

IDÉES

Campagne électorale

La spirale de la négativité

DENIS MONIÈRE
Professeur de science politique
à l'Université de Montréal

Les présentes élections fédérales, tout comme les élections québécoises de 2007, montrent que la tendance à la négativité s'impose dans les stratégies de communication des partis. Certes, la critique de l'adversaire a toujours fait partie de l'arsenal des partis politiques. Cette logique promotionnelle est inhérente au choix démocratique, qui suppose une comparaison entre au moins deux candidats, deux partis ou deux visions du monde. Ce qui est nouveau toutefois, c'est le dosage ou l'intensité des campagnes négatives.

C'est un phénomène de «spirale» car il affecte tous les protagonistes du jeu électoral. S'il est normal pour un parti d'opposition de critiquer les politiques du parti au pouvoir et de montrer tous les dangers que représenterait sa réélection, il est plus étonnant de constater que le parti gouvernemental a lui aussi tendance à privilégier les attaques contre ses adversaires plutôt que de défendre ses réalisations et de miser sur les avantages que les citoyens ont tirés de son action. Puisqu'un parti qui est attaqué doit riposter afin de ne pas laisser accréditer les allégations de ses adversaires, cette dynamique engendre une guerre d'injures et de dénégations qui s'est intensifiée dans la dernière décennie.

Tendance négative

Jusqu'au début des années 90, le discours publicitaire des partis au pouvoir privilégiait un contenu positif, alors que les partis d'opposition, conformément à leur rôle, accordaient plus d'importance à la critique de leurs adversaires mais misaient néanmoins sur des arguments positifs pour obtenir le soutien des électeurs. Depuis 1988, les partis gouvernementaux tablent de moins en moins sur leurs réalisations pour se faire réélire et participent eux aussi à la spirale de la négativité.

Les campagnes électorales récentes au Canada confirment cette tendance. Aux élections fédérales de 2004, le Parti libéral du Canada, affaibli par des scandales, eut recours à une stratégie de dénigrement de son adversaire conservateur, dénonçant dans ses messages publicitaires l'intolérance et l'extrémisme de ce parti. Cette virulence fut payante, puisqu'elle permit aux libéraux d'être à nouveau portés au pouvoir.

En 2006, les libéraux, constatant en milieu de campagne un déclin de leurs appuis, utilisèrent la même recette en diffusant en anglais et en français une série de messages extrêmement négatifs qui voulaient faire croire que les conservateurs envahiraient l'armée dans les rues. Mais la redondance du procédé en réduisit l'efficacité, et les conservateurs réussirent à leur tour à former un gouvernement minoritaire. Dans la présente campagne électorale, les conservateurs s'attaquent directement au leadership de Stéphane Dion et tentent de miner sa crédibilité et celle de son programme.

Plus efficace

Pourquoi les partis misent-ils de plus en plus sur l'attaque pour gagner des votes? Les recherches menées aux États-Unis et au Canada ont montré que les électeurs accordent plus d'attention aux messages négatifs, qu'ils les assimilent plus facilement et qu'ils s'en rappellent plus longtemps. Cet effet de rétroaction affecte surtout les électeurs qui s'intéressent peu à la politique et qui sont peu informés, clientèle particulièrement difficile à rejoindre pour les partis.

La publicité négative est aussi efficace parce qu'elle réussit mieux que la publicité positive à faire parler d'elle. Le message conservateur de la fiente sur l'épaule de Stéphane Dion, qui ne fut diffusé que quelques heures sur un site Internet, en témoigne éloquentement. En ayant tendance à valoriser ce qui sort de l'ordinaire, les médias lui accordent beaucoup d'attention et accroissent son influence en l'intégrant comme objet d'information.

Le rejet plutôt que l'adhésion

Il semble y avoir une relation entre la désaffection et le cynisme croissants des citoyens envers la politique et le recours à des arguments négatifs dans les discours des politiciens. Comme les citoyens ne croient plus à l'efficacité de l'action politique et aux engagements des partis, ils sont moins sensibles aux offres de politiques et aux débats d'idées. Leurs critères de choix se fondent plus sur des perceptions affectives que sur des motifs rationnels.

