
Guylaine MARTEL (2018), *Incarner la politique*

Québec, Presses de l'Université Laval

Jacques Rivet



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communication/11968>

DOI : [10.4000/communication.11968](https://doi.org/10.4000/communication.11968)

ISBN : 978-2-921383-92-9

ISSN : 1920-7344

Éditeur

Université Laval

Référence électronique

Jacques Rivet, « Guylaine MARTEL (2018), *Incarner la politique* », *Communication* [En ligne], vol. 37/1 | 2020, mis en ligne le 11 mai 2020, consulté le 20 juillet 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communication/11968> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communication.11968>

Ce document a été généré automatiquement le 20 juillet 2020.



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Guylaine MARTEL (2018), *Incarner la politique*

Québec, Presses de l'Université Laval

Jacques Rivet

RÉFÉRENCE

Guylaine MARTEL (2018), *Incarner la politique*, Québec, Presses de l'Université Laval

- 1 Une vision globale s'impose à la fin de la lecture de cet ouvrage : il s'agit pour l'auteure d'utiliser des concepts du modèle de la communication interpersonnelle pour expliquer et comprendre des situations politiques rencontrées dans une actualité plus au moins récente. Guylaine Martel relève le défi d'incarner l'action de la personnalité politique aussi bien que celui d'incarner des concepts en communication publique. Sa démarche est remarquablement pédagogique. Mais celle-ci charrie une vision qui place la figure politique et la personne journaliste sur un pied d'égalité en tant qu'interlocutrices au sein de leur confrontation. C'est une interprétation basée sur une approche interpersonnelle de vis-à-vis qu'interroge volontiers la pratique du journalisme du point de vue sociologique.
- 2 En quatre chapitres, l'étude se distingue d'une analyse de science politique en ayant pour objet central « l'individu en tant qu'il se projette dans un ethos de politicien, c'est-à-dire dans le rôle professionnel de celui qui en fait sa pratique » (p. 4). De nombreuses références théoriques servent à cerner l'image médiatique et à expliquer comment le public et les personnalités politiques la construisent ensemble à l'aide des médias. On peut en déduire que cette image est la forme du message public et la porte d'entrée vers la signification de son contenu politique. L'auteure fait appel à Erving Goffman et le cite à propos de la communication interpersonnelle, laquelle est « l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives lorsqu'ils sont en présence physique immédiate les uns avec les autres » (p. 15). Tout le contenu de l'ouvrage est marqué par cette approche interpersonnelle et illustré par de nombreux cas de

pratique professionnelle en communication publique, lesquels font l'objet d'une explication analytique.

- 3 À ce sujet, un cas de pratique de 2014 fait la démonstration de cette approche interpersonnelle et interactionnelle. Il s'agit de l'entretien entre la journaliste Anne-Marie Dussault (*24 heures en 60 minutes*, chaîne RDI du réseau Société de Radio-Canada) et Nathalie Normandeau, personnalité politique appartenant au Parti libéral du Québec¹. Cet exemple, précise Martel, reproduit « une interaction en face à face, réciproque et simultanée, au profit des téléspectateurs » (p. 18). Sans aucun doute, telle est la situation apparente. Mais, dans une perspective sociologique, nous sommes en présence d'une animatrice qui juge une politicienne mise sur la sellette lors d'une commission d'enquête. Cette journaliste s'autorise immédiatement de mettre en doute le témoignage de la veille de la personnalité politique, se comportant comme une sorte d'avocate de la poursuite devant un quelconque tribunal imaginaire de l'opinion publique.
- 4 Revoyons partiellement l'exemple :

Anne-Marie Dussault : Témoignage attendu à la commission Charbonneau hier.
Pourquoi devrait-on vous croire ? [NDLR : les italiques sont de l'auteure.]
 Nathalie Normandeau : Bien parce que je dis la vérité. [...]
- 5 La journaliste-vedette a pour devoir professionnel d'inciter la personnalité politique à rendre des comptes de ses agissements au public. Elle représente l'autorité citoyenne devant laquelle cette personnalité doit le faire. L'interprétation du sens égalitaire de ce face-à-face qui repose sur le modèle de Goffman ne tient pas compte de la responsabilité civique qu'a la journaliste d'exercer ce devoir au nom de l'intérêt public et en vertu du droit du public à l'information. L'usage analytique de ce modèle rend évidente la dissimulation du rapport différentiel de statut communicationnel entre les deux interlocutrices, et ce, même si la charge verbale de la première peut être habilement contrée par la dextérité discursive de la seconde.
- 6 Par ailleurs, l'usage pertinent du modèle interpersonnel et interactionnel de Goffman dont s'inspire fréquemment l'auteure est démontré avec bonheur lorsqu'il s'agit de cas de figuration de personnalités politiques dans la pratique de la communication publique. L'égalité de statut communicationnel des interlocutrices et des interlocuteurs les soumet à un égal défi de construction positive de l'image publique d'elles-mêmes et d'eux-mêmes ainsi que de leurs activités. Un cas expliqué est exemplaire à ce propos. Il s'agit d'un entretien sur le ton de la confidence entre l'animatrice Christiane Charette et l'ex-premier ministre du Québec Bernard Landry² (*Christiane Charette en direct*, Télé-Québec, 2001). L'animatrice attaque le comportement rationnel légendaire de la personnalité politique dans ses interventions publiques en lui proposant, dans son émission, « de parler de désir, de plaisir, de souhaits personnels ». Bernard Landry s'exécute : il a une vie privée « assez intéressante ». Il révèle qu'il a des petits-enfants. Et de lui demander tout de go : « En avez-vous ? » Son image publique de femme encore jeune vient d'être remise en question puisqu'elle réplique vertement qu'elle n'a pas « l'âge d'avoir des petits-enfants ». Puis elle ajoute : « Monsieur Landry, bravo vive la galanterie... [...] ». Martel y voit une « animatrice [qui] décroche de son rôle professionnel » (p. 111). Possiblement, mais derrière ce « décrochage » se joue un affrontement égalitaire d'image médiatique privée entre l'animatrice et la personnalité politique.

