

Chapitre 6 : La perception des cadres genrés et de la médiation des leaders politiques

La troisième collecte de données réalisée dans le cadre de la thèse fut mise en place un mois après la tenue du scrutin de la campagne électorale de 2014. Nous avons mené trois groupes de discussions pour répondre à nos deux dernières questions de recherche :

Q5. Quels sont les éléments clés soulevés pour construire l'évaluation de la performance politique par les participants?

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 du mois précédent dans leurs discussions sur les chef(fe)s de partis?

Ces questions permettent d'analyser, auprès d'un sous-échantillon de 18 participants issus de notre expérience en ligne, le processus de construction de l'évaluation des chef(fe)s de partis politiques peu de temps après des élections. À l'aide du logiciel d'analyse qualitative de contenu *NVivo*, nous avons procédé à l'analyse des éléments clés soulevés dans les discussions. La saturation empirique (Fortin, 2010) a pu être constatée lors de l'analyse, puisque nos trois groupes ont construit des récits similaires dans leurs réponses à nos questions. Parmi les principaux constats relevés, il est intéressant de noter que la norme genrée masculine du milieu politique semble être inconsciemment acceptée et intégrée par nos participants et mobilisée directement dans leurs évaluations des leaders politiques.

6.1 Les traits et les comportements utilisés pour évaluer un leader

Nos discussions se sont déroulées en deux étapes. Dans le cadre de la première, nous avons abordé quatre segments : 1) ce que les participants pensent des politiciens actuels, 2) ce qu'ils pensent des quatre chef(fe)s de partis lors de la campagne 2014, 3) ce qui caractérise selon eux le leader de parti idéal, et 4) ce qu'ils pensent des différences entre les hommes et les femmes politiques. Cet enchaînement a permis de voir comment les traits et comportements sont hiérarchisés dans l'opinion des participants et de détecter la présence de schéma genré dans leurs perceptions. La seconde étape a été ensuite consacrée aux perceptions des participants sur la couverture médiatique de la campagne électorale de 2014 et sur les cadres genrés qu'elle a véhiculés.

6.1.1 La notion de leader politique

Les groupes de discussions ont commencé sur le thème des politiciens actuels. Les participants étaient alors invités à dépeindre ce que sont pour eux les chef(fe)s de partis politiques et les parlementaires de manière générale. L'objectif est de voir ce qu'évoque spontanément pour eux le rôle de politicien(ne). Ils ont été invités à poser sur papier les trois premiers éléments qui leur viennent en tête lorsqu'ils entendent le mot « politicien ». Le tableau 11 présente les termes et expressions posés par les participants aux groupes de discussions à l'énoncé : « Je pense que nos politiciens actuels peuvent être décrits avec ces trois mots ».

Tableau 11 : Traits et comportements des politiciens actuels

| Thématiques | Éléments écrits par les répondants. |
|--|--|
| Qualités personnelles | Beau parleur; cynisme; important; interchangeable; pessimistes; théâtraux; pancarte; pas les gens les plus compétents pour occuper le poste; sous-estimé; opportunistes |
| Vision | Creux; économistes; en manque d'idées inspirantes; formule prémâchée; idées, image; l'art de la langue de bois*; pas assez efficace; populisme*; projets; statu quo; trop axés sur l'économie; pas assez sur le reste; vides |
| Honnêteté et Transparence | Belle parole; belles promesses; corruption*; évasifs; <i>face cover</i> ; mains liées; manque de transparence; menteur; plus ou moins honnête; vendeur; vendeur de chars usagés |
| Leadership | Courageux; déterminé; leader*; leadership; motivés; petit faiseur; pouvoir; prestance; travaillant |
| Rassembleur | C'est le parti des autres; chicaneux; partisan (partisanerie) |
| Service public | Au service de la population; on a les politiciens qu'on mérite; travailler pour la société; votent des lois |
| * Terme ayant été mentionné par plus d'un participant. | |

Nous avons mené une analyse thématique des récits énoncés par les participants selon des catégories de traits ou comportements que l'on retrouve dans la littérature sur les leaders (Bittner, 2011 ; Johnston, 2002 ; Blais et collaborateurs, 2002). Comme le laisse entendre la lecture du tableau 11, le ton négatif des descriptions émises par les participants est majoritaire

dans cette partie de la discussion (plus de 50 % des réponses des participants sont négatives).

Plusieurs éléments pouvant être liés au cynisme ressortent, en voici un exemple :

A1 : Moi, j'ai écrit vendeurs de chars usagés, parce qu'ils essayent tous de nous parler de changement, mais on a les mêmes partis depuis presque soixante ans, c'est les mêmes qui s'interchangent.

H1 : Moi j'ai marqué qu'ils avaient un « face cover ». C'est un peu comme une marionnette. C'est des gens qui sont coachés à journée longue par des spécialistes qui vont leur dire, ça fait attention à ça, ça ne dit pas ça. Emploie telle expression plutôt qu'une autre. Pis finalement, c'est vide de sens. Un peu comme t'as dit, on arrive après pis c'est des beaux grands mots, mais il ne se passe jamais rien par la suite.

A1 : Pis quand il rentre, c'est plus la même affaire qu'il va se passer.

H1 : Exactement! On l'a vu d'ailleurs dans les journaux.