Cette tendance est amplifiée par les médias, qui sont plus portés à valoriser ce qui va mal que ce qui va bien, ce qui crée un climat favorable aux attaques et aux dénégations. Les partis suivent donc cette logique dans l'élaboration de leur stratégie de communication. Il s'agit d'obtenir le vote des électeurs en stimulant une réaction de rejet plutôt qu'une réaction d'adhésion. Il semble bien que cette tendance à la négativité s'amplifie avec le fractionnement et la dispersion de l'électorat entre plusieurs partis. Lorsque la concurrence est vive et que plusieurs partis sont susceptibles de former le gouvernement, le niveau d'agressivité s'accroît. L'élection fédérale de 2008 semble vouloir confirmer cette hypothèse.

Stéphane Dion.
Not worth the risk.

REUTERS

Le message conservateur de la fiente sur l'épaule de Stéphane Dion ne fut diffusé que quelques heures sur un site Internet, mais a fait couler beaucoup d'encre.



LUCAS JACKSON REUTERS

Un jeune garçon habillé en chômeur des années 30 vendait des pommes dans Wall Street le 30 septembre dernier. La crise actuelle met à nu les ratés d'une croissance économique basée sur les principes néolibéraux.

Les colonnes du temple néolibéral ébranlées

JACQUES ROUILLARD
Professeur au Département d'histoire
de l'Université de Montréal

Les médias appellent que la crise financière qui secoue les États-Unis est la plus importante depuis le choc causé par la Grande Dépression des années 30. Dans les deux cas, l'État est en effet appelé à la rescousse pour remettre à flot un système économique qui bat de l'aile. Et comme dans les années 30, la crise touche actuellement les institutions bancaires qui sont au cœur du système économique états-unien.

Et voilà que l'État, dont l'administration Bush voulait marginaliser le rôle, se voit obligé d'injecter des sommes gigantesques à même les taxes et les impôts des citoyens, dont la grande majorité n'ont pas profité de la bulle financière et de la croissance économique depuis plus de trente ans. La loi du marché, qui voudrait que les institutions fautive paient pour les pots cassés, ne peut plus s'appliquer compte tenu du gigantisme de ces firmes et des répercussions économiques considérables qu'entraînerait leur faillite. Et s'applique donc plus que jamais l'adage voulant que les entreprises privées récoltent les profits et que les pouvoirs publics se débrouillent avec les pots cassés.

Faiblesse de la demande

Le parallèle le plus intéressant de cette crise avec celle des années 30 vient de ce que le gouvernement américain, depuis l'administration de Ronald Reagan au début des années 80, a voulu rompre avec les politiques économiques mises en place dans le sillage du New Deal. À partir de 1933, l'administration du président Franklin D. Roosevelt a adopté des lois régulant sévèrement le fonctionnement des institutions bancaires et monétaires. Le sentiment populaire rendait largement responsables les trusts et les monopoles de la crise économique.

D'autre part, cette administration avait diagnostiqué que la crise résultait de la faiblesse de la demande de biens et qu'il fallait relancer la consommation en redonnant du travail aux chômeurs grâce à des mesures d'assistance sociale et en facilitant la syndicalisation des travailleurs. La négociation collective permettrait de renforcer la capacité des salariés d'obtenir des hausses de salaire et une diminution de leurs heures de travail. On pensait ainsi redonner du pouvoir d'achat aux consommateurs qui seraient mieux en mesure de jouir des fruits de la production industrielle. C'est un revirement majeur des politiques économiques du gouvernement qui estimait, jusque-là, que les lois du marché, même en situation de crise, rétabliraient l'équilibre économique.

Libre jeu du marché

La mise en place des politiques tracées par le New Deal a permis aux États-Unis de sortir de la récession et de connaître une prospérité inégalée au cours des 40 années qui ont suivi. Les salaires réels moyens des travailleurs viennent bien près de doubler, leurs heures de travail se replient, les avantages sociaux se font plus généreux et un filet de protection sociale commence à être mis en place. Les salariés peuvent ainsi profiter de la croissance de l'économie et participer à la société de consommation (auto, maison, appareils électriques).

Mais ces années glorieuses pour les salariés vont prendre fin au début des années 1980, avec la «révolution capitaliste» de Ronald Reagan qui, pour mettre fin à l'inflation qui fait rage, tourne la page au New Deal pour effectuer un retour au libéralisme classique d'antan. Ce courant de pensée, qui est porté par le patronat, mise, largement pour réguler le développement économique, sur le libre jeu des forces du marché et repousse l'interventionnisme étatique. Comme

le disait Reagan, «l'État n'est pas la solution à nos problèmes, en fait l'État est le problème».

Favoriser les entreprises

Quatre principes cardinaux animent ce néolibéralisme: la déréglementation, la privatisation, la libéralisation des marchés et l'allègement de la fiscalité. Pour assurer la croissance, l'objectif de l'État n'est plus de stimuler la demande, comme on le faisait depuis les années 30, mais de soutenir l'offre de biens en privilégiant des politiques favorables aux entrepreneurs, aux entreprises et aux détenteurs de capitaux. Et les administrations qui vont suivre aux États-Unis s'appliqueront à appliquer ces principes.

Au chapitre de la déréglementation, elles ont éliminé des lois importantes touchant le secteur financier, refusé de les moderniser ou simplement négligé d'agir. [...] Et il est d'autres conséquences de la déréglementation et du laxisme à appliquer les lois du travail, dont on ne fait pas état, mais qui pèsent lourdement sur les épaules de la majorité de la population, celle-là même qui tire son revenu d'un salaire. Elle explique sa grogne actuelle envers le sauvetage d'institutions dirigées par des financiers qui ont encaissé des revenus faramineux.

Pouvoir d'achat qui stagne

Malgré une hausse de la productivité et de la richesse de la société états-unienne, les travailleurs salariés n'en ont pas vu la couleur depuis plus de trente ans. En effet, quand on tient compte de l'inflation, leur salaire hebdomadaire réel moyen n'a pas augmenté depuis la fin des années 70. Pour joindre les deux bouts, il leur a fallu de plus en plus deux revenus par ménage et un allongement de la semaine de travail, qui est passée de 38,8 heures en 1978 à 39,6 en 2004.

Depuis qu'on détient des statistiques, il n'y a jamais eu une aussi longue période où le pouvoir d'achat des salariés soit demeuré stagnant. Il en a résulté une inégalité des revenus supérieure aux États-Unis à celle de tous les pays industrialisés, écart qui s'est particulièrement accentué depuis les années 80. [...]

Ratés de la croissance économique

Même si leur salaire demeure stagnant, de nombreux travailleurs ont continué à consommer, mais en s'endettant de plus en plus pour maintenir leur niveau de vie. Ils sont vivement sollicités de mille façons par les institutions financières, les commerces et la publicité, qui invitent à acheter maintenant et à payer plus tard. Le maintien de très bas taux d'intérêt a facilité l'endettement des ménages, qui a doublé depuis 30 ans; il atteignait 127 % de leur revenu disponible en 2005 (*Monthly Review*, mai 2006).

Beaucoup de ces ménages ne peuvent joindre les deux bouts lorsque les taux d'intérêt sont à la hausse. C'est ce qui est arrivé pour les prêts hypothécaires, premier poste d'endettement des ménages, engendrant la crise financière que nous connaissons. Mais il est d'autres sources d'endettement, prêt auto et cartes de crédit, où les institutions financières n'ont pas montré plus de prudence. La hausse des taux d'intérêt annoncée risque encore une fois de mettre à mal les ménages et les institutions financières.

La crise met à nu les ratés d'une croissance économique basée sur les principes néolibéraux. En effet, la déréglementation et la libéralisation des marchés n'ont pas eu seulement pour effet de révéler le dysfonctionnement des institutions financières. Elles illustrent aussi les conséquences d'une croissance de la consommation résultant plus de l'endettement des ménages que d'une hausse de leur revenu réel. Le candidat à la présidence Barak Obama a bien raison de dire que le système n'a pas fonctionné et que «l'essentiel en économie doit se mesurer à savoir si la classe moyenne a tiré oui ou non une juste part de la croissance économique». Et manifestement, la classe moyenne n'a pas tiré profit de la prospérité des dernières décennies.

Le gala des «momies»



LISE PAYETTE

Ils avaient tous l'air d'être embaumés dans leur costume du dimanche. J'ai attendu pendant deux heures que l'un d'entre eux se lève, histoire de faire quelques pas pour se dégourdir les jambes, que l'un d'entre eux enlève son veston et retrousse ses manches ou qu'il demande simplement la permission d'aller faire pipi, mais ça n'a pas eu lieu. Ils sont tous restés là, comme de bons élèves qui ont peur de la colère du professeur. Et comme prévu, il ne s'est rien passé.