- 7 Car la réflexion sur l'image médiatique est au cœur de l'ouvrage de Martel, qu'il s'agisse des interrogatoires journalistiques comme des débats électoraux de leaders où « l'image, comme le sens, est le résultat d'une performance entre l'acteur et son public » (p. 31). Cette image, qu'elle soit médiatique ou publique, est axiomatiquement interprétée comme servant à la personnalité politique pour être reconnue dans son rôle. « En communication publique, l'image entretient un lien étroit avec la notion d'*ethos* emprunté à la tradition rhétorique » (p. 35), stipule l'auteure. En effet, en s'inspirant d'Aristote, on peut dire que le *logos* appartient à la rationalité, le *pathos* à l'émotivité et l'*ethos* à la « persuasivité ». À ce propos, le concept d'*ethos* et les deux autres doivent toujours être employés pour appréhender une situation de discours. Tel est le cas dans la question suivante : « À partir de quelles représentations construisent-ils [les politiciens] un *ethos* de politicien crédible ? » (p. 36). Mais qu'en est-il dans le titre de la section suivante : « L'information : une négociation tendue entre *ethos* politique et *ethos* journalistique » (p. 102) ? Ne s'agit-il pas d'éthique plutôt que d'*ethos* ? De plus, parler de « l'*ethos* de leader » (p. 69) au lieu de « l'*ethos* du discours de leader » peut rendre involontairement l'expression analogue à « l'éthique de leader ». L'*ethos* n'est pas une valeur propre à un leader. C'est une aptitude rhétorique du degré de « persuasivité » d'un discours, laquelle repose sur la crédibilité d'un leader.
- 8 L'infodivertissement est expliqué à l'aide d'exemples fort pertinents d'émissions de télévision connues comme *Tout le monde en parle*. Il est démontré que l'information et le divertissement sont compatibles. Martel utilise le modèle quaternaire de Frédérick Bastien (2013) pour l'illustrer à propos de sept présences médiatiques de Pauline Marois³, entre 2012 et 2014. Et la démonstration se poursuit concernant les émissions hybrides : « Les émissions qui empruntent des composantes à l'une et à l'autre dimensions [information – divertissement] convergent vers le centre du modèle de Bastien » (p. 92). L'auteure pose alors une « question qui tue » (p. 98) : les politiciens ont-ils plus de facilité à manœuvrer dans les émissions d'infodivertissement ou dans celles d'information ? Elle explique que l'infodivertissement exige une double compétence à communiquer de leur part. Ils doivent faire valoir leur compétence professionnelle de manière crédible et leur aptitude à exprimer naturellement leur spontanéité et leur adaptabilité.
- 9 La spontanéité des personnalités politiques manifestée dans la communication publique, aujourd'hui, permet à l'auteure d'avancer une théorie politique à dimension sociologique assez originale qu'on pourrait appeler « la familiarisation de la politique ». Elle s'énonce comme suit : « [Le] déplacement du parti vers la personne, puis de la personne publique vers la personne privée, se manifeste d'abord et avant tout dans la manière de communiquer des politiciens, [...] et d'adapter leur discours pour témoigner de leur sincérité et de leur authenticité » (p. 115). En somme, plus les citoyens s'éloigneraient de la politique, plus les politiciens se rapprocheraient des citoyens par leur discours. Il allait de soi que l'auteure aborde à la fin de son ouvrage la construction de l'image *people*. Elle décrit donc les trois principales stratégies de *peopolisation* suivantes, adoptées par les politiciens : leur fréquentation des célébrités artistiques, leur recrutement de candidats-vedettes, leur apparition dans des productions médiatiques.
- 10 Guylaine Martel conclut son ouvrage par ces mots : « Incarner la politique consiste à construire une relation propre à engager des citoyens à collaborer au sens du message politique, à participer à une culture politique commune » (p. 143).

BIBLIOGRAPHIE

BASTIEN, Frédéric (2013), *Tout le monde en regarde !*, Québec, Presses de l'Université Laval.

NOTES

1. Nathalie Normandeau a été vice-première ministre du Québec de 2007 à 2011 dans le gouvernement du Québec dirigé par Jean Charest. Le mercredi 18 juin 2014, elle a témoigné devant la Commission d'enquête sur l'octroi et la gestion des contrats dans l'industrie de la construction au Québec (2011-2015), comme l'a rapporté Radio-Canada : « L'ex-ministre libérale Nathalie Normandeau a témoigné mercredi devant la Commission Charbonneau. Elle s'est défendue d'avoir échangé des faveurs contre du financement pour le Parti libéral, mais elle reconnaît que les firmes de génie ont contribué largement dans la caisse électorale de sa circonscription. »
2. Bernard Landry est devenu chef du Parti québécois et 28^e premier ministre du Québec en 2001. Défait lors des élections de 2003, il a démissionné de ses fonctions de chef du parti, de chef de l'opposition officielle et de député deux ans plus tard, en 2005.
3. Pauline Marois est devenue première ministre du Québec en septembre 2012 à la tête d'un gouvernement minoritaire. Elle a assumé cette fonction jusqu'à la défaite de son gouvernement aux élections québécoises d'avril 2014.

AUTEURS

JACQUES RIVET

Jacques Rivet est professeur au Département d'information et communication, Université Laval.
Courriel : Jacques.Rivet@com.ulaval.ca