

## Les métaphores dans le langage politique

Anne-Marie Gingras

Number 30, Fall 1996

Vers un nouvel État-providence?

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/040037ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/040037ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Société québécoise de science politique

ISSN

1203-9438 (print)

1703-8480 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this note

Gingras, A.-M. (1996). Les métaphores dans le langage politique. *Politique et Sociétés*, (30), 159–171. <https://doi.org/10.7202/040037ar>

Article abstract

In politics, the use of metaphors is neither trivial nor inconsequential because those figures of speech situate political events in a non political symbolic universe. In this note, three questions are raised: Why are metaphors used in politics? How do metaphorical descriptions and explanations of political events introduce new meanings? And do metaphors help citizens understand political issues?

## LES MÉTAPHORES DANS LE LANGAGE POLITIQUE\*

Anne-Marie Gingras

Université Laval

À certains moments de la campagne référendaire de 1995, les journaux ont donné à la vie politique canadienne des allures résolument guerrières par leurs titres émaillés de métaphores. On a pu lire: «Les Québécois préfèrent la terre brûlée à la terre battue», «Lendemain de putsch», «Crusade takes off coast to coast», «Yes and No troops fighting for women's vote», «Les intellectuels de la résistance»<sup>1</sup>. Les métaphores sont largement utilisées dans le discours politique occidental<sup>2</sup> les métaphores maritimes imageaient les discours du Général de Gaulle<sup>3</sup>: les guerres sont souvent décrites à l'aide de métaphores sportives<sup>4</sup> et une panoplie d'expressions liées entre autres aux sports, au spectacle et à la météorologie servent à camper événements et enjeux politiques.

Notre intérêt pour l'étude des métaphores vient de l'idée que leur utilisation dans le langage politique n'est pas anodine et sans conséquence. En effet, ce sont les discours et les images sur les événements politiques, donc le langage politique au sens large, qui se trouvent au cœur des expériences de la majorité de la population, et non les événements eux-mêmes. Les expressions utilisées pour décrire et expliquer les situations, les problèmes et les enjeux jouent donc un rôle fondamental dans l'appréhension des réalités politiques par l'électorat. Le langage politique,

---

\* Je tiens à remercier Jean-Pierre Carrier, étudiant au programme de maîtrise au département de science politique de l'Université Laval, qui a mené les entretiens semi-directifs sur lesquels est basé cet article et en a commenté des versions antérieures.

<sup>1</sup> Voir respectivement *Le Devoir*, 3 octobre 1995, *Le Soleil*, 10 octobre 1995, *The Globe and Mail*, 27 octobre 1995, *The Gazette*, 19 octobre 1995, *Le Devoir*, 14-15 octobre 1995.

<sup>2</sup> Voir Murray J. Edelman, *Politics as Symbolic Action: Mass Arousal and Quiescence*, New York, Academic Press, 1971, p. 66-68; Nicholas Howe, «Metaphor in Contemporary American Political Discourse», *Metaphor and Symbolic Activity*, vol.3, no 2, p.87-104; Ann Pancake, «Taken by Storm: The Exploitation of Metaphor in the Persian Gulf War», *Metaphor and Symbolic Activity*, vol. 8, no 4, p.281-295.

<sup>3</sup> Frederic Bon, «Langage et politique» dans *Traité de science politique*, vol.3, Paris, Presses universitaires de France, 1985, p. 554.

<sup>4</sup> Marvin K. L. Ching «Games and Play: Pervasive Metaphors in American Life», *Metaphor and Symbolic Activity*, vol. 8, no 1, 1993, p. 44.

celui des personnalités publiques et celui des médias, devient en quelque sorte la «réalité politique»<sup>5</sup> pour la plupart des citoyens et citoyennes.

Notre étude du rôle des métaphores dans le langage politique tente de répondre à trois questions: Pourquoi utilise-t-on des métaphores en politique? Quels sens introduisent-elles dans les descriptions et les explications des événements et des enjeux politiques? Les métaphores favorisent-elles la compréhension des questions politiques?

Notre réflexion sera enrichie de quelques données tirées de l'examen des titres de cinq quotidiens durant la campagne référendaire de 1995 au Québec et d'entretiens semi-directifs menés auprès de journalistes qui utilisent des métaphores pour décrire la vie politique.

