions importantes sur l'étude des élections et des processus démocratiques en général. Un des courants les plus vivants d'études en communication et en analyse des politiques porte sur le rôle de la presse comme agent déterminant l'ordre du jour politique, c'est-à-dire ce dont les gouvernants et les gouvernés discuteront.

L'hypothèse centrale prédit que les sujets sur lesquels les médias mettent l'accent seront ceux qui retiendront finalement l'attention du public. Les résultats d'études empiriques tendent à confirmer cette hypothèse. (KRAUS et DAVIS, 1976.) Il devient donc important d'étudier ce dont les médias nous entretiennent. On peut penser que ce rôle des médias est particulièrement important au moment où le citoyen doit prendre une décision immédiate, comme lors d'un référendum ou d'une élection. C'est d'ailleurs par les médias que les partis politiques tentent de faire connaître leur programme politique mais, comme une étude empirique de la campagne électorale de 1973 l'a bien montré, il y a une bonne différence entre les thèmes sur lesquels la presse met l'accent et ceux que les programmes des partis privilégient. (LATOUCHE, 1977 : 12, tableau 5.) Il est bien possible cependant que ce soient les politiciens eux-mêmes qui centrent l'attention sur certains aspects de leur programme et que les médias ne soient que les relais de cette information. Quel que soit le rôle des médias dans la production de l'information, ce qui nous intéressera ici, c'est ce qu'ils diffusent.

### *Méthode et corpus*

Les données utilisées sont tirées d'une analyse de contenu des quotidiens québécois lors de la campagne électorale de 1981. La plupart des quotidiens ont publié vingt-sept numéros entre le 13 mars et le 13 avril, période de la campagne

électorale. Dans le cas du *Devoir* cependant, nous n'avons que vingt numéros car ce journal a temporairement cessé de paraître pour cause de grève. Le *Journal de Montréal*, publiant sept jours par semaine, aurait dû compter trente-deux numéros, mais ceux du 4 et du 5 avril n'ont pas été recensés ; le même problème de cueillette s'est produit pour le quotidien anglophone *The Gazette*, mais pour les 12 et 13 avril, soit les deux derniers jours de la campagne. Nos statistiques tiennent compte de ces données manquantes. Au total, deux cent soixante-quatre numéros de quotidiens ont été dépouillés.

Pour calculer la superficie totale d'un journal, les cahiers publicitaires, les suppléments illustrés de toutes sortes, bref tout ce qui n'est pas identifié comme cahier régulier d'un journal a été rejeté. Nous avons relevé systématiquement tous les articles traitant de la campagne électorale, y compris les éditoriaux, lettres des lecteurs, caricatures et photos. Chaque article a été coté sur un certain nombre d'attributs par un codificateur et les difficultés de classification ont été résolues par discussion d'équipe.<sup>1</sup> Les codificateurs travaillaient dans une même salle de lecture, ce qui a favorisé l'homogénéisation de l'interprétation des critères de classification et ainsi assuré un fort degré de fidélité de l'instrument.

#### A) *L'importance de la campagne électorale*

Du 13 mars au 13 avril 1981, la presse québécoise a consacré en moyenne près de 10% de son espace à la campagne électorale. Ce qui retient d'abord l'attention, c'est le peu de variation autour de cette grande moyenne. La variation est encore plus réduite si on regroupe les quotidiens selon qu'ils sont publiés à Montréal et Québec ou dans les centres régionaux. Les journaux de la métropole et de la capitale ont consacré en moyenne 11% de leur superficie totale à la campagne, contre 8% pour les quotidiens des régions. Cette relative uniformité dans la proportion de l'espace consacré à la campagne électorale se traduit par un nombre de pages variable selon la taille du journal. (Tableau 1.)

Il y a probablement peu d'événements qui retiennent autant l'attention de la presse pendant autant de temps qu'une campagne électorale. Celle de 1981 ne suscitait, semble-t-il, d'intérêt nulle part. (DESJARDINS, 1982 : 12.) Les journaux, qui voient habituellement leurs ventes grimper en période électorale, n'auraient enregistré aucune hausse significative de tirage. (BERNARD et DESCÔTEAUX, 1981 : 83.) Rien ne nous laisse donc croire que la place de l'élection dans les quotidiens ait été exceptionnellement grande en 1981.

