

Chapitre 2. Cadre théorique : le cadrage, le genre et la réception immédiate

Notre recherche s'inscrit à la frontière de plusieurs disciplines scientifiques, dont la communication publique, les *gender studies*, la science politique et la psychologie sociale. Le cadrage étant une théorie commune à ces disciplines d'après Borah (2011), nous soutenons que l'utilisation d'un vocabulaire commun et de principes partagés par ces communautés rend la thèse plus accessible aux chercheurs.

Des chercheurs en communication publique pourraient se demander pourquoi ne pas avoir choisi la théorie des représentations sociales (Moscovici, 1961), très courante dans ce champ disciplinaire. Nous pensons que l'opérationnalisation des processus issus des théories du cadrage est plus simple à réaliser que celle des représentations sociales. En effet, l'opérationnalisation du concept de cadrage (et ses dérivés) s'appuie sur le repérage des cadres, c'est-à-dire des éléments tangibles des textes (mots, images, ton, stéréotypes, etc.) orientant la lecture du récepteur. Les représentations sociales s'appuient plutôt sur les attitudes, les informations, le champ des représentations et leurs significations issues des discours, selon Lalancette (2009). Ces éléments sont beaucoup plus abstraits et demandent une analyse plus large et davantage qualitative. Ces visions et compréhensions de la couverture médiatique sont très différentes et impliquent deux méthodes d'analyse : la première est plutôt quantitative ou mixte et l'autre, plutôt qualitative. Puisque notre thèse a pour objectif d'identifier le niveau de genrisation des discours médiatiques sur les politicien(ne)s, nous préférons le concept de cadrage à celui de représentations.

2.1 Les concepts du cadrage et des cadres

Bien que les théories du cadrage soient multidisciplinaires, il n'en reste pas moins que le cadrage est loin d'être défini uniformément par la communauté des chercheurs, particulièrement en communication politique. En effet, le cadrage est parfois vu comme un processus prenant racine dans les luttes de pouvoir menant à la domination symbolique d'une idéologie (Solomon, 1992; Entman, 1993; Klandermans et Goslinga, 1996; Benford et Snow,

2000; Gitlin, 2003) et parfois comme un processus mental de construction du sens basé sur les heuristiques et les cadres influençant les schémas d'interprétation ou le processus décisionnel des individus (Kahneman et Tversky, 1984; Iyengar, 1991; Nelson et ses collaborateurs, 1997; Cappella et Jamieson, 1997; Price, Tewksbury et Powers, 1997). Les théories du cadrage sont nombreuses et s'inscrivent sous différentes traditions épistémologiques et méthodologiques, divers champs de recherches et plusieurs disciplines. Cette diversité s'expliquerait, selon Valkenburg, Semetko et de Vreese (1999), par la grande quantité de recherches sur le cadrage. Ils ajoutent que : « social scientists from a variety of disciplines have attempted to define the concept of framing, some by focusing on how news is presented, and others by focusing on how news is comprehended » (Valkenburg, Semetko et de Vreese, 1999 : 550). Cette conclusion est aussi présente dans les travaux de de Vreese et Lecheler (2012), qui avancent qu'un des problèmes des recherches sur le cadrage est que le positionnement théorique (et les définitions conceptuelles qui en découlent) est souvent adapté à l'étude réalisée (2012 : 294). Ce manque de récurrence et de cohérence dans les études semble donc être la source des nombreuses directions prises par le cadrage.

Néanmoins, les chercheurs s'intéressant au cadrage s'entendent majoritairement sur une chose : les médias proposeraient, par la mise en relief d'éléments textuels, visuels et sonores, une définition ou une vision d'un phénomène. Chong et Druckman (2007b) énoncent clairement le point de départ de toutes les recherches sur le cadrage : « the major premise of framing theory is that an issue can be viewed from a variety of perspectives and be construed as having implications for multiple values or considerations » (Chong et Druckman, 2007b : 104). En ce sens, les journalistes pourraient, par le choix des mots, le choix des photos ou le ton de leurs nouvelles, faire la promotion d'un point de vue sur un des éléments des nouvelles médiatiques. Cela pourrait alors ultimement influencer la vision et la compréhension du citoyen qui consomme ces informations.

Qu'est-ce alors que le cadrage? L'une des définitions les plus répandues dans la littérature est celle d'Entman (1993) qui pose que :

to frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem

definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described (1993 : 52).

Cette vision du cadrage illustre que le choix des mots et des expressions peut pointer vers une vision précise de l'objet présenté. Ainsi, « cadrer » (*to frame*) réfère au processus de choix réalisé (volontairement ou non) par l'appareil médiatique pour décrire un objet, un événement et une personne suivant certains descriptifs clés. Dans cette optique, le cadrage sera perçu comme un processus de définition de sens qui, selon Borah (2011), peut s'intéresser à deux éléments : les schémas de définition du sens intrapersonnels et les schémas de définition du sens sociologiquement et culturellement construits. Les études sur les schémas et réseaux (*networks*) de pensée, de compréhension, de réception, d'interprétation et d'influence des cadres sur les individus se rapprochent de la psychologie, alors que celles visant à identifier les cadres dominant l'espace public, une description d'une réalité, une analyse culturelle ou historique des cadres, ou encore des effets sur les mouvements sociaux s'inscriront dans une approche sociologique.

En ce sens, nous nous inscrivons davantage dans la lignée des études psychologiques sur la réception et la cognition réalisées par les individus à partir des cadres médiatiques, car ces deux éléments constituent le cœur de notre questionnement sur les réactions des citoyens aux cadrages genrés des leaders politiques. Dans cette vision, les cadres seront alors vus comme un stimulus pouvant influencer les pensées des récepteurs. Scheufele et Tewksbury (2007) résument l'approche psychologique en expliquant que les scientifiques tentent de comprendre : « how different presentations of essentially identical decision-making scenarios influence people's choices and their evaluation of the various options presented to them » (2007 : 11). Plus précisément, les recherches psychologiques du cadrage cherchent à identifier l'influence, les effets ou encore la corrélation entre les cadres médiatiques présentés dans les médias et les processus mentaux menant à la prise de décision ou encore à la perception de la réalité décrite à travers les cadres. Comme le pose Winter (2008), le principe derrière ces recherches est simple : « framing is a important political strategy because frames affect the public's understanding and evaluation of issues » (2008 : 22). Ainsi, l'un des postulats de cette tradition de recherche met en lumière le fait que les cadres influencent la compréhension et l'évaluation d'un enjeu, d'un événement ou encore d'une personne. Ils sont

alors perçus comme des outils stratégiques importants et sont souvent décrits dans ces recherches comme le produit de plusieurs luttes.

Par contre, les recherches s'inscrivant dans l'approche psychologique ne se penchent pas sur les processus de construction de ces discours. En effet, comme les étapes de construction des cadres médiatiques relèvent des rapports de force entre divers types d'acteurs sociaux (politiques, médiatiques, citoyens, etc.), les recherches s'y intéressant sont liées à l'approche sociologique du cadrage. Elles suivent donc les principes théoriques des études des mouvements sociaux (par exemple : Klandermans, B. et Goslinga, S., 1996; Brown, 1997; Benford et Snow, 2000), des études critiques du pouvoir et de la propagande (notamment Entman, 1993 et 2004 ; Gitlin, 2003) ou des études ethnographiques ou critiques du monde journalistique (entre autres, Tuchman, 1978). En raison de notre question de recherche portant sur la réception et le traitement de cadres médiatiques, nous ne détaillerons pas ici l'approche sociologique du cadrage⁵.

2.1.1 Définir les cadres

Qu'est-ce qu'un cadre? Pour Reese (2003), les cadres sont des éléments partagés socialement. Cette auteure avance aussi que : « frames [...] work symbolically to meaningfully structure the social world » (2003 : 11). Entman et Matthes (2009) poursuivent dans cette lignée et proposent que :

A frame repeatedly invokes the same objects and traits, using identical or synonymous words and symbols in a series of similar communications that are concentrated in time. These frames function to promote an interpretation of a problematic situation or actor and (implicit or explicit) support of a desirable response, often along with a moral judgment that provides an emotional charge (2009 : 177).

Cette définition implique que le cadre est un élément porteur de sens que l'on peut identifier dans les textes. Il pointe alors dans une direction précise et vise à orienter la compréhension de ceux qui y sont exposés. Cela est précisé dans les travaux politiques de Winter (2008), qui avance que :

⁵ Pour plus de renseignements sur les approches du cadrage, lire Borah (2011) ainsi que Lemarier-Saulnier (2016).

frames lend structure to political issues. From the mass of undifferentiated facts, perspective, another consideration that might plausibly relate to any political issue, an issue frame constructs a narrative with actors, a plot and a structure. In this process some considerations are put on center stage [...] (2008 : 22).

Le cadre sert alors à « encadrer » la structure narrative des textes médiatiques, notamment en définissant les rôles, les interactions, les comportements ou alors les normes utiles pour comprendre et interpréter les nouvelles.