### Pourquoi utilise-t-on des métaphores en politique?

Les métaphores sont des figures de rhétorique permettant un transfert de sens, des analogies faisant surgir un univers de significations et de croyances rattaché à un domaine souvent connu, par exemple le sport ou le spectacle. Elles offrent une dimension descriptive basée sur des expériences directes et permettent de ce fait une économie de sens en placant les événements et les phénomènes politiques dans un cadre relativement familier. L'usage des métaphores nous révèle notre «[c]apacité à déplacer le sens, à le cristalliser par une image forte, à passer par de l'Autre pour signifier le Même, à poétiser les vérités comme des énigmes»<sup>6</sup>. Dans l'étude de l'argumentation, et plus précisément en logique informelle, la métaphore compte parmi les *fallacies*, c'est-à-dire les procédés discursifs apparentés à des erreurs de raisonnement visant à persuader, tout comme l'appel à l'autorité, l'appel à l'émotion, les arguments *ad populum* et *ad hominem*, la fausse attribution de causalité et l'utilisation de l'humour<sup>7</sup>.

De ces explications se dégagent à la fois l'idée d'une facilité accrue dans la communication, ou d'une simplification, et l'idée d'un déplacement ou d'un glissement de sens.

<sup>5</sup> Murray J. Edelman, *Constructing the Political Spectacle*, Chicago, The University of Chicago Press, 1988, p. 196.

<sup>6</sup> Alain Mons, *La métaphore sociale. Image territoire, communication*, Paris, Presses universitaires de France, 1992, p. 23.

<sup>7</sup> Voir à ce sujet Douglas W. Walton, *Informal Logic. A Handbook for Critical Argumentation*, Cambridge, Cambridge University Press, 1989; C.L. Hamblin *Fallacies*, Newport News, Virginia, Vale Press, 1970; Charles Arthur Willard, *A Theory of Argumentation*, Tuscaloosa, The University of Alabama Press, 1989 et Anne-Marie Gingras, «L'argumentation dans les débats télévisés entre candidats à la présidence américaine: l'appel aux émotions comme tactique de persuasion», in *Hermès. Cognition, communication, politique*, no 16, p. 187-200.

**Résumé.** L'utilisation fréquente des métaphores pour décrire les événements politiques n'est ni anodine ni sans conséquence, parce que ces figures de rhétorique placent les événements politiques dans des univers symboliques non politiques. Dans cette note de recherche, nous voulons répondre à trois questions: Pourquoi utilise-t-on des métaphores en politique? Quel sens introduisent-elles dans les descriptions et les explications des événements et des enjeux politiques? Et les métaphores favorisent-elles la compréhension des questions politiques?

**Abstract.** In politics, the use of metaphors is neither trivial nor inconsequential because those figures of speech situate political events in a non political symbolic universe. In this note, three questions are raised: Why are metaphors used in politics? How do metaphorical descriptions and explanations of political events introduce new meanings? And do metaphors help citizens understand political issues?

Ceux et celles qui utilisent des métaphores pour décrire la vie politique, c'est-à-dire surtout les journalistes, croient aussi que ces figures de rhétorique facilitent la communication. Dans une enquête menée en 1994, auprès de 26 journalistes québécois<sup>8</sup>, le fait de métaphoriser les débats politiques a été soulevé. Nous leur avons demandé si l'utilisation des métaphores sportives ou ludiques «aidait les gens à se former une opinion». La majorité croit que l'utilisation des métaphores a pour objectif de faciliter le contact avec le public, la communication étant plus conviviale quand des schèmes conceptuels connus de lui sont utilisés. On suppose que si la population aime l'affrontement et le divertissement, elle appréciera les débats politiques décrits en termes semblables.

Frederic Bon croit aussi qu'une communication plus conviviale explique le recours fréquent aux métaphores pour décrire la vie politique; il faut «rendre compréhensibles et manipulables par la pensée commune des notions complexes et abstraites»<sup>9</sup>.

8 Il s'agissait d'une enquête sur l'opinion publique, les contraintes organisationnelles du travail de journaliste et les rapports entre journalistes et politiques. Elle a été menée auprès des journalistes de la presse écrite et audiovisuelle québécoise, à laquelle on doit ajouter *The Globe and Mail*. Les entretiens ont été réalisés entre le 19 janvier et le 11 mars 1994. Des reporters politiques, des courriéristes parlementaires de la Chambre des communes et de l'Assemblée nationale, des éditorialistes, des animateurs et des animatrices d'émissions d'affaires publiques et de tribunes libres radiophoniques ont été interrogés. Onze femmes et quinze hommes ont participé à cette recherche. Les données présentées ici ne reflètent qu'une partie de la recherche. Pour d'autres informations sur cette enquête, voir «Les médias comme espace public: enquête auprès de journalistes québécois» dans *Communication*, vol. 16, no 2, 1995, p. 15-36 et «Public opinion: construction and persuasion», in *Canadian Journal of Communication*, vol. 21, no 4, 1996.