Cet échange entre les participants du premier groupe de discussion permet de bien cerner le cœur des propos tenus dans nos trois groupes : les participants ne croient pas ce que disent les politicien(ne)s. Ce résultat s'inscrit dans la lignée de ceux de Perlin (2007), qui pose que la confiance envers les élus et les gouvernements est en décroissance en Occident (2007 : 155)²⁶. Par ailleurs, les travaux de Arendt et Marquart (2015) montre que l'association politicien(ne)s et corruption peut être encouragée par le *priming* réalisé par les médias (2015 : 193). Dans la période de l'élection étudiée, le contexte de corruption était très présent dans les médias. En effet, la campagne électorale de 2014 que nous avons étudié chevauchait la tenue de la commission Charbonneau s'intéressant à des irrégularités dans l'octroi et la gestion des contrats publics dans l'industrie de la construction²⁷. Cette commission était très présente dans l'actualité, augmentant peut-être la perception que la politique est un milieu corrompu. Cette conjoncture politique pourrait expliquer la surabondance de commentaires dénonçant la corruption dans nos groupes de discussions.

Par contre, cette vision ne fait pas l'unanimité. En effet, les commentaires qui suivent permettent de nuancer nos constats sur la confiance :

²⁶ Pour une discussion sur le malaise démocratique et la perte de confiance dans les instances politiques, nous vous invitons à lire aussi Chadwick (2006) ou Capella et Jamieson (1997).

²⁷ Pour plus d'informations sur cette commission, nous vous invitons à consulter le site officiel de cette instance, adresse URL : <https://www.ceic.gouv.qc.ca/>

D1 : J'ai marqué leader. J'ai marqué qu'ils travaillent pour la société [...]

F2 : Puis je pense aussi que quelque part ils sont aussi au service de la population.

E2 : Une chose que je voudrais dire, c'est que contrairement à ce qu'on peut penser, c'est des gens très travaillants. Je sais qu'un député c'est au moins 60 heures semaines. Les gens ont tendance à le négliger. Je considère qu'ils travaillent quand même bien pour leur salaire.

Ces répondants, et ce même s'ils n'émettent pas une idée allant dans le sens de la majorité, ont tenu à dire que pour eux, les leaders politiques travaillent d'abord au service de la société. Ainsi, certains participants expriment aussi un respect pour la fonction de parlementaire, et ce malgré le contexte politique marqué par l'enjeu de la corruption dans lequel s'est déroulée la campagne électorale de 2014.

6.1.2 Les leaders politiques de 2014

Après la thématique sur les leaders de manière générale, les échanges ont porté sur les leaders lors de l'élection provinciale de 2014, qui s'était terminée quelques semaines avant la tenue de ces groupes. Les échanges ont commencé en parlant de la Première ministre sortante, Pauline Marois.

6.1.2.1 Pauline Marois

Les participants de nos groupes de discussions ont soulevé à de nombreuses reprises la persévérance, la ténacité et la détermination de Pauline Marois.

B3 : Je trouve que le mot "déterminée" qu'elle s'est choisi, si on regarde sa carrière politique, elle a quand même travaillé très dur pour en arriver là. Elle n'a jamais lâché depuis qu'elle est toute jeune. 76 qu'elle a été élue pour la première fois.

F2 : Je pense que c'est quelqu'un qui... je vais revenir à mon mot : de dévouement. Elle a comme donné toute sa vie à la chose publique, pis elle n'a pas compté ses heures.

E2 : Tenace et déterminée, parce que ça fait longtemps qu'elle est en politique... pendant 18 mois elle a été Première ministre

D1 : Passionnée. Pour avoir fait tout ce qu'elle a fait, et ne jamais abandonner, il fallait qu'elle ait ça pis qu'elle veuille être dans le domaine.

La détermination, proche de l'ambition, est catégorisée dans nos analyses dans l'identité de la « Dame de Fer ». Nos groupes ont d'ailleurs explicitement fait référence à la thématique de la campagne du Parti Québécois montrant qu'ils se souvenaient des éléments clés présentés dans les médias lorsqu'il était question de la cheffe de ce parti. Également, l'évaluation positive des traits liés à la détermination indique que les participants utilisent des caractéristiques normées par le monde politique pour analyser la leader même si elles s'éloignent des identités genrées traditionnelles féminines (Van Acker, 2003).

Par contre, l'évaluation négative réalisée par nos participants s'appuie sur l'absence de médiagenie de la cheffe. Plusieurs ont mentionné son manque d'assurance dans ses discours et le fait qu'elle ne passait pas très bien à l'écran. Lors des discussions sur le leader idéal, les participants ont souligné à maintes reprises le fait qu'un leader doit faire preuve de charisme et de confiance en soi, traits qui ne sont pas attribués par les médias étudiés à Pauline Marois lors de la campagne. Il est concevable que ceci s'explique par sa performance oratoire, perçue par plusieurs comme un frein à sa performance publique. Ce constat est cohérent avec celui des travaux de Lalancette, Drouin et Lemarier-Saulnier (2014) et ceux d'Ansolabehere, Behr, et Iyengar (1993) qui posent la performance médiatique comme centrale dans l'évaluation des leaders politiques.

6.1.2.2 Philippe Couillard

Les traits positifs mobilisés pour décrire Philippe Couillard suivent l'identité du « Mâle Alpha ». Il est décrit comme quelqu'un d'intelligent. Ce trait de caractère est d'ailleurs un des premiers soulevés dans tous les groupes, tout comme sa carrière de neurochirurgien. Par contre, son côté posé et réfléchi semble à double tranchant puisque plusieurs participants l'associent également à un manque de charisme. De plus, l'intégrité du chef libéral a été remise en question dans les échanges. Par exemple :

H1 : Pis en même temps, je veux dire si c'est quelqu'un qui a de l'intégrité pis de l'éthique... Barette, c'est le gars qui a négocié pour les médecins. Tu le mets à la tête d'un ministère qui va devoir contrôler les dépenses contre ces médecins-là... là a un moment donné, oui, prends-moi pas pour un con !