Par contre, la distinction entre cadre et cadrage reste confuse dans la littérature. Pour Vliegenhart et van Zoonen (2011), le contenu des nouvelles peut être défini comme « cadre », alors que le processus de construction des nouvelles et celui de leurs interprétations sont perçus comme « cadrage » (2011 : 102). Plus précisément, les cadres peuvent prendre plusieurs formes : ton, mots, expressions ou images. Tankard (2001) propose sur ce point une liste de onze mécanismes, pouvant être associés à des cadres : « 1. Headlines, 2. Subheads, 3. Photographs, 4. Photo captions, 5. Leads, 6. Selection of Source or Affiliation, 7. Selection of quotes, 8. Pull quotes, 9. Logos, 10. Statistics, charts, and graphs, 11. Concluding statements or paragraphs of articles » (2001 : 101). Pour l'auteur, ces mécanismes de cadrage, donc des cadres, peuvent être des éléments du texte, mais également des éléments en périphérie du texte. Ainsi, les images, le titre et les sous-titres, les graphiques ou les tableaux peuvent aussi servir à orienter la lecture du récepteur. Gamson et Modigliani (1989) proposent également divers éléments pouvant constituer un cadre :

The five framing devices are (1) metaphors (2) exemplars (i.e., historical examples from which lessons are drawn) (3) catchphrases (4) depictions, and (5) visual images (e.g. icons). The three reasoning devices are (1) roots (i.e., a causal analysis) (2) consequences (i.e. a particular type of effects), and (3) appeals to principle (i.e., a set of moral claims) (1989 : 3-4).

Pour ces auteurs, les cadres incluent alors des raisonnements possibles. Ainsi, un cadre pourrait être une idée ou un raisonnement orientant explicitement la lecture du récepteur. La notion de récit (*narrative*) présente dans les travaux de Rhee (1997) irait dans ce sens, dans la mesure où la structure de narration du texte peut faire office de cadre dans certaines situations. Par ailleurs, ces éléments ne permettent pas de reconnaître la présence de mots ou de raisonnements qui orientent la lecture des nouvelles médiatiques des autres mots qui ne l'orientent pas. Pour répondre à ce point, nous devons nous tourner vers Entman (2004), qui

avance que « the words and images that make up the frame can be distinguished from the rest of the news by their capacity to stimulate support or opposition to the sides in a political conflict » (2004 : 6). Ainsi, les éléments du texte consistant en des cadres seraient porteurs de valeurs ou d'éléments culturels, ce qui les rendrait faciles à identifier dans un texte.

Nous retenons donc de ces définitions que les cadres sont des éléments proposant un guide d'interprétation aux récepteurs des textes médiatiques. Ces cadres peuvent être issus du texte médiatique en soi, donc des mots, des expressions, des phrases, des stéréotypes, ou encore des éléments en périphérie du texte, comme les images, le titre et les sous-titres, les graphiques, les tableaux. Nous postulons que, à l'instar des événements présentés dans les nouvelles, les élus, et plus particulièrement les chef(fe)s de partis politiques, voient leur image médiatique orientée et construite par des médias. Comme le pose alors Devitt (2002), par le choix des mots, des images, des stéréotypes, les médias mettent de l'avant une vision du politicien basée sur des traits de personnalité précis. Par contre, à l'instar de Langer (2010), nous retenons que les politiciens participent à cette coconstruction en privilégiant aussi certains éléments dans leurs communications (vie privée, enjeux, dossiers) qui sont ensuite repris par les journalistes.

Lors de notre discussion sur la médiation des chef(fe)s, nous avons établi que les leaders voient leurs cadres fortement influencés par les différences basées sur leur sexe. Pour nous, cela résulte d'une socialisation qui est également genrée.

2.2 Les théories du genre

Notre problématisation pose que le milieu politique est dominé par la masculinité, tant dans sa couverture médiatique que dans la pratique quotidienne des acteurs politiques. Ceci s'explique par la présence de normes et de comportements qui s'inscrivent dans une tradition masculine, découlant de l'univers du combat, encore aujourd'hui associé à la masculinité (Fee, 1981; Gidengil et Everitt, 2003; Courcy et ses collaborateurs, 2006; Rogers, 2008; Coulomb-Gully, 2009a et b).

Pour appréhender ces différences, deux approches théoriques sont majoritairement utilisées dans la littérature : les études de genre (*gender studies*) et les études féministes. Ces deux courants théoriques s'inscrivent dans deux approches épistémologiques différentes, soit le postpositivisme pour les *gender studies*, et les approches critiques pour les études féministes. Coulomb-Gully (2009b) rappelle que le courant des *gender studies* est né aux États-Unis en opposition avec la dimension militante des études féministes omniprésente en Europe. Elle soutient que « Gabrielle Griffin et Rosi Braidotti (2002 : 4) rappellent que le terrain et l'empirisme constituent des postulats majeurs des études de genre où l'expérience est considérée comme la meilleure source de la connaissance, comme de toute théorisation » (2009b : 139). Ce courant, sans renier l'apport des études féministes, qui ont été les premières à concevoir le genre en dehors du sexe, propose de mesurer et de tester les étapes du processus du genre. Par son souci empirique et majoritairement quantitatif, ce courant est aussi très présent dans la littérature anglophone. Notre recherche s'inscrit dans cette tradition empirique des études de genre.

Les études électorales et la recherche sur le comportement politique recensent les différences sur la base du sexe biologiques des répondants aux enquêtes électorales, ce que l'on nomme le *gender gap*. Cette approche permet de présenter les comportements comme des différences sexuées, la plupart du temps, fixes et naturalisées soit dans les discours culturels, soit les études scientifiques elles-mêmes. Ces recherches veulent déterminer les écarts possibles entre les hommes et les femmes lors du vote (par exemple : Githens, Norris et Lovenduski, 1994), des écarts en fonction de l'idéologie politique (Gidengil et ses collaborateurs, 2003), des comportements politiques (Gidengil, Giles et Thomas, 2008; Stolle et Gidengil, 2010). Ces études posent donc les hommes et les femmes comme deux catégories distinctes, collaborant à la naturalisation de leur opposition (Julliard et Quemener, 2014). Ce *gender gap* devrait, selon nous, davantage être nommé *sex gap*, puisqu'il mesure explicitement les différences entre les hommes et les femmes, et ce, en attribuant à l'ensemble des femmes (et des hommes) des comportements, des attitudes et des croyances liés à une seule féminité, souvent très traditionnelle. Les chercheurs de ce courant n'expliquent donc que rarement les résultats ou données montrant des différences possibles entre les individus du même sexe, éléments qu'ils nommeront les données marginales.

La théorie du genre offre quant à elle plus de nuances. Harding pose que

Once we begin to theorize gender – to define gender as an analytic category within which humans think about and organize their social activity rather than as a natural consequence of sex difference, or even merely as a social variable assigned to individual people in different ways from culture to culture – we can begin to appreciate the extent to which gender meanings have suffused our belief systems, institutions, and even such apparent gender-free phenomena as our architecture and urban planning (1986 : 17).

Dans ce premier raisonnement, Harding (1986) met en lumière un des éléments au cœur du principe du genre : le genre est un processus social, variant d'une culture à l'autre et permettant de comprendre les délimitations des univers genrés (soit la féminité et la masculinité) d'abord et avant tout comme des construits. Dans sa définition, la chercheuse permet aussi de souligner que le genre n'inclut pas uniquement des faits biologiques, mais qu'il implique aussi de réfléchir sur les comportements et les normes comme des éléments appris par l'individu. En d'autres mots, le genre est donc une sorte de schéma interprétatif issu de la socialisation et de la culture, qui permet aux individus de juger, de comprendre et d'organiser leur pensée (Winter, 2008). Cette notion de culture est également reprise par Forbes (2002), qui soutient que

Gender is both a set of social (organizational) practices and a system of cultural meanings. [...] Gender is something we think, something we do, and something we make accountable to others. [...] Gender is not just located at the level of interactional and institutional behaviour (the gender we do), but at the level of deep and transpsychic symbolic structures (the gender we think) (2002 : 271).

Le genre est alors perçu comme un processus constituant les rapports sociaux. Il sera vu comme un construit social dépassant les données purement biologiques du sexe par l'attribution d'une série de valeurs, de croyances, d'attitudes et de comportements à l'ensemble d'un groupe donné sur la base de la féminité ou de la masculinité.

Pour Bereni et ses collaborateurs (2008), le genre peut être perçu comme « un rapport social hiérarchique divisant l'humanité en deux moitiés inégales. Le genre définit ainsi les sexes, qu'on ne saurait plus considérer comme une réalité physique indépendante de nos pratiques sociales » (2008 : 36). Cette notion de hiérarchie entre les comportements masculins (associés au sexe fort) et les comportements dits féminins (associés au sexe faible) est un des

éléments centraux de leur conception, notamment en raison de leur posture critique. Bien que cette vision du genre soit intéressante, nous ne mobilisons pas d'approche critique dans le cadre de cette recherche pour deux raisons : 1) la thèse ne vise pas à dénoncer des rapports de force précis ou d'oppressions d'une tranche de la population ; 2) nous souhaitons plutôt comprendre comment les principes genrés fonctionnent et s'articulent dans le cas des leaders politiques. Notre contribution dépasse donc la dénonciation de l'absence des femmes en politique et vise plutôt à comprendre le rôle joué par le genre dans la médiation politique et dans les perceptions que se font les citoyens du monde politique et de ses acteurs et actrices.