Dans une étude de la presse lors de la stimulante campagne de 1973, Gérard LAURENCE (1973) a calculé que *La Presse* et *Le Soleil* avaient consacré en moyenne à la campagne, respectivement 3 et 2.75 pages par jour. En 1981, nos données indiquent que les moyennes pour ces deux quotidiens étaient de 4.3 et 4.4 pages. C'est une différence considérable ; sur vingt-sept numéros, *Le Soleil*

---

1. L'équipe de codification était composée de Pauline Côté, Mario Fréchette, Michel Fortin, et René Vézina agissait comme chef d'équipe.

TABLEAU 1

*Importance de la campagne électorale dans  
la presse quotidienne du Québec, 1981.*

JOURNAL	PART CONSACRÉE À LA CAMPAGNE	
	Pages ( $\bar{x}$ )	Espace (%)
<i>Le Soleil</i> .....	4,5	10,6
<i>La Presse</i> .....	4,3	10,6
<i>Journal de Montréal</i> (tabloïd) .....	4,6	12,1
<i>Journal de Québec</i> (tabloïd) .....	3,4	11,9
<i>The Gazette</i> .....	2,9	12,6
<i>Le Devoir</i> .....	2,2	9,0
<i>Le Nouvelliste</i> .....	2,4	8,5
<i>La Tribune</i> .....	2,5	7,5
<i>La Voix de l'Est</i> .....	2,2	7,0
<i>Le Quotidien</i> .....	1,8	8,5
MOYENNE .....		9,9

consacrait 75 pages à la campagne en 1973, mais 120 en 1981, alors que, pour les mêmes périodes, *La Presse* passe de 80 à 116 pages. Il semble donc que la quantité d'informations transmises aux lecteurs de ces quotidiens soit de plus en plus grande, quel que soit le caractère, stimulant ou non, de l'élection.

### B) *La place des enjeux*

Un des grands débats dans les études électorales porte sur la place des enjeux dans la décision de voter pour un parti ou l'autre ou même de s'abstenir. Dans la mesure où les électeurs votent, non pas par partisanerie ou pour la personne, mais bien plutôt à partir des positions des candidats sur les enjeux, l'information véhiculée sur ces enjeux est de première importance. La première condition à remplir pour que l'on puisse parler de vote sur les enjeux, c'est que les électeurs en connaissent l'existence. D'où la question : quelle place les quotidiens ont-ils accordée aux enjeux politiques dans cette campagne électorale ?

Pour répondre à cette question, les thèmes traitant des politiques ont été classifiés en quatre grandes catégories : économie, social, culturel, politique. Plusieurs thèmes peuvent avoir été notés pour un même article et chaque article ne traite pas nécessairement de politiques gouvernementales ; certains traitent de la stratégie des partis, des mises en candidature, de réglementation électorale, et ainsi de suite.

Comme l'indique le tableau 2, le thème qui revient le plus souvent, selon notre grille de classification, c'est la stratégie des partis. On entend par là tout ce qui a trait aux plans de campagne, à l'organisation, au *marketing*, à

TABLEAU 2

*Thèmes traités dans la presse quotidienne,  
campagne électorale de 1981.*  
(en pourcentages)

THÈME	ARTICLES *
<i>Politiques des partis :</i>	
Économie .....	28.4
Social .....	10.8
Culturel .....	13.0
Politique .....	12.9
<i>Autres :</i>	
Stratégie des partis .....	30.6
Processus électoral .....	12.8
Attaques .....	14.5
Divers .....	12.1
Sondages .....	4.0

\* Le total n'égale pas 100% car un même article peut contenir plus d'une mention.

l'itinéraire des chefs, etc. La catégorie « processus électoral » réfère à la réglementation électorale, comme le financement des partis et des candidats, les listes électorales, ainsi qu'aux mises en candidature, assemblées d'investiture, biographies des candidats et autres informations de ce type. Les « attaques » regroupent ces charges que les politiciens mènent à l'endroit de leurs adversaires, les invectives qu'ils s'échangent.<sup>2</sup> La catégorie « divers » contient principalement des anecdotes — « léché par un bœuf » — les références à l'appui que reçoit un candidat d'une tierce partie et quelques rares références à des politiques non incluses dans nos catégories.

Au total, au cours de la campagne, on a parlé un peu moins de politiques gouvernementales (5 279 mentions) que de stratégies, d'invectives et de thèmes divers, que l'on retrouve sous la catégorie « autres » au tableau 2 (5 960 mentions). Les quotidiens véhiculent une grande quantité d'informations sur les politiques mais cette information est diluée dans une masse encore plus impressionnante d'informations d'un autre ordre.