On attendait du sang. Ou une vraie colère. Un geste, juste un geste d'écœurement. On voulait voir Gilles Duceppe debout, gesticulant, donnant de la voix, ramassant sans les ménager tous ceux qui ont tendance à le traiter comme s'il était sans importance dans leur sanctuaire. On aurait voulu que Stéphane Dion monte sur la table pour nous chanter «J'aurais voulu être un artiste», ou que Stephen Harper laisse échapper un juron bien québécois et bien senti qui nous aurait convaincus qu'il sait enfin ce qu'est la nation québécoise. Mais ça a été peine perdue. Il a souri tout du long comme un chat qui a pris la souris. Jack Layton a continué d'avoir l'air d'un vendeur de chars et il faut bien admettre que l'anglais de Pauline Marois n'a pas à rougir devant le français d'Elizabeth May.

Quand j'étais une petite fille, mon grand-père, avec qui je faisais souvent la promenade d'après le souper, m'avait emmenée au marché Atwater, où avait lieu une grande assemblée publique durant laquelle le maire Camilien Houde devait prendre la parole. Je ne me souviens que de lui. Il m'avait fait peur. Il marchait de long en large sur la scène, gesticulant et criant qu'il fallait que ça change et qu'il fallait sortir la bande de voleurs qu'il y avait à l'Hôtel de Ville. La salle criait, applaudissait, tout le monde était debout.

C'était excitant. Il se passait quelque chose. Mon grand-père mettait ses mains sur mes oreilles, pensant sans doute que certains propos n'étaient pas faits pour mes chastes oreilles. C'était mon premier contact avec la politique et j'ai souvent regretté que cet enthousiasme se soit perdu en route ou qu'il ait été échangé pour des discours somnifères dont le but est trop souvent d'en dire le moins possible tant on est convaincu que «le fameux monde ordinaire» ne peut pas comprendre.

Le cartel des télévisions à qui on doit l'organisation des débats des chefs ne veut pas de débordements. C'est évident. Avec leur formule propre et totalement aseptisée, leurs règlements hautement civilisés, les responsables du cartel ont réussi à tuer toute envie de faire de ces deux heures un moment important de notre vie démocratique.

C'est pourtant elle qu'on veillait mercredi soir, la démocratie. On veillait au corps, comme on disait dans le temps. On veillait la démocratie, d'une certaine façon, car ce premier débat était tout sauf démocratique. En le réglant comme une feuille de musique, en le mesurant, avec du temps distribué à la miette, le cartel a réussi à faire disparaître la moindre velléité de faire du débat une rencontre vivante avec des politiciens qui acceptent de courir des risques.

Les chefs de parti ne peuvent pas se sentir. Nous les savons. Mais quand l'animateur demande tout à coup à chacun d'entre eux de dire du bien de son voisin de gauche, nous ne sommes pas loin de l'infantilisation. Nous sommes en train de sombrer dans le ridicule au Québec à force de ne vouloir d'affrontement sur rien, de ne pas supporter un vrai débat où des adversaires peuvent se dire franchement ce qu'ils pensent et se donner la main à la fin de la rencontre. Dire du bien de son voisin dans un débat politique, c'est faire de l'angélisme.

Personne ne s'est vraiment démarqué. C'était l'opinion émise après le débat par les analystes et par le public. Donc, le cartel de la télévision va être content. Il va pouvoir affirmer: mission accomplie. Pas d'écarts de langage, pas d'emportement, pas vraiment d'accusations de quoi que ce soit. De 45 secondes en 45 secondes, on a tué le temps. Pas de tache sur les cravates, pas de doigts dans le nez, pas de cigarette, pas d'alcool et pas de petite pépé. On faisait dans le sérieux pour vrai. Pas question de rigoler, car c'est bien connu, on ne rigole pas avec la politique.

On a ressorti les momies pour le show de jeudi soir. On a dû changer le disque pour un disque en anglais. Mais moi, j'avais déjà décidé d'abandonner pour aller voir le débat Palin-Biden. Impossible de toute manière que ce soit aussi «plate» que notre débat en français parce que celui-là, il est imbattable.

La vie politique se meurt dans ce beau grand Canada. La démocratie aussi. L'enquête démontrerait sans doute que c'est la télévision qui les a tués. Le nivellement se fait par l'image.