Par ailleurs, le genre se distingue de la notion de sexe en acceptant différentes identités genrées sous la forme d'un continuum (Butler, 2012). O'Heron et Orlofsky définissent les identités genrées ainsi « gender identity refers not only to an individual's sense of self as a man or a woman but also to his or her global sense of masculinity or femininity. Gender adequacy pertains to an individual's self-judgment of his or her adequacy as a boy or girl, man or woman » (1990 : 134). Dans cette définition, il est notamment question de l'adéquation entre les notions d'homme et de femme et celles de masculinité et féminité. Ainsi, le genre permet, comme une grammaire de sens, de comprendre les liens entre les sexes et les identités genrées. Scott explique que

le "genre" incita à bousculer la poussée de la biologie en ouvrant chaque facette de l'identité sexuée à l'interrogation, y compris la question de savoir si mâle/femelle, masculin/féminin était le contraste invoqué. Riley nous rappelle que l'insistance sur la fixité de cette opposition (portant sur la "vérité" essentielle de la différence sexuelle) est elle-même le produit d'une certaine histoire et non pas une histoire à considérer comme intouchable (2009 : 12).

Cette remise en question de la nature biologique de l'attribution des comportements (et donc le rejet du caractère culturel des schémas cognitifs genrés) est aussi soulignée par Bem (1994). Elle avance : « gender-polarizing social structures have been rationalized and legitimized for centuries by (first) religious and (then) scientific discourses that naturalized both difference and inequality » (1994 : 99). Pour cette auteure, la biologisation des comportements genrés repose sur la socialisation réalisée par les grands agents de socialisation que sont la religion et la science.

Cette vision des identités genrées transmises par ces institutions suit une attribution traditionnelle des rôles sexués. Goodwin et Fiske (2001) les définissent ainsi : « traditional roles create descriptive expectations for what men and women are like, as well as prescriptions for what they ought to be like » (2001 : 360). Cette vision très normative laisse entendre que les éléments genrés sont naturels et qu'ils s'inscrivent donc dans la conception traditionaliste des sexes. Cette vision est décrite par Winter (2008) : « gender traditionalists fall at one end of this dimension; they believe that the differences are natural and that the hierarchy is appropriate, and they therefore oppose change » (2008 : 45).

Plus encore, selon les travaux de Bem (1974, 1983, 1994) sur l'idéologie des rôles genrés (*gender-role ideology*), plusieurs conceptions des identités genrées sont possibles. Cette auteure est considérée comme la pionnière dans la compréhension des multitudes de rôles genrés, car elle a réfléchi à la normalisation des comportements présente dans les cultures, suivant si ces dernières respectent une vision traditionnelle ou non traditionnelle. Fitzpatrick et ses collaborateurs (2004) précisent

To be at one end of this dimension (traditional) of gender-role ideology is to believe that women should assume a more historically conventional position of a homemaker, wife, and mother; to be at the other end of the dimension (non-traditional) is to believe that there are no limits to the status and roles to which women may aspire (2004 : 92).

En ce sens, la réflexion entourant la possibilité d'une multitude d'identités genrées, et donc de la flexibilité dans les schémas cognitifs, nous intéresse particulièrement en raison du fait que le Québec est souvent dépeint comme ayant une culture égalitaire (Fahmy, 2011). Comme le genre est un processus, alors ces effets devraient être variés, permettant de situer les individus, les institutions et les cultures sur un continuum. Pour bien le comprendre, il faut voir que certaines cultures acceptent davantage de divergence dans la polarisation, alors que des sociétés plus traditionnelles auraient tendance à ne véhiculer qu'un seul schéma genré.

2.2.1 La thèse de la médiation genrée

Afin d'étudier le rôle et la place du genre dans la couverture médiatique de la politique, cette thèse adopte la théorie de la médiation genrée (Sreberny-Mohammadi et Ross, 1996; Everitt

et Gidengil, 2003; Trimble et ses collaborateurs, 2013; Goodyear-Grant, 2013; Trimble et ses collaborateurs, 2015;). Cette théorie repose sur un constat : le milieu journalistique et le milieu politique sont normés selon la masculinité. Sreberny-Mohammadi et Ross (1996) mentionnent que « [f]ar from being neutral then, the classic claim of 'objective journalism', the imagery and language of mediated politics is heavily gendered, supporting male as the norm and regarding women politicians as novelties » (1996 : 112). Ces chercheuses appuient leur argumentation sur les perceptions que les politiciennes ont de leur propre couverture médiatique. Trimble et ses collaboratrices (2015) soutiennent également que le contenu des médias est effectivement construit suivant la norme masculine :

Unfortunately, our analysis confirms the dominance of idealized masculinity in Canadian media representations of political leadership. We found that media attention to party leadership candidates highlights the unusualness of certain (gendered, sexualized, racialized) bodies as sites of political authority (2015 : 324).

Pour ces auteures, les valeurs et idées véhiculées par la masculinité sont établies comme normes, construisant des discours très présents dans l'univers médiatique. Everitt et Gidengil (2003) ajoutent : « [t]he masculine norms are also embodied in the news values governing political reporting » (2003 : 196). Ces chercheuses posent que la conception stéréotypée qu'ont les journalistes du monde politique collabore à la reproduction de la norme masculine. Goodyear-Grant (2013) explique le rôle du genre dans la construction des nouvelles : « [t]he gendered mediation thesis is rooted in two core premises, which explain why gendered coverage occurs. First, the news media reflect the culture in which they are situated, which is gendered. Second, the mechanics of the news media industry, which is dominated by men, reinforce the masculine character of the news » (2013 : 5-6). Pour Goodyear-Grant, cette vision masculine est inhérente à notre culture sociale et elle se répercute dans les structures mêmes des systèmes médiatiques et politiques. Charron et Bastien (2012) soulignent également cela en posant que « les femmes sont de plus en plus nombreuses dans les salles de rédaction et à la Tribune de la presse, mais, si l'on en croit les parlementaires, elles sont encore nettement sous-représentées dans le cercle restreint des journalistes les plus influents » (2012 : 17).

La thèse de la médiation genrée permet alors de comprendre que cette domination n'influe pas uniquement sur la sélection du contenu de l'information politique, mais bien sur la structure même de la présentation de cette dernière. Les formats, les enchaînements, les stratégies et les tactiques présentés dans les médias de masse reposent sur des structures normatives bien établies et construites selon des schémas masculins. Goodyear-Grant explique le cœur de cette approche :

Representing a second stage in the gender analysis of media coverage, the primary focus of the gendered mediation thesis is not explicit sex or gender bias in the news. Unlike in decades past, the news today very rarely contains explicitly sexist remarks or language; rather, the gendering is more insidious, and examples include covering politicians using ostensibly gender-neutral news frames that are, in fact, masculine in nature, as well as format techniques that present more filtered, mediated representations of women than men (2013 : 5).

Dans cette vision de la couverture médiatique, la différence entre les hommes et les femmes dépasse les éléments biologiques et elle s'instaure en norme culturelle orientant les comportements, les valeurs et les attitudes/croyances. Le genre pourrait alimenter plusieurs pratiques quotidiennes, dont la médiation de la sphère politique. La thèse de la médiation genrée dépasse donc la recherche de différences dans le contenu des textes, mais permet une recherche de sens plus complexe et souvent présente dans les discours médiatiques eux-mêmes.

Everitt et Gidengil (2003) permettent de bien comprendre cela, car elles soutiennent que la médiation genrée peut prendre plusieurs formes, dont l'attribution explicite à des comportements et à des attitudes attendus par les candidat(e)s en fonction des rôles traditionnels de sexes. Elles précisent que « despite attempts by the media to be fair in the coverage they provide to different party leaders, gender bias embedded in dominant news values and in traditional gender-role expectations still creep into election news coverage » (2003 : 208). En ce sens, et bien que les médias tentent de rester neutres dans leur couverture des événements politiques, lorsque ces mêmes médias suivent les codes du milieu politique pour décrire la performance des chef(fe)s de partis, ils tombent dans le piège de la normalisation basée sur la masculinité.

Dans le cadre de cette thèse, nous définissons le genre comme un processus de construction de sens normalisant les univers féminin et masculin. Il est alors décrit comme une grammaire d'attitudes, de croyances et de comportements attendus par les individus et variant d'une culture à l'autre (Butler, 2012; Harding, 1986). Ainsi, la thèse de la médiation genrée permet de dépasser les recherches d'écart dans le contenu et de chercher des schémas d'interprétation teintés par le genre. Goodyear-Grant (2013) expose ce raisonnement ainsi : « [t]he gendered mediation thesis [...] rely implicitly on gender schema theory to help further explain exactly how gendered patterns of coverage are created by the news and by politicians themselves, as well as the effects of gendered coverage on citizens' perceptions of female candidates » (2013 : 6). L'innovation de cette auteure est d'avoir fait une étude non seulement sur les femmes politiques, mais aussi sur les hommes et d'avoir compris que ce n'est pas que le contenu des reportages qui peut être genré, mais également leur format, donc le cadrage de l'information politique.