Quelle que soit la quantité globale d'informations produites ou relayées par la presse, il est raisonnable de penser que plus un thème recevra l'attention de celle-ci plus il aura de chance de se retrouver à l'agenda politique. De plus, parmi les enjeux à l'ordre du jour, on sait qu'il n'y en a vraiment que quelques-uns, s'il y en a, qui atteignent une fraction importante de la population électorale. Ces enjeux, nous pouvons, à la suite de CARMINES et STIMSON (1980),

2. BERNARD et DESCÔTEAUX (1981) donnent un très bon aperçu des échanges entre les chefs. Ce discours n'est pas exclusif aux chefs.

les qualifier de faciles pour les électeurs, par contraste avec les enjeux difficiles. Les enjeux faciles sont ceux qui sont enracinés dans le passé, si bien qu'ils commandent des réponses viscérales; l'évaluation que l'électeur porte sur eux n'est pas très sophistiquée d'un point de vue conceptuel et devrait être également distribuée dans la population. Trois attributs caractérisent plus spécifiquement ces enjeux faciles: 1. ils sont plutôt symboliques que techniques; 2. ils concernent davantage les fins que les moyens concurrents proposés pour atteindre un but quelconque; 3. ces enjeux doivent avoir été à l'ordre du jour politique depuis un bon moment si on veut qu'ils aient été diffusés dans toutes les couches de la population. Les enjeux difficiles ont les caractéristiques inverses et, par conséquent, ne seront considérés que par les électeurs les plus informés.

On ne peut, par la seule analyse de contenu de la presse, déterminer quelles perceptions les électeurs ont eues des enjeux. Cependant, à partir de ce qui a été avancé ci-dessus, on peut déduire quelques hypothèses plausibles. D'abord, nous avons constaté au tableau 2 que la discussion des politiques gouvernementales, réalisées ou promises, est loin d'occuper tout l'espace électoral des quotidiens. En fait, les politiques comptent pour moins de la moitié des mentions relevées dans le *corpus*. Cependant, si on ne considère que les mentions de politiques gouvernementales, on constate que 43.7% de celles-ci portent sur l'économie. Non seulement la presse a-t-elle accordé beaucoup d'importance aux questions économiques, mais on sait que c'est un thème qui a été à l'ordre du jour depuis longtemps et que les électeurs québécois, du moins collectivement, sont très sensibles aux variations de l'économie. (CRÊTE et SIMARD.) Plusieurs conditions semblaient donc réunies pour que nous puissions faire l'hypothèse que l'élection de 1981 se soit déroulée autour d'un thème central. Une analyse plus détaillée du contenu de la presse nous incite plutôt à faire le diagnostic inverse.

En effet, si on examine la distribution des mentions entre les thèmes (tableau 3), on constate qu'il n'y avait pas un thème vraiment dominant lors de cette campagne, du moins telle qu'elle fut véhiculée par la presse. Pour sûr, les thèmes économiques ont reçu collectivement plus d'attention que les autres. Mais outre que les questions économiques soient dans notre société toujours présentes lors d'une élection — même une élection « référendaire » comme celle de 1973 leur faisait une certaine place (PINARD et HAMILTON, 1977 : 237-238) — ce qui importe ici, c'est qu'aucun thème n'ait dominé, ni qu'un ensemble de thèmes n'ait été regroupé dans la presse sous un concept parapluie symbolique (« socialisme », « indépendance », « corruption », « écologie », etc.). L'enjeu facile par excellence au Québec, la question constitutionnelle, bien qu'il soit mentionné souvent (12.7% des mentions), n'a pas reçu en 1981 une attention telle que l'on puisse parler d'une mise en priorité sur l'ordre du jour des médias, comme ce fut le cas en 1973. Lors de cette élection, le rapport de l'importance du thème « économie » sur « constitution » était de 1.2 alors qu'il était de 3.4 en 1981.<sup>3</sup>

---

3. Les données de 1973 sont compilées à partir de LATOUCHE, 1977 : tableau 6.

TABLEAU 3

*Thèmes spécifiques des politiques des partis traités  
dans la presse quotidienne,  
campagne électorale de 1981.  
(en pourcentages)*