B3 : Je trouve que c'est l'intégrité son problème principal. Autant quand il était en santé, de se voter des lois et après aller travailler en santé directement. Même toute l'histoire avec son compte. Même si c'était légal... c'est correct parce que c'est légal, mais en même temps, ils ne reconnaissent pas qu'il y a quand même un certain problème d'éthique là-dedans. Il a comme tout le temps des petites histoires.

Dans le cas de Philippe Couillard, la notion d'intégrité du politicien libéral a été montrée du doigt par nos participants. Encore une fois, comme l'intégrité était une notion centrale dans la couverture médiatique en raison du contexte politique de 2014, il est possible qu'un phénomène de *priming* (Arendt et Marquart, 2007) de l'enjeu de la corruption ait agi dans les évaluations que les participants des groupes de discussion ont faites de Philippe Couillard.

Par ailleurs, il est intéressant de voir que nos participants ont souligné davantage d'éléments de leurs connaissances préalables sur ce leader que d'éléments provenant de la course comme telle. En effet, comme nous l'avons décrit lors de notre analyse de contenu, son calme et son attitude posée avaient presque été esquivés par son équipe de campagne qui tentait de le dépeindre comme un bagarreur et comme étant très agressif. Ces derniers éléments ne sont pas les premiers mentionnés par nos participants. De plus, lorsqu'ils le sont, tout comme lors de notre expérience en ligne, ils sont mal reçus par les participants des groupes de discussions.

6.1.2.3 François Legault

Les participants ont utilisé plusieurs éléments liés au charisme et à l'assurance pour décrire François Legault. Ces affirmations ont été suivies de commentaires sur sa vision claire, en donnant en exemple le Plan Saint-Laurent qui était sorti peu de temps avant la campagne de 2014. Par contre, son agressivité et son changement d'allégeance politique semblent avoir nui à son image, comme le montrent les extraits suivants :

A3 : Tantôt on disait qu'il a de l'assurance, mais je trouve qu'il a l'air agressif aussi un peu. Enragé.

F2 : Moi je le trouve agressif et arrogant.

G1 : J'ai de la difficulté à le suivre, moi honnêtement. Il était au PQ là il a fondé la CAQ avec l'ADQ...

Ces réactions montrent que le manque de cohérence et l'agressivité sont perçus négativement par les participants. Ces constats s'inscrivent dans la lignée des travaux de Blais et ses collaborateurs (2002) et Van Zoonen (2005) voulant que la cohérence en politique soit un trait apprécié chez les leaders politiques. De plus, l'agressivité et le côté bagarreur de François Legault sont au cœur de sa description, le posant dans l'identité genrée dominante en politique du « Mâle Alpha ».

6.1.2.4 Françoise David

La description de Françoise David a été la plus positive des quatre leaders dans le cadre de nos groupes de discussions. Sa gentillesse et sa politesse durant les débats ont notamment alimenté plusieurs échanges, comme le montrent ces extraits :

A3 : À un moment donné dans le débat on disait que c'était elle qui avait l'air la plus gentille, mais dans le sens, souvent les politiciens s'attaquent et c'est beaucoup « toi, toi, toi tu fais ça de mal. » Mais elle, elle accordait plus facilement les points aux autres de dire « ah c'est vrai, ça, c'est bien, mais moi je pense telle affaire. » Elle était moins agressive, je ne sais pas trop comment dire ça.

C1 : Moi je dirais réfléchi. C'est une des rares qu'on n'a pas vues monter aux barricades en tout cas, peut-être parce qu'elle a été moins attaquée que les autres. Même dans les débats elle gardait toujours son calme, le ton toujours très [posé].

Il a aussi été question de son authenticité et de son humilité. Les participants ont eu de la difficulté à lui trouver des points négatifs lors des discussions :

B3 : Les défauts qu'on pourrait lui accorder ? Je veux dire, j'ai de la misère à lui en trouver à elle vraiment personnellement. Oui le parti à des problèmes...

E1 : Moi, je vais aller avec un défaut... ben c'est pas un défaut personnel. Moi je ne lui en vois pas tant que ça ou pas tellement. De ce qu'on voit à la télé, ou de ce que je peux connaître d'elle... je ne vois pas tellement de défaut personnel. On a nommé beaucoup de défauts du parti ou de Québec solidaire, un manque de réalisme peut-être, ce genre de choses là, mais d'elle en tant que telle, il n'y a pas de défauts qui sont vraiment sortis.

Dans ces extraits, il est possible de voir que l'uniformité de la couverture médiatique réservée à Françoise David a pu influencer la manière dont elle est perçue. En effet, plusieurs ont souligné les mêmes éléments clés, et avouant ne pas savoir quel défaut lui accoler. Ainsi, la vision de sa gentillesse et sa description très campée dans la féminité ont été mobilisées dans tous nos groupes.

6.1.3 Le leader politique idéal

Si l'on compare cette analyse avec celle des propos tenus pour parler du leader idéal, on constate le pas immense que les chef(fe)s de partis doivent combler pour rejoindre leurs citoyens. En effet, lors de nos groupes de discussions, nous avons demandé aux participants de construire le leader politique idéal. Dans leur cahier, ils devaient répondre à l'énoncé suivant : « Je pense que le politicien idéal devrait posséder ces trois qualités ». Par contre, lors des discussions, nous avons porté une attention particulière à l'utilisation d'expressions et de mots neutres (comme « les leaders ») ne permettant pas à l'oral de distinguer le sexe du leader idéal. Nous avons tenu ce bloc de discussion avant de discuter des différences genrées, et pourtant, une grande majorité de commentaires suivent les identités genrées masculines. Par exemple, les traits comme le charisme, le courage, la capacité de trancher, la vision et être réaliste, qui s'inscrivent dans la tradition masculine du milieu politique, sont abondamment utilisés par nos participants.