<sup>9</sup> F. Bon, «Langage et politique», *op.cit.*, p. 563.

Si l'idée d'une facilité accrue dans la communication apparaît relativement simple pour expliquer la fréquence des métaphores, l'atteinte réelle de cet objectif est une tout autre histoire et sera examinée en troisième partie.

Par ailleurs, l'idée d'un déplacement du sens soulève un problème de nature plus complexe: celui de la construction du sens inhérent au langage politique. Le langage ne sert pas simplement à décrire ou expliquer l'action politique; il accomplit une fonction cruciale en créant des significations et des perceptions communes et en rassurant le public<sup>10</sup>. Le «travail» du langage politique, pour symbolique qu'il soit, se répercute sur l'action politique, et cette action influence aussi le langage politique.

Power is a process of conflict resolution, conflict creation, and conflict management; and political language at once reflects and contributes to these processes<sup>11</sup>.

Le langage et l'action se constituent donc mutuellement; ce sont des phénomènes sociaux réciproques. Ainsi, le langage politique n'est pas le reflet de la réalité, un instrument dont se servent les gens sur la scène publique, ou encore l'expression de la volonté de ceux et celles qui s'expriment. Il n'y a pas d'une part la réalité et d'autre part le langage qui sert à exprimer cette réalité. Il n'y a donc pas «la campagne référendaire» d'une part, et «les discours» qui servent à la décrire et à l'analyser.

On saisit la réalité par le langage, entre autres, et le langage participe à la construction de la réalité qui est perçue<sup>12</sup>. La vie politique n'a pas de signification qui lui serait propre, intrinsèque et unique, que le langage viendrait modifier. La signification des campagnes se construit, entre autres choses, par les divers procédés langagiers.

Parce que le langage crée du sens, l'interprétation d'un événement politique en fonction d'un cadre de référence non politique n'est pas triviale. Les différents types de métaphores -guerrières, sportives, météorologiques, etc. - induisent des connotations particulières qui colorent l'idée que la population se fait d'un événement ou d'un phénomène. Les métaphores agissent comme des cadres donnant un sens aux situations complexes<sup>13</sup>;

<sup>10</sup> M. Edelman, *Politics as Symbolic Action*, op.cit., p. 65.

<sup>11</sup> David Green, *Shaping Political Consciousness. The Language of Politics in America from McKinley to Reagan*, Ithaca, Cornell University Press, 1987, p. 7.

<sup>12</sup> Murray Edelman *The Symbolic Uses of Politics*, Urbana, University of Illinois Press, 1980, p. 117; Doris Graber, *Verbal Behavior and Politics*, Urbana, University of Illinois Press, 1976, p.5; David V. J. Bell, *Power, Influence and Authority. An Essay in Political Linguistics*, New York, Oxford University Press, 1975, p. X, 5, 73; Michael J. Shapiro, *Language and Political Understanding. The Politics of Discursive Practices*, New Haven, Yale University Press, 1981, p.20.

<sup>13</sup> M. Edelman, *Constructing...*, op.cit., p. 65,

elles ordonnent, étiquettent<sup>14</sup> et injectent des connotations affectives<sup>15</sup>. Elles créent, en quelque sorte, des «cadres interprétatifs».

### Les significations des métaphores dans le langage politique

Nous tentons ici de préciser le sens des métaphores dont on se sert pour décrire les événements et les enjeux politiques et nous avons choisi, pour ce faire, d'examiner leur utilisation durant la campagne référendaire de 1995 au Québec. Plus précisément, nous avons analysé les titres des premières pages des journaux et des premières pages des cahiers de cinq quotidiens du 2 au 29 octobre, soit *La Presse*, *Le Soleil*, *Le Devoir*, *The Gazette* et *The Globe and Mail*<sup>16</sup>. Il s'agit là d'une vitrine représentative des débats qui se tiennent dans l'espace public; les premières pages des quotidiens et des différents cahiers qu'ils contiennent attirent l'attention du lectorat, sont bien davantage lues que les pages intérieures et les éditoriaux, surtout offrent très souvent les angles d'analyse des informations radiophoniques et télévisées.

L'examen des 371 titres des pages susmentionnées laisse voir que le tiers comprend des métaphores; celles-ci proviennent à la fois des personnages politiques et des médias.

