

La rhétorique contemporaine de l'authenticité : *les cas Régis Labeaume et Patrick Lagacé*

Communication prononcée dans le cadre du colloque
Les journalismes : réalités plurielles, éthique commune ?
Université d'Ottawa
9 mai 2010

François Demers
Université Laval

Ce texte rend compte d'un travail exploratoire qui cherche à mesurer un facteur particulier du succès de la rhétorique de certaines personnalités publiques contemporaines, soit l'authenticité. À l'étape heuristique, la recherche a été activée par trois données convergentes :

- 1) l'importance croissante dans les stratégies des médias généralistes francophones de la figure du chroniqueur, journaliste plus ou moins spécialisé, appelé à se mettre en scène, à étaler ses opinions et ses humeurs, jusqu'à ce que son nom et son image forment une « marque » au sens du marketing (Picard 1999);
- 2) cette tendance est jumelée à la montée en force sur Internet de la figure du blogueur, professionnel ou non, dont le site ou la page fonctionne comme une montée en chaire pour une « communauté » d'adeptes formant public;
- 3) le succès fulgurant du maire de la ville de Québec, M. Régis Labeaume, qui illustre à souhait, et à traits grossis, l'ingrédient rhétorique « authenticité » qui fait l'objet de la recherche.

Ces trois filières convergent en qu'elles attirent l'attention de l'observateur non pas sur le contenu (de vérité, de rigueur, de réalisme, de raison) des discours des chroniqueurs, des blogueurs et des politiciens, mais plutôt sur l'image qu'ils projettent d'eux-mêmes, laquelle semble construite autour de leur authenticité, c'est-à-dire l'adéquation entre ce qu'ils paraissent et ce qu'ils sont vraiment, en particulier entre ce qu'ils disent et ce qu'ils pensent et sentent vraiment. « Ils sont vrais et ils disent les vraies choses », répondent en écho le public et l'électorat.

Pour débiter la recherche empirique, il a été décidé d'examiner deux cas : un politicien et un journaliste. Le choix du maire de Québec allait de soi. Pour couvrir un autre segment important de la communication publique, il importait que l'autre soit un journaliste, ce fut le chroniqueur-blogueur¹ du quotidien *La Presse*², M. Patrick Lagacé. L'angle d'analyse se situe au point de jonction de l'Èthos, composante de la rhétorique classique avec le logos et le pathos (Aristote), et de l'Éthos, au sens de la culture commune et des valeurs collectives (Weber 1985). L'objectif était d'examiner les composantes de l'image que l'orateur donne de lui-même aujourd'hui, pour y situer le facteur authenticité. D'où la question spécifique de recherche : quels sont les ingrédients rhétoriques qui provoquent l'impression de l'authenticité?

Le texte rappellera d'abord le cadre théorique général de la recherche et les principaux concepts utilisés. Cela permettra d'asseoir l'hypothèse voulant que ce sont les valeurs du temps démocratique présent qui rendent possible une rhétorique dans laquelle l'image de l'authenticité prend un poids déterminant dans la rhétorique. Suivra une présentation des deux personnages publics et de leurs discours. La troisième partie alignera les principales composantes de l'image publique produite par ces personnages.

La communication publique

Il est difficile d'attribuer un poids particulier à l'un des ingrédients dans la recette de la rhétorique gagnante. En fait, seule la théorie permet d'attribuer un poids plus déterminant à l'Èthos dans la réussite rhétorique et, plus spécifiquement encore, pointer dans l'Èthos, la composante authenticité comme celle qui fait la différence. La théorie qui fait cela est celle qui est liée à la communication publique³. Celle-ci insiste notamment sur la venue de l'ère post moderniste, alors que le mode de connaissance par la science ne parvient plus à s'imposer comme dominant les autres (l'expérience, la foi, l'émotion, etc.), ce que traduisent à souhait les *cultural studies*. D'où une avancée de l'idée démocratique qui donne le même droit à l'expression pour tous les points de vue. Dans ce nouveau contexte, l'égalité des identités individuelles s'affirme par l'abandon du modèle du citoyen informé par la science, éclairé par la Raison et tenant ses émotions à distance (celui que l'on nommait expert, intellectuel ou savant, ou tout simplement citoyen). Les systèmes de valeurs se valent et le mieux qu'on peut obtenir, c'est leur coexistence pacifique.