Le genre influence alors la construction des normes entourant le monde politique de même que les discours médiatiques sur ce milieu. Nous posons que le processus du genre présent dans les informations politiques pourrait influencer la grammaire de sens, les schémas d'interprétation que les individus utilisent pour évaluer les performances des acteurs politiques de même que les discours médiatiques l'entourant. Toutefois, peu de travaux ont permis de vérifier cette proposition théorique. C'est ce que propose d'explorer cette thèse.

2.3 Réception et traitement de l'information.

La réception et le traitement des nouvelles médiatiques sont des objets d'étude vastes et multidisciplinaires. Ils sont étudiés en science de la communication sous plusieurs appellations : la réception (Radway, 2008), le décodage (Hall, 1997), la cognition (Lilleker, 2014), la psychologie cognitive et le traitement de l'information (Fortin et Rousseau, 1992). En science politique, les études s'intéressant à ces questions sont réalisées en psychologie politique et elles analysent les effets des médias, notamment sur le vote. Elles sont menées selon des approches behavioralistes qui se spécialisent dans l'étude du traitement de l'information politique et de la formation de l'opinion publique (Gingras, 2003). Comme

nous nous intéressons aux réactions de citoyens à l'actualité politique genrée sur des leaders politiques, nous nous sommes surtout intéressés aux approches liées au traitement de l'information et aux schémas cognitifs.

2.3.1 La réception

Tout d'abord, cette thèse s'inscrit dans la lignée des travaux de Shen et Dillard (2009), Huang (2009), Kepplinger et ses collaborateurs (2012) et plusieurs autres, qui avancent que ce n'est pas parce qu'un cadre médiatique est présenté dans les médias qu'il sera automatiquement retenu et traité par les récepteurs qui s'y exposent. Cela explique la raison pour laquelle nous nous sommes également intéressés aux théories de la réception, puis, dans un deuxième temps, au processus du traitement des nouvelles médiatiques, particulièrement des nouvelles politiques, pour bien baliser notre projet.

La théorie de la réception s'inscrit dans le paradigme des effets limités des médias. Pour Proulx et Bélanger, cela signifie que « [le scientifique] reconnaît au récepteur humain un rôle actif d'interprétation des messages » (2003 : 217). Ce rôle actif est expliqué par Regan (1998) comme une conception où les récepteurs peuvent, par leur expérience de vie, leur milieu socioculturel, leur personnalité, etc., interpréter les messages différemment. Les reportages journalistiques ne possèdent pas un sens en soi. Les significations relèvent du récepteur qui les décode. Cette citation permet aussi de préciser que la théorie de la réception s'intéresse d'abord au moment précis où le récepteur est en contact avec la nouvelle et qu'il tente de la comprendre. Comme le précisent Proulx et Bélanger, « l'objectif est ici d'étudier en priorité le processus de réception médiatique, en postulant que l'étude des effets possibles des médias viendra après : il n'y aura d'effet médiatique possible qu'à partir des messages effectivement reçus » (2003 : 227). Ces processus mentaux peuvent prendre plusieurs formes, rapprochant ainsi la réception et la cognition.

2.3.2 Cognition et schémas d'interprétation

Selon Fortin et Rousseau (2012), la cognition se définit comme « l'ensemble des activités mentales impliquées dans nos relations avec l'environnement : la perception d'une stimulation, sa mémorisation, son rappel, la résolution de problème ou la prise de décision »

(2012 : 3). Ainsi, la cognition repose sur la perception que se fait un individu de son milieu et les étapes de l'apprentissage qui en découlent. Mayer (2010) propose une synthèse des diverses avancées de ce champ de recherche. Elle pose que

Les sciences cognitives montrent que le cerveau humain fonctionne avec des "schémas" ou des cartes mentales, des "cadres interprétatifs" (*framing*), des "raccourcis cognitifs" (*shortcuts, heuristics*), qui guident les comportements en situation d'incertitude. Elles réévaluent le rôle des émotions, qui loin de s'opposer à la raison, forment le soubassement de nos activités mentales. Elles ouvrent la "boîte noire" des "attitudes", qui deviennent moins des prédispositions qu'un repère cognitif parmi d'autres, aux côtés des valeurs, des croyances, des affects (Mayer, 2010 : 43).

Les recherches effectuées dans cette lignée mobilisent une série de concepts clés, dont le concept de schéma, particulièrement important dans notre thèse, notamment en raison de l'influence que les cadres médiatiques peuvent avoir sur ce dernier (voir notamment Winter, 2008), tout comme le processus décisionnel dans le cadre d'une élection qui est, lui aussi, teinté par l'incertitude (Bittner, 2013).

D'entrée de jeu, précisons que, lorsqu'il est question d'interprétation des nouvelles politiques, la notion de schéma (ou de réseau) est fréquemment mobilisée. Plus précisément, cette tradition de recherche s'inspire de la définition posée, entre autres, par Fiske et Taylor (1991), qui affirment que les connaissances sont emmagasinées dans le cerveau des individus sous la forme de schémas. Pour ces auteurs, un schéma peut alors être défini comme « a cognitive structure that represents knowledge about a concept or type of stimulus, including its attributes and the relations among those attributes » (1991 : 98). En ce sens, des structures de cognition organisent nos connaissances, en les liant entre elles. Rhee (1997) propose cette explication similaire :

The way knowledge is structured and organized has important consequences for the use of knowledge in information processing (Fiske & Taylor, 1991). In general, schemas are defined as a set of structured knowledge units in long-term memory that are presumed to guide selection, abstractions, and storage of information, and to help the retrieval and interpretation of information (Conover & Feldman, 1984; Graber, 1989; Hamill & Lodge, 1986; Hastie, 1986; Kuklinski, Luskin, & Bolland, 1991) (1997 : 43).

Pour cette auteure, l'organisation des connaissances en schéma joue un rôle dans deux étapes de l'encodage, soit la mémorisation et l'interprétation. Fortin et Rousseau (2012) définissent

la mémorisation comme un processus de maintien (dans la mémoire à court terme) ou d'emmagasinage (dans la mémoire à long terme) « des faits, des connaissances et des habiletés » (2012 : 167). Pour que les éléments perçus passent de l'un à l'autre, il doit y avoir encodage. L'encodage est un concept clé de l'approche cognitive et fait l'objet de plusieurs débats théoriques. Néanmoins, nous adhérons à la définition proposée par Fortin et Rousseau (2012), qui présente l'encodage comme étant « le processus qui transforme un événement ou un fait en trace mnésique. Le contenu de la trace est déterminé par la nature du traitement cognitif effectué sur un matériel donné » (2012 : 201). Il existerait plusieurs processus cognitifs impliqués dans l'encodage (dont l'élaboration et la distinction, toujours selon Fortin et Rousseau, 2012). Il faut aussi noter, selon Wyer et Ottati (1993), que « information can often be interpreted in terms of more than one concept » (1993 : 265). Selon ces auteurs, le choix (intentionnel ou non) de l'encodage reposera sur l'accessibilité de la catégorie (reposant sur la fréquence de mobilisation et la récence de l'utilisation), sur l'objectif du traitement (faire un choix, comprendre un enjeu, etc.) et sur les connaissances préalables et les croyances (Wyer et Ottati, 1993 : 266-267). L'encodage des informations serait alors ici vu comme l'une des étapes du traitement de l'information, menant vers les schémas.

Sur la question des schémas cognitifs, Dowd et Roberts-Miller (2011) ajoutent que

cognitive structures have also been called cognitive schemas (or core beliefs) and can be thought of as tacit networks of rules and assumptions that organize and give meaning to one's prior experience. They are predispositions to think, interpret, and respond in certain ways and are outside of conscious awareness (2011 : 76).

Donc, pour ces auteurs, non seulement les connaissances sont-elles liées entre elles, mais l'organisation de nos schémas mentaux sert de base à l'établissement des nouveaux schémas et à l'organisation des nouvelles connaissances qui pourraient être emmagasinées dans le futur. De plus, comme le posent encore Fiske et Taylor (1991), ces schémas sont présents pour tous les types d'informations ou de savoirs encodés par le cerveau humain. Ils affirment que

Once instances are classified, people apply their schemas, which include person schemas (traits, person-in-situation, goals), self-schemas, role schemas (stereotypes), event schemas (scripts), and content-free schemas (balance, linear ordering, causal schemas). All types of schema influence encoding, memory, and inference (Fiske et Taylor, 1991 : 140).

Ainsi, les schémas servent à organiser la pensée sur tout ce qui entoure l'individu et sont le résultat de l'encodage et de la mémorisation.

Lilleker (2014) explique le lien entre schéma et information politique ainsi :

we store and retain information and then, when communication acts as a stimulus, we recall that information in order to assess any new information against the knowledge we already have. [...] The schema we have for any item is based on all the elements we have mentally attached to that item (2014 : 51).

En ce sens, les informations qui seront organisées par les schémas seront par la suite activées lorsqu'une information semblable ou liée est présentée, par exemple, dans les médias. Pour Winter (2008), les schémas peuvent avoir un impact important sur notre perception d'une situation et faciliteraient le recours à des stéréotypes pour comprendre ce qui nous entoure.

Il ajoute que

schemas, then, are the cognitive structure that contains our knowledge about concepts. These structures play an active role in our perception of a phenomenon and, in so doing, can influence our understanding and evaluation of those phenomena. Our schemas affect perceptions of people and situations, but they do this unconsciously, so we are not aware of their effects (Winter: 2008 : 21).