Les métaphores les plus nombreuses concernent évidemment l'affrontement au sens large et sont exprimées par des expressions guerrières et sportives. Plusieurs appartiennent à l'un et l'autre domaine et font référence à la stratégie («Bouchard sur la défensive»), à l'évaluation des forces en présence («Le oui gruge encore un peu de terrain»), à l'intensité de la campagne («Dead heat : Quebec vote is a toss-up»)<sup>17</sup>. Il y a cependant davantage de métaphores guerrières que sportives, ce qui indique l'importance des enjeux politiques en cause; une guerre implique des décès («Un oui majoritaire signifierait la mort du Canada»), exige des efforts de l'ensemble de la population qui doit croire en une cause («La croisade de Tobin»), fait référence à des situations exceptionnelles («Le Canada en "révolution"») et laisse craindre le pire («Entre l'apocalypse et le rose bonbon»)<sup>18</sup>.

Les métaphores exclusivement sportives font référence à un niveau d'enjeux moindre; elles renvoient à l'existence d'un jeu aux règles et aux

<sup>14</sup> D. Green, *Shaping Political Consciousness*, op. cit., p. 10-11.

<sup>15</sup> A. Mons, *La métaphore sociale*, op.cit., p. 18 et F. Bon, «Langage et politique», op.cit., p. 563.

<sup>16</sup> *The Globe and Mail* a été inclus à cause de sa forte influence sur le monde politique canadien et québécois.

<sup>17</sup> *La Presse*, 17 octobre 1995; *La Presse*, 26 octobre 1995; *The Globe and Mail*, 28 octobre 1995.

<sup>18</sup> Dans *Le Soleil*, 2 octobre 1995; *Le Devoir*, 26 octobre 1995; *Le Soleil*, 21 octobre 1995; *Le Devoir*, 28-29 octobre 1995.

paramètres préalablement établis, sans conséquence importante, mettant en valeur la performance des adversaires et cherchant à susciter le divertissement. Ces métaphores se retrouvent en plus grand nombre dans la presse francophone que dans la presse anglophone, et on peut donc supposer que les enjeux sont apparus moins graves aux chefs de pupitre de la presse francophone qu'à ceux des journaux de *The Gazette* et *The Globe and Mail*. Ce type de métaphores met en évidence la stratégie et l'évolution de la campagne : «Tir groupé sur Chrétien», «Les Yvette n'ont pas décollé», «Bourassa fait un virage à 180 degrés»<sup>19</sup>.

Il serait sans doute possible, à partir d'un matériel longitudinal, d'établir des liens entre la violence d'un sport et l'importance des enjeux en cause à l'occasion des campagnes électorales ou référendaires. Par exemple, la boxe symbolise une confrontation plus violente qu'une partie de tennis. Dans le passé, les débats télévisés étaient souvent décrits comme des parties de hockey ou de boxe<sup>20</sup>. Rappelons ici l'émoi qu'a causé le geste du présentateur français Paul Amar en remettant des gants de boxe à Bernard Tapie et à Jean-Marie Le Pen avant leur débat télévisé de mai 1994. L'habituelle description des débats comme s'ils étaient des matchs de boxe, acceptables sur le plan linguistique, a paru outrancière lorsqu'elle s'est traduite par ce geste. Durant la campagne référendaire québécoise de 1995, l'absence de débat télévisé entre les *leaders* pourrait expliquer la rareté des métaphores reliées au hockey ou à la boxe.

Deux autres types particuliers de métaphores méritent un examen: celles qui concernent la météorologie et celles qui révèlent des sentiments.

Les métaphores météorologiques font apparaître le caractère inéluctable ou incontrôlable d'un événement ou d'un phénomène. L'opération militaire déclenchée par les États-Unis en Irak en 1990 avait été nommée *Desert Storm*; le caractère inévitable d'un phénomène météorologique aurait contribué à l'acceptation de la guerre par la population américaine<sup>21</sup>. L'évaluation des forces en présence durant la campagne référendaire prend une tournure météorologique à plusieurs moments : «La marée haute du oui», «No side can't turn back tide : Bouchard», «Tempête autour des femmes»<sup>22</sup>. Ces expressions se réfèrent

<sup>19</sup> Dans *Le Soleil*, 26 octobre 1995; *La Presse*, 26 octobre 1995; *La Presse*, 5 octobre 1995.

