



Qui sont derrière la campagne en faveur de la hausse des frais de scolarité?

Par [Simon Tremblay-Pepin](#)

Mondialisation.ca, 12 février 2013

[Iris](#)

Région : [Le Canada](#)

Thème: [Histoire, société et culture](#)

Dans mon [billet précédent](#) j'ai tenté d'exposer ce qui m'apparaissait comme une tendance des médias de présenter sous un jour favorable la hausse des frais de scolarité entre 2005 et 2010. Dans cette deuxième et dernière partie je vais présenter qui sont ceux et celles qui ont mis cette hausse de l'avant, avec quels types de textes ils font connaître leur proposition et quel effet cette campagne semble avoir eu sur l'opinion publique.

Ceux et celles qui ont défendu la hausse

La campagne médiatique en faveur de la hausse ne se traduit pas que par des quantités de textes écrits. Elle existe aussi par des gens et des organisations qui montent au devant de la scène médiatique pour défendre cette option politique. De 2005 à 2010 il s'agit d'une véritable déferlante de personnalités publiques qui favorisent la hausse. À la lecture des textes consultés j'ai noté le nom de chacune des personnalités publiques que je croisais qui annonçait son appui à cette politique publique. Au final, pas moins de 64 personnes et organisations profitant d'une certaine notoriété ont défendu cette idée. Au tableau 1, je les ai séparées en catégories un peu vagues (certaines personnes sont à la fois des universitaires et des personnalités, etc), surtout pour faciliter la lecture. Si certaines personnes recourent certaines organisations c'est que certain-es intervenant-es défendent la position tant comme représentant-e de leur groupe qu'individuellement.

Tableau 1 : Intervenant-es en faveur de la hausse des droits de scolarité de 2005 à 2010

Universitaires (14)	Médias (17)	Personnalités (23)	Organisations (10)
Robert Lacroix	André Pratte	Robert Tessier	Conseil permanent de la jeunesse
Jean-Charles Chebat	Richard Martineau	Mathieu Laberge	Jeunes Libéraux
Germain Belzile	Josée Boileau	Paul-Daniel Muller	PLQ
Gilles Grenier	Bernard Descoteaux	Michel Kelly-Gagnon	ADQ
Luc Vinet	Marie-Andrée Chouinard	Pauline Marois	Conseil du patronat
Claude Lajeunesse	Arianne Krol	Claude Montmarquette	EDM
Michel Patry	Nathalie Elgrably	L. Jacques Ménard	ASDEQ
Michel Pigeon	Joseph Facal	Marcel Côté	Manifeste pour un Québec Lucide
Heather Munroe-Blum	Gilles Proulx	Gilbert Rozon	La jeune chambre de commerce de Montréal
Clément Lemellin	Jean-Robert Sansfaçon	Luc Godbout	Parti Vert du Québec
Guy Laperrrière	Lysiane Gagnon	Pierre Fortin	
Denis Therrien	Michel David	Robert Gagné	
Denis Brière	Yves Boisvert	Lucien Bouchard	
Raymond Lalande	Gérard Bérubé	Françoise Bertrand	
	Vincent Marissal	Stephan Jarislowsky	
	Michel C. Auger	Claude Castonguay	
	Nathalie Collard	Sylvain Simard	
		Réal Raymond	

		Hélène Desmarais	
		Michael Roach	
		Jean-François Lisée	
		Monique Leroux	
		Paul Gérin-Lajoie	

Il aurait été très intéressant de noter combien de fois chaque personne prend position sur ces questions, malheureusement j'y ai pensé trop tard dans le processus. De mémoire, je crois que la palme irait à André Pratte, Alain Dubuc et Robert Lacroix, mais il faudrait vérifier.

À l'opposé, ceux et celles qui s'opposent à la hausse et qui le font savoir dans les quotidiens consultés sont seulement 24, soit 2,6 fois moins que les tenants de la hausse.

Tableau 2 : Intervenants contre la hausse des droits de scolarité de 2005 à 2010

Universitaires (3)	Médias (4)	Personnalités (8)	Organisations (9)
Guy Rocher	Franco Nuovo	Louise Harel	FEUQ
François Blais	Louis Cornellier	Gilles Duceppe	FECQ
Nicolas Marceau	Michelle Ouimet	François Saillant	ASSÉ
	Lise Payette	Camil Bouchard	FTQ
		Françoise David	CSN
		Amir Khadir	CSQ
		André Boisclair	PQ
		Pierre-André Bouchard-St-Amand	QS
			Manifeste pour un Québec solidaire

On voit ici l'identité des 4 chroniqueurs qui ont écrit les 4 textes d'opinion contre la hausse mentionnés dans le billet précédent. On constate l'absence d'éditorialistes. Du côté universitaire j'ai été étonné de voir à quel point peu de cadres universitaires ou de professeurs de renom ont pris la plume contre la hausse des droits de scolarité. On notera aussi, peut-être sans surprise, l'absence complète de personnes du milieu des affaires s'opposant publiquement à la hausse.

La campagne dans le temps

La période étudiée se répartit sur 20 trimestres. Il est intéressant de voir comment chacune de ces options a déployé son argumentaire dans le temps et de noter les périodes d'intensité de chacune des options. Le graphique 1 présente la chronologie du débat.

Graphique 1 : Textes en faveur et contre la hausse du second trimestre de 2005 au premier trimestre de 2010



Premier fait à noter, pendant 15 des 20 trimestres on voit une majorité de texte en faveur de la hausse être publiés. Seulement 4 trimestres ont une majorité de textes contre et pendant 1 trimestre les deux options arrivent à égalité.

La première pointe (2007-T1) est causée par la campagne électorale de 2007 où la hausse est un enjeu. La seconde (2007-T4) est causée par la hausse de 2007 mise en place par le Parti libéral nouvellement réélu. La troisième pointe (2010-T1) est à l'approche du premier budget Bachand quand des rumeurs entourant une nouvelle hausse circulent.

Il est intéressant de voir quels types de textes sont publiés en fonction des événements. Pour avoir une image claire, j'ai regroupé les lettres ouvertes, les chroniques et les éditoriaux dans la grande catégorie « texte argumentatifs » pour l'opposer aux « textes informatifs » que sont les articles. Les graphiques 2 et 3 présentent le résultat pour chacune des options.

Graphique 2 : Textes argumentatifs et informatifs en faveur de la hausse du second trimestre de 2005 au premier trimestre de 2010



Graphique 3 : Textes argumentatifs et informatifs contre la hausse du second trimestre de 2005 au premier trimestre de 2010



Comme on le voit, l'option en faveur de la hausse profite d'une quantité de textes argumentatifs bien plus importante. Même dans la période de pointe où ceux et celles qui sont contre la hausse ont plus de textes publiés (2007-T3-T4), les partisan-es de la hausse réussissent quand même à obtenir davantage de textes argumentatifs que leurs opposants. De même dans la période électorale, les éditoriaux, chroniques et lettres ouvertes en faveur de la hausse se succèdent tandis que les opposants à la hausse sont surtout recensés en train de poser des gestes (manifs, caravane, etc.) et non d'expliquer leur position.

Les opposant-es à la hausse obtiennent des textes d'abord et avant tout par la couverture médiatique de leurs déclarations ou de leurs actions. Ceux et celles qui mettent de l'avant la hausse le font beaucoup par l'entremise de textes argumentatifs où ils ont le temps de faire des démonstrations plus étayées. En effet, bien qu'un texte informatif permette de faire passer certains arguments, il n'y est pas aussi facile de convaincre.

L'effet sur l'opinion

Dans les textes étudiés on rapporte six sondages (dont deux le même mois pour lequel j'ai fait une moyenne) sur la hausse des frais de scolarité. L'idée n'est pas ici de valoriser ces coups de sonde comme s'ils étaient la seule chose importante dans l'espace public, cependant, il est intéressant de voir l'effet que peut avoir une campagne médiatique de cette ampleur sur l'appui à l'idée de hausser les frais de scolarité.

Graphique 4 : Résultats des sondages sur la hausse des droits de scolarité, 2005 à 2010



Difficile de ne pas voir un effet de cette campagne médiatique dans le fait qu'en moyenne, dans quatre sondages réalisés en 2006-2007, 60% de la population est opposé à cette idée tandis que dans les deux sondages réalisés en 2009-2010 ce résultat s'effondre à 47%. Le martèlement incessant des mêmes arguments trouve ici son effet.

On peut aussi se poser la question à l'envers : comment une telle unanimité éditoriale est-

elle justifiable sur un débat entourant une politique publique très précise surtout à l'inverse de l'opinion d'une solide majorité de la population. On peut avoir la même réflexion à propos des lettres ouvertes dans *La Presse*, 60% de la population est contre la hausse, mais 77% des lettres publiées à ce sujet sont en faveur. Comment s'explique cette anomalie?

Quelques conclusions

C'est dans cet état que se retrouve l'opinion publique alors que le débat qui fait rage en 2010-2012 autour de la question des droits de scolarité s'ouvre. Après ces brèves recherches, nous pouvons certainement affirmer que ce n'est pas le fruit du hasard, mais d'efforts répétés de certains individus et organisations à occuper l'espace public et à mettre de l'avant la hausse des droits de scolarité. Le quotidien *La Presse* est au cœur de cette campagne médiatique de propagation de l'idée d'une hausse nécessaire des frais de scolarité.

Si les journalistes d'information ont eu une approche qui laissait de la place à la diversité d'opinion, un retentissant unanimité a rejailli des éditoriaux et des chroniques des trois principaux quotidiens. Confinés à des textes informatifs, l'option contre la hausse n'a pas réussi à préserver l'appui dont elle disposait pourtant dans l'espace public au sortir de la grève de 2005.

Bien sûr, ce coup d'œil n'a pas une grande valeur scientifique, il faudrait des outils beaucoup plus raffinés et une capacité bien plus grande à parcourir les autres médias pour avoir une meilleure idée. Cependant, comme toute tentative d'empirie, il est bien préférable aux impressions éparses qu'on pouvait avoir sur la question avant d'aller y voir de plus près.

La source originale de cet article est [Iris](#)
Copyright © [Simon Tremblay-Pepin](#), [Iris](#), 2013

Articles Par : [Simon Tremblay-Pepin](#)

Avis de non-responsabilité : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexacts.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site [Mondialisation.ca](#) sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de [Mondialisation.ca](#) en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez: media@globalresearch.ca

[Mondialisation.ca](#) contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: media@globalresearch.ca