Document généré le 6 juin 2025 00:27

Recherches sociographiques

Denis MONIÈRE, *Votez pour moi. Une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*

Jacque De Guise

Volume 42, numéro 3, 2001

URI : https://id.erudit.org/iderudit/057477ar
DOI : https://doi.org/10.7202/057477ar

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 ce compte rendu

De Guise, J. (2001). Compte rendu de [Denis MONIÈRE, *Votez pour moi. Une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*]. *Recherches sociographiques*, *42*(3), 589–591. https://doi.org/10.7202/057477ar

Tous droits réservés © Recherches sociographiques, Université Laval, 2001

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Denis MONIÈRE, *Votez pour moi. Une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*, Montréal, Fides, 1998, 246 p.

L'ouvrage du professeur Monière analyse les messages des campagnes politiques diffusées à la télévision québécoise francophone, de 1960 à 1994. Il présente également deux campagnes référendaires, celle de 1992, sur l'entente de Charlottetown, et celle de 1995, sur la souveraineté du Québec. Au total, le corpus est constitué de quelque 400 messages, issus « de sources disparates allant des archives personnelles au témoignage des professionnels qui ont conçu ces diverses campagnes » (p. 19). Cependant plusieurs des messages diffusés ne font pas partie de l'analyse parce que, contrairement au PQ qui a accepté de collaborer à cette recherche, les libéraux du Québec se sont montrés moins coopératifs et n'ont pas fourni à l'auteur tous les messages qu'il aurait voulu avoir. Ces absences ont certes des incidences sur la description de certaines campagnes mais n'affectent pas à mon avis la qualité de l'ensemble de l'ouvrage. Pour une raison que j'ignore, l'auteur n'a pas analysé la campagne référendaire de 1980.

L'ouvrage est divisé en cinq parties. Les quatre premières décrivent les campagnes de chacune des quatre décennies de 1960, 1970, 1980 et 1990 alors que la cinquième porte sur les campagnes référendaires de 1992 (Charlottetown) et de 1995 (sur la souveraineté du Québec). Cette cinquième partie comporte aussi un chapitre sur ce que l'auteur appelle « les effets de la publicité électorale ».

Le livre du professeur Monière, avant tout à saveur historique, s'attache d'abord à raconter, à décrire plus qu'à expliquer les campagnes, leur évolution ou leurs effets. La description n'est pas identique pour toutes les périodes et pour toutes les campagnes ; elle n'a pas non plus la même envergure. Elle porte le plus souvent sur le nombre et la longueur des messages, sur les stratégies de diffusion, et surtout sur leur contenu.

L'analyse de contenu comme telle identifie (souvent) les porte-parole et surtout décrit ce que l'auteur appelle « la structure du discours ». Celle-ci est donnée par la répartition des contenus dans sept « composantes », soit le pourcentage des éléments consacrés 1) à la description de la situation, 2) à la définition des objectifs, 3) à la « présentation de soi », 4) à la critique de l'adversaire, 5) au bilan des réalisations, 6) au slogan et 7) à une catégorie résiduaire appelée « inclassables ». Le plus souvent, les pubs des différents partis sont comparées selon le pourcentage de contenu qui appartient à ces diverses catégories. On aura deviné qu'il s'agit uniquement de l'analyse du discours oral et non des images, même si quelques fois l'auteur fait allusion à certains aspects visuels des publicités.

Pour la campagne de 1989, l'auteur s'adonne à l'analyse lexicographique, ce qui lui permet de compter les mots (les noms, les adjectifs, les adverbes, les prépositions...) et d'identifier ceux qui sont le plus fréquemment utilisés et de comparer sous cet aspect la campagne péquiste à la campagne libérale.

Enfin, l'avant-dernier chapitre livre les résultats d'une expérience intéressante faite avec quelque 100 répondants divisés en groupes de 5 à 10 personnes, à qui on projette onze messages référendaires, du OUI et du NON. On demande aux

répondants d'indiquer l'appréciation qu'ils font de ces messages au fur et à mesure qu'ils les reçoivent. Les réponses sont entrées dans un ordinateur, qui produit des graphiques d'appréciation des messages par les partisans du OUI et ceux du NON. On constate évidemment que les appréciations sont fonction de l'attitude politique des répondants. Ce chapitre est intitulé, à mon avis naïvement, « Les effets de la publicité électorale » ; en fait, il s'agit uniquement de l'évaluation à court terme des messages et non de leurs effets ni cognitifs, ni affectifs, ni comportementaux.