L'abord de la communication publique par la porte de la rhétorique des hommes publics (et de seulement un ou deux d'entre eux à titre exploratoire) imposait de choisir nécessairement un homme politique, c'est-à-dire en contexte démocratique : un (e) élu (e) ou qui fait tout pour l'être. L'importance du journalisme dans la communication publique a par ailleurs poussé à ajouter une deuxième sorte de personnage public, soit le journaliste-vedette dont la carrière est suspendue à la notoriété publique. Évidemment, il y a toutes sortes d'autres personnages-publics : des porte-parole de groupes et de causes, des activistes de toutes sortes, des gens du spectacle, des spécialistes et commentateurs, etc. L'avantage de choisir un politicien qui a réussi et un journaliste-vedette, c'est que ces deux personnages sont

totallement dépendants de la faveur de l'opinion, de l'électorat pour le politicien, du public pour le journaliste. La séduction des foules implique que les tribuns doivent performer sur le terrain des trois composantes de la rhétorique : l'Èthos, le logos et le pathos. Dans cette recherche, l'accent est mis sur la première composante, les deux autres resteront en toile de fond.

La démarche empirique

La visée exploratoire de la recherche et les ressources disponibles pour la réaliser ont forcé à économiser l'énergie en centrant la démarche sur l'examen de deux personnalités publiques, dont voici une fiche plus détaillée :

Régis Labeaume a été élu maire de la ville de Québec la première fois en novembre 2007, suite au décès de la mairesse Andrée Boucher (élue en 2005). Il a été réélu en 2009 avec près de 80 % des voix exprimées⁴. Ce n'était pas sa première incursion en politique municipale: au printemps 2005, il avait été défait lors de sa tentative pour obtenir la direction du parti du maire en place⁵, M. Jean-Paul L'Allier qui venait d'annoncer son retrait. Sociologue de formation, M. Labeaume avait travaillé, dans la première moitié des années 1980 au cabinet du ministre péquiste Jean-François Bertrand, celui-là même qui sera battu par Jean-Paul L'Allier lors de l'élection à la mairie de Québec en 1989 (Demers 1994). Puis il deviendra millionnaire avec des actions de la Société nationale de l'amiante. On le retrouve à partir de 2000 à la tête de la Fondation pour l'entrepreneurship, une organisation qui fait la promotion du métier d'« homme d'affaires ». Pendant ses études, M. Labeaume pratiquait le théâtre amateur.

« Dans son monde contrasté, les cols bleus sont des “ fourreurs de système ”, les habitants du Vieux-Québec que la grande activité touristique dérange sont des “ égoïstes qui ne pensent qu’à eux ” et les gens qui critiquent la mission en Afghanistan menée par les soldats de Valcartier sont des “ minables ” » (*L’actualité*, 2009-10-01, « Labeaume atomique », par Isabelle Porter, p. 20-25).

Patrick Lagacé, de son côté, a fait ses études en communications à l'Université d'Ottawa, qu'il a complétées sans demander le diplôme. Pendant son séjour à l'Université d'Ottawa, il a été rédacteur en chef du journal étudiant. Il a d'abord travaillé à l'hebdomadaire *Le Carillon* d'Hawkesbury en 1995. Ensuite, il devient chercheur à la radio de Radio-Canada pour l'émission du matin *CBOF Bonjour* en 1996-1997. De 1997 à 1999, il retourne à la presse écrite au quotidien *Le Droit* d'Ottawa, où il a couvert, pendant deux ans, les élections fédérales, les faits divers et les sports. En 1999, il fait son entrée au *Journal de Montréal*. Il a travaillé aux divisions des arts et spectacles, des faits divers et des nouvelles générales. De 2002 à 2003, il signe une chronique de télévision puis devient chroniqueur. En 2005, il propose au *Journal de Montréal* de bloguer. Il conservera les postes de chroniqueur et de blogueur jusqu'en novembre 2006 quand il quitte l'empire pour se retrouver à *La Presse* où il reprend la chronique et le blogue le 13 décembre 2006. Il a aussi tenu différentes chroniques dans les médias électroniques. Il a été chroniqueur « média et culture » à l'émission *Lapierre et cie*, à la radio CKAC. Il a participé aux débats du *Grand journal* de TQS, à CBC Newsworld et sur LCN. Depuis 2005, il coanime avec Richard Martineau *Les Francs-Tireurs* sur Télé-Québec.