THÈME	ARTICLES
<i>Économie :</i>	
— en général .....	13.3
— inflation .....	0.2
— emploi et chômage .....	3.2
— fiscalité .....	3.2
— dépenses gouvernementales .....	5.6
— développement régional .....	3.2
— agriculture .....	4.9
— énergie .....	2.1
— transports .....	4.5
— divers .....	3.5
SOUS-TOTAL .....	43.7
<i>Social :</i>	
— en général .....	4.2
— famille .....	2.5
— santé .....	1.9
— logement .....	2.8
— paiements de transfert .....	1.0
— relations de travail .....	4.2
SOUS-TOTAL .....	16.6
<i>Culture :</i>	
— arts, patrimoine .....	2.3
— langue .....	5.2
— éducation .....	5.1
— condition féminine .....	2.7
— droits et libertés .....	2.1
— communications .....	0.3
— environnement .....	2.1
SOUS-TOTAL .....	19.8
<i>Politique :</i>	
— en général .....	3.9
— constitution .....	12.7
— rôle de l'État .....	3.3
SOUS-TOTAL .....	19.9
TOTAL .....	100.0 (N = 5 279)

On ne saurait déduire d'une analyse de contenu de la presse ce sur quoi les électeurs ont fondé leur choix lors d'une élection ; on peut dire cependant que, si un enjeu (au sens d'une politique) a cristallisé le vote en 1981, on ne retrouve pas ce phénomène dans la presse quotidienne durant la période électorale. La presse aurait plutôt traité, comme c'est normalement le cas, de sujets difficiles pour la masse des électeurs. Étant donné les actions du gouvernement du Parti québécois durant la période de son second mandat, il n'est pas étonnant de constater que les thèmes spécifiques dont la presse avait davantage traité sont, dans le domaine économique : les dépenses gouvernementales ; dans le domaine social : les relations de travail ; dans la sphère culturelle : la langue et l'éducation ; et, dans le domaine dit politique : la constitution.

### C) *Le débat entre les partis*

Depuis la première étude systématique de la presse quotidienne québécoise, commanditée par l'Union canadienne des journalistes de langue française à l'issue de la campagne électorale de 1966, nous avons des statistiques sur l'importance relative accordée à chaque parti politique lors des élections générales québécoises. Nos données pour 1981 révèlent que le Parti québécois a eu droit à 41.3% des mentions, alors que le Parti libéral en a récolté 36.8%. Cette différence dans le traitement accordé au parti gouvernemental et au principal parti d'opposition n'est pas nouvelle. Le tableau 4 présente, pour chaque élection tenue depuis 1966, une comparaison de l'importance relative accordée à chaque parti par la presse quotidienne. Malgré la diversité des échantillons et des indicateurs utilisés dans ces études, on constate que, presque toujours, le parti politique qui termine un mandat gouvernemental fait plus parler de lui dans les quotidiens que le parti d'opposition le plus susceptible de former le prochain gouvernement. Une seule exception à cette règle : l'élection de 1973. Il s'agissait, on s'en souviendra, d'une campagne électorale où le projet de souveraineté politique du Québec, mis de l'avant par le Parti québécois, avait été fortement débattu.

Le fait que le parti gouvernemental soit davantage l'objet des articles de presse s'explique sans doute par l'obligation qui lui est faite de rendre compte de son mandat. Son avantage lui viendrait aussi du nombre de personnes qui sont susceptibles de faire la nouvelle d'une façon ou d'une autre. Le tableau 5 présente la distribution des mentions des acteurs pour chaque parti. Essentiellement, un acteur est celui dont on rapporte les paroles ou agissements ; il s'agit de la personne ou organisation qui, par ses gestes ou discours, crée la nouvelle ou suscite le commentaire. Les acteurs sont regroupés en quatre catégories : les chefs, les vedettes, les candidats et l'organisation. Les chefs, ce sont René Lévesque pour le P.Q., Claude Ryan pour le P.L.Q., Roch Lasalle pour l'U.N. Les vedettes sont les personnalités autres que les chefs ; souvent, dans le cas du parti ministériel, ce sont des ministres, que l'on retrouve en campagne hors de leur circonscription. Le candidat faisant campagne dans sa circonscription ou qui est, à l'extérieur de celle-ci, simplement présenté comme candidat, constitue la troisième catégorie. Enfin, le parti présenté comme organisation, ensemble de



TABLEAU 4

*Importance accordée aux partis par la presse quotidienne,  
campagnes électorales, 1966-1981.*