Écrivez-nous!

Le Devoir se fait un plaisir de publier dans cette page les commentaires et les analyses de ses lecteurs. Étant donné l'abondance de courrier, nous vous demandons de limiter votre contribution à 8000 caractères (y compris les espaces), ou 1100 mots. Inutile de nous téléphoner pour assurer le suivi de votre envoi: si le texte est retenu, nous communiquerons avec son auteur. Nous vous encourageons à utiliser le courriel (redaction@ledevoir.com) ou un autre support électronique, mais dans tous les cas, n'oubliez pas d'indiquer vos coordonnées complètes, y compris votre numéro de téléphone.

L'ÉQUIPE DU DEVOIR

RÉDACTION Information générale et métropolitaine : Gérard Dallaire (adjoint au directeur de l'information), Marie-Andrée Chouinard (éditorialiste, responsable de la page Idées), Clairandré Cauchy (éducation), Jeanne Corriveau (affaires municipales), Fabien Deglise (consommation), Jean Dion (sports), Louis-Gilles Francœur (environnement), Pauline Gravel (sciences), Brian Myles (justice et faits de société), Louise-Maude Rioux Soucy (santé), Alexandre Shields (général), Philippe Papineau (pupitre) ; information politique : Michel David (chroniqueur), Hélène Buzzeiti et Alec Castonguay (correspondants parlementaires à Ottawa), Antoine Robitaille et Robert Dutriscac (correspondants parlementaires à Québec), Kathleen Lévesque (reporter) ; information culturelle : Michel Bélair (théâtre et cahier Culture), Guillaume Bourgault-Côté (reporter), Paul Cauchon (médias), Frédérique Doyon (reporter), Caroline Montpetit (livres), Isabelle Paré (reporter), Odile Tremblay (cinéma), Paul Bennett (pupitre cahiers spéciaux et culturels du week-end), Julie Carpentier (pupitre) ; information économique : Gérard Bérubé (adjoint au directeur de l'information), François Desjardins (reporter), Eric Desrosiers (reporter), Claude Turcotte (reporter), Dominique Remy (pupitre) ; information internationale : Guy Taillefer (adjoint au directeur de l'information), Serge Trauffa (éditorialiste), Claude Lévesque (reporter), Jean-Pierre Legault (pupitre international), page éditoriale et cahier Perspectives) ; Diane Prescott (responsable des pages thématiques) ; Jacques Grenier et Jacques Nadeau (photographes) ; Michel Garneau (caricaturiste) ; Michèle Malenfant et Christine Dumazet (correctrices) ; Benoit Munger (responsable du site Internet), Émilie Folie-Boivin et Vincent Cauchy (commis Internet) ; Amélie Gaudreau (secrétaire à la rédaction) ; David Dumouchel et Étienne Plamondon-Emond (commis à la rédaction). DOCUMENTATION Gilles Paré (directeur), Manon Derome (Montréal), Olivier Spéciel (Québec), Monique Bhérier (Ottawa), PUBLICITÉ Julie Chrétien (directrice adjointe), Amélie Bessette, Jean de Billy, Jean-François Bossé, Manon Bolland, Marlène Côté, Amélie Maltais, Claire Paquet, Geneviève Poirat, Chantal Rainville, Isabelle Sanchez, Nadia Sebai, Mélanie Simard (publicitaires), Sylvie Laporte, Martine Bérubé (secrétaires), PRODUCTION Christian Goulet (directeur adjoint), Michel Bernatchez, Johanne Brunet, Danielle Cantara, Richard Descy Cormier, Donald Filion, Yannick Morin, Nathalie Zemaitis, INFORMATIQUE Yanick Martel (administrateur Web), Hansel Matthews (technicien informatique), PROMOTION, DISTRIBUTION ET TIRAGE Caroline Simard (responsable service à la clientèle), Nancy Beaulieu, Manon Blanchette, Nathalie Filion, Marie-Lune Houde-Brisebois ; Jean-Robert Divers (responsable promotion), ADMINISTRATION Stéphane Roger (contrôleur), Nicole Carmel (responsable des services comptables), Claudette Béliveau (adjointe administrative), Céline Furoy, Ghislaine Laffeur, Claudine Chevrier, Monique Proteau, Danielle Ross.