Patrick Lagacé est un journaliste multimédia et multisupport. Il est entreprenant. Il est devenu une « marque » de commerce. Il a appris les formules gagnantes du journal populaire

québécois, là où elles règnent en maître, c'est-à-dire au *Journal de Montréal*. Patrick Lagacé est toujours en mouvement, sur toutes les plateformes, citoyen du monde discutant à droite et à gauche. Pour apprécier son style, voir ce qu'il dit de lui-même sur le site de son blogue : <http://blogues.cyberpresse.ca/lagace/a-propos/>; lire aussi *Pourquoi suis-je fasciné par ce Régis Labeaume?* Blogue de Patrick Lagacé, *La Presse*, le vendredi 16 avril 2010 et *Ville distincte : Québec, 18 décembre 2006*, <http://blogues.cyberpresse.ca/lagace/?p=6121818>.

La recherche...

Pour procéder à l'examen de la présence en public de ces deux personnages, j'ai puisé dans mon observation non systématique de la scène politique de Québec au fil du temps, en tant que citoyen de Québec. J'ai suivi de plus près ce qui a été nommé « l'affaire Clotaire Rapaille ». Ce plus ou moins psychanalyste jungien, Français d'origine installé aux États-Unis, consultant en matière d'images de marque que le maire Labeaume a embauché au coût de quelque 300 000 \$ US pour faire ressortir « l'ADN » de l'image de la ville de Québec. Finalement, le maire l'a congédié avant même la fin du processus⁷. Le consultant s'en serait quand même tiré avec 225 000 \$. Lors du congédiement, le maire a donné le spectacle public de son amertume et s'est livré à des attaques ouvertes contre une journaliste du quotidien *Le Devoir*, la fille de quelqu'un qu'il a dit être de ses « amis ». Il a même menacé la journaliste de poursuite à propos d'un texte publié plusieurs mois plus tôt et qui n'avait pas de lien avec l'affaire Rapaille.

Dans le sondage qui a suivi ce cafouillage, la satisfaction envers le maire était à 84 %. En avril précédent, elle était à 85⁸.

J'ai enrichi ces observations d'une revue de presse plus systématique sur Régis Labeaume dans le quotidien de Québec *Le Soleil* (première élection été 2007 et automne 2007, puis été 2009, avant l'élection) dans *Le Devoir, le 30* (magazine de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec – FPJQ), *L'actualité* (le seul newsmagazine francophone au Canada), du 15 juin 2008 au 15 juillet 2009. J'ai ajouté les *Opinions du lecteur* sur Labeaume dans *Le Soleil* (du 25 octobre au 4 décembre 2007, du 16 au 28 février 2008 puis du 8 au 16 avril 2009, trois périodes de forte présence médiatique). Par ailleurs, j'ai visionné un certain nombre de blogues de Patrick Lagacé dans un corpus fait d'une sélection de chroniques et de blogues à *La Presse* (un mois par année pour les années 2006 à 2009).

... ses résultats

En toile de fond : la « langue de bois », cette expression qui désigne à la fois la façon de dire et le contenu de ce qui est dit, tantôt par les médias de culture avec un grand C par opposition aux médias populaires, tantôt par les intellectuels qui parlent châtiés (les expressions « à la française » ou « style Radio-Canada » traduisent aussi cette accusation), et surtout en politique pour désigner le langage des politiciens « traditionnels ». La « langue de bois » constitue l'omniprésent repoussoir sur lequel s'appuie l'interprétation d'une rupture avec le passé. Pour le maire Labeaume, c'est le contraste avec le style du maire l'Allier, un gentleman, porté sur la Culture et ressemblant à un « homme d'État ». Pour Lagacé, c'est le transfert de sa façon *Journal de Montréal* au quotidien *La Presse*, précisément à la recherche désespérée du public de masse que rassemble toujours le *Journal* alors que le public traditionnel plus bourgeois de *La Presse* l'abandonne.