<sup>20</sup> Durant la campagne fédérale de 1993, on a eu fréquemment recours aux métaphores sportives pour décrire le débat télévisé, particulièrement à celles reliées au hockey, puis à la boxe. Décrivant le débat français entre les leaders, le journaliste de *La Presse* André Pratte écrit: «Kim Campbell. Elle m'a fait penser à l'attaque à cinq des Canadiens certains soirs, une fusillade de lanciers frappés... dont les trois quarts aboutissent sur la bande ou dans la foule.»

<sup>21</sup> A. Pancake, «Taken by Storm...», *op.cit.*, p. 281.

<sup>22</sup> Dans *La Presse*, 18 octobre 1995; *The Gazette*, 25 octobre 1995; *Le Devoir*, 17 octobre 1995.

à une perte de contrôle des *leaders* ou des organisations partisans et à des mouvements de fond plus ou moins inexplicables.

Quant aux métaphores relatives aux sentiments, elles assimilent les forces sociales à des individus et les rapports de force sociétaux à des relations humaines. Elles présentent les conflits comme des mésententes personnelles : «Entre le *love-in* et la crise de nerfs», «Une manifestation d'amour "bidon", dit Bouchard»<sup>23</sup>. Les métaphores sentimentales s'appuient quelquefois sur les prosopopées, fréquentes dans le langage politique : «Le non en proie à la panique», «West blasé about Quebec»<sup>24</sup>.

Enfin, plusieurs autres types d'analogies servent à décrire la campagne référendaire : entre autres, des métaphores reliées à la royauté («The man who would be king»), aux loisirs («Yes no picnic, warns Chrétien»), à la construction («Le camp du non tente de colmater la fissure»), à la médecine («Thérapie de groupe»), à la religion («Le sauveur»), au spectacle («Les pancartes qui "flashent"») <sup>25</sup>.

Les métaphores donnent l'impression d'ajouter du sens aux situations décrites et ce sens, qui tire son origine d'un cadre familier, semble favoriser la compréhension. Ce serait «une stratégie de discours qui, en préservant et développant la puissance créatrice du langage, [préservait] et [développerait] le pouvoir heuristique déployé par la fiction»<sup>26</sup>. Mais l'usage du cadre métaphorique résulte-t-il vraiment en un ajout de sens? Et favorise-t-il la compréhension des événements et des enjeux politiques?

### Les métaphores et la compréhension des questions politiques

Comme on l'a vu précédemment, le recours aux métaphores s'explique par la nécessité d'offrir des cadres interprétatifs qui donnent un sens aux situations complexes et par le besoin de faciliter le contact avec le public. Ces deux objectifs pourraient mener, en théorie, vers une meilleure compréhension des questions politiques. Qu'en est-il vraiment?

Tous les auteurs qui ont étudié les métaphores dans le langage politique ne considèrent pas que ces figures apportent un ajout de sens, mais plutôt un remplacement de sens. Alain Mons fait état d'oscillation du sens, de transfiguration, de dérivation, d'émigration du sens<sup>27</sup>. David Green explique que les métaphores agissent comme des étiquettes (*label*) qui réifient le vocabulaire et la compétition politique elle-même; les étiquettes supposent qu'un jugement ait été porté sur un personnage ou une

<sup>23</sup> Dans *La Presse*, 25 octobre 1995; *Le Devoir*, 27 octobre 1995.

<sup>24</sup> Dans *Le Devoir*, 14-15 octobre 1995; *The Globe and Mail*, 12 octobre 1995.

<sup>25</sup> Dans *The Globe and Mail*, 21 octobre 1995; *The Globe and Mail*, 19 octobre 1995; *La Presse*, 23 octobre 1995; *La Presse*, 28 octobre 1995; *La Presse*, 21 octobre 1995; *Le Soleil*, 2 octobre 1995.

<sup>26</sup> Paul Ricœur, *La métaphore vive*, Paris, Éditions du Seuil, 1975, p.10.

<sup>27</sup> A. Mons, *La métaphore sociale*, *op.cit.*, p. 14-16.



situation, et elles bloquent l'analyse<sup>28</sup>. Murray J. Edelman, pour sa part, croit que les métaphores non seulement deviennent des cadres organisateurs qui permettent d'ordonner le réel, mais que ces cadres « s'auto-perpétuent »<sup>29</sup>.

Il ne s'agit donc pas ici d'une meilleure appréhension des réalités politiques par l'ajout de sens, mais d'une transformation de sens qui agirait comme blocage; le sens différent détournerait au lieu d'éclairer, le cadre interprétatif de la métaphore ne permettant pas l'aller-retour entre l'interprétation métaphorique et une conception plus proprement politologique des questions politiques. Lorsque sont enclenchées les comparaisons entre, d'une part la vie politique et, d'autre part, la guerre, les sports, la météorologie et les sentiments, on ne revient plus à un vocabulaire politologique.