Le côté non conscient de ce processus permet de voir toute l'importance de comprendre comment l'activation des connaissances fonctionne et comment le traitement de l'information opère. Sur ce point, il faut préciser, à l'instar de Lilleker (2014), que les schémas se construisent lors de l'acquisition de nouvelles informations. Ce fait est particulièrement important lorsqu'il est question de politique, car « the role of the media as a main source of political information thus gives journalists significant power over the shaping of political schema » (Lilleker, 2014 : 59). Le rôle du journalisme est de rapporter de nouvelles informations au public. En politique, les schémas cognitifs du récepteur sont constamment mobilisés et formatés par la couverture journalistique. Particulièrement, dans un contexte où les médias sont devenus incontournables lorsque vient le temps de se renseigner sur les positions d'un parti, sur les chef(fe)s, sur les propositions électorales. Ce fait rend l'étude de la réception des nouvelles médiatiques encore plus importante. Comme le précise encore Lilleker (2014): « schema are the building blocks for political cognition; we form our politics schema early in our lives, we build upon it, many individuals and events become attached to it, and it becomes intertwined with many aspects of our lifeworld »

(2014 : 63). Ces schémas pourraient donc inclure plusieurs éléments et affecter notre lecture du monde politique.

Parmi les composantes centrales des schémas, il faut mentionner les valeurs, les croyances et les attitudes. D'abord, Lilleker (2014) propose de définir les valeurs comme étant « *deeply held beliefs about what is right and what is wrong. Values are highly normative; they allow us to judge the behaviour of others and determine whether a person's behaviour should be censured or rewarded* » (2014 : 48). Selon lui, les valeurs permettent d'organiser les connaissances en créant des liens entre elles. Les valeurs d'un individu lui servent alors de matrice pour l'organisation de ses schémas cognitifs.

Les croyances sont également des éléments pouvant influencer les schémas. Elles sont définies par Lilleker (2014) comme : « *a shallower but no less important set of ideas stem from our beliefs: the way we think things are, as opposed to how they should be. The easiest example of a belief is a stereotype [...] Beliefs can also extend to judgements, or stereotypical views, of groups such as politicians* » (2014 : 48-49). Cet auteur définit alors les croyances en opposition aux faits. Il précise que les croyances sont liées aux perceptions que nous avons d'un élément donné.

Une autre notion centrale à l'étude de la cognition est l'attitude. Selon Sears, une attitude se définit comme « *an association between a given object and a given evaluation* » (1993 : 137-138). Ainsi, une attitude serait l'évaluation que fait un individu d'une situation. Pour Lilleker (2014), « *[t]here is argued to be cognitive, affective and behavioural components to attitudes; in other words, our attitudes are logically constructed, driven by an emotional reaction to knowledge we receive, and that they directly influence our actions (Duckitt & Farre, 1994)* » (2014 : 49). En d'autres mots, une attitude est un point de vue souvent dichotomique (favorable ou défavorable) à propos d'un élément. L'association d'une attitude à un enjeu ou à une personne sera influencée simultanément par la logique et l'émotion (perçues comme complémentaires dans le raisonnement). Également, il importe de noter que pour Wyer et Ottati (1993), les croyances et les attitudes peuvent s'influencer les unes les autres. Ainsi, ces

chercheurs concluent que « beliefs about a political candidate operate as both determinants (reasons) and consequences (rationalizations) of attitudes toward candidate » (1993 : 307). Enfin, pour Lilleker, une attitude peut se former rapidement « from a media appearance, a small piece of information gathered from the news or from friends online or offline » (2014 : 49). Ainsi, une seule image ou une seule information peuvent venir influencer notre attitude à l'égard d'un objet politique et, dans le cas qui nous intéresse, d'un politicien.

Si une seule image peut influencer notre évaluation de la performance des politiciens, est-ce également le cas lorsque cet élément d'information n'a rien à voir avec le monde politique ? Est-ce que des schémas n'ayant rien à voir avec le monde politique peuvent être mobilisés par les médias et être par la suite liés à un enjeu ou à un politicien ? Arendt et Marquart (2015) ont conduit une étude sur l'association entre les politiciens et la corruption. Ils souhaitent analyser si « whether or not reading about corrupt politicians influences peoples' subsequent judgments toward political actors' supposed corruptness » (2015 : 185). Leurs résultats tendent à montrer que les individus ayant des croyances et des stéréotypes préalables à l'expérience n'ont pas réagi de la même manière à la mise en exergue du cadre « politicien corrompu ». Ces auteurs précisent que « thus, individuals already having a strong cognitive association prior to reading gave a more negative overtly expressed judgment (compared to individuals not reading such an article) » (Arendt et Marquart, 2015 : 192). Cette conclusion confirme le pouvoir de saillance, ou de *priming*, d'une information lors de la lecture d'une nouvelle médiatique cadrant le politicien comme corrompu. Pourtant, la corruption reste un événement marginal dans les démocraties occidentales et elle ne devrait pas servir de grille de lecture (ou de « schéma cognitif », pour reprendre le vocabulaire utilisé dans cette approche). Par contre, comme l'affirment Shah et ses collaborateurs (2004), la complexité des schémas cognitifs pouvant toucher un seul enjeu (ou un politicien) est très grande. Cela vient s'interposer dans notre compréhension des effets des informations sur les comportements électoraux. Rhee (1997) vient ajouter à la complexité en affirmant :

The activation of mental concepts might not be a random process. The stimuli, concepts, and their associations in news texts, are, in general, organized in a narrative structure. This suggests that it is not bit-by-bit information in a news story, but the narrative construction of news that plays a central role in the ensuing process of news reception (1997 : 28).

Comme il est possible de le constater, pour cette auteure, ce n'est pas uniquement les informations qui influencent la pensée, mais bien leur dramatisation, leur narration en récits (*narrative*). Nous dressons un parallèle entre ce que Rhee (1997) nomme « récit » et ce que nous nommons « cadrages ». Le cadrage est une organisation précise de cadres menant à la mise en exergue d'une interprétation.

2.3.2.1 Cognition et cadrage

Comme les travaux de Shah et ses collaborateurs (2004, 2007) l'indiquent, le cadrage et la cognition vont de pair. En effet, Shah et ses collaborateurs (2004) posent que « research has long recognized that news framing shapes information processing through a variety of cognitive heuristics and biases » (2004 : 103). Le traitement de l'information, influencé par les cadres, emprunterait divers chemins entre les raccourcis cognitifs et les stéréotypes. Ce constat est également issu des recherches de Price, Tewksbury et Powers (1997). Ces auteurs avancent que

ideas activated by a particular frame are clearly not, however, the only ones brought to mind. Results of these experiments illustrated that certain kinds of ideas and feelings about raising school costs and tuition increases, in this specific instance ended to be generated by students even when the story did not directly stimulate them (1997 : 501).

En ce sens, le fait que les éléments présentés dans les cadres ne soient pas les seuls à surgir lorsque l'on questionne les participants a amené certains chercheurs à théoriser le traitement de l'information comme un schéma (*network*) d'associations. Shah et ses collaborateurs (2004) soutiennent donc que les cadres interagissent entre eux, ajoutant ainsi à la complexité cognitive des individus. Ils précisent que « frames do work in combination to generate more detailed cognitions about the causes, components, and consequences of urban growth » (2004 : 114). Ainsi, l'apprentissage et les connaissances acquises par l'entremise des cadres ne seraient pas directs, mais bien issus de la combinaison des cadres médiatiques entre eux de même que des informations préalablement emmagasinées sur le sujet cadré. À l'instar de Kepplinger et ses collaborateurs (2012), nous retenons que « framing is a cognitive theory of media effects, which accounts for the audiences' active processing of media content » (2012 : 660). Le cadrage est un processus actif de traitement de l'information, car les récepteurs sont parties prenantes du résultat du processus puisqu'ils traitent (encodent, décodent) les informations. Valkenburg et ses collègues (1999) concluent,

dans leur recherche sur quatre types de cadres (*conflict, human interest, responsibility driven, economics consequences*), que ces éléments ont joué un rôle dans l'activation et le rappel des connaissances de l'individu. La notion d'activation est très présente dans les recherches sur les effets du cadrage, car elle semble être un des effets les plus fréquemment observés par les chercheurs (Price, Tewksbury et Powers, 1997; Valkenburg et coll., 1999; Nelson et ses collaborateurs, 1997). L'activation peut aussi être conceptualisée comme un processus cognitif dans le champ des recherches sur la persuasion.

Plus précisément, de Vreese et Lecheler (2012) ajoutent que « cognitive framing effects are at the center of current research literature, and political communication researchers focus mainly on the question of how frames in the news affect public opinion toward a specific issue or event » (2012 : 296). En ce sens, la cognition est conçue comme un des effets possibles du cadrage. Le récepteur de reportages journalistiques qui véhiculent des cadres d'interprétation retient de nouvelles informations (donc il y a cognition). Toutefois, les cadres médiatiques mis en valeur dans le reportage journalistique peuvent aussi activer des informations déjà présentes dans l'esprit du récepteur (donc il y a activation). Ces deux chemins de traitement de l'information sont très différents et demandent davantage de précisions. Ainsi, Lecheler et de Vreese (2012) posent que

to understand how news frames function in translating politics to the public, we must be able to explain how these frames function in the mind of citizens. Our results show that there are - at least - two roads to being "framed". This indicates that journalistic frames do not merely subtly suggest certain political opinions, but can also provide new, and potentially powerful, information (2012 : 197).