Tableau 12 : Traits et comportement du leader idéal

| Thématique | Élément écrit par les répondants |
|--|---|
| Qualités personnelles | Cohérent; constructif; humble; humilité; infatigable; intelligence; juste; travaillant. |
| Vision | Attitude réfléchi (bon sens); humanisme; idéaliste; idée*; innovateur; libre; ouverture d'esprit; prévoyant; projets; valeurs; propose une vision d'avenir (espérance); réaliste; valeurs sociales démocrates; vision à long terme*; visionnaire. |
| Honnêteté et Transparence | Dis ce qu'il pense; éthique; honnête*; honnêteté; incorruptible; intègre*; intégrité; non influençable; pas achetable; son nez allonge lorsqu'il ment; transparent*. |
| Leadership | Charismatique*; charisme/leadership; convaincant; courage de ses convictions; leader positif. |
| Rassembleur | Capable de reconnaître ses erreurs et les bons coups des adversaires; ne critique jamais les autres; rassembleur*. |
| Service public | À l'écoute; connaissance de la communauté; engagé; est réellement là pour la population; informé. |
| * Terme ayant été mentionné par plus d'un participant. | |

Parmi les éléments récurrents, nos participants ont soulevé à maintes reprises la vision, l'honnêteté et la transparence, le leadership (incluant le charisme), et le fait d'être

rassembleur, respectant ainsi les conclusions de travaux d'autres chercheurs sur le leadership (Miller et collaborateurs, 1986 ; Bass, 1990 ; Bittner, 2013 ; Johnston, 2002). Nos groupes de discussions ont aussi permis de voir que l'honnêteté et la transparence sont les deux principaux traits que devraient posséder les leaders politiques. Ces réponses des participants aux échanges correspondent aux huit traits de personnalité qui ancrent les évaluations que font les électeurs canadiens des leaders politiques selon les analyses de Blais et ses collaborateurs (2002), soit être arrogant, digne de confiance, avoir de nouvelles idées, être compatissant, malhonnête, intelligent, extrémiste ou faible. Ces caractéristiques sont reprises dans les récits de nos participants dans ce bloc de discussion et dans celui abordant les leaders actuels.

Également, dans la lignée des travaux de Bittner (2013), la notion de confiance reste centrale dans l'évaluation de la performance politique réalisée par nos groupes. Toutefois, cette conclusion peut s'expliquer également par le contexte sociopolitique québécois dans le cadre duquel les groupes de discussion se sont déroulés, en particulier par l'importante couverture médiatique consacrée aux travaux de la commission Charbonneau pendant l'élection. Cet événement a pu attiser le désir d'honnêteté des citoyens. Il est possible d'avancer que cette vision du leader idéal influence les schémas cognitifs des participants, notamment en servant d'étalon dans l'évaluation de la performance politique des leaders. Par exemple, le souci d'honnêteté transparait également dans les éléments mobilisés par nos participants pour décrire les leaders des partis politiques de l'élection 2014, tout comme le fait d'être rassembleur.

Également, lors de la discussion sur le thème des leaders idéaux, les participants de tous les groupes ont assumé d'emblée qu'il s'agissait d'un homme. Leur description utilise alors des qualificatifs accordés au masculin (par exemple : constructif; convaincant; rassembleur) et des traits des caractères associés à la masculinité (comme le leadership ou le charisme). Ainsi, ils ont tous suivi un schéma de leadership adhérent à la norme masculine, sans la remettre en question.

6.1.4 Les différences genrées

Au terme des échanges sur les caractéristiques des leaders politiques idéaux, nous avons conclu l'exercice par une discussion sur les différences entre les hommes et les femmes en politique. Ces discussions cherchent à voir comment les participants construisent leur argumentation lorsqu'il est question explicitement des différences et écarts entre les hommes et les femmes leaders. Nous cherchons à savoir si leur évaluation correspond aux rôles traditionnels de sexes, ou si elle suit les principes masculins dominant le milieu politique. Nos participants pensent-ils qu'il existe des différences entre les femmes et les hommes chef(fe)s de partis politiques ?

Pour ancrer notre discussion, revenons sur le contenu genré des récits des participants pour chacun des chef(fe)s de partis de la campagne de 2014, établi dans la première discussion de nos groupes et présentés dans le tableau 13.

Tableau 13 : Éléments genrés issus des discussions sur les trois thèmes préalables à celui sur les différences genrées

| Chef(fe) | Qualité | Défaut | Identité genrée majoritaire |
|--|---|---|------------------------------------|
| Pauline Marois | Déterminée/persévérante/tenace Ambitieuse/combattante Compétente | Artificielle/manque authenticité Arrogance/Dure Froide/distante/riche/snob | Dame de Fer |
| Philippe Couillard | Intelligent Calme/posé Ambitieux | Fade/beige/peu charismatique Agressif/à l'attaque Arrogant | Mâle Alpha |
| François Legault | Combatif Convaincu et convaincant Compétent et visionnaire Sa femme/marié | Populiste/Simpliste Agressif/à l'attaque Girouette | Mâle Alpha |
| Françoise David | Honnêteté/intégrité Gentille/douce/maternelle Valeurs communautaires | Irréaliste Trop faible/pas d'attaque | Gentille Maman |
| *Les mots en gras sont les éléments les plus récurrents dans la description réalisée par nos participants, et ce, dans les trois groupes de discussions. | | | |

Deux constats émergent de ce bilan des traits que mobilisent nos participants dans leurs descriptions des chef(fe)s de partis. Premièrement, ces descriptions sont très proches de celles que véhiculent les médias. Deuxièmement, les traits de caractère mis de l'avant sont très genrés. En effet, la description des femmes et des hommes suit la vision des rôles traditionnels de sexes, tel que l'ont défini Fee (1981) et Harding (1986), il y a plus de 30 ans.