En effet, les descriptions métaphoriques des événements politiques, loin d'être confinées aux titres des articles ont imprégné l'ensemble des nombreux articles durant la campagne référendaire. Très souvent, plusieurs types de métaphores campent une situation sans qu'aucune notion politologique n'interfère: « C'est toutefois la récente rebuffade de Jean Chrétien à l'endroit de Daniel Johnson qui a donné aux souverainistes leurs munitions les plus explosives. Dans un discours électrisant, le chef du Bloc québécois Lucien Bouchard a fustigé l'attitude de M. Chrétien : « Dans un grand moment de vérité, les masques sont tombés » a-t-il commenté »<sup>30</sup>.

Au lieu d'utiliser un certain nombre de notions politologiques comme néo-libéralisme, libéralisme, social-démocratie, gauche, droite, citoyenneté, clivages politiques, mobilisation politique, légitimité, marginalité, populisme, personnalisation, relativisme culturel, société civile, on préfère : croisade, putsch, *targets*, *enemy*, *damage control*, virage à 180 degrés, tragédie, couper les ailes, sur la défensive, marée haute, tempête. Sauf dans *Le Devoir* et *The Globe and Mail* et surtout dans les pages d'analyse, il est pratiquement impensable que des articles soient écrits en prenant comme grille d'analyse les notions politologiques citées, notions dont le niveau d'accessibilité ne nous apparaît pas incompatible avec le langage médiatique.

Assez paradoxalement, plusieurs de ceux et celles qui utilisent des métaphores pour décrire la vie politique, c'est-à-dire nos journalistes interviewés, défendent en majorité l'idée que les métaphores ne contribuent pas à une meilleure compréhension des événements et des enjeux politiques.

<sup>28</sup> D. Green, *Shaping Political Consciousness*, op.cit., p. 10-12.

<sup>29</sup> M. Edelman, *Politics as Symbolic Action*, op. cit., p. 72.

<sup>30</sup> *La Presse*, 23 octobre 1995.

Dans un premier temps, ces derniers ont affirmé que le recours aux métaphores facilitait le contact avec le public, la communication étant plus conviviale quand des schèmes connus de lui étaient utilisés.

Mais le lien entre la communication plus conviviale, qui suscite l'intérêt et retient l'attention, et la compréhension des enjeux politiques, n'apparaît pas facile. La fonction phatique ne favorise pas nécessairement la fonction heuristique. En effet, la majorité des journalistes se prononçant sur cette question a répondu que le fait de métaphoriser les débats «n'aidait en rien la compréhension des questions de fond», «ne contribuait pas à la formation des opinions» et «ne permettait pas d'apprécier la valeur des arguments utilisés»<sup>31</sup>.

La «communication» est ainsi comprise de deux façons -le contact et la compréhension - qui amalgamées, mènent à des détournements de sens. En effet, il est fort possible d'écouter une émission de nature politique en fonction de grilles et de concepts non politiques; le contact se fera, mais la compréhension en souffrira. À ce sujet, Brigitte Le Grignou et Érik Neveu ont analysé le «travail pédagogique» auquel se livrent les journalistes dans une émission de la télévision française, *Questions à domicile*. Les journalistes font du «sous-titrage» de la politique dans des «schèmes intelligibles par un public souvent dépourvu de toute maîtrise de l'espace politique»<sup>32</sup>; ils utilisent des grilles et des concepts empruntés au sport, au théâtre, au *show-business*, etc. Loin d'armer les individus de la «connaissance des déterminismes et logiques sociales», le travail pédagogique des journalistes vise, selon eux, bien davantage à «coaguler une audience» qu'à «produire de l'intelligibilité»<sup>33</sup>.

Ce qu'on appelle ainsi le «travail pédagogique» ne serait rien de plus qu'une mise en forme visant à ratisser le plus large possible et aurait peu à voir avec le contenu. C'est aussi ce que soutient un courriériste parlementaire qui, comme plusieurs de ses collègues, s'oppose avec virulence à l'usage de métaphores pour décrire les débats des *leaders*. Ces métaphores constituent un raccourci qui facilitent la tâche des journalistes, soutient-il, mais n'ont que peu de valeur et ne constituent qu'une lecture au premier degré de ce qui se passe. Soulignant que les journalistes n'ont en général pas de formation en science politique, il affirme que «la joute oratoire existe, mais on n'apprend rien à son public si on s'y cantonne.» Cette position est cependant très minoritaire; seuls quatre journalistes se sont montrés critiques à l'égard des métaphores.