PARTI	ANNÉE				
	1966	1970	1973	1976	1981
P.L.Q. ....	43.32*	28.0	33.8*	43.0*	36.8
U.N. ....	35.15	36.8*	14.9	14.9	18.1
P.Q. ....	—	22.2	38.7	28.7	41.3*
Autres ....	21.53	13.0	12.6	13.6	4.6
TOTAL ....	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

SOURCES : 1966 : BOURASSA et DÉPATIE (1966), tableau 1 ;  
1970 : LAMOTHE et DESJARDINS (1976), tableau 1 ;  
1973 : LAURENCE (1973), tableau 1 ;  
1976 : BERNARD (1976), tableau 27 ;  
1981 : données inédites (voir le texte).

\* Parti formant le gouvernement sortant.

militants, personnel de la permanence du parti, bénévoles, bref la machine électorale, est identifié comme quatrième catégorie d'acteurs.

L'uniformité interpartisane des distributions des mentions selon la catégorie d'acteurs est plutôt remarquable. L'organisation de chaque parti compte pour environ le cinquième des mentions et les candidats pour environ le tiers ; le reste est partagé entre les vedettes et le chef. L'Union nationale n'avait pour ainsi dire pas de vedette autre que son chef ; il ne faut donc pas se surprendre outre mesure de la concentration des mentions autour du chef. Le cas du Parti libéral est plus surprenant. On se serait attendu à ce que la différence entre ce parti et le P.Q. soit moins considérable. On peut toujours dire que le parti gouvernemental a plus de chances d'avoir des personnalités connues — les ministres — que les partis d'opposition mais, dans ce cas-ci, le P.L.Q. comptait aussi nombre de personnes connues comme d'anciens ministres ou les critiques officiels de l'opposition. Deux autres facteurs sont venus, à notre avis, renforcer ce biais du Parti libéral lorsque comparé au P.Q. Il s'agit d'abord du rôle plus important que joue le chef au P.L.Q. qu'au P.Q. (voir : BERNARD et DESCÔTEAUX : 120), ce qui, par la force des choses, tend à mettre le chef encore plus à l'avant-scène chez les libéraux que chez les péquistes. De plus, et c'est le deuxième facteur, la stratégie électorale du P.Q. mettait davantage l'accent sur l'équipe et laissait le chef dans l'ombre : « René Lévesque ne se cache pas mais ne s'expose pas trop », écrivent Bernard et Descôteaux dans leur chronique de la campagne. Non seulement le chef libéral occupe-t-il une place relativement plus importante, mais il réussit encore à être plus souvent mentionné dans la presse quotidienne que le chef du gouvernement. (Tableau 6.) Le slogan « l'équipe Lévesque » se retrouve bien dans la distribution des mentions des vedettes entre

TABLEAU 5

*Mentions faites aux acteurs, selon le parti,  
par la presse quotidienne, campagne électorale de 1981.*  
(en pourcentages)

CATÉGORIE D'ACTEURS	PARTI			
	P.Q.	P.L.Q.	U.N.	Autres
Chef .....	28.7	35.1	40.3	16.0
Vedettes .....	16.9	8.4	1.3	1.2
Candidats .....	33.5	35.1	35.8	59.6
Organisation .....	20.8	21.4	22.6	23.2
TOTAL .....	99.9	100.0	100.0	100.0
(N) .....	(4 726)	(4 207)	(2 067)	(432)

TABLEAU 6

*Mentions faites aux partis, selon la catégorie d'acteurs,  
par la presse quotidienne, campagne électorale de 1981.*  
(en pourcentages)

PARTI	CATÉGORIE D'ACTEURS			
	Chef	Vedettes	Candidats	Organisation
P.Q. ....	36.3	67.7	39.0	40.1
P.L.Q. ....	39.6	29.7	36.4	36.7
U.N. ....	22.3	2.2	18.2	19.1
Autres .....	1.8	0.4	6.4	4.1
TOTAL .....	100.0	100.0	100.0	100.0