Sur cette toile de fond, Trois grappes de traits se dessinent pour « être vrais » et dire « les vraies choses » en public :

1) Nos deux exemples s'expriment dans le registre de langage des gens ordinaires et de la vie quotidienne. Ils pratiquent ce que Jacques Ellul (1990) nommait « l'information existentielle » et qu'il souhaitait que les chercheurs utilisent comme étalon à la place de celui de la communication scientifique pour comprendre et évaluer la télévision. Les expressions utilisées sont donc celles de la langue vernaculaire; les propositions sont immergées dans les signes de l'émotion; les contenus se bousculent, babillent, butinent, traitent de choses sérieuses autant que de frivolités, générales autant que très personnelles; il y a des passages très sérieux et des plaisanteries; et c'est plein d'opinions, en rafales.

2) Ils se comportent comme dans les conversations de la vie quotidienne. Ici, le mot important, c'est conversationnel, car une conversation, c'est un flux dans le temps. Le « hier et demain » est débordé par le « d'une seconde à l'autre ». On peut constamment revenir sur ce qu'on a dit. Cela rend ce qu'on dit très léger, très temporaire. On peut à tout moment corriger ce qu'on a dit, ajouter, reprendre, commenter. Et s'excuser. Régis Labeaume est reconnu pour « péter une coche » et s'excuser ensuite. Patrick Lagacé le fait aussi à l'occasion (voir : <http://blogues.cyberpresse.ca/lagace/?p=70723493>). On peut avoir plusieurs interlocuteurs en même temps et en parallèle, parler à droite et à gauche. D'ailleurs, il le faut. En effet, quand on cherche à rejoindre des masses et que celles-ci ont une écoute éclatée par l'abondance des médias qui les sollicitent, il faut être présent partout, et parler à tout le monde. Il faut compter sur la « circulation circulaire de l'information » dans le réseau des médias qui font place publique. Bref, les deux personnages s'inscrivent dans le flux médiatique, conversent de tous bords et tous côtés. C'est le règne des flux tendus dans la vie publique comme en industries. Nos orateurs

traitent leurs paroles, écrites comme verbales, pléthoriques, comme une action légère et réversible. Ce qui se révèle tout à fait en phase avec l'information en continu et les jeux vidéo : on efface et on recommence!

3) Nos personnages s'expriment. Le « je » se projette en avant, il vaut bien les autres « je ». Son arbitraire « a le droit » de s'affirmer, car il n'y a que des arbitraires. C'est le règne de l'audace et du plus frondeur dans la joute discursive. Alors, nulle pudeur à célébrer ce qu'on est, à miser ouvertement sur son identité... de mâle, de banlieusard, de montréalais, etc. On affiche son identité personnelle et par là, son appartenance à une tribu en parlant de sa vie privée et en martelant ses préférences. Et de mettre les autres au défi d'en faire autant et d'oser entrer dans une conversation bras de fer. Le ton est celui de la subjectivité assumée : mon point de vue vaut bien le tien. Le nombre dira qui a raison. Celui de la sincérité : c'est ça que je sens. Celui de l'identité légitime : je suis ce que je suis. Alors on ferraille de tous côtés, dans un débat où l'emporte celui qui rallie le plus de fans. Et celui qui est le plus hardi (effronté). On s'excuse ensuite mais l'autre a compris... On marque sa différence par la controverse personnalisée, la polémique et la dénonciation.

* * *

Notes

Un relevé effectué en février 2010 par l'étudiant à la maîtrise en communication publique à l'Université Laval, Jean-Sébastien Barbeau, établissait à 129 le nombre des journalistes professionnels animant aussi un blogue.