<sup>31</sup> Il s'agit de 11 personnes sur 20. Trois journalistes seulement croient que les métaphores contribuent à une meilleure compréhension des enjeux et les autres ont des positions mitigées.

<sup>32</sup> Brigitte Le Grignou et Érik Neveu, «Intimités publiques», dans *Revue française de science politique*, 1993, vol. XLIII, no VI, p. 966.

<sup>33</sup> *Ibid*, p. 967.

Pour la majorité des journalistes interviewés, le compte rendu métaphorisé des débats télévisés correspond plutôt à la nature de la politique. Ainsi, l'usage des métaphores sportives ou guerrières dans la description des débats s'accorderait au côté spectaculaire et à l'affrontement qui caractérisent l'essentiel de la vie partisane. Bien que le phénomène semble exacerbé aujourd'hui, la politique a toujours constitué une sorte de spectacle. «Si on remonte à l'Antiquité grecque, c'était ceux qui maniaient le mieux la dialectique qui contrôlaient jusqu'à un certain point le discours», a affirmé un jeune reporter.

En principe, à la fois le spectacle et la délibération des enjeux doivent composer la vie partisane et parlementaire, explique une interviewée, mais il semble que l'équilibre se soit rompu et que le spectacle ait pris le dessus. Ainsi, pour un nombre appréciable de journalistes - la moitié de ceux et celles qui se sont prononcés sur la question - les débats et la politique partisane ne sont rien de plus que du spectacle à l'état pur, les questions de fond étant évacuées de ces entreprises médiatiques : il n'y aurait rien de plus que ce qu'on voit... Ce qui importe, nous a-t-on dit, n'est pas l'utilisation de métaphores par les journalistes, mais le fait que «des politiciens soient devenus des acteurs sur une scène de plus en plus spectaculaire».

Ainsi, il ne faut pas s'étonner, s'offusquer ou condamner lourdement la politique spectacle, selon les journalistes interviewés, le gagnant étant celui qui donne la meilleure représentation : «en politique on peut dire n'importe quoi, faire ressortir le côté spectacle n'est pas amoral ou anti-démocratique... c'est ça que c'est!», prétend une animatrice d'une émission d'affaires publiques à la radio.

Les expressions : cirque, jeu, *show*, *game*, combat, arène, qui métaphorisent le débat, sont reprises par les journalistes pour qui la description imagée des débats des leaders correspond à une réalité qu'il ne faut surtout pas voiler. Ainsi, un chroniqueur politique soutient qu'il ne fait pas le jeu des hommes et des femmes politiques en décrivant ce qu'il voit : un jeu politique où les belligérants tentent de se nuire mutuellement, l'objectif principal étant de conquérir ou garder le pouvoir. Il serait faux, selon lui, de prétendre que les débats constituent un lieu et un moment propices à l'échange d'information, un haut lieu de délibération politique. Il s'agit d'un «théâtre» pour écraser son adversaire, et le journalisme politique doit servir à exposer les motivations des adversaires, qui ne sont surtout pas nobles. Il ne faudrait pas se surprendre, en conséquence, des images utilisées pour décrire les débats: métaphores sportives, ludiques, guerrières ou théâtrales, car elles refléteraient donc tout simplement ce qui s'y déroule. Dans la même veine, une courriériste parlementaire affirme que voir plus ou autre chose qu'un jeu dans les débats des leaders, c'est présumer qu'il y a «un grand côté débat crédible à la politique», ce qu'elle

ne présume pas pour sa part. Ainsi, dit-elle, «Il est préférable pour tout le monde qu'on se divertisse. S'il fallait qu'avec notre aide, les gens croient les politiciens, ils seraient fort déçus [des politiciens]!»