Cette affirmation nuance les recherches sur les effets des médias et explique pourquoi il est également nécessaire d'étudier le traitement de l'information réalisé au moment de la réception de l'information journalistique, particulièrement celle qui présente les enjeux, les événements et les politiciens selon un point de vue précis articulé par des cadres.

Ainsi, en mettant de l'avant certaines définitions, ou cadres, des événements politiques, il serait possible d'influencer la perception des individus sur ceux-ci. Cette définition est néanmoins nuancée par Lecheler et de Vreese (2012). Ces auteurs proposent plutôt de définir les effets ainsi : « thus, while a framing effect may traditionally still be conceived as changing

belief importance within an individual's mind, we support a more inclusive conceptualization, which enables a frame to cause an array of different effects » (2012 : 195-196). Cette définition plus nuancée permet d'entrevoir une des principales évolutions de la recherche sur les effets des cadres, c'est-à-dire le fait qu'il n'y aurait pas un effet, mais bien des effets pouvant prendre plusieurs formes et survenir à divers degrés. Les cadres ne sont alors plus perçus comme générant un impact semblable sur la population, et ce, peu importe l'enjeu, les croyances ou les attitudes qui y sont associés. Deux grandes familles d'études peuvent être mises en exergue : la recherche sur les effets des cadres en contexte compétitif et les recherches sur les modérateurs à l'effet des cadres.

Les travaux sur les effets des cadres en contexte compétitif ont émergé en raison de la lutte inhérente au monde politique. Ces derniers postulent que les électeurs sont rarement influencés par un seul cadre. Ils doivent composer avec la présence dans les médias de cadres opposés ou complémentaires à propos d'un même événement. Cette situation s'exprime particulièrement lors des élections alors que tous les partis politiques tentent simultanément de présenter aux électeurs leur vision politique et, ce faisant, proposent des cadres appuyant leurs orientations idéologiques, leurs engagements électoraux et même l'image de leur chef(fe). Matthes (2012) synthétise le cœur de ce postulat ainsi : « there is always a competition of frames among the elite or strategic communicators. That means all political issues are contested, open to several issue interpretations or frames. There is a struggle over meaning, a battle to define a dominant interpretation of an issue » (2012 : 252). En partant du principe que les partis politiques veulent faire dominer leur vision du monde, dans le but d'être élus, nous soutenons que tous les cadres en contexte électoral ou encore tous les cadres issus du contexte politique (même hors élections en raison de la montée de la campagne permanente) se retrouvent donc dans un contexte compétitif.

Parmi les constats de ces études, nous retenons que les électeurs ne font pas toujours un choix clair dans les cadres qu'ils adoptent (Edy et Meirick, 2007; Shah et ses collaborateurs, 2004) et que les effets des cadres dans ce contexte se trouvent atténués (Matthes, 2012). Par contre, les électeurs suivraient les cadres plus près de leurs valeurs (Sniderman et Thériault, 2004) ou selon l'acceptabilité d'un cadre par rapport aux autres cadres présents dans les médias

(Huang, 2009). Les recherches sur le contexte de compétition développent la notion de force du cadre (*strength*) (notamment Chong et Druckman, 2007a et 2007b). Chong et Druckman (2007b) posent que la capacité de persuasion d'un cadre en définit la force : « as increasing with the persuasiveness of a given frame. Weak frames are typically seen as unpersuasive, whereas strong frames are more compelling » (2007b : 103). La force du cadre sera donc mesurée en fonction de sa portée et de sa capacité à influencer la pensée des individus. Matthes (2012), quant à lui, propose que la force des cadres est issue du contenu, c'est-à-dire qu'un cadre est considéré comme puissant lorsqu'une adéquation presque parfaite se manifeste entre son contenu et un élément préalablement connu du récepteur, par exemple une définition, un stéréotype ou une expérience personnelle antérieure. Plus l'adéquation entre le contenu et les schémas cognitifs du récepteur sera grande, plus le cadre aura un impact sur la lecture que fera ce dernier des événements mentionnés dans l'information à laquelle il est exposé.

La notion de force du cadre nous permet d'introduire brièvement la recherche sur les modérateurs aux effets des cadres. Ces études révèlent plusieurs facteurs qui contribuent à stimuler ou à atténuer la portée d'un cadre dans la formation de l'opinion de ses récepteurs. Ainsi, le niveau de connaissance sur le sujet cadré (Rhee, 1997; Scheufele, 2004; Lecheler et de Vreese, 2012), la crédibilité des sources (Benford et Snow, 2000; Hartman, 2009; Matthes, 2012;), les attitudes, croyances et opinions préalables (Price et ses collaborateurs, 1997; Shah et ses collaborateurs, 2004; Huckfelt et ses collaborateurs, 2005; Winter, 2008; Entman et Matthes, 2009; Shen, 2010; Matthes, 2012), les émotions (Williams, 2009; Shen, 2010; Yan, Dillard et Shen, 2012; Kepplinger et ses collaborateurs, 2012), la communication interpersonnelle entre les individus (notamment Shah et ses collaborateurs, 2004; Matthes, 2012), la répétition du cadre (Chong et Druckman, 2007b; Matthes, 2008), la motivation à traiter l'information (Shen et Dillard, 2009; Hartman et Weber, 2009; Shen, 2010) et les variables sociodémographiques (Jung, 2009) seraient ces modérateurs pouvant intervenir dans la cognition réalisée par le récepteur.

Comment cela s'articule-t-il avec la notion de genre? Est-il possible que les schémas liés au genre soient activés lorsqu'il est question de politique et de politiciens dans les informations?

Comment cela se traduit-il lorsque des nouvelles médiatiques mettent de l'avant des éléments genrés? Bien que quelques pistes de réponses existent dans la littérature, aucun travail n'a encore tenté de répondre à ces interrogations en jumelant les notions de genre, de cadrage et de cognition. Par contre, des avancées intéressantes s'appuient sur la théorie des schémas cognitifs genrés.

2.3.2.2 Cognition et genre : les schémas genrés

Parmi les travaux s'intéressant à la question du genre en cognition et sur le traitement de l'information, la théorie du genre comme schéma cognitif (*Schema gender theory*), soutenue notamment par Bem (1983, 1993, 1994) et plusieurs autres auteurs (dont O'Heron et Orlofsky, 1990; Winter, 2008; Harp, Loke et Bachmann, 2010), mérite d'être mentionnée. Bem (1983) s'appuie sur le fait que la culture serait un des éléments centraux dans l'établissement des schémas cognitifs et que, donc, la conception de la féminité et de la masculinité est apprise socialement. Elle soutient que « the child, in short, learns to encode and organize information in terms of an evolving gender schema » (1983 : 603). Cette affirmation permet de faire un lien explicite avec la notion de schéma cognitif exposée précédemment. En effet, l'enfant apprendrait dès son jeune âge à encoder et à organiser les informations en fonction du genre. Bem (1983) précise ainsi que

Gender-schematic processing in particular thus involves spontaneously sorting attributes and behaviours into masculine and feminine categories or “equivalence classes”, regardless of their differences in a variety of dimensions unrelated to gender, for example, spontaneously placing items like “tender” and “nightingale” into a feminine category and items like “assertive” and “eagle” into a masculine category. Like schema theories generally, gender schema theory thus construes perception as a constructive process in which the interaction between incoming information and individual's preexisting schema determine what is perceived (1983 : 604).

Les nuances apportées ici par Bem (1983) sont importantes. L'association entre des éléments genrés dits périphériques (donc n'ayant rien à voir à priori avec la biologie) se fait de manière spontanée lorsque le schéma cognitif genré est déjà en place. Ainsi, l'encodage de nouvelles informations perçues par les sens, et ce, peu importe le domaine ou la nature de l'information, pourrait être organisé en fonction de schémas cognitifs genrés. Winter (2008) précise que « the key is not an explicit reference to gender; it is in the structure of the appeal: the invocation of difference, of power relations, of positive emotions, and of appropriate roles

within and across spheres » (2008 : 45). Ainsi, l'activation ou l'utilisation du schéma cognitif genré ne reposent pas uniquement sur l'appel explicite à ce dernier, par des propos sexistes ou encore par la mention des rôles traditionnels des sexes, mais bien par des éléments plus complexes, comme la structure des propos, la notion de pouvoir ou encore tout élément périphérique aux notions genrées.

Comme l'indique la théorie des schémas cognitifs, il est possible que les éléments catégorisés dans des schémas genrés n'aient rien à voir avec la notion de sexe à l'origine de cette distinction (Harp, Loke et Bachmann, 2010). Plus encore, pour Lovenduski (2005), le genre permettrait de comprendre et d'accepter le fait que la féminité n'est pas l'apanage de la femelle et qu'il est possible que les individus de sexe mâle s'attribuent des caractéristiques associées par les schémas cognitifs, acquis lors de la socialisation, à l'univers féminin. La théorie des schémas cognitifs genrés permet alors de comprendre concrètement le rôle d'influence et d'organisation que peut jouer le genre dans notre interprétation.

2.3.3 Cognition, cadrage, genre : quels effets?

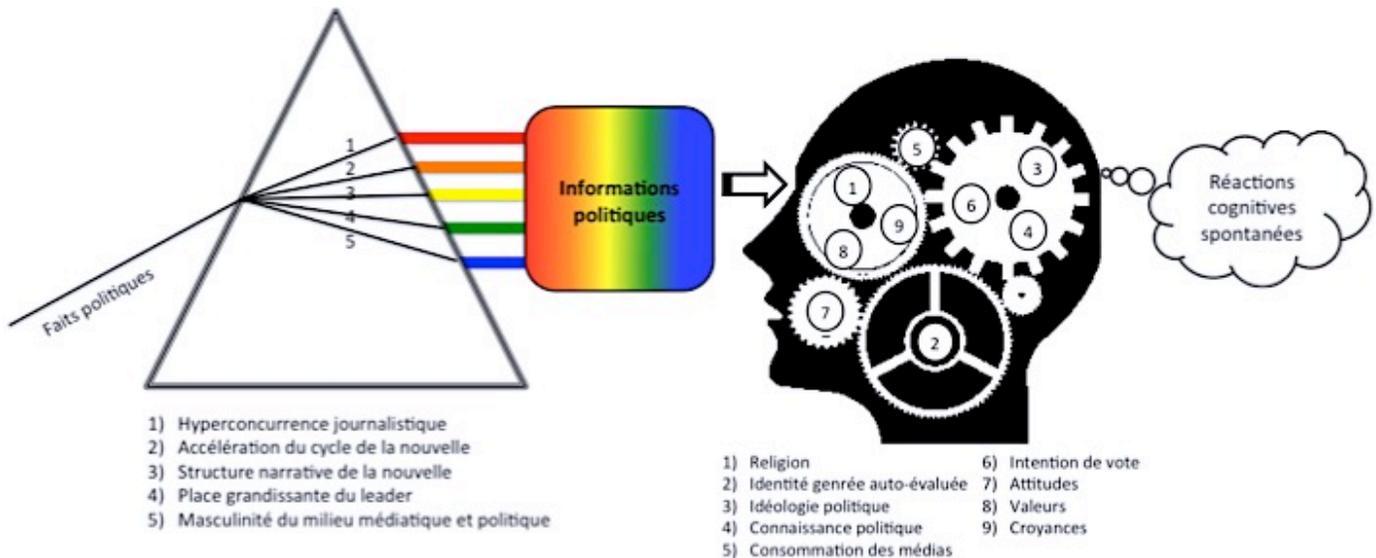
Si l'on avance que les cadres médiatiques peuvent avoir un effet sur les schémas cognitifs des citoyens, qu'arrive-t-il précisément lorsqu'il est question de la couverture médiatique présentant les hommes et les femmes politiques de manière stéréotypée ou selon les critères du genre ? À notre grande surprise, il existe peu de travaux sur cette question précise. Néanmoins, il est possible de trouver des réponses sur l'impact possible de la couverture médiatique utilisant des stéréotypes féminins pour décrire les femmes politiques. Par exemple, Bystrom et ses collaborateurs (2004), de même que Dolan (2010), avancent qu'utiliser des éléments féminins dans la description des politiciennes nuit à leur crédibilité. Trimble et ses collaboratrices (2015) poursuivent sur cette idée et avancent que parmi les différences identifiées, le fait de parler des femmes de manière stéréotypée justifie leur exclusion du milieu politique, qui n'est pas leur milieu « naturel ». Elles soutiennent que « [d]escriptions of certain high-profile female candidates celebrated and reinforced exaggerated versions of femininity, in effect naturalizing binary notions of gender and treating women's performances of political leadership as unnatural » (Trimble et ses

collaboratrices, 2015 : 325). Cette idée de les poser comme œuvrant dans un milieu qui n'est pas le leur est également présente dans les travaux de Norris (1997), qui soutient que :

The second framing theme which emerges from the stories is a common stress on the lack of the conventional qualifications and prior political experience of many of these women leaders. The broader experiences they do bring to office are commonly underevaluated (1997 : 162).

En ce sens, non seulement les femmes sont-elles dépeintes comme manquant de compétence, mais les autres types d'expériences qu'elles peuvent avoir ne sont pas valorisés. Pour l'auteure, cela fait partie intégrante de leur médiation.

Figure 1 : Modélisation des facteurs influençant le traitement des cadres médiatiques genrés en politique



Par ailleurs, il est important de noter que peu de recherches traitent de l'impact de la couverture masculinisée pour un homme politique. Basen (2009) suppose néanmoins que la couverture médiatique de Stéphane Dion autour du fait qu'il ne possédait pas le trait masculin du leadership lui a nui dans sa courte carrière de chef du Parti libéral du Canada. Cette conclusion est aussi corroborée par Trimble et ses collaboratrices (2015), qui posent que « men who failed to meet media expectations of the ideal political physique were routinely dismissed as lacking viability in political leadership roles » (2015 : 320). Ainsi, les hommes dont l'apparence et le charisme ne semblaient pas suffisants subissent une dévaluation de la

part des journalistes ou des opposants politiques par la remise en question de la viabilité de leur candidature.

En terminant, il faut aussi noter que très peu d'études cherchent à comprendre comment la construction de ces identités sur la base des traits féminins ou masculins agit sur l'évaluation que se font les citoyens du monde politique. Goodyear-Grant (2013) propose néanmoins trois effets possibles à la couverture médiatique genrée : un effet négatif sur l'évaluation des femmes politiques, un effet négatif sur le désir de se présenter en politique pour les femmes et le renforcement de l'idée que les femmes n'ont pas leur place dans le milieu politique (2013 : 7). Les travaux de Goodyear-Grant révèlent des effets intéressants, qui doivent toutefois être mesurés empiriquement encore davantage. De plus, ils ne permettent pas de savoir quel serait l'impact de la couverture genrée pour les hommes politiques, qui eux aussi doivent respecter les attentes de la norme masculine. Ainsi, afin de développer le savoir, notre thèse cherche spécifiquement à relever les impacts de la couverture médiatique sur le traitement de l'information et sur l'évaluation de la performance des leaders politiques québécois lors des campagnes électorales.

2.4 Questions et hypothèses de recherche

Notre thèse vise trois objectifs. Premièrement, nous voulons identifier les cadres utilisés dans les médias, incluant leurs éléments genrés, pour décrire des leaders de partis politiques lors des campagnes électorales au Québec. Deuxièmement, nous voulons étudier les réactions des récepteurs à cette couverture médiatique et aux cadres journalistiques genrés qui y sont présentés. Enfin, nous voulons comprendre les perceptions que se font les citoyens de la couverture médiatique politique au Québec, incluant la part que joue le genre dans cette dernière. L'élection de 2014 nous sert d'étude de cas afin d'étudier six questions spécifiques et de tester cinq hypothèses de recherche.

2.4.1 La médiation des leaders politiques

Les questions de recherche spécifiques de cette section découlent de deux questions générales :

- Comment les leaders de partis politiques sont-ils décrits dans la couverture médiatique au Québec?
- Quelle est l'ampleur de la mobilisation du genre dans la couverture médiatique des leaders politiques québécois?

Les cadres médiatiques sont des éléments fondamentaux de la couverture journalistique du monde politique. Nous soutenons que les cadres sont le cœur même des descriptions mobilisées dans les médias d'information lorsqu'il est question des chef(fe)s de partis. Ce sont ces cadres médiatiques que nous étudions dans le cadre de la campagne électorale de 2014.

De plus, en prenant appui sur la théorie du genre, nous avons défini ce dernier comme une grammaire de sens, permettant d'analyser diverses structures de notre société à la lumière de la polarisation des univers féminin et masculin. Le genre pourra alors prendre la forme de l'attribution directe à des qualités, à des comportements, à des enjeux prescrits par les principes du genre ou encore à des allusions plus nuancées telles que la structure même des reportages politiques, la mobilisation de métaphores, l'évaluation des performances politiques produites par les analystes, etc.

Cela nous conduit à poser les deux questions de recherche spécifiques suivantes :

Q1. Quelle est l'importance des cadres médiatiques genrés dans la couverture médiatique des chef(fe)s de partis lors de la campagne électorale provinciale de 2014 au Québec?

Q2. Comment le genre est-il utilisé dans les cadres médiatiques?

Ces questions permettent de comprendre l'environnement médiatique auquel sont exposés les citoyens québécois et de nuancer ou de détailler les éléments qui fondent leur réception et leur cognition de l'information politique.

2.4.2 Les effets des cadres genrés

Le second objectif de la thèse est de répondre à la question générale suivante :

- Quels sont les effets de la couverture médiatique genrée sur le traitement de l'information et sur l'évaluation de la performance des politiciens?

Cette question très large mérite d'être précisée, puisque, au-delà de la question des impacts, nous voulons comprendre comment les citoyens reçoivent et traitent l'information politique. Cette fois, pour établir nos questions spécifiques et hypothèses, nous nous référons à la littérature sur la cognition et sa mesure par la technique des réponses cognitives spontanées (Greenwald, 1968; Wight, 1973; Petty et Cacioppo, 1981; Domke, Shah et Wackman, 1998; Meirick, 2002; Scheufele, 2004; Daignault, 2007 et 2014; Daignault, Soroka et Giasson, 2013). Les chercheurs soutiennent que les réponses cognitives spontanées émises immédiatement après le contact avec un stimulus permettent de voir la profondeur et la nature du traitement de l'information réalisé par les récepteurs. Nous posons donc la question suivante :

Q3. Comment les récepteurs réagissent-ils à l'exposition d'un cadre médiatique genré à propos d'un(e) chef(fe) de parti politique?

Cette question se divise en deux sous-questions :

Q3.1. Quelles sont les réactions des récepteurs lorsqu'ils sont soumis à un cadre médiatique genré?

Q3.2. Comment le genre est-il mobilisé dans leurs réactions s'ils sont exposés à un cadre médiatique genré ou non?

Ces questions permettent d'explorer la présence d'éléments genrés dans les réactions de nos participants. Par ailleurs, comme nous souhaitons aussi comprendre les écarts possibles dans les réactions de citoyens à divers cadres médiatiques genrés, nous posons une autre question spécifique :

Q4. Quelles variables sociodémographiques et politiques expliquent que les réactions de certains individus soient plus genrées que celles d'autres individus?

Cette question est issue de la littérature sur les effets des cadres et sur les heuristiques. En effet, la littérature sur les déterminants du vote pose que certains facteurs peuvent jouer un rôle dans le processus de formation des opinions politiques, notamment réalisée lors de l'évaluation de la performance des leaders politiques.

2.4.2.1 La variable dépendante : l'indice de genre

Pour mesurer l'impact de ces variables, nous avons donc émis une série d'hypothèses, reposant chacune sur la littérature liée à la variable testée. Mais avant toute chose, il nous faut définir notre variable dépendante : l'indice de genre des réactions cognitives d'un individu exposé à un cadrage médiatique genré. Pour mesurer cet élément, nous avons établi un indice de genre. Cet indice est obtenu en divisant le nombre de réactions cognitives émises par un individu mobilisant des éléments genrés par le nombre total de réactions émises par ce même individu. Cela permet de créer un indice entre 0 et 1, qui mesure la présence du genre dans les réactions cognitives d'un individu exposé à un cadre médiatique genré. Pour simplifier les analyses, nous avons établi que les personnes obtenant un indice de genre entre 0,1 et 0,49 sont considérées comme ayant un faible niveau de genre dans leurs réactions, alors que les individus présentant un indice entre 0,5 et 1 expriment plutôt un niveau élevé de genre.

2.4.2.2 Les variables indépendantes issues de la littérature sur le genre

La littérature sur le processus du genre pose que la religion et le genre peuvent possiblement influencer le traitement genré réalisé par les individus. Les études sur le genre identifient la religion comme étant un des principaux agents de socialisation établissant les univers genrés (entre autres, Bem, 1994 et Winter, 2008). L'autre variable sociodémographique qui nous intéresse est le genre, que nous mesurons en sortant du cadre binaire habituel utilisé dans les sondages en référant plutôt à l'association que fait un répondant à une identité genrée plutôt que son sexe biologique. Ce qui nous conduit à poser nos deux premières hypothèses :

H1 : L'indice de genre des individus plus religieux sera plus élevé.

H2 : L'indice de genre des individus qui ne s'identifient pas à une identité genrée traditionnelle sera plus élevé.

Ces hypothèses permettent d'isoler le rôle que jouent les schémas cognitifs que sont la religion et la sensibilité aux conceptions genrées dans la lecture des cadres médiatiques.

2.4.2.3 Les variables indépendantes issues de la littérature sur les comportements

politiques

Les études sur les comportements politiques relèvent plusieurs variables pouvant potentiellement influencer la formation de l'opinion, des attitudes et des comportements politiques. Bien que notre recherche ne porte pas explicitement sur le vote, nous pensons que ces facteurs peuvent aussi influencer le traitement des informations politiques, notamment en jouant le rôle de modérateur aux effets persuasifs de la communication politique et de la couverture médiatique. Parmi ces facteurs, trois sont abondamment cités : l'ancrage idéologique (Gidengil et ses collaborateurs, 2003; Cutler, 2002, 2010), le niveau de connaissance politique (Blais et ses collaborateurs, 2010; Bittner, 2013) et le degré d'exposition aux médias (Lau, Sigelman et Brown Rovner, 2007; Lecheler et de Vreese, 2012).

L'idéologie politique

L'idéologie politique, qui est conceptualisée comme un ensemble d'enjeux que les citoyens associent à l'une ou l'autre des grandes idéologies construites par la philosophie politique (Enelow et Hinich, 1982), est un indicateur important dans les comportements électoraux. Les deux oppositions les plus répandues dans l'étude des idéologies politiques sont la droite (conservatrice) et la gauche (libérale-progressiste) (Hinich et ses collaborateurs, 2013). Le concept d'idéologie politique a été lié au genre par Gidengil et ses collaborateurs (2003). Ces chercheurs affirment que le genre peut être un indice pour mesurer l'adhésion ou non à une idéologie. Ils ont montré que les femmes seraient davantage de gauche. Par contre, aucune recherche n'a tenté d'expliquer l'adhésion aux schémas genrés par l'adhésion à une idéologie. Nous proposons donc de vérifier si l'idéologie agit sur l'indice de genre :

H3 : L'indice de genre d'individus campés idéologiquement à droite sera plus élevé.

Cette hypothèse nous permet alors de vérifier si, comme le propose Bem (1993), l'idéologie politique est un élément de la socialisation menant aux rôles traditionnels des sexes et donc à une vision traditionnelle du genre.

Le niveau de connaissance politique

Wyer et Ottati (1993) posent que la connaissance préalable d'un répondant sur un enjeu peut venir teinter la réaction faite lors de l'exposition à un message portant sur cet enjeu. De plus, le niveau de connaissance (donc la connaissance politique) est vu comme une variable clé dans le processus du traitement de l'information et dans le processus de persuasion, essentiel au vote. Nous proposons donc de vérifier si les individus ayant un niveau élevé de connaissance politique adhèrent ou non aux cadres genrés proposés par les médias. Nous énonçons l'hypothèse suivante :

H4 : L'indice de genre des individus ayant un niveau élevé de connaissance politique sera moins élevé.

Cette hypothèse permet de mesurer la façon dont la connaissance politique intervient dans le traitement genré des cadres médiatiques.

La consommation médiatique

La consommation médiatique est considérée par certains chercheurs (Chong et Druckman, 2007b; Cho et ses collaborateurs, 2009) comme un modérateur de l'influence des médias. Chong et Druckman (2007b) et Matthes (2008) montrent que l'exposition récurrente à un cadre médiatique peut augmenter son impact chez les récepteurs. Ainsi, nous posons l'hypothèse suivante :

H5 : L'indice de genre des individus qui s'exposent le plus aux médias d'information sera plus élevé.

Ces hypothèses permettront d'identifier les raisons pour lesquelles certains individus font plus de traitement, suivant le schéma du genre, que d'autres. Nous allons également mesurer les attitudes des participants à propos de cinq enjeux clés : l'environnement, les programmes sociaux, l'égalité des droits, la discrimination envers les femmes et les valeurs traditionnelles. Nous pensons que ces éléments pourraient aussi venir servir de modérateurs aux effets des cadres. En effet, certains enjeux semblent avoir des vertus polarisantes lors de l'évaluation des performances politiques. Sans formuler d'hypothèse claire, nous voulons relever les attitudes d'individus envers ces enjeux afin de voir si elles agissent sur l'indice de genre par rapport aux cadres médiatiques auxquels ils sont exposés.

2.4.3 La perception des cadres genrés

Le dernier objectif de la thèse est d'étudier la perception que se font les individus de la couverture médiatique réservée aux leaders politiques québécois. Deux questions générales animent notre questionnement :

- Qu'est-ce que les consommateurs d'information politique pensent de l'ampleur de la mobilisation du genre dans la couverture médiatique des leaders politiques québécois?
- Quels sont les impacts de cette couverture médiatique sur le traitement de l'information et sur l'évaluation de la performance?

Afin de mieux comprendre ces perceptions et le rôle que joue le genre dans la médiation politique des leaders de partis, nous posons deux questions de recherche spécifiques :

Q5. Quels sont les éléments clés que mobilisent des individus lorsqu'ils évaluent la performance politique des chef(fe)s de partis ?

Q5.1 Comment ces éléments clés sont-ils genrés ?

Q6. Dans quelle mesure peut-on observer des éléments issus des cadres médiatiques de la campagne électorale dans leurs évaluations de la performance des chef(fe)s de partis ?

Le prochain chapitre présente le cadre méthodologique qui servira à répondre à ces questions et à tester les hypothèses de recherche. Nous y détaillons le terrain de recherche et présentons les outils de collecte et d'analyse de données qui ont été déployés dans le cadre de la thèse. Plusieurs techniques précises ont été mobilisées afin de pouvoir répondre aux objectifs analytiques de la thèse : l'analyse de contenu, la méthode quasi-expérimentale combinée à un listage d'idées ainsi que les groupes de discussion.