L'analyse des propos des participants dans les discussions préalables aux échanges sur les différences genrées montre que les normes masculines sont intériorisées par nos participants. Nous avons alors cherché à savoir si les participants étaient conscients de leur conception genrée du leadership politique, en les poussant à discuter explicitement des différences perçues entre les hommes et les femmes. Nous avons posé cette question suite à la discussion sur le thème du leader idéal en demandant : « Notre leader idéal(e), est-ce un homme ou une femme ? » Les réponses à cette question varient, mais voici un exemple très frappant :

Animatrice : Notre leader idéal(e), est-ce un homme ou une femme?

A2 : Ça n'a pas d'importance.

B2 : Le sexe n'a pas d'importance, pourvu qu'il ait les compétences.

C2 : Je ne sais pas, j'ai l'impression que même si j'aimerais dire que tout ça n'a pas d'importance... [Je pense que] peut-être que les hommes auraient plus de facilité [en politique] parce que moins de leurs traits de caractère sont jugés. Et au final, de ce qu'on s'attend d'un politicien, ses capacités. [...] Peut-être Françoise David paraît bien parce qu'elle a des capacités qu'on s'attend beaucoup plus d'une femme.

Le propos de ce dernier participant transparait dans les échanges de tous les groupes. Nos participants sont conscients de la vision genrée du monde politique, mais la perpétuent dans leur évaluation de la performance des leaders.

Plus particulièrement, lors de la question sur les différences entre les hommes et les femmes en politique, les participants ont commencé à intégrer des notions féminines et à parler explicitement et distinctement des politiciennes. Tous les groupes ont reconnu que la distinction entre les deux sexes ne devrait pas exister, mais qu'elle était présente encore dans notre société. Cet échange, tiré du premier groupe, résume certaines des raisons énoncées par les participants pour ancrer leur évaluation des leaders politiques :

B1 : Moi je dirais... que probablement... que c'est culturel. On a l'image de l'homme fort qui va gérer pis que c'est normal culturellement.

H1 : On n'a pas encore ce réflexe-là. De dire qu'une femme peut gérer.

B1 : Oui, qu'une femme peut gérer !

H1 : Pis on a un mauvais exemple de Madame Thatcher,

C1 : Ouin, elle, elle a géré pas à peu près.

H1 : Mais, je veux dire, elle a donné l'image de la femme qui n'était pas très positive.

Ici, les participants remettent en question la capacité de toutes les femmes à diriger un gouvernement en ne prenant appui que sur un seul exemple présenté comme étant négatif. Ce constat, également réalisé par Bashevkin (2009 : 24), met en lumière le schéma cognitif genré des participants, soit que les femmes, associées majoritairement à l'univers féminin, ne possèdent pas les qualités nécessaires à la fonction de chef d'État. Ces éléments sont aussi au cœur des discussions du groupe 3 :

A3 : Moi je ne suis vraiment pas certaine... Françoise David on est doux [avec elle] parce qu'elle représente un peu comme la vertu que tu disais. Mais Pauline Marois j'ai peut-être l'impression qu'on a été plus dur avec elle.

C3 : Ah oui ? Si ça avait été un homme qui avait animé les débats comme ça, qui avait parlé de Charte, qui avait été moyen pour ne pas dire parfois mauvais en avant, je pense que le parti aurait été beaucoup plus dur avec un homme qui aurait fait les mêmes erreurs.

B3 : Moi j'écoute beaucoup la radio à Québec et ça été 30 jours de temps à dire que Pauline Marois c'est une ci, c'est une ça. [...] Je pense qu'ils n'auraient jamais fait ça si ça avait été un homme. Jacques Parizeau n'a jamais subi ça, Bernard Landry n'a jamais subi ça, même André Boisclair qui pourtant s'est fait lâcher par le parti n'a jamais subi ça. Je trouve que sur Pauline Marois les gens ont été extrêmement durs de façon générale. Même Françoise David, les gens ont critiqué un peu comment elle était habillée au premier débat. Alors que personne n'a parlé de la cravate de François Legault.

Les participants soulignent dans ces échanges les différences de perception et d'évaluation basées sur le sexe des leaders, confirmant que les schémas interprétatifs ne sont pas les mêmes pour un homme et une femme (Goodyear-Grant, 2013 ; Caroll et Fox, 2006).

Il nous faut dire également que les discussions de ce bloc ont été les plus animées et les plus diversifiées. Aucun consensus clair ne s'est dégagé des propos de nos participants. Les notions selon lesquelles les femmes dirigent et gouvernent différemment, qu'elles sont moins capables de trancher, et que les hommes sont des leaders naturels ont été centrales comme l'illustrent ces blocs d'échanges provenant du groupe 2 :

F2 : Je dirais justement que pour les députés genre les 125 députés ordinaires ça n'a pas vraiment d'importance, mais j'ai comme l'impression vraiment que pour un chef de parti, ça me fait mal au cœur de le dire, mais pour un chef de parti ou un Premier ministre j'ai comme l'impression que ça serait mieux si c'était un homme parce que c'est encore un boys-club.

B2 : Oui et peut-être que la société n'est pas encore rendue là.