les partis (tableau 6, colonne 2). Si on peut toujours faire l'hypothèse que les médias font une plus large place aux personnes déjà connues comme les ministres et les députés sortant, on peut plus difficilement utiliser la même variable — la notoriété — pour expliquer que l'organisation du Parti québécois réussisse à attirer davantage l'attention que celle du Parti libéral. La différence entre les deux partis sur ce point n'est pas très grande mais, ce qui est significatif, c'est qu'elle soit du mauvais signe. En effet, lors de l'élection de 1981 comme lors du référendum ou encore plus lors des élections partielles tenues depuis l'accession de Claude Ryan à la direction du P.L.Q., ce parti accordait, semblait-il, une beaucoup plus grande importance aux travailleurs d'élections, au pointage des électeurs et à une foule d'activités susceptibles d'alimenter la chronique électorale. De plus, on pouvait penser que les péquistes, après avoir perdu le référendum, seraient moins dynamiques et

moins présents. L'explication de cette discordance entre l'importance attendue pour les organisations partisans et leur importance observée dans la presse est peut-être à chercher dans les structures mêmes des partis et dans leurs stratégies de communication. Le Parti québécois étant un peu plus décentralisé que le Parti libéral, il offre plus de sources possibles de nouvelles et, d'autre part, il avait peut-être une volonté plus arrêtée d'alimenter de façon régulière les médias d'information de toutes sortes.

#### D) *Les titres*

Les titres revêtent une importance particulière dans la presse parce que c'est ce qui retient d'abord l'attention du lecteur. Celui-ci lira normalement un plus grand nombre de titres que d'articles. Aussi, il n'est pas étonnant que les analystes de la presse aient toujours traité séparément les titres, d'autant plus que, dans l'organisation du travail journalistique, la confection du titre relève non du journaliste lui-même mais du pupitre.

Des 8 144 articles recensés, 3 218 étaient coiffés d'un titre relié à un parti politique spécifique. Chacun de ces titres a été coté selon son caractère favorable, défavorable ou neutre. Les titres favorables sont ceux qui dégagent une impression positive, qui donnent un crédit, qui rapportent une citation avantageuse, qui dégagent une position de force ou qui mettent en valeur une manœuvre habile. Au contraire, le titre est qualifié de défavorable lorsqu'on y retrouve une idée de discrédit, une position de faiblesse, une connotation négative, une citation désavantageuse ou une image négative du parti ou du candidat identifié à un parti.

Le tableau 7 présente d'abord la distribution des titres entre les partis. Encore une fois, le parti ministériel est plus souvent l'objet des titres que son principal adversaire, mais moins souvent que l'ensemble de l'opposition. Connaissant l'importance relative des partis en terme électoral, on constate ensuite que, moins un parti est important en terme de votes, moins fait-il l'objet des titres et plus ces titres sont-ils neutres. (Tableau 7, plan B.) Si tous les partis cherchent à attirer l'attention, ce qu'ils souhaitent par-dessus tout c'est de paraître sous un jour favorable. En 1981, le Parti québécois y a mieux réussi que le Parti libéral, ce qui reflète sans doute le déroulement de la campagne elle-même. Ce qui différencie le P.L.Q. du P.Q., ce n'est pas tant que les titres le présentent de façon plus défavorable (plan B, rangée 3), c'est qu'ils ne le présentent pas aussi souvent de façon favorable. En somme, le parti gouvernemental réussit à capter plus de la moitié des titres favorables (plan C, rangée 1).

\*

\*            \*

La théorie démocratique normative veut que les citoyens votent à partir d'une évaluation des promesses des candidats et de la valeur de ces candidats. Dans nos sociétés, les informations sur les lignes d'action proposées par les

TABLEAU 7

*Titres des articles, selon les partis,  
dans la presse quotidienne, campagne électorale de 1981.  
(en pourcentages)*

TITRES	PARTI				TOTAL
	P.Q.	P.L.Q.	U.N.	Autres	
A) Répartition .....	44.5	37.1	15.2	3.2	100.0
B) Orientation :					
Favorable .....	28.5	17.8	17.6	6.9	
Neutre .....	52.4	59.8	67.4	78.2	
Défavorable .....	19.1	22.4	15.0	14.9	
TOTAL .....	100.0	100.0	100.0	100.0	
C) Répartition selon l'orientation :					
Favorable .....	57.3	29.8	12.0	1.0	100.0
Neutre .....	40.1	38.1	17.6	4.2	100.0
Défavorable .....	43.4	42.2	11.7	2.4	100.0