Les débats, tout comme les campagnes électorales en général, sont perçus comme des entreprises soigneusement préparées, voire «fabriquées», que les journalistes rapportent sans grand apport personnel. On assimile les campagnes électorales à une vente -la vente de voitures a servi à la comparaison -, les journalistes aux vendeurs et l'information à un message officiel. À l'appui de cette conviction, une journaliste explique sa difficulté à exposer et à contester la superficialité de la vie partisane: « La stratégie électorale fait partie des informations, on n'a rien d'autre à se mettre sous la dent... [durant la campagne électorale fédérale de 1993, la première ministre] Campbell ne disait rien; combien de fois peut-on [nous les journalistes] dire qu'elle ne dit rien? »

La minorité de journalistes défavorable à l'usage des métaphores pour décrire les débats des *leaders* croit qu'à travers et malgré le côté spectacle de la politique, des enjeux de pouvoir traversent tout de même la vie partisane et qu'il faut les exposer au public. Par ailleurs, ceux et celles qui jugent normal l'usage des métaphores n'associent la vie partisane qu'à une scène pour la galerie. Cela renvoie à la distinction faite par Philippe Braud entre le politique et la politique; le premier serait le lieu du pouvoir, le champ des rapports de force et des antagonismes d'intérêt, structuré par l'État, tandis que la seconde serait le lieu de la parole, de la scène et de la représentation, une scène isolée, hors des rapports de force réels, qui sert à l'affrontement des acteurs de la classe politique<sup>34</sup>. Cette dissociation du pouvoir et des mécanismes politiques théoriquement censés l'incarner atteint son paroxysme dans la campagne électorale, de nature essentiellement ludique, et durant laquelle les adversaires politiques sont comparés à des acteurs qui s'exhibent, se pavanent et «dansent une sorte de ballet de la séduction (...) se déroulant selon le code du spectacle»<sup>35</sup>. La majorité des journalistes interviewés partagerait sans doute l'affirmation de Braud, selon laquelle: « les débats radio-télévisés sont perçus comme des matchs dans lesquels comptent peu les signifiés rationnels des discours échangés, mais beaucoup au contraire l'aptitude des challengers à mobiliser des réactions affectives (...) »<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Philippe Braud, *Le suffrage universel contre la démocratie*, Paris, Presses universitaires de France, 1980, p. 19-22.

<sup>35</sup> *Ibid.*, p.27.

<sup>36</sup> *Ibid.*

## Conclusion

Bien que l'enquête menée auprès des journalistes de la presse écrite et audio-visuelle québécoise ne prétende ni à la représentativité ni à l'exhaustivité, les entretiens établissent très clairement l'idée selon laquelle la majorité des journalistes interrogés partage une conception de la vie politique fort éloignée d'une conception rationnelle de la gestion des affaires publiques en vertu de laquelle la responsabilité ultime réside dans le peuple qui choisit les personnes qui le représentent. La politique serait au contraire une activité qui s'apparente tantôt à une guerre, tantôt à du sport ou du spectacle et pour laquelle importent des considérations stratégiques, de performance, de gain et de course. Pour la majorité des journalistes de notre enquête, les objectifs des hommes et des femmes politiques consistent seulement ou surtout à tenter de séduire l'électorat; en conséquence, une analyse sérieuse des enjeux politiques dans les discours partisans ne serait d'aucune pertinence. La superficialité de la vie partisane doit au contraire être exposée telle quelle et rechercher plus de profondeur aux événements que ce qui est spontanément perçu tromperait en quelque sorte le public.

Le recours aux métaphores, dans ces circonstances, loin de ne servir qu'à une communication plus conviviale, devient plutôt fort symptomatique d'une expulsion du politique. Le cadre métaphorique permet une présentation des questions politiques sans concepts politologiques : la comparaison guerrière vise à indiquer la dureté de l'affrontement et la gravité des enjeux; l'analogie sportive sert à camper les règles du jeu et à attirer l'attention sur les performances des adversaires; la métaphore météorologique indique l'évolution rapide des événements et fait disparaître toute responsabilité humaine, et la référence aux sentiments assimile les forces sociales aux individus et les conflits sociaux à des mésententes personnelles. Bon nombre de journalistes et de personnalités publiques utilisent les sports, la psychologie et les éléments naturels pour camper des situations et des problèmes politiques, favorisant ainsi une certaine forme d'inculture politique.

Les métaphores, qui introduisent une dimension familière dans la description des événements politiques auxquels les citoyens et les citoyennes n'ont pas accès, pourraient sans doute être des clés de communication servant à attirer le lectorat vers une présentation plus analytique comprenant des mises en contexte historiques, juridiques, sociales, économiques, etc. Mais ces figures de rhétorique ne servent pas d'appât et occupent au contraire tout le champ de l'interprétation. Si leur usage était moins fréquent, s'il laissait place à un aller-retour entre l'interprétation métaphorique et des notions plus politologiques, leur usage serait certainement sans conséquence. Nous avons démontré que les

métaphores agissent plutôt comme des cadres interprétatifs fermés sur eux-mêmes, contribuant ainsi à une certaine culture du «spectacle politique».