F2 : Oui que le Premier ministre soit Françoise David, elle n'aura pas le choix de frayer avec le milieu des affaires où c'est encore vraiment un monde d'hommes. Les politiciens internationaux il y a encore beaucoup d'hommes même s'il y a Angela Merkel en Allemagne. Tu sais, Angela Merkel a toutes les qualités masculines possibles! [Rires des autres, et hochements de tête approbatifs].

[...]

D2 : Mais j'ai l'impression en même temps qu'une attitude très agressive va passer vraiment moins bien sur une femme.

B2 : Oui ça c'est clair!

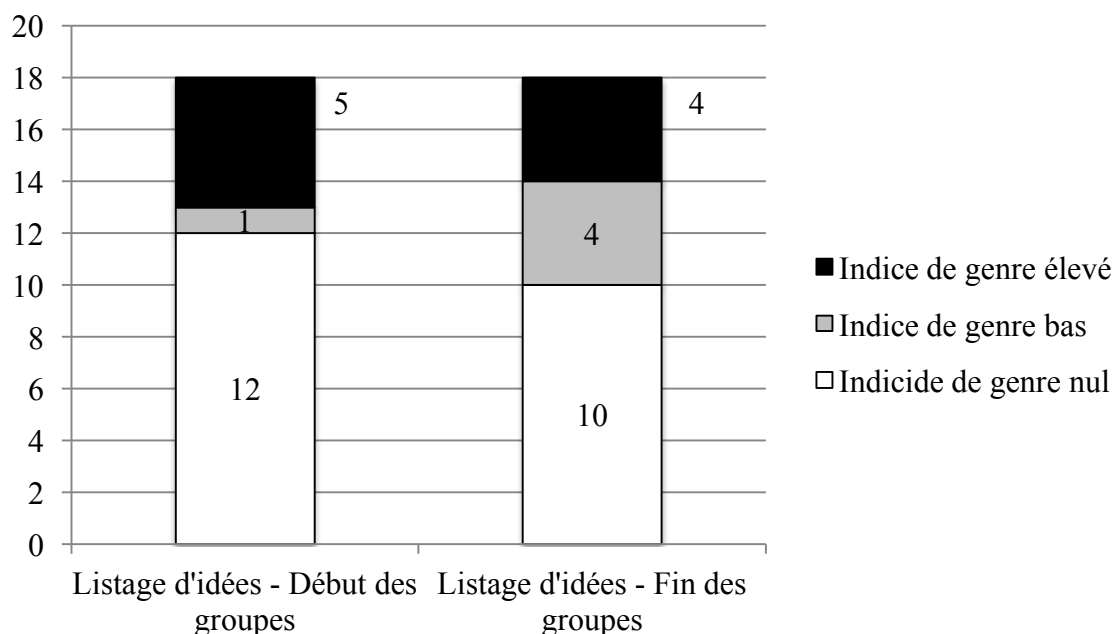
D2 : Parce que comme une politicienne, plus au niveau international, comme Margaret Thatcher va être vraiment plus « bashé » [critiqué] qu'un politicien qui ferait la même chose ou qui aurait été dans la même situation. Je pense.

Dans cet extrait, on voit que les participants F2 et D2 justifient leur opinion en affirmant que les femmes doivent encore aujourd'hui se conformer au milieu politique qui est très masculin. Ainsi, ils posent les normes genrées comme étant fixes et ne les remettent pas en question. Ceci est aussi observable dans les échanges portant sur les chef(fe)s actuel(le)s. Dans ce bloc de discussion, les participants ont remis en question la capacité de gestion de Pauline Marois et ont évalué négativement son agressivité. Par contre, lors de la discussion sur les différences entre les hommes et les femmes en politique, tous nos groupes ont dénoncé ce comportement observé chez d'autres électeurs, sans s'apercevoir qu'ils avaient tenu ce même discours genré. Plusieurs pistes théoriques peuvent expliquer ce comportement. D'abord, comme le pose Winter (2008), les schémas cognitifs genrés sont très ancrés culturellement et peuvent

être activés très facilement. Il faut alors peu de connaissances préalables genrées pour activer la cognition genrée. Lorsque nos participants ont été invités à discuter consciemment des différences hommes-femmes, il est possible que les schémas se soient activés en raison de la profondeur de ces croyances dans la société (Winter, 2008 : 41). Une autre piste théorique est celle de l'accessibilité de la croyance, qui pose que les schémas cognitifs sur des objets familiers restent très accessibles cognitivement, et nécessitent alors peu d'information pour s'activer (Domke, Shah et Wackman, 1998 : 53). Dans cadre de notre recherche, la politique est un objet relativement familier et commun pour les participants qui viennent de vivre une campagne électorale lors de la tenue des groupes de discussions. Or, dans le cas de cette campagne électorale, comme le démontre notre analyse du contenu de la couverture médiatique, les cadres les plus fréquemment mobilisés ont été associés à l'univers masculin. Il est alors possible que la perception des participants suive ce cadrage, sans le remettre en question.

Nous avons également analysé l'utilisation du genre dans les réponses cognitives spontanées mesurées dans nos groupes de discussions. Évidemment, le nombre restreint de répondants ne permet pas de généraliser, mais apporte un éclairage complémentaire aux conclusions de notre expérience en ligne. Premier constat, les réponses formulées par les participants au début de nos séances sont moins genrées que celles qu'ils ont écrites en fin de discussions. Le genre est plus présent dans la seconde séance de listage d'idée qui suit le bloc de discussions sur les différences genrées.

Graphique 12 : Nombre de participants, selon les indices de genre, par listages d'idées des groupes de discussions



Les données du graphique 12 indiquent que les participants des groupes de discussion mobilisent davantage le genre dans leurs réponses issues du second listage d'idées, qui suivait le bloc de discussion sur les différences hommes-femmes. De plus, 75 % de ceux qui ont émis des réponses genrées après les discussions l'ont fait pour la première fois. Les participants semblent ainsi réagir en fonction des schémas genrés qui avaient été activés lors de la discussion sur les différences genrées. C'est-à-dire qu'en raison de l'effet d'accessibilité (Shen, 2010; Higgins, 2012) du schéma cognitif genré, il est possible que l'interprétation des participants ait suivi inconsciemment ce mode de gestion de l'information.

En ce sens, les discussions de nos groupes nous permettent de dire que le genre reste en trame de fond des échanges sur la politique. Quel est alors le rôle des médias dans cette construction ?

6.2 L'évaluation de la couverture médiatique par nos participants

Pour comprendre le rôle joué par les médias dans la perception des leaders politiques, nous avons commencé par regarder comment les participants évaluent la couverture médiatique de la dernière campagne. Selon la littérature sur les effets des médias (Petty et Cacioppo, 1986), la crédibilité de la source peut être un modérateur important de l'influence des médias. Pour ce thème, nous avons engagé la conversation en demandant aux participants de répondre à la proposition suivante : « Je pense que la couverture médiatique de la dernière campagne électorale se décrit avec ces trois mots ».

Tableau 14 : Description de la couverture médiatique par nos participants

| Thématique | Élément écrit par les répondants. |
|--|--|
| Superficielle | Analyse poussée VS en surface; ça ne vole pas haut; chefs, clip, force de l'image; informative; les questions ne sont pas en lien avec le thème des conférences; manque de fond; pas assez en profondeur; peu axée sur les idées et trop sur les chefs; peu inspirant; simpliste; superficielle*; trop articulé; vide. |
| Biaisée | Biaisé*; ça paraît l'allégeance des journalistes; complète; déformation; déprimante; exclusion; façonnement des idées émises; inégale*; influence le vote; non objectif; orientées; partisanerie; sélection. |
| Sensationnalisme | Beaucoup de commentaires; cynisme; image avant les idées; le téléroman campagne électorale; populiste; sensationnalisme; surprenante. |
| Négative | Controverses; déprimante; éclaboussures; faux pas (utilisations); négative*; salissage. |
| Diversifiée | Bien distribué; centré sur les grandes villes; différents d'un à l'autre; éparpillé; ils font avec le contenu; locale; pas assez de diversité. |
| Rapidité | Instantané; rapide. |
| * Termes ayant été mentionnés par plus d'un participant. | |

Le tableau 14 souligne le peu de confiance des participants de nos groupes de discussions envers les médias et la couverture médiatique de la politique. Plusieurs des échanges mettent aussi en lumière un cynisme certain envers la qualité du travail des journalistes.

C1 : J'ai mis l'image avant les idées. L'image avant les idées. J'ai arrêté après même pas une semaine de campagne les nouvelles, parce que moi je voulais m'intéresser aux idées des partis, mais tout ce que je voyais c'était : alors il a fait ça... na na nan... alors on va commenter ça pendant quinze minutes. [...] Je me suis dit tant pis. Je vais aller lire les plateformes pis je vais me faire mon idée moi-même. Parce que j'en avais comme ras le bol de ça. Vraiment.

H1 : La même chose. Façonnement des idées. Les médias utilisent leur pouvoir de médias pour découper ce qui a été dit, et pis si tu avais été là probablement que tu dirais, ben voyons dont! C'est pas ça pantoute qui voulait dire, ou il y avait une autre idée en arrière de ça, ou il l'appuyait par d'autres choses. Mais eux, ils disent regarde, on prend ces 15 secondes-là, et on déblatère là-dessus.

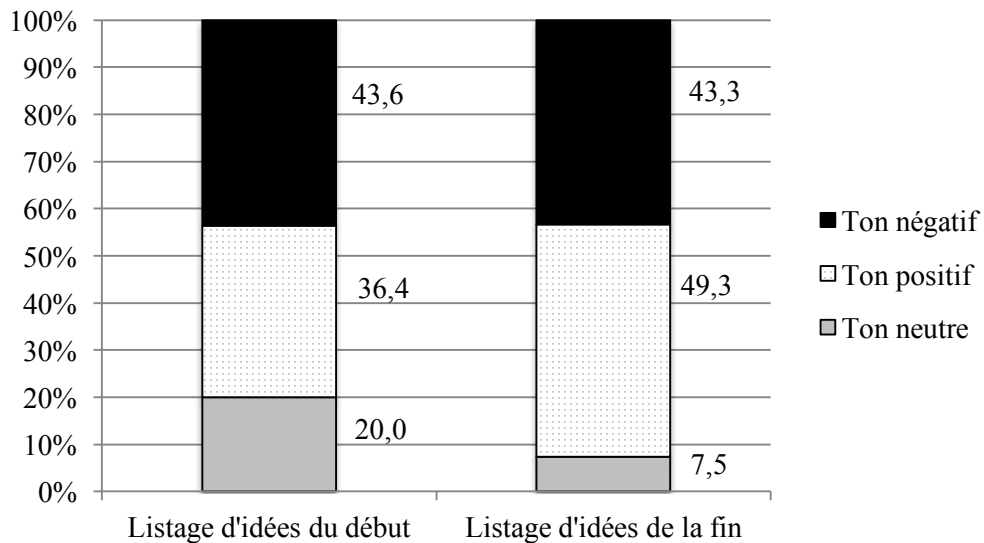
D1 : Ça vient un peu chercher ça. Ils cherchent beaucoup la controverse. C'est vraiment là...

H1 : les faux pas.

D1 : c'est ça. Les faux pas, pis ils vont pas arrêter d'en parler. Pis pour revenir, si tu veux connaître c'est quoi les idées des partis, ben c'est pas en écoutant les médias que tu vas les connaître. C'est en allant voir leur site internet, et leurs plateformes.

Dans ce contexte, il semble que la crédibilité de la source pourrait être renégociée, incluant une nouvelle variable dans l'équation des effets des médias. Ainsi, les participants des groupes associent un rôle d'interprétation aux médias dans leur couverture de la campagne. Pourtant, l'analyse de leurs réponses cognitives spontanées émises à la fin des groupes, donc après les discussions sur la couverture médiatique, relève une légère hausse des commentaires positifs produits en réaction aux extraits médiatiques présentés (graphique 13).

Graphique 13 : Proportion des réponses sogitives spontanées émises dans les groupes, selon le ton



Le fait que les leaders politiques traités dans le segment écouté à la fin des groupes (Françoise David et François Legault) ne sont pas les mêmes que ceux présentés dans le premier bloc de listage d'idées (Pauline Marois et Philippe Couillard) peut expliquer les différences observées dans les réactions des participants.

Dans ce contexte, est-il possible que les messages et cadres présents dans les médias influencent l'évaluation des leaders faite par nos participants ? Sur cette question, nos résultats mettent en lumière plusieurs similitudes entre la couverture médiatique et les réactions de nos participants, et ce malgré le cynisme exprimé à l'égard des médias par nos participants. Tout d'abord, les traits de caractère centraux identifiés par nos participants pour décrire les politiciens sont aussi au cœur de la couverture médiatique des chef(fe)s réalisée durant la campagne électorale de 2014.

6.2.1 Comparaison de la perception des chef(fe)s et de leur médiation

D'abord, pour Pauline Marois, sa détermination et sa ténacité sont le cœur de sa description réalisée par nos participants dans les groupes de discussions. Ce schéma était aussi très

présent dans les cadres médiatiques à son endroit, entre autres, par l'utilisation du slogan de campagne « Déterminée » et par la récurrence de la mention de son expérience et son dévouement au travail dans les médias. Par contre, nous avons analysé plusieurs articles évoquant sa grande écoute et son empathie, des valeurs associées plus traditionnellement à la féminité classique. Nos groupes de discussions ont peu parlé de ces éléments. Il semble que les traits liés à sa compétence et à son expérience du monde politique, et donc la posant comme partie prenante de ce milieu, aient davantage été activés dans les échanges.

Philippe Couillard a lui obtenu une couverture médiatique genrée largement teintée par l'identité du « Mâle Alpha ». Ainsi, 54,5 % des cadres qui le décrivent dans le quotidien *Le Soleil* suivent ce descriptif de même que plus de 50 % des cadres issus du blogue *Sur les Collines* et du *TVA22h*. Cette description était d'ailleurs riche en images fortes véhiculées par des expressions marquant l'agressivité, de nombreuses métaphores sportives et des stéréotypes guerriers en parlant fréquemment de combat et de lutte. Par contre, nos groupes de discussions ont continué de le décrire comme un homme « beige », « intelligent, mais trop calme ». Il est possible que les connaissances préalables à l'endroit de Philippe Couillard n'aient pas pu être renversées par les efforts médiatiques de son entourage, et que ces traits continuent d'être activés lorsqu'il est question de ce politicien. Néanmoins, la notion d'agressivité est aussi présente dans les échanges, et est relativement mal perçue par nos participants. Ce constat avait également été réalisé lors de l'analyse des réponses cognitives spontanées réalisée lors de l'expérience en ligne.

François Legault a aussi été décrit dans sa couverture médiatique suivant les stéréotypes du genre selon l'identité du « Mâle Alpha » notamment en raison de son côté « bagarreur » et de son passé d'homme d'affaires aguerri. Par contre, dans le cadre des échanges de groupes c'est son manque de cohérence qui semble surtout avoir retenu l'attention. Tout comme dans les réponses cognitives spontanées des participants de l'expérience en ligne, le fait de changer d'idée est décrié par nos répondants dans leurs évaluations du chef caquiste.

Quant à Françoise David, sa description médiatique et celle réalisée par nos participants sont très similaires. Comme cette politicienne a obtenu une couverture médiatique limitée (environ 5,9 % des articles recensés), peu de cadres ou de commentaires viennent contrer l'image véhiculée de femme consensuelle. Cette unanimité transparait également dans nos groupes de discussions. Tel que le pose Huang (2009), l'absence de diversité dans les cadres médiatiques provoque l'unicité des schémas interprétatifs, expliquant, selon nous, pourquoi peu d'éléments viennent contredire le cadrage de cette leader.

En ce sens, les récits construits par les participants des groupes de discussions semblent s'inspirer de la médiation de la politique réalisée par les médias. Ceci semble indiquer que les médias peuvent jouer un rôle dans la perception des leaders, notamment en activant les connaissances préalables à propos de ces derniers pour orienter leur évaluation de la performance politique. Par ailleurs, les échanges sur les leaders politiques révèlent l'ancrage de la croyance populaire voulant que la politique soit un monde d'hommes. Cette étiquette encore bien présente dans les évaluations réalisées par nos participants semble perdurer, et ce malgré l'augmentation du nombre de femmes en politique et l'acceptation dans la société d'une diversité dans les identités genrées. Les cheffes de partis, quant à elle, ne disposent pas de cette liberté, comme le montre l'évaluation de leur performance réalisée suivant les principes prescriptifs et normatifs de la masculinité traditionnelle qui domine le monde politique.