partis et sur les personnes qui se présentent aux élections sont véhiculées par les médias. Comme nous l'avons montré, ceux-ci font une très large place aux informations électorales. Les études en communication nous enseignent cependant que, pour être retenu par le public, un objet de politique doit avoir été traité de façon fort importante par les médias. En 1981, deux thèmes présentent au premier abord cette caractéristique : la question constitutionnelle et le domaine économique. Dans le premier cas, on a noté que, même si les médias en ont relativement beaucoup parlé, c'était trois fois moins qu'en 1973, année où l'élection avait porté sur la souveraineté du Québec. Dans l'ordre du jour des médias, l'indépendance n'était plus en priorité en 1981. L'ensemble des questions économiques a occupé une large place dans les journaux, mais cet amalgame est trompeur car aucun courant ne traversait ces thèmes économiques, aucun symbole ne venait organiser le débat et potentiellement cristalliser l'opinion. Dans le domaine économique, ce sont des thèmes spécifiques, portant sur les moyens des politiques plutôt que sur les fins qui occupaient la place. La sociologie électorale a déjà montré que ces thèmes ont peu de chances d'influer sur le public électeur en général. Paradoxalement, les citoyens qui lisent ces informations sont les électeurs déjà les mieux informés. L'analyse de contenu des quotidiens lors de la campagne de 1981 nous suggère de conclure qu'il n'y a pas eu d'enjeux centraux, en termes de politiques gouvernementales, lors de cette élection.

Comme lors des élections précédentes, la presse quotidienne a accordé plus d'importance au parti gouvernemental qu'aux partis d'opposition. Ce qui caractérise le traitement fait au Parti québécois c'est la place que les vedettes y

ont occupée. On a suggéré que ce phénomène pouvait s'expliquer par le nombre plus élevé de vedettes dans un parti gouvernemental, par les structures du Parti québécois, qui favorisent davantage les sources autres que le chef, et enfin par la stratégie électorale de ce parti, qui visait à faire valoir une équipe plutôt que le chef. Au total, le Parti québécois semble l'emporter sur son plus proche concurrent, le Parti libéral, non pas parce que ce dernier a une image négative dans la presse quotidienne, mais bien plutôt parce que le Parti québécois réussit plus souvent à paraître sous un jour favorable.

Jean CRÊTE

*Département de science politique,  
Université Laval.*

#### RÉFÉRENCES

- BERNARD, André, *Québec : élections 1976*, Montréal, Hurtubise HMH, 1976.
- BERNARD, André et Bernard DESCÔTEAUX, *Québec : élections 1981*, Montréal, Hurtubise HMH, 1981.
- BOURASSA, Guy et Francine DÉPATIE, *La presse et les élections du 5 juin*, Montréal, Cahiers de Cité libre, 1966.
- CARMINES, Edward G. et James A. STIMSON, « The two faces of issue voting », *American Political Science Review*, LXXIV, 1, 1980 : 78-91.
- CRÊTE, Jean et Johanne SIMARD, « Conjoncture économique et élections : une étude des élections au Québec », dans : J. CRÊTE (dir.), *Le comportement électoral au Québec*, Chicoutimi, Gaëtan Morin, (à paraître).
- DESJARDINS, Jean-Luc, « Une couverture sous le signe de l'improvisation », *Le « 30 »*, V, 8, 1981 : 12-15.
- KRAUS, Sidney et Dennis DAVIS, *The Effects of Mass Communication on Political Behavior*, University Park, Pennsylvania State University Press, 1976.
- LACHAPPELLE, Guy et Jean NOISEUX, « La presse quotidienne », dans : *Québec : un pays incertain*, Montréal, Québec/Amérique, 1981 : 135-155.
- LAMOTHE, Pierre et Jean DESJARDINS, « Les quotidiens montréalais et l'élection d'avril 1970 : analyse de contenu », dans : Daniel LATOUCHE, Guy LORD et Jean-Guy VAILLANCOURT (dir.), *Le processus électoral au Québec*, Montréal, Hurtubise HMH, 1976 : 111-125.
- LATOUCHE, Daniel, « Le traitement de l'information en période électorale. I. Le contenu de l'information », *Communication et information*, II, 1, 1977 : 1-30.
- LAURENCE, Gérard, « Le comportement du *Soleil* et de *La Presse* pendant la campagne d'octobre : semblables quant au contenant... différents quant au contenu », *Le Soleil*, 17 novembre 1973.
- PINARD, Maurice et Richard HAMILTON, « The Independence Issue and the Polarization of the Electorate: The 1973 Quebec Election », *Revue canadienne de science politique*, X, 2, 1977 : 215-259.