L'ouvrage du professeur Monière me semble fait avec sérieux, minutie et impartialité. Il véhicule beaucoup d'informations mais j'ai personnellement trouvé difficile d'en tirer des idées ou des conclusions générales. Je crois comprendre qu'il s'agit d'un travail d'historien qui raconte des faits et souvent les dissèque, mais dans le but de fournir des matériaux bruts à des analystes éventuels plus que de proposer lui-même cette analyse. Ainsi les campagnes sont groupées en décennies alors qu'on aurait aimé les voir groupées en diverses phases, qui ne correspondraient pas forcément à dix ans. Elles auraient pu être présentées dans une trajectoire d'évolution quelconque, reliées à un climat ou à une situation politiques, donnés par une hypothèse de travail. Certes, on est en présence d'un certain type d'analyse mais les faits sont présentés les uns à la suite des autres, sans être reliés par un fil conducteur. Ce n'est pas, comme le prétend le titre, « une histoire politique du Québec moderne (à travers la publicité électorale) ». C'est nettement et seulement des analyses de campagnes télévisées.

La méthode d'analyse n'est pas scientifiquement justifiée. Les différents indicateurs qui servent à l'analyse de contenu ne sont pas reliés à des concepts ou à des théories et n'ont souvent pas d'autre signification que leur propre valeur. Beaucoup de tableaux, par exemple, donnent la répartition du contenu des messages selon leur structure. Les structures des messages des différents partis ne sont évidemment pas les mêmes, ce qui montre que « les partis ont adopté des stratégies de communication différentes » (p. 123). Il eût été intéressant de savoir pourquoi, de savoir si ces différences sont dues au hasard ou à des positions idéologiques ou conceptions scientifiques différentes de la communication politique. L'auteur ne commente pas non plus les succès et les échecs de ces diverses stratégies.

Le fait que l'analyse des messages télévisuels fasse peu de place aux aspects visuels est aussi une faiblesse, qu'il ne faut pas exagérer toutefois parce que, finalement, les messages politiques dont il s'agit sont principalement des messages parlés. L'analyse lexicographique, la fréquence des mots, ont certes de l'intérêt mais laissent le lecteur quelque peu songeur.

Cela ne veut pas dire que l'ouvrage est sans valeur. Au contraire, c'est très certainement le seul à colliger autant d'informations précises sur les façons de faire des élections à la télévision québécoise francophone. Il constituera vraisemblablement

une mine de renseignements pour les lecteurs intéressés par cette question et surtout pour les futurs chercheurs.

Jacques DE GUISE

Département d'information et de communication,
Université Laval.

Yvan LAMONDE et Claude CORBO (dirs), *Le rouge et le bleu. Une anthologie de la pensée politique au Québec de la Conquête à la Révolution tranquille*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 1999, 576 p. (Corpus.)

Ce volume est le premier d'une collection destinée à rendre disponibles les grands textes ayant marqué la société québécoise. Un deuxième, consacré à l'éducation, vient d'ailleurs de paraître. Dans le cas présent, Yvan Lamonde et Claude Corbo ont rassemblé 79 textes reflétant deux siècles de vie et de pensée politiques au Québec. Après une introduction d'une quinzaine de pages expliquant les critères ayant présidé à la sélection, les éditeurs ont présenté chaque écrit au moyen d'un bref paragraphe et ils ont terminé l'ouvrage avec une courte bibliographie donnant les titres d'autres anthologies et ouvrages de référence.

Les textes retenus sont de nature et de taille très diverses, allant du simple manifeste de quelques paragraphes jusqu'à l'essai de plusieurs dizaines de pages. L'essentiel est d'offrir les « textes parmi les plus significatifs et les plus représentatifs de la pensée politique au Québec entre 1760 et 1960 » (p. 9). Et par « politique », il faut comprendre « toutes les questions importantes auxquelles le peuple québécois a été confronté » (p. 13). L'acception est donc large.

Par ailleurs, le public visé étant non seulement les universitaires, mais aussi les cégépiens et toutes les personnes intéressées par la vie politique québécoise (p. 10), les présentateurs ont cru bon moderniser la langue des écrits anciens et corriger les fautes et les coquilles (p. 23). Le tout est d'une présentation tout à fait abordable. Sans doute aurait-il été pertinent d'annoter certains passages afin, par exemple, d'identifier tel individu ou de préciser la nature de tel événement. Mais la lecture du livre ne souffre pas trop de cette lacune.

Les textes proviennent de diverses sources : 21 sont tirés de recueils antérieurs ou d'ouvrages historiques ; 10 sortent de fonds d'archives et de collections de documents (mandements, débats parlementaires, etc.) ; 10 autres sont des extraits de livres ; et 38 sont des articles de journaux et de revues, ou encore des textes de brochures. Un important travail de repérage a donc été accompli.

L'organisation du livre suit un découpage chronologique en sept parties : 1760-1791, « Les nouveaux sujets de Sa Majesté » (5 textes) 1791-1840, « De l'Acte constitutionnel à l'Acte d'Union » (15 textes) ; 1840-1867, « Le Canada-Uni » (11 textes) ; 1867-1896, « De la confédération au gouvernement Laurier » (9 textes) ;