² Quotidien de Montréal jouant le rôle de navire amiral du réseau des 7 quotidiens du groupe Gesca (Power corp.). Le Québec est desservi par 12 quotidiens : deux autres appartiennent au groupe Quebecor, deux sont anglophones et le plus prestigieux est *Le Devoir* qui fête son centenaire en 2010.

³ Le concept de communication publique est exposé principalement dans Bernier et al. (2005), et développé dans Lavigne (2008) et Demers (2008). Le journalisme y est présenté comme l'une des activités professionnelles incluses, partiellement.

⁴ SAIJT-HILAIRE, Mélanie (2010), « Le maire qui fait rêver », *Sélection du Reader's Digest*. Mai, P. 60-65.

⁵ Le Renouveau municipal de Québec (RMQ) aura existé de 2001 à 2010. Il avait pris le relais du parti Rassemblement populaire de Québec (RP) créé en 1977. Il a été créé lorsque le

territoire de la ville a absorbé ses banlieues suite à une fusion forcée par le gouvernement provincial en 2000. Jean-Paul L'Allier a pris la tête du RP (Demers 1988) en 1989 et a poursuivi à la direction du RMQ. Il avait été réélu de justesse lors de l'élection de 2001, perdant par contre la majorité au Conseil municipal. Son départ en 2005 a accéléré le recul. Le RMQ s'est sabordé au printemps 2010. Voir : BOURQUE, François (2010), « Une ville en héritage », *Le Soleil*, 13 mars 2010, et NOREAU, Pierre-Paul (2010), « Héritage démocratique », *Le Soleil*, 15 mars 2010.

⁷ DESJARDINS, David (2010), « Minable », *VoirQuébec*, 1 avril 2010, p. 6. NORMANDIN, Pierre-André (2010), « Labeaume largue Rapaille », *La Presse*, 30 mars 2010, p. A7.

⁸ *Le Soleil*, 2010-04-03. Sondage Segma Recherche – Le Soleil. Labeaume pardonné, pages une, 2 et 3.

Références

BERNIER, Marc-François, François DEMERS, Alain LAVIGNE, Charles MOUMOUNI et Thierry WATINE (2005), *Pratiques novatrices en communication publique. Journalisme, relations publiques et publicité*, Québec, Les Presses de l'Université Laval.

CLOUTIER, Jean-François. (2008), *Jeff Fillion et le malaise québécois*, Montréal, Liber.

BELLEY, Serge et Marc-André LAVIGNE (2008), « Apolitisme, partis politiques et prégnance des institutions : le cas de l'élection municipale de 2005 à Québec », *Recherches sociographiques*, (491), 47-68.

DEMERS, François (2008), « La communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain par rapport au débat public et à la démocratie », *Les Cahiers du Journalisme*, (18), 208- 230.

DEMERS, François (1988), « L'accès aux médias pour les causes impopulaires - Le cas du Rassemblement Populaire de Québec de 1977 à 1981 », *Communication-Information*, 9 (2), 84-108.

ELLUL, Jacques (1976), « L'information et le système technicien », *Revue française de Communication*, (1), 7-16.

LANGLOIS, Simon (2004), « Jeunes hommes en colère à Québec : malaise de classe et de génération », DANS Michel Venne (dir.), *L'Annuaire du Québec 2005*, Montréal, Fides, (p. 92-94).

LAVIGNE, Alain (2008), « Suggestion d'une modélisation de la communication publique: principales formes discursives et exemples de pratiques », *Les cahiers du journalisme*, (18), 232-245.

PICARD, Jean-Claude (1999), « La chronique dans les quotidiens québécois : un genre journalistique de plus en plus populaire », *Les Cahiers du journalisme*, (6), 36-49.

TURBINE, Olivier, Diane VINCENT et Marty LAFOREST (2008), « À Québec, : la construction discursive d'un groupe exclusif », *Recherches sociographiques*, XLIX 1, p. 87-112.

VINCENT, Diane, Olivier TURBIDE et Marty LAFOREST (2008), *Les médias et les citoyens. Dénigrement et confrontation sociale*, Québec, Nota Bene.

WEBER, Max (1985), *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon.