

Médias, institutions et responsabilité sociale : l'expérience de *Participe présent* comme vecteur de l'engagement des citoyens

Stéphanie YATES

Candidate au doctorat
en science politique,
Université Laval, Québec
stephanie.yates.1@ulaval.ca

Michel BEAUCHAMP

Professeur titulaire
Département d'information
et de communication
Université Laval, Québec
michel.beauchamp@vrrh.ulaval.ca

Devant le déclin de la participation des citoyens aux différents scrutins dans les démocraties occidentales, la remise en question de l'utilité des partis politiques et la méfiance à l'endroit des médias (Perrineau, 2003 ; Crenson et Ginsberg, 2002 ; Guillebaud, 2002 ; Dalton et Wattenberg, 2000 ; Gingras, 1999), certains analystes en viennent à parler de l'existence d'une « crise de la représentation » (Ryden, 1996 ; Pérrineau, 2003 ; Shields, 2006 ; Norris, 1999).

La présente contribution vise à caractériser, en synthèse, une expérience d'animation et de participation citoyenne menée dans la ville de Québec entre les années 2002 et 2007 : *Participe présent*. Fruit d'une collaboration entre divers partenaires, cette expérience a contribué, selon nous, au développement d'une certaine « culture de la participation » locale.

Dans les pages qui suivent, nous rappellerons d'abord certains grands principes de la démocratie participative et les aspirations de celles et ceux qui la promeuvent. Nous verrons ensuite comment des institutions et des entreprises – médias, universités, organismes publics et parapublics – s'inscrivent dans ce mouvement, voire l'anticipent parfois, en vue d'assumer leur responsabilité sociale. De façon plus spécifique, nous verrons comment certains médias témoignent de cette volonté, notamment en s'inscrivant dans le courant du journalisme public. En

ayant à l'esprit ces repères théoriques et en nous fondant sur l'examen de plusieurs données ayant trait aux saisons 2002-2003 à 2006-2007 de *Participe présent* ainsi que sur des informations recueillies auprès de divers informateurs clés, nous tenterons, enfin, de voir comment cette expérience peut favoriser une « discussion publique » à propos de certains enjeux sociaux et, ce faisant, éventuellement encourager un engagement plus direct des citoyens dans la vie démocratique.

Une volonté de participation accrue

Dans un contexte où plusieurs auteurs, rappelons-le, postulent l'existence d'une « crise de la représentation » (Ryden, 1996 ; Perrineau, 2003 ; Shields, 2006), qui se manifeste, entre autres, par un déclin généralisé¹ de la participation électorale (Crenson et Ginsberg, 2002), la remise en question de la légitimité des partis politiques (Scarrow, 2000 ; Dalton, 2000 ; Webb, 2005) et l'avènement d'une forme de cynisme des citoyens à l'endroit des élus (Costa-Lascoux et Jaume, 2003), de nouvelles activités de participation citoyenne sont graduellement mises de l'avant. Celles-ci se caractérisent par un engagement plus direct des citoyens dans les débats portant sur certains enjeux sociaux. Par conséquent, les acteurs s'occupant traditionnellement de la médiation entre les citoyens et les gouvernants – tels les partis politiques – se trouvent relégués à un rôle de second plan. Bien que ces nouvelles formes de participation n'en soient souvent encore qu'à leurs balbutiements², elles n'en bouleversent pas moins les pratiques de la « démocratie représentative³ », en vertu desquelles l'action citoyenne est le plus souvent réduite à l'exercice du vote, et contribuent progressivement à l'avènement d'une société au sein de laquelle prennent place certains éléments de démocratie dite « participative⁴ ».

Ainsi, devant la perspective du désengagement des citoyens de la vie politique, plusieurs observateurs proposent une vision alternative de la société, sur la base d'indices qui permettent de croire en l'émergence de nouvelles formes de participation. Comme l'exprime Dufour (2005, p. 58), « *la participation politique ne se réduit pas à la participation électorale et [il] est fort probable que celle-ci s'exprime sur d'autres plans* ». En fait, selon Norris (1999), le cynisme à l'endroit du monde de la politique et des acteurs qui l'incarnent stimulerait la participation politique, que celle-ci passe par des canaux traditionnels (tel le vote) ou fasse appel à des répertoires d'action de nature protestataire (Perrineau, 2003) qui s'inscrivent en marge des institutions (tels les boycottages, les manifestations ou d'autres actions à caractère contestataire).

La croissance fulgurante du nombre de groupes d'intérêt depuis le début des années 1980, en Amérique du Nord comme en France (Baumgartner, 2005 ; Barthélemy, 2000 ; Jordan et Maloney, 2007), témoignerait de cette tendance, ces groupes offrant aux citoyens des voies de participation à la fois plus directes, plus souples, plus immédiates et plus soutenues que ce que permettent, par exemple, les partis politiques.

Par ailleurs, cette forme de mobilisation citoyenne ne saurait être idéalisée. Souvent réduit à une « participation par chèque » (Cigler, 1991), ce type d'engagement peut d'abord servir l'organisation qui l'encourage, laquelle peut se révéler avant tout soucieuse de rassurer son *membership* en vue de conserver sa légitimité et, partant, d'avoir une certaine pérennité (Hudon et al., 2008). En fait, souvent insatisfaisante au plan de l'engagement, une participation citoyenne exprimée par l'entremise des groupes ne saurait à elle seule répondre à la volonté des citoyens de s'engager plus activement dans les débats publics : « *While there are more groups, fewer possess the internal characteristics requiring the sort of active citizen involvement that the social capital model deems essential* » (Jordan et Maloney, 2007, p. 10).

Ces limites peuvent sans doute expliquer pourquoi, malgré la popularité des groupes d'intérêt de toutes sortes, l'engagement individuel demeure, somme toute, valorisé. Quelques auteurs ont tenté de décrire en quoi pourraient consister ces nouvelles formes de démocratie « participative » permettant aux citoyens de jouer un rôle de premier plan dans les débats portant sur certains enjeux sociaux. Qu'il s'agisse d'un recours plus marqué aux référendums et aux pétitions (Pierre et Peters, 2000), de la mise en place d'initiatives de démocratie dite « délibérative » (Phillips, 1995) ou de la mise sur pied de « *deliberative opinion pools*⁵ » (Fishkin, 1997), les processus ainsi proposés peuvent être plus ou moins formalisés et avoir une portée plus ou moins marquée. Au sens strict, la démocratie « participative » « *suppose l'existence d'espaces de délibération où les citoyennes, les citoyens et leurs représentantes et représentants se rencontrent afin de discuter et de co-décider des affaires de la communauté* » (Rabouin, 2006, p. 168). Dans de tels cas, les gouvernants sont donc parties prenantes aux débats et une attention particulière est portée à la « *qualification citoyenne* » des participants potentiels (Bhérier, 2006).

Or, d'autres expériences, sans être directement associées à des démarches de démocratie « participative », s'inscrivent néanmoins dans ce courant, en s'inspirant de principes similaires. Ces initiatives visent à fournir aux citoyens des espaces où il y a délibération⁶ et discussion, l'encadrement – parfois minimal – de ceux-ci assurant

une certaine écoute et reconnaissance de la part des gouvernants⁷. Contribuant à un certain renouvellement du « capital social » (Putnam, 2000⁸), ces expériences peuvent être perçues comme un préalable aux initiatives de démocratie « participative » plus formelles, qui engagent plus directement les gouvernants. En somme, qu'elles soient plus ou moins institutionnalisées, l'ensemble de ces démarches peuvent être qualifiées de « *démocratie de l'entre-deux* » (Groux, 2003), en proposant « *une démocratie intermédiaire qui se situe entre la classique démocratie représentative et la mythique démocratie directe* » (Groux, 2003, p. 240).

La réponse des institutions

Loin de demeurer sourdes à ces revendications citoyennes en faveur d'une participation accrue aux débats publics, les institutions et les entreprises (dont les médias) ont tendance à y répondre – voire à les susciter (Chaskin, 2003) – en mettant en place diverses initiatives. Cette réaction peut s'expliquer par la volonté d'atteindre certains objectifs institutionnels ayant trait à la responsabilité sociale. À la fois interpellées en fonction de cette volonté d'engagement émanant des citoyens et appelant elles-mêmes certains acteurs à jouer un rôle plus actif dans les débats sociaux, les institutions et les entreprises réalisent ainsi leur volonté de contribuer au bien commun.

Développée à la fin du 19^e siècle, la notion de responsabilité sociale des entreprises (RSE⁹) – comprise ici dans un sens large qui englobe l'ensemble des organisations – « [pose] *la question des rapports entre l'entreprise et la société* » (Heald, 1961, cité dans Acquier et Aggeri, 2008, p. 133). À l'origine, elle a d'abord émergé sous la forme mal définie d'un « *mélange de bonnes intentions de la part d'hommes d'affaires [qui] produisit des résultats qui furent pour le moins confus* » (Heald, 1961, cité dans Acquier et Aggeri, 2008, p. 133).

Concrètement, la RSE peut être définie comme « *une démarche volontaire visant à aller au-delà des obligations légales et des conventions collectives ; un souci d'intégrer durablement les vues des différentes parties prenantes de l'entreprise ; et un engagement à une certaine transparence* » (Commission européenne, 2001, cité dans Dupuis, 2008, p. 160). Mais le concept de responsabilité sociale ne fait pas l'unanimité. Alors que ceux qu'on nomme les « *réformistes* » considèrent incontournable cette prise en considération des demandes sociétales et avancent qu'elle peut, en fait, contribuer à protéger les marchés de l'entreprise, les plus « *conservateurs* » estiment que les organisations ne devraient s'en tenir qu'à leurs responsabilités légales (Beauchamp, 1995, p. 254¹⁰).

Les tenants de la RSE cherchent à prendre en considération (voire à anticiper) les attentes et les demandes – parfois contradictoires – des différentes parties prenantes (*stakeholders*) en présence dans l’environnement au sein duquel évolue une organisation donnée. Ce processus proactif est étroitement associé à la gestion des attentes sociétales (*issues management*), comprise comme une action qui sous-tend « *the proactive identification, and subsequent defusing, of problems before they escalate into crises. The practice is also closely linked to public policy development, with the aim of strategically influencing legislation that might impose restrictions upon organizational practices* » (Roper et Toledano, 2005, p. 480¹¹).

Dans un tel contexte, la contribution des institutions et des entreprises à la mise en place de mécanismes de participation aux débats publics peut être comprise comme une volonté de réaliser concrètement une partie de leur mission ayant trait à leur responsabilité sociale ou à la gestion des attentes sociétales. Plusieurs médias jouent un rôle particulièrement actif en cette matière.

À propos de la responsabilité sociale des médias

Associée à la dualité propres aux médias – qui cumulent à la fois des vocations démocratique et commerciale – l’idée centrale sous-tendant la notion de responsabilité sociale des médias est que « *la logique citoyenne de l’information (tournée en priorité vers les besoins et les attentes du public) doit l’emporter sur la seule logique aujourd’hui dominante du marché (axée sur les cotes d’écoute et la stricte réalité comptable des tirages, des taux de pénétration ou autres indices de prise en main)* » (Watine et Beauchamp, 1996, p. 108).

Même si cette notion de responsabilité sociale des médias demeure controversée¹² – étant même parfois considérée comme une entrave à la « pure » liberté d’expression – plusieurs pressions s’exercent, de fait, sur les médias afin qu’ils adoptent une approche dite « responsable ». Au premier chef, les citoyens eux-mêmes s’attendent à ce que les médias diffusent un certain « savoir public » (*public knowledge*). En deuxième lieu, de nombreux organismes dépendant des médias pour obtenir toutes sortes d’informations, qu’elles soient d’ordre commercial, politique ou culturel, font pression afin que les médias diffusent ces informations. Troisièmement, les autorités s’attendent à une certaine collaboration de la part des médias, particulièrement en ce qui concerne la gestion des enjeux ayant trait à la sécurité publique ou étant d’intérêt national (McQuail, 2003, p. 47).

Par ailleurs, plusieurs raisons peuvent expliquer la volonté des décideurs des médias à assumer leur responsabilité sociale. D'abord, la contribution des médias au « bien commun » (*public good*) leur assure l'estime du public, ce qui peut se traduire en avantages financiers. Ensuite, les acteurs qui œuvrent au sein des médias peuvent eux-mêmes être motivés par de nobles idéaux et par l'impression de contribuer à la promotion du « bien commun » (*public good*), ce que les différents codes déontologiques régissant la profession journalistique ne peuvent que renforcer (McQuail, 2003, p. 47).

Concrètement, la responsabilité sociale des médias se traduit, notamment, par un rapprochement avec les citoyens : « *Aussi banal soit-il, le constat s'impose avec force : le public, somme complexe d'individus-citoyens aux attentes sociales et aux besoins quotidiens aussi divers que pressants, doit être ramené au cœur du projet des entreprises de presse et de la préoccupation première des journalistes* » (Watine et Beauchamp, 1996, p. 118). Ainsi, une « approche citoyenne » du journalisme permet de proposer des contenus « *susceptibles d'établir une relation plus authentique, plus utile et plus respectueuse avec le public* » (Watine et Beauchamp, 1996, p. 121).

La référence au journalisme public

Le courant du journalisme public s'inscrit dans la logique de la responsabilité sociale des médias. Ce mouvement, qui tire son origine d'un constat alarmant, émis à la fin des années 1980 quant au déclin du lectorat des journaux et du nombre de publications aux États-Unis (Beauchamp et Watine, 1996), répond ainsi à une volonté des médias de jouer un rôle sur le plan social. À cette fin, les médias deviennent un instrument qui, aux mains des journalistes, sert à susciter et à faciliter le débat public (Rosen, 1992). Jay Rosen, considéré comme l'un des principaux promoteurs du journalisme public, a établi quatre principes clés qui sont au cœur de ce courant. D'abord, « *les lecteurs des journaux¹³ sont des citoyens a priori actifs* ». Ensuite, « *la presse peut aider les citoyens à régler concrètement certains problèmes* ». Troisièmement, « *les médias doivent [...] contribuer à une amélioration de la qualité et de l'utilité des débats publics* ». Enfin, « *les entreprises de presse ont, d'une façon générale, un rôle déterminant à jouer dans la vie publique* » (Watine, 2003, p. 232). Dans cette optique, le journalisme public a pour objectifs de « relier » entre eux les membres d'une même communauté (Maigret, 2003), de mobiliser les individus pour en faire de véritables citoyens et de favoriser la mise en place de processus de « délibération » en vue de la recherche de solutions à des problématiques et enjeux de société (Nip, 2006, p.214).

Le déclin progressif du journalisme public depuis la fin des années 1990 serait attribuable aux possibilités maintenant offertes par l'internet, grâce auquel les citoyens peuvent désormais être les maîtres d'œuvre de leur participation aux débats sociaux, sans avoir besoin de recourir au journal pour ce faire : « *Citizens, who are so much a part of the public journalism philosophy, no longer have to be invited into the mix. They are part of the mix* » (Tony DeMars, 2004, cité dans Nip, 2006, p. 212).

On en serait ainsi aujourd'hui arrivé à l'avènement d'un « *journalisme citoyen* » (Nip, 2006), qui se distingue des autres formes de journalisme par l'absence du rôle du journaliste professionnel. L'émergence de ces nouvelles pratiques, notamment concrétisées par l'existence des blogues¹⁶, seraient accentuées par « *une forte propension des citoyens ordinaires' à prendre la parole* », ce qui constituerait d'ailleurs « *un premier indice fort d'une "crise de la représentation"* » (Tétu, 2008). Bien qu'intéressantes au plan du renouvellement de la participation démocratique, de telles initiatives s'avèrent toutefois tellement variées et différentes les unes des autres qu'elles n'ont, en somme, que des retombées marginales¹⁷. Ceci n'évacue cependant pas tout espoir de développements féconds en la matière. Jay Rosen propose d'ailleurs une nouvelle expérience d'engagement citoyen qui fait directement appel à l'internet. Intitulée *New Assignment*, celle-ci vise à inciter citoyens et journalistes à collaborer activement à la réalisation d'un reportage¹⁸.

En somme, que ce soit dans sa forme « traditionnelle » ou par l'entremise d'initiatives associées au « journalisme citoyen », le courant du journalisme public contribue, du moins en partie, à répondre aux aspirations citoyennes en faveur d'une participation accrue aux débats ayant trait à certains enjeux sociaux. En ce sens, ces pratiques concourent à la mise en place d'une « culture de la participation » et pavent la voie à des initiatives plus concrètes de démocratie « participative ».

Dans cet ordre d'idée, soulignons que plusieurs expériences de participation ont été mises sur pied au cours des dernières années. Ces initiatives ont, le plus souvent, été lancées par des institutions soucieuses d'animer la vie publique, réalisant ainsi une part de leur responsabilité sociale. Au Québec, on peut parler de l'École d'été de l'Institut du Nouveau Monde, à laquelle sont notamment associés l'Université du Québec à Montréal (UQÀM), le gouvernement du Québec et une maison d'édition, le tout ayant par ailleurs été impulsé par un journaliste¹⁹; ou encore la Chaire publique de l'Association des étudiantes et des étudiants de Laval inscrits aux études supérieures (AELIES), dont l'Université Laval, le quotidien *Le Devoir*, de même qu'une radio locale et le Canal Savoir sont les principaux partenaires²⁰.

Ces quelques expériences témoignent, en fait, de l'existence d'un mouvement en vue d'une certaine réappropriation, par les citoyens, de la sphère où ont lieu les débats publics. L'expérience de *Participe présent*, à laquelle nous nous attarderons dans les pages qui suivent, constitue un autre exemple du dynamisme de certaines institutions et entreprises en vue de stimuler et de favoriser l'engagement des citoyens.

Les débats de *Participe présent*

Participe présent, un projet qui a vu le jour en 2001 et une expérience qui se poursuit toujours, en 2008 (avec une forme légèrement différente toutefois), est le fruit d'une collaboration entre plusieurs institutions et entreprises dont certains médias de la ville de Québec. C'est le Musée de la civilisation du Québec qui en a eu l'initiative. Le Musée entendait ainsi réaliser sa mission qui vise à « proposer au public, par ses expositions mais aussi par d'autres moyens de communications, un lieu de réflexion sur le monde actuel. Témoigner de préoccupations sociales, tenir compte des débats de société, s'ouvrir sur le monde afin de mieux le comprendre constituent une part importante de sa vocation bien identifiée dans son concept initial²¹ ».

À cet égard, soulignons que le Musée organise, depuis ses débuts, en 1988, une série de « Grandes conférences », où sont appelés à la barre divers intervenants pouvant traiter des grands enjeux sociaux, économiques, culturels, scientifiques ou politiques en cours. C'est pour répondre à la demande du public d'avoir accès à des points de vue variés sur ces enjeux qu'est né le concept de *Participe présent*, une activité qui favorise les échanges et les débats entre des panelistes invités et le grand public. En parrainant cette initiative, le Musée répondait également à ses objectifs en matière de responsabilité sociale : « Le musée se définit aussi comme musée citoyen et, à ce titre, il importe qu'il soit de sa société, qu'il favorise pour les citoyens des moyens de comprendre les enjeux pour faire les choix²² ». En somme, les débats de *Participe présent* visent à transformer le Musée « en une véritable agora, dont les discussions souvent se prolongent longuement après la fin de la rencontre²³ ».

Plusieurs partenaires sont, rappelons-le, associés au Musée, dont l'Université Laval, le quotidien *Le Soleil* et Radio-Canada (106,3, Première chaîne radio, région de la Capitale québécoise²⁴). Alors que l'Université Laval joue un rôle important en suscitant la participation de ses professeurs et chercheurs aux différents débats, *Le Soleil* et Radio-Canada assurent, entre autres, la promotion de l'activité. En participant à ce projet, l'Université Laval contribue à la réalisation du volet de sa mission lié à la « diffusion de la connaissance scientifique dans la ville

et la région de Québec », dans la « sauvegarde et la mise en valeur du patrimoine culturel²⁵ » et, plus généralement, dans le développement culturel de la région. La participation du quotidien *Le Soleil* et celle de Radio-Canada peuvent par ailleurs s’inscrire, comme nous l’avons vu plus haut, dans le courant de la responsabilité sociale des médias, les deux organisations ayant notamment pour mission de « procurer au public des informations pertinentes à la compréhension du monde actuel, de ses valeurs et de ses enjeux²⁶ ».

Des représentants de l’ensemble des partenaires, de même que d’autres collaborateurs, telle la Librairie Pantoute (librairie indépendante de la ville de Québec), siègent au comité éditorial, qui voit au choix des sujets et des invités. Concrètement, les soirées de *Participe présent* ont lieu un soir par mois, dans l’enceinte du musée. Y sont conviés de trois à cinq panelistes invités (généralement quatre) dont les allocutions sont suivies d’un échange de quinze à 25 minutes. Suit une période de questions d’environ 45 minutes, lors de laquelle les citoyens présents dans la salle sont invités à interpeler les panelistes et à formuler leurs propres commentaires relatifs à la question discutée. Le tout se termine par une brève conclusion de la part de l’animatrice²⁷.

Nous présentons, dans les lignes qui suivent, divers constats au terme de l’examen de données ayant trait aux saisons 2002-2003 à 2006-2007²⁸, période au cours de laquelle 45 débats de *Participe présent* ont eu lieu.

Thématiques abordées

Diverses thématiques ont été abordées au fil des rencontres. Nous les avons regroupées en six catégories : « société québécoise », « politique québécoise », « scène internationale », « économie du Québec », « culture » et « environnement et énergie ».

Tableau n°1 : Thématiques abordées, selon leur fréquence

Thématiques	Fréquence
Société québécoise	15
Politique québécoise	9
Scène internationale	7
Économie du Québec	5
Culture	5
Environnement et énergie	4

– Sur les 15 sujets traitant de la *société québécoise*, quatre portent spécifiquement sur la religion (dont, notamment, l'intégrisme religieux ou la place de la religion à l'école). Quatre autres portent sur la consommation (dont, notamment, le concept de « simplicité volontaire », la « malbouffe » ou encore le piratage électronique). Les autres sujets ayant trait à la société québécoise regroupent des thématiques aussi variées que le féminisme, la paternité ou encore le suicide.

– Les sujets ayant trait à la *politique québécoise* concernent surtout la gestion de l'État – par exemple, la privatisation des services publics et la réforme de l'éducation – de même que des questions telles la vie démocratique ou encore la souveraineté du Québec.

– En ce qui a trait à la thématique « *scène internationale* », des sujets traitant de politique étrangère (le Canada et la guerre en Irak, par exemple) et d'enjeux internationaux (dont, au premier chef, le terrorisme, question abordée à trois reprises) ont retenu l'attention des responsables de la série.

– La thématique de l'*économie québécoise* concerne, notamment, l'avenir des régions et les répercussions économiques du vieillissement de la population.

– En matière de *culture*, des sujets telle la qualité de la langue française et celle des médias québécois ont été abordés.

– Enfin, la thématique de l'*environnement* et de l'*énergie* touche à la fois des enjeux de portée globale – le protocole de Kyoto, par exemple – et la réalisation de projets spécifiques ayant des retombées directes aux plans environnemental et énergétique (tel le projet Rabaska, associé à la construction d'un port méthanier à Lévis, en face de Québec²⁹).

Une classification des thématiques, selon les régions, permet de constater que plus de la moitié (24 sur 45) des questions abordées ont traité d'enjeux nationaux (de portée provinciale ou fédérale³⁰), alors que six autres avaient trait à des enjeux à caractère international. Quatre rencontres ont permis d'aborder des enjeux locaux, touchant directement la ville de Québec. Onze rencontres, enfin, ont traité de questions qu'on ne peut pas associer à un territoire donné (par exemple, des débats sur le féminisme, la violence ou, encore, la conception de l'amour dans les sociétés contemporaines).

Tableau n°2 : Thématiques abordées, selon les régions et leur fréquence

Niveau de préoccupation	Fréquence
International	4
National (provincial ou fédéral)	24
Local	4
Général	11

Provenance des invités

Au cours de la période étudiée, 175 panelistes invités ont été appelés à participer aux débats de *Participe présent*. Nous les avons regroupés selon qu'ils provenaient du milieu universitaire, des médias, de l'univers politique, des organisations gouvernementales, des organismes sans but lucratif, des associations professionnelles ou d'affaires, des syndicats, des entreprises privées ou de sociétés d'État. La catégorie « autres » regroupe les invités qui ne peuvent être classés dans l'une ou l'autre des catégories précédentes. Ces invités ont majoritairement été choisis en tenant compte de leur profession, qu'il s'agisse de figures connues du grand public³¹ ou non. On retrouve également dans la catégorie « autres » des membres ou porte-parole de coalitions citoyennes ad hoc, peu ou pas institutionnalisées.

Tableau n°3 : Provenance des invités

Provenance	Nombre d'invités
Milieu universitaire (universités, chaires de recherche, instituts, etc.)	51 ³²
Milieu culturel (écrivains, auteurs, compositeurs, etc.)	28
Médias (journalistes, éditorialistes, animateurs, etc.)	23 ³³
Organisations sans but lucratif	16
Politique (élus ou ex-élus, personnes liées à un parti politique, etc.)	11
Entreprise privée ou sociétés d'État	8
Associations professionnelles ou d'affaires	6
Syndicats	5
Milieu gouvernemental	2
Autres	25

L'Université Laval a particulièrement été mise à contribution afin de susciter la participation de ses membres : sur les 51 invités issus du milieu universitaire, 30 proviennent de cette institution. Il s'agit majoritairement de professeurs, auxquels s'ajoutent quelques étudiants et membres de différentes chaires de recherche.

Couverture médiatique

Les différents partenaires associés aux débats de *Participe présent* contribuent activement à sa promotion³⁴. Le Musée de la civilisation publie systématiquement un communiqué de presse dans les jours qui précèdent l'événement. À de rares exceptions près³⁵, ces communiqués sont peu repris par les médias écrits et électroniques. Toutefois, ils le sont par les deux médias partenaires (*Le Soleil* et Radio-Canada), lesquels relaient l'information ayant trait aux rencontres.

D'une part, le quotidien *Le Soleil*, en plus de diffuser, avant chaque débat, une publicité annonçant la tenue de l'événement, publie également, de façon systématique, un article quelques jours avant la rencontre. En plus d'annoncer le sujet qui sera abordé et de présenter, dans la plupart des cas, les invités attendus, ces articles comprennent parfois des extraits d'un entretien avec certains des invités, qui annoncent ainsi leurs points de vue quant à l'enjeu retenu. À la suite de l'événement, le journal publie régulièrement un article résumant l'essentiel des débats. Il faut toutefois signaler que si cette pratique a existé au cours des saisons 2003-2004³⁶, 2004-2005 et 2005-2006, seuls deux débats ont fait l'objet d'un article récapitulatif dans *Le Soleil* au cours de la saison 2006-2007³⁷.

Pour sa part, la radio de Radio-Canada annonce systématiquement l'événement, dans le cadre de ses émissions d'information locale (diffusées dans la région de la Capitale nationale), à raison de deux à trois fois par jour, la journée même de l'événement (ou, dans certains cas, quelques jours avant). Ces annonces s'accompagnent parfois d'un bref entretien avec l'un des panelistes attendus, ou encore avec l'animatrice des débats. Enfin, l'Université Laval diffuse parfois des informations dans son journal institutionnel, *Au fil des événements*³⁸.

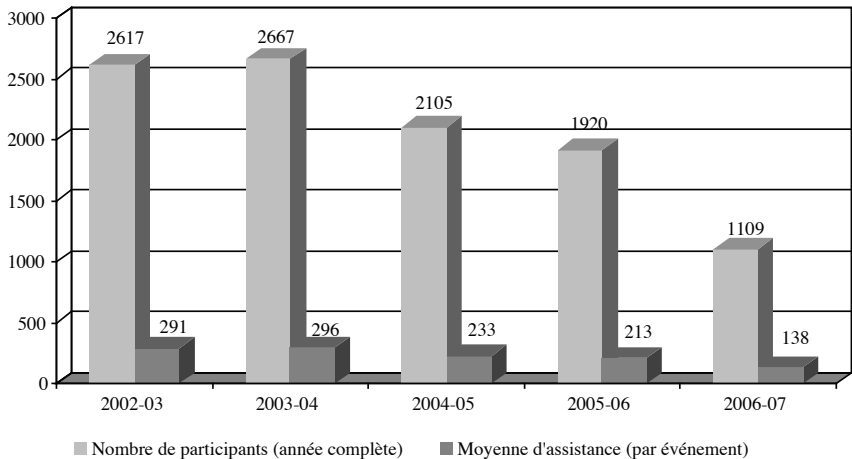
La couverture de presse se limite généralement, rappelons-le, à celle des médias partenaires de l'événement. À de rares occasions, d'autres médias ont également diffusé des articles ou commentaires. C'est le cas, par exemple, du journal étudiant *Impact Campus* de l'Université Laval, qui a traité de deux thèmes : la place du secteur privé à l'université et la qualité de la télévision québécoise. Seule la question du suicide a attiré l'attention d'un média dont la portée s'étend à tout le Québec³⁹.

Mentionnons enfin qu'à la suite de la tenue du débat ayant pour titre « Avec l'affaire CHOI-FM, la liberté d'expression est-elle vraiment menacée ? » (13 septembre 2004), quatre lettres de lecteurs ont été publiées dans le quotidien *Le Soleil*. Une lettre a également été publiée à la suite du débat intitulé « Tribunaux islamiques, voile à l'école, droits des femmes : nos institutions doivent-elles tenir compte des préceptes de l'Islam ? » (10 janvier 2005).

Statistiques annuelles de fréquentation

On constate une croissance de la popularité des rencontres lors des premières saisons de *Participe Présent*, suivie d'un déclin graduel au cours des saisons suivantes. Ainsi, la fréquentation atteignait un sommet, en 2003-2004, avec un total de 2 667 participants au cours de cette saison. La saison 2006-2007 se démarque au chapitre de la fréquentation : il s'agit de la plus faible, avec un total de 1 109 participants. Pour l'ensemble des années étudiées, ce sont en moyenne 234 personnes qui ont assisté à chacun des événements de la série.

Graphique n°1 : Statistiques de fréquentation



Bien qu'aucune étude systématique du profil des participants n'ait été menée jusqu'ici, une description à caractère impressionniste peut tout de même être proposée⁴⁰. Il ressort ainsi que, mois après mois, une dizaine de personnes, majoritairement inscrites comme « Amis

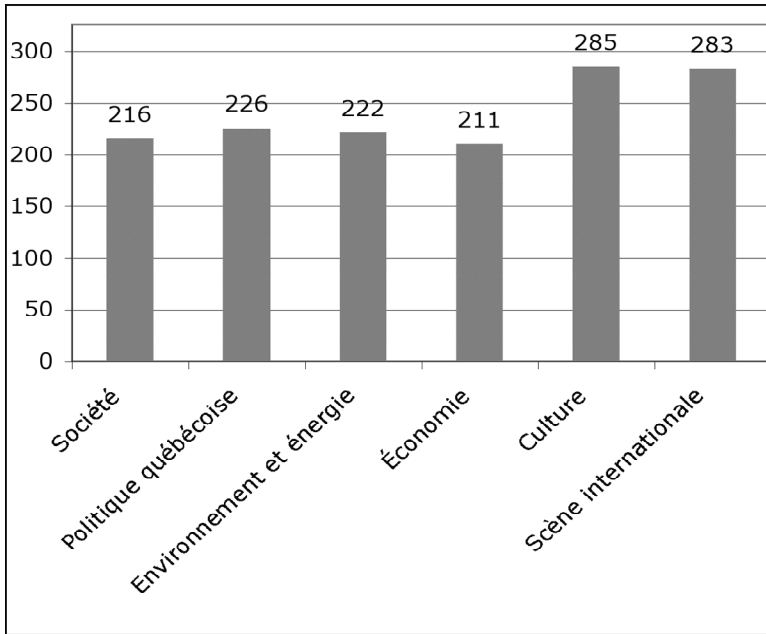
du musée », assistent aux débats, ces participants formant en quelque sorte le « noyau dur » des rencontres (environ 10% de l'assistance étant, par ailleurs, généralement composée des « Amis du musée »). Le profil des autres membres de l'assistance varie en fonction des thématiques abordées et de la variété de leurs caractéristiques sur le plan sociodémographique. Le fait que les débats soient annoncés à la radio de Radio-Canada et dans *Le Soleil* contribue sans doute à cette diversité. La moyenne d'âge serait par ailleurs assez élevée (autour de 45 ans), bien que, parfois, certains professeurs (de l'Université Laval et de certains Cégeps de la capitale) aient fait la promotion des débats auprès de leurs étudiants, ce qui aurait contribué, ponctuellement, à abaisser l'âge moyen de l'assistance.

Cela aurait été notamment le cas lors d'un débat portant sur la guerre en Irak⁴¹. Mentionnons également qu'à la différence des activités à caractère culturel initiées par le Musée, l'assistance de *Participe présent* serait majoritairement composée d'hommes. Soulignons, enfin, que les membres de l'assistance peuvent, de façon générale, être considérés comme d'éventuels relayeurs d'information, voire même des agents de changement dans leur milieu.

Il est par ailleurs intéressant de constater comment évolue la popularité de l'événement en fonction des thématiques abordées. À cet effet, on remarque une légère hausse du nombre de participants lorsque les sujets abordés touchent la culture ou « l'international ». L'ensemble des autres thématiques a, par ailleurs, attiré un nombre relativement constant de participants.

Les événements qui se sont avérés les plus populaires témoignent bien de la diversité des intérêts des citoyens. Ainsi, au cours de la période étudiée, cinq événements ont attiré 400 personnes ou plus, ceux-ci touchant à des questions relevant autant de l'économie, de la scène internationale, de la culture, de la politique ou de la société. Avec un total de 487 participants, la rencontre ayant pour thématique, la « Convergence, télé-réalité, Internet, radio-poubelle... Les Québécois sont-ils bien ou mal informés? » (12 janvier 2004) a été la plus populaire. À l'inverse, l'événement ayant attiré le moins de participants est celui qui avait pour thème « L'Université est-elle à vendre? » (2 octobre 2006), avec seulement 50 participants. Deux autres rencontres – toutes deux touchant des questions de société – ont regroupé 100 personnes ou moins. Soulignons qu'elles ont toutes deux eu lieu au cours de l'année 2006-2007.

Graphique n°2 : Nombre moyen de participants en fonction des thématiques



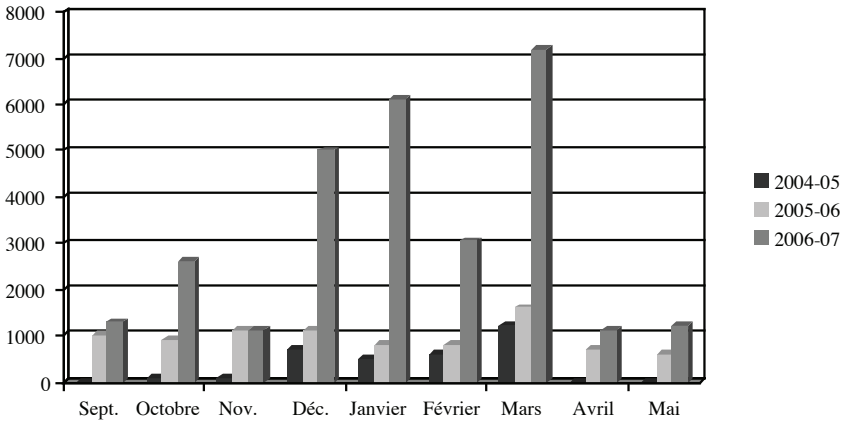
Fréquentation du site internet

Le site internet de *Participe présent*⁴² dresse la liste des sujets abordés depuis la saison 2004-2005 jusqu'à aujourd'hui (le dernier événement a eu lieu le 16 septembre 2008). Dans le cas de la plupart des sujets abordés, des textes de référence à télécharger sont proposés (généralement des articles de journaux).

De plus, un lien vers la Librairie Pantoute, l'un des partenaires de l'événement, permet aux citoyens de consulter une liste d'ouvrages traitant du sujet du mois. Les internautes peuvent aussi télécharger des extraits audio de chacune des rencontres de même que s'abonner au *podcast* de l'émission, disponible depuis avril 2006.

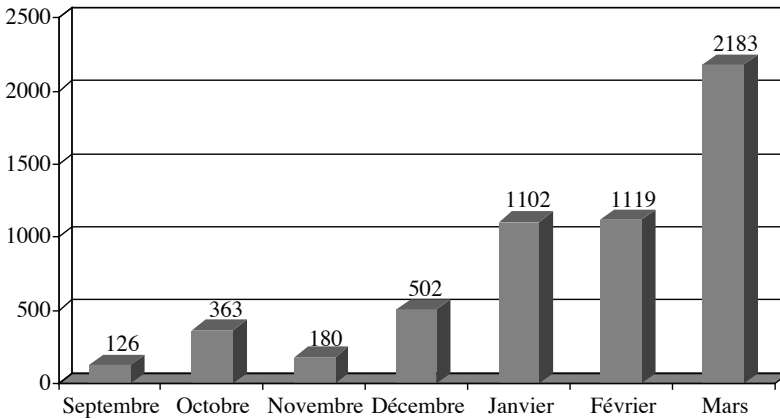
La fréquentation du site internet a connu une croissance marquée au cours de la saison 2006-2007, avec un nombre moyen de visites mensuelles de 3 852, contre une moyenne de 1 111 visites mensuelles en 2005-2006 et seulement 574, en 2004-2005.

Graphique n°3 : Nombre mensuel de visites du site internet



Le nombre de téléchargements de fichiers mp3, seulement disponible pour la saison 2006-2007, indique également un intérêt croissant de la part des internautes quant à ce mode d'appropriation de l'information.

Graphique n°4 : Nombre de téléchargements d'extraits mp3, saison 2006-2007



Conclusion

En nous attardant à l'examen de l'expérience de *Participe présent*, nous avons tenté de mettre en relief l'une des nombreuses voies permettant à divers types d'institutions et d'entreprises d'assumer leur responsabilité sur le plan social. En particulier, la description de cette expérience a permis de faire ressortir le rôle des deux médias partenaires, lesquels peuvent s'inscrire, dans une certaine mesure, dans le courant du journalisme public.

En effet, selon les caractéristiques de ce courant (Charity, 1995 ; Merrit, 1995 ; Rosen, 1992 et 2000 ; Watine et Beauchamp, 1999 ; Brin, 1997), il semble que *Participe présent* emprunte manifestement au journalisme public, tant au plan des principes et de la vision qu'en ce qui concerne les techniques mises de l'avant.

D'abord, au plan des principes et de la vision, on y conçoit le public comme étant engagé et actif. De plus, en participant à cette initiative, les médias – et l'ensemble des partenaires – contribuent à encourager la réflexion des citoyens à propos de certains enjeux.

Ensuite, au plan technique, l'expérience témoigne d'une volonté d'écoute des citoyens et fait appel à la mise en place de mécanismes de rétroaction, principalement à travers les échanges entre les panelistes invités et les participants. Les rencontres, organisées grâce à la collaboration existant entre les médias et d'autres organismes, s'apparentent ainsi à des « assemblées communautaires ».

Qui plus est, par les possibilités d'interaction et d'engagement qu'elle encourage, une expérience comme celle de *Participe présent* peut être considérée non seulement comme une initiative permettant aux différents partenaires d'assumer leur responsabilité sociale, mais également comme une initiative offrant une tribune de choix aux citoyens désireux de participer plus activement aux débats sociaux.

En fait, plusieurs indices nous permettent de penser que cette initiative contribue, à l'échelle locale, au développement d'une certaine « culture de la participation », qu'il s'agisse de la place prise par les citoyens lors de la période des questions ou de l'intérêt – chez de nombreux citoyens – de consulter l'information disponible via le site internet.

La publication de lettres ouvertes, à la suite de certains débats, dans la section du courrier du lecteur du quotidien *Le Soleil* est une autre manifestation tangible de la réappropriation graduelle de la sphère publique par des citoyens grâce à *Participe présent*. Il n'est d'ailleurs

pas anodin qu'en janvier 2007, un groupe revendiquant l'existence d'un débat public sur la question des tests prénataux ait déclaré avoir « *pensé à un débat de Participe présent, [à] faire entendre un éthicien, un philosophe*⁴³ ». Il semble donc que ces rencontres en soient peut-être venues à être considérées comme des lieux importants au sein de la sphère publique locale. Une consultation des citoyens ayant participé de façon régulière aux différentes rencontres permettrait d'avoir un meilleur aperçu des retombées de *Participe Présent* à cet égard.

Malgré ces constats, la chute relative du nombre de participants au cours de la saison 2006-2007 témoigne du défi, pour les initiateurs de pareilles expériences d'animation, de maintenir et de renouveler l'intérêt des citoyens pour la formule retenue. Tirillés entre la possibilité de prendre une part active aux débats de société – et d'y consacrer le temps nécessaire – et celle de se cantonner dans un rôle plus passif de « consommateurs » (Scammel, 2003), les citoyens ont souvent tendance à choisir la deuxième option. Dans cette optique, les initiatives de participation citoyenne doivent constamment, croyons-nous, être évaluées et renouvelées, pour justifier leur utilité et assurer davantage leur pérennité.

Dans cet ordre d'idée, les partenaires de *Participe présent, Ici et d'ailleurs* pourraient favoriser une forme plus directe d'engagement, proche du « journalisme citoyen », en définissant un cadre élargi de participation, notamment via le site internet déjà existant. Des tribunes (où les citoyens pourraient débattre en ligne) pourraient ainsi être disponibles sur ce même site, ou encore par l'entremise de liens menant à d'autres sites favorisant la participation. Les statistiques de fréquentation du site internet et, en particulier, le nombre croissant de téléchargements des fichiers audio des débats, laissent entrevoir l'intérêt potentiel des citoyens pour ce genre de canaux.

Mentionnons, enfin, qu'à elle seule, l'expérience de *Participe présent* ne peut que modestement contribuer à une réappropriation de la sphère publique par les citoyens. Comme le soulignent Conover et al. (2002), c'est, notamment, par l'éducation en milieu scolaire que se développe l'acquisition de réelles pratiques de discussion et de délibération citoyennes, lesquelles peuvent ensuite se traduire par une demande accrue pour la mise en place de tribunes encourageant la concrétisation de ces pratiques dans la sphère publique.

Nous croyons, néanmoins, que *Participe présent* favorise bel et bien, au plan local, une réelle « culture de la participation » ■

Notes

1. La tendance se manifeste non seulement aux États-Unis, mais aussi au Québec et au Canada (CRIC, 2001). La France n'est pas épargnée : bien que le taux de participation à l'élection présidentielle de 2007 ait été particulièrement élevé, le taux d'abstention à l'élection législative a, quant à lui, battu un record historique (Jugnot, 2007). En fait, selon le *International Institute for Democracy and Electoral Assistance*, l'ensemble des régimes de démocratie libérale connaîtrait des taux de participation à la baisse (idea.int/vt/index.cfm, consulté le 03-12-07).
2. Le caractère « nouveau » des expériences de démocratie dite « participative » doit toutefois être relativisé. Il semble, en effet, que la volonté d'accorder aux citoyens une part plus active dans les différents processus démocratiques soit de nature cyclique et ce, depuis l'après Première Guerre mondiale. Depuis le milieu des années 1990, nous connaîtrions ainsi une phase de réactivation de ce phénomène (Gastil et Keith, 2005).
3. Le concept de « démocratie représentative » sous-tend « l'élection des gouvernants, par un procédé qui autorise l'expression libre et régulière des opinions, [ce qui] permet au peuple de prendre, indirectement, certaines des grandes décisions qui s'imposent à la collectivité » (Bernard, 1997, p. 220).
4. La notion de « démocratie participative » illustre, quant à elle, « une forme de participation des citoyens ordinaires à la discussion d'enjeux collectifs », laquelle vise à « produire du jugement public au travers de la discussion collective et de la rencontre entre acteurs d'origines différentes ». Dans la majorité des cas, les dispositifs de démocratie participative ont « un caractère consultatif » ayant aussi pour particularité « d'être flous, ambivalents et de pourtant faire l'objet d'une très forte valorisation symbolique » (Blondiaux, 2004, p. 7).
5. Les « *deliberative opinion pools* » ont pour objectif de rassembler des citoyens de telle sorte qu'ils constituent un microcosme de l'ensemble de la société. Ces espaces de délibération permettent ainsi d'envisager ce que serait l'opinion publique dominante si tous les citoyens avaient la chance de participer de façon éclairée au débat public sur un enjeu donné (Fishkin, 1997, p. 162).
6. Selon Conover et al. (2002), trois conditions doivent être remplies pour qu'un échange puisse être qualifié de véritable délibération démocratique : 1. les discussions doivent être publiques ; 2. elles doivent être libres de toute influence induite (c'est ce que les auteurs nomment le critère de « *non-tyranny* ») ; 3. les participants doivent être considérés comme égaux (p. 24).
7. C'est ce que Gastil et Levine (2005) identifient comme une « *outside strategy* », en vertu de laquelle « *political and social pressures [...] compel officials to respect the results of public deliberation* » (p. 277). Cette approche diffère de ce qu'ils appellent l'« *inside strategy* », selon laquelle les gouvernants, associés de plus près au processus, s'engagent à prendre en considération les résultats des délibérations citoyennes.
8. Le « capital social » peut être défini comme un ensemble de ressources qui émergent des relations sociales – tels les réseaux, la stabilité des relations, les idéologies, les normes et le sentiment de confiance – qui facilitent l'action, pour le bénéfice mutuel de l'ensemble de la société (Coleman, 1988 ; Putnam, 1995 ; Bagnasco, 2004).
Sur la notion de responsabilité sociale, voir aussi, entre autres, Bowen (1953), Capron et Quairel-Lanoizelée (2004), Falconi (2004), Pasquero (2005 et 2006), ainsi que le site internet de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (crsdd.uqam.ca, consulté le 24-09-08).
9. La notion de responsabilité sociale peut être interprétée à différents niveaux, comme l'expliquent Martinet et Payaud (2008), qui proposent une taxonomie des stratégies de RSE qui se décline en quatre catégories, soit la RSE « *cosmétique* », la RSE « *annexe ou périphérique* », la RSE « *intégré* » et la « *RSE-BOP (bottom of the pyramid)* » (Martinet et Payaud, 2008, p. 202-203).

10. Sur la gestion des attentes sociétales et l'évolution de cette pratique, voir aussi Jacques (2006 et 2007), Bowen et Heath (2005), Taylor et al. (2003), Heath (2002) et Ihlen (2002). Dans une perspective qui fait encore davantage appel à la « proactivité », les organisations choisissent parfois aussi de mettre de l'avant des activités visant à créer de toutes pièces de nouvelles tendances. C'est ce que Schwarz (2005) identifie comme les stratégies associées aux *Future Studies* (FS) : « *While [strategic issue management] is aimed more towards detecting trends, FS is more concerned with creating alternative futures or gaining insights concerning the future by using trends as a basis for several methods* » (p. 46).
11. McQuail (1994, p. 127-132) avance ainsi qu'à la théorie de la responsabilité sociale des médias, on peut opposer trois autres « théories de la presse » (*theories of the press*), soit la « théorie autoritaire » (*authoritarian theory*), selon laquelle la presse est soumise au contrôle de l'État, la « théorie soviétique » (*soviet theory*), selon laquelle les médias, à la solde du Parti Communiste, ont joué un rôle d'agitateur collectif et de propagandiste depuis le début du 20^e siècle et ce, jusqu'à la chute du mur de Berlin, et la « théorie libertaire » (*libertarian theory*), en vertu de laquelle les médias devraient permettre la libre expression des idées. Au début des années 1980, McQuail proposait deux autres théories de la presse, soit la « théorie des médias dans les pays en voie de développement » (*development media theory*), qui tient compte du contexte particulier pouvant prévaloir dans ces pays, et la « théorie des médias participants » (*democratic-participant media theory*), dont les tenants promeuvent l'émergence de médias « alternatifs », notamment centrés sur les préoccupations locales.
13. Tout comme le sont les téléspectateurs.
14. Soit le ministère du Développement des ressources humaines du Canada, la Société québécoise de développement de la main-d'œuvre, le ministère québécois de la Sécurité du revenu et le Groupe Intégration au Travail. Mentionnons, par ailleurs, que cette expérience a été reprise ailleurs au Québec, notamment dans la région de Montréal, les quotidiens *La Presse* et *The Gazette* y étant cette fois associés (Watine et Beauchamp, 1999, p. 123).
15. À plusieurs égards, le courant du journalisme public fait écho aux discussions ayant trait aux médias communautaires, apparus, dans le contexte québécois, au début des années 1960, en réaction à l'avènement des médias de masse (Sénécal, 1995). En s'inspirant « *d'une critique [de ces médias] et du système capitaliste, d'un désir d'animation et de changement social, de la revendication du "droit à la communication" et de l'accès des non-professionnels aux médias et, enfin, d'un besoin d'information locale et régionale de type "service public"* » (Beauchamp et Demers, 1996 ; Langlois et Dubois, 2005 ; Sénécal, 1995, dans Proulx et Demers, 2006, p. 223), force est de constater que les médias communautaires visent l'atteinte d'objectifs assez proches de ceux dont parlent les ténors du journalisme public. Près de 40 ans après l'arrivée de la première génération de médias communautaires au Québec, la pertinence de maintenir et de développer une voie alternative à celle des grands groupes de presse demeure vive, notamment en raison de la montée de la concentration des médias, tant en Amérique du Nord (McQuail, 2003) qu'en Europe (Bardoel et d'Haenens, 2004). À cet égard émergerait un nouveau paradigme selon lequel on accorderait graduellement autant d'importance au « bien politique » (*political welfare*) et au « bien social » (*social welfare*) qu'à la « rentabilité économique » (*economic welfare*), ce qui aurait tendance à favoriser la concurrence entre les médias (van Cuilenburg et McQuail, 2003).
16. Pour plus de détails sur la « blogosphère politique québécoise », voir, notamment, Giasson et al. (2008).
17. Les blogues, notamment, s'avèrent, en fin de compte, peu consultés par les citoyens. Selon une étude menée en 2003 par le *Pew Internet and American Life Project*, seuls 4% des utilisateurs de l'internet ont dit avoir recours aux blogues pour obtenir de l'information ou se forger une opinion (Nip, 2006, p. 229).
18. Pour plus de détails, voir le site <http://zero.newassignment.net/about> (consulté le 26-06-08).

19. Soit Michel Venne. Pour plus d'informations sur cette initiative, voir l'adresse inm.qc.ca (consulté le 03-09-08).
20. Pour plus d'informations, voir l'adresse chairepublique.ulaval.ca (consulté le 03-09-08).
21. Propos de Michèle Pérusse, chargée de projet au Musée de la civilisation, recueillis lors d'un échange de courriels en date du 16 juin 2008.
22. Propos de Michèle Pérusse, chargée de projet au Musée de la civilisation, recueillis lors d'un échange de courriels en date du 16 juin 2008.
23. Propos de Michèle Pérusse, chargée de projet au Musée de la civilisation, recueillis lors d'un échange de courriels en date du 16 juin 2008.
24. Pour un autre exemple de partenariat entre le quotidien *Le Soleil* et l'Université Laval, voir, notamment, Lavigne (2006).
25. Les énoncés entre guillemets sont tirés du texte de l'entente intervenue entre l'Université Laval et le Musée de la civilisation.
26. Extrait de l'entente de partenariat entre le Musée de la civilisation et Radio-Canada d'une part, et le quotidien *Le Soleil* d'autre part (extrait obtenu par l'entremise d'un échange de courriels avec Michèle Pérusse, chargée de projet au Musée de la civilisation, en date du 16 septembre 2008).
27. Les soirées sont ouvertes à tous : les membres de l'assistance, qui doivent réserver leur place (par téléphone), doivent déboursier la somme modique de 4\$ pour y assister (2\$ pour les Amis du musée et les étudiants).
28. Les partenaires ont parrainé une série d'événements similaires au cours de l'année 2007-2008. Cette série – *Participe présent, Ici et ailleurs* – se poursuit en 2008-2009. Dans un contexte de mondialisation et d'interdépendance planétaire, le nouveau vocable traduit l'alternance entre le caractère à la fois local et international des enjeux abordés. Sans exclure le débat, la formule privilégie la formule de la table ronde.
29. Pour plus d'informations sur ce projet et sur les nombreux débats publics qu'il a générés, voir, notamment, Hudon et al. (2008).
30. Ont été intégrées dans cette catégorie toutes les questions associées à des projets de loi, de règlements ou de politiques abordées dans les sphères politiques au palier provincial ou fédéral.
31. Comme c'est le cas, par exemple, de Me Julius Gray, avocat très connu au Québec, ou de Jacques Lacoursière, historien également renommé.
32. Parmi les invités issus du milieu universitaire, l'un d'entre eux a participé à deux rencontres.
33. Parmi les invités issus du milieu des médias, l'un d'entre eux a participé à trois rencontres.
34. Il est à noter que les données analysées en matière de couverture médiatique couvrent les saisons 2003-2004, 2004-2005, 2005-2006 et 2006-2007, la revue de presse n'étant pas disponible pour la première saison.
35. Par exemple, en janvier 2004, le quotidien montréalais *La Presse* annonçait la tenue du débat portant sur la « malbouffe ».
36. Signalons, par ailleurs, qu'à trois reprises au cours de la saison 2003-2004, la radio de Radio-Canada (région de la Capitale nationale) est également revenue sur les sujets débattus.
37. Soit le débat, intitulé « L'Université est-elle à vendre? » (2 octobre 2006) et celui portant sur la qualité de la télévision québécoise, intitulé « Convergence, télé réalité, Internet, radiopoubelle... Les Québécois sont-ils bien ou mal informés? » (12 janvier 2004).

38. Selon Jean-Eudes Landry, rédacteur en chef, journal *Au fil des événements* (courriels échangés les 10 et 11-09-08).
39. Soit la radio de Radio-Canada, lors de l'émission *Christiane Charrette* (diffusée dans tout le Québec), en référence au débat intitulé « Le suicide est-il un geste acceptable ? » (5 février 2007).
40. Ont été consultées à cet effet Michèle Pérusse, chargée de projet au Musée de la civilisation (entretien téléphonique en date du 15 septembre 2008), ainsi que Hélène Pagé, directrice du Service de l'action culturelle et du Service des relations publiques au Musée de la civilisation (échange de courriels en date du 25-09-08).
41. « Le Canada doit-il faire la guerre à l'Irak ? » (13 janvier 2003).
42. mcq.org/participe/index.html (consulté le 18-06-08).
43. Propos tenus par Marie Lemieux, de l'Association pour l'intégration sociale de la région de Québec (dans Samson, 2007).

Références bibliographiques

- ACQUIER Aurélien & Franck AGGERI (2008), « Une généalogie de la pensée managériale sur les RSE », *Revue française de gestion*, n°180, p. 131-157.
- BAGNASCO Arnaldo (2004), « Trust and Social Capital », *The Blackwell Companion to Political Sociology*, De K. NASH Malden (dir.), (MA), Blackwell Publishers, p. 230-239.
- BAUMGARTNER F. R. (2005), *The Growth and Diversity of US Associations, 1956-2004 : Analyzing Trends using the Encyclopedia of Associations*, Working paper, 29 mars.
- BARDOEL Jo & Leen d'HAENENS (2004), « Media Meet the Citizen. Beyond Market Mechanisms and Government Regulations », *European Journal of Communication*, vol. 19, n°2, p. 165-194.
- BARTHÉLEMY Martine (2000), *Associations: un nouvel âge de la participation ?*, Paris, Presses de Sciences Po.
- BEAUCHAMP Michel (1995), « Communication politique et entreprises. Quelques repères théoriques », *Hermès*, vol. 17-18, p. 251-266.
- BEAUCHAMP Michel & François DEMERS (1996), « Les médias communautaires au Québec : la troisième voie », *Les Cahiers du journalisme*, n°2, p. 136-152.
- BEAUCHAMP Michel & Thierry WATINE (1996), « Le journalisme public aux États-Unis : émergence d'un nouveau concept », *Les Cahiers du journalisme*, n°1, juin, p. 142-159.
- BEAUCHAMP Michel & Thierry WATINE (1999), « Journalisme public et gestion des enjeux sociaux : étude de la campagne spécial emploi du journal *Le Soleil* de Québec », *Communication*, vol. 19, n°2, hiver, p. 91-121.
- BERNARD André (1997), *La vie politique au Québec et au Canada*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université du Québec.
- BHERER Laurence (2006), « La démocratie participative et la qualification citoyenne : à la frontière de la société civile et de l'État », *Nouvelles pratiques sociales*, vol. 18, n°2, p. 24-38.
- BLONDIAUX Loïc (2004), « Démocratie délibérative et démocratie participative : une lecture critique », *Conférences de la Chaire MCD*, 11 novembre (chaire-cd.cam, consulté le 24-09-08).

- BOWEN H. R. (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*, New York, Harper & Brothers.
- BOWEN Shannon A. & Robert L. HEATH (2005), « Issue management, systems, and rhetoric : exploring the distinction between ethical and legal guidelines at Enron », *Journal of Public Affairs*, vol. 5, p. 84-98.
- BRIN Colette (1997), *Le journalisme civique au Canada : étude du projet 'Eyes on Alberta'*, Mémoire de maîtrise, Département d'information et de communication, Université Laval.
- CAPRON Michel & Françoise Quairel-Lanoizelée (2004), *Mythes et réalités de l'entreprise responsable*, Paris, Éditions La Découverte.
- CHARITY Arthur (1995), *Doing Public Journalism*, New York, Guildford Publications Inc.
- CHASKIN Robert J. (2003), « Fostering Neighborhood Democracy : Legitimacy and Accountability Within Loosely Coupled Systems », *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 32, n°2, p. 161-189.
- CIGLER Allan J. (1991), « Interest Groups : A Subfield in Search for Identity », dans *American Institutions*, W. CROTTY (dir.), Evanston (IL), Northwestern University Press.
- COLEMAN James (1988), « Social Capital and the Creation of Human Capital », *American Journal of Sociology*, vol. 94 (supplément), p. S95-S120.
- CONOVER Pamela Johnston, Donald D. SEARING & Ivor M. CREWE (2002), « The Deliberative Potential of Political Discussion », *British Journal of Political Science*, vol. 32, p. 21-62.
- COSTA-LASCOUX Jacqueline & Lucien JAUME (2003), « La démocratie et le déclin de la confiance, une rupture dans la culture politique », dans *Le désenchantement démocratique*, P. PERRINEAU (dir.), La Tour d'Aigues, Les éditions de l'Aube, p. 67-88.
- CRENSON Matthew A. & Benjamin GINSBERG (2002), *Downsizing Democracy. How America Sidelined Its Citizens and Privatized Its Public*, Baltimore/London, The Johns Hopkins University Press.
- CRIC (Centre de recherche et d'information sur le Canada) (2001), *La participation électorale au Canada : la démocratie canadienne est-elle en crise ?*, Montréal, Les cahiers du CRIC, disponible à l'adresse cric.ca (consulté le 10-12-06).
- DALTON Russell J. (2000), « The Decline of Party Identifications », dans *Parties Without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, R. J. DALTON et M. P. WATTENBERG (dir.), New York, Oxford University Press, p. 19-36.
- DALTON Russel J. & M. P. WATTENBERG (dir.) (2000), *Parties Without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, New York, Oxford University Press.
- DEMARS Tony (2004), « CJIG Secures Good Slots for Toronto Program », *Civic Journalism Interest Group News*, hiver, vol. 1-3, has.vcu.edu/civic-journalism/newsletter/04winter.pdf (consulté le 24-06-08).
- DUFOUR Pascale (2005), « Les nouvelles frontières de la citoyenneté », *Éthique publique*, vol. 7, n°1, p. 56-63.
- DUPUIS Jean-Claude (2008), « La RSE, de la gouvernance de la firme à la gouvernance de réseau », *Revue française de gestion*, n°180, p. 159-175.

- FALCONI Toni Muzi (2004), « Corporate Social Responsibility », *Journal of Communication Management*, vol. 9, n°1, p. 92-94.
- FISHKIN James S. (1997), *The Voice of the People. Public Opinion & Democracy*, New Haven/London, Yale University Press.
- FRIEDLAND Lewis A. (2003), *Public Journalism : past and future*, Dayton (OH), Kettering Foundation Press.
- GASTIL John & Peter LEVINE (dir.) (2005), *The Deliberative Democracy Handbook. Strategies for Effective Civic Engagement in the 21st Century*, San Francisco, Jossey-Bass.
- GASTIL John & William M. KEITH (2005), « A Nation That (Sometimes) Likes to Talk : A Brief History of Public Deliberation in the United States », dans *The Deliberative Democracy Handbook. Strategies for Effective Civic Engagement in the 21st Century*, J. GASTIL et P. LEVINE (dir.), San Francisco, Jossey-Bass, p. 3-19.
- GIASSON Thierry, Cynthia DARISSE & Vincent RAYNAUD (2008), « Cartographie de la blogosphère politique québécoise : utilisateurs, messages et intentions », Communication présentée à la préconférence *Communication et changement social : les sphères théoriques, technologiques, médiatiques et francophones*, 58^e conférence annuelle de l'Association internationale de communication, 22 mai.
- GINGRAS Anne-Marie (1999), *Médias et démocratie. Le grand malentendu*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec.
- GUILLEBAUD Jean-Claude (2002), *La refondation du monde*, Paris, Éditions du Seuil.
- GROUX Guy (2003), « Crise de la médiation et mouvements sociaux : vers une démocratie de l'entre-deux ? », dans *Le désenchantement démocratique*, P. PERRINEAU (dir.), La Tour D'Aigle, Les éditions de l'Aube, p. 231-242.
- HEATH Robert L. (2002), « Issues management : Its past, present and future », *Journal of Public Affairs*, vol. 2, n°4, p. 209-214.
- HUDON R., C. POIRIER & S. YATES (2008), « Participation politique, expressions de la citoyenneté, et formes organisées d'engagement. La contribution des coalitions à un renouvellement des conceptions et des pratiques », *Politique et société* (sous presse).
- HUDON R., C. POIRIER & S. YATES (2008), « When ecology collides with economy in infrastructure projects », *Network Industries Quarterly* 10 (1), p. 4-6.
- IHLEN Oyvind (2002), « Rethoric and resources : Notes for a new approach to public relations and issues management », *Journal of Public Affairs*, vol. 2, n°4, p. 259-269.
- JACQUES Tony (2007), « Issue management and crisis management : An integrated, non-linear, relational construct », *Public Relations Review*, vol. 33, p. 147-157.
- JACQUES Tony (2006), « Issue management : process versus progress », *Journal of Public Affairs*, vol. 6, n°1, p. 69-74.
- JORDAN Grant & William A. MALONEY (2007), *Democracy and Interest Groups. Enhancing Participation ?*, Houndmills/New York, Palgrave MacMillan.
- JUGNOT Stéphane (2007), « La participation électorale en 2007. La mémoire de 2002 », *Insee Première*, n°1169, décembre, [insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1169/ip1169.html#inter2] (consulté le 29-05-08).
- LANGLOIS Andrea & Frédéric DUBOIS (2005), *Autonomous Media, Activating Resistance and Dissent*, Montréal, Cumulus Press.

- LAVIGNE Alain (2006), « Les partenariats entre médias et organisations : l'Université Laval au cœur de votre quotidien, exemple d'un produit médiatique novateur », *Les Cahiers du journalisme*, n°16 (automne), p. 104-129.
- MAIGRET Éric (2003), *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Collin.
- MARTINET Alain-Charles & Marielle A. PAYAUD (2008), « Formes de RSE et entreprises sociales. Une hybridation des stratégies », *Revue française de gestion*, vol. 1, n°180, p. 199-214.
- McQUAIL Dennis (2003), *Media Accountability and Freedom of Publication*, Oxford, Oxford University Press.
- McQUAIL Denis (1994), *Mass communication theory. An Introduction (Third Edition)*, London/Thousand Oaks (CA)/New Delhi, SAGE Publications.
- MERRIT David (1995), *Public Journalism and Public Life : Why Telling the News is not enough*, Hillsdale (NJ), Laurence Erlbaum Associates.
- NIP Joyce Y. M. (2006), « Exploring the Second Phase of Public Journalism », *Journalism Studies*, vol. 7, n°2, p. 212-236.
- NORRIS Pippa (1999), *Critical Citizen: Global Support for Democratic Government*, Oxford, Oxford University Press.
- PASQUERO Jean (2006), « La responsabilité sociale comme nouvelle forme de régulation socio-économique », *Gestion*, vol. 31, n°2, p. 51-54.
- PASQUERO Jean (2005), « La responsabilité sociale de l'entreprise comme objet des sciences de la gestion. Un regard historique », dans *Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise*, M.-F. B.-TURCOTTE et A. SALMON (dir.), Sainte-Foy, Les Presses de l'Université du Québec, p. 80-111.
- PERRINEAU Pascal (2003), *Le désenchantement démocratique*, La Tour d'Aigues, Les éditions de l'Aube.
- PIERRE Jon & Guy B. PETERS (2000), *Governance, Politics and the State*, Londres/New York, St-Martin's Press.
- PHILLIPS Anne (1995), *The Politics of Presence*, New York/Londres, Oxford University Press.
- PROULX Guylaine & François DEMERS (2006), « Médias communautaires et développement régional : l'expérience du journal *À Cause ?* Au Royaume du Saguenay-Lac-St-Jean », dans *Médias et milieux francophones*, M. BEAUCHAMP et T. WATINE (dir.), Saint-Nicolas, Les Presses de l'Université Laval.
- PUTNAM Robert (2000), *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York, Simon & Schuster, Inc.
- PUTNAM Robert D. (1995), « Bowling Alone: America's declining social capital », *Journal of Democracy*, vol. 6, n°1, p. 65-78.
- RABOUIN Luc (2006), « Démocratie participative et justice sociale : le cas du budget participatif de Porto Alegre », *Nouvelles pratiques sociales*, vol. 19, n°1, p. 164-175.
- ROPER Juliet & Margalit TOLEDANO (2005), « Taking in the view from the edge : Issues management recontextualized », *Public Relations Review*, vol. 31, p. 479-485.

- ROSEN Jay (1992), « Politics, Vision, and the Press : Toward A Public Agenda for Journalism », dans *The New News and the Old News : The Press and the Politics in the 1990s*, J. ROSEN et P. TAYLOR (dir.), New York, Twentieth Century Fund.
- ROSEN Jay (2000), « Debate : Public Journalism », *Journalism Studies*, vol. 1, n°4, p. 679-694.
- RYDEN David K. (1996), *Representation in Crisis. The Constitution, Interest Groups, and Political Parties*, Albany, State University of New York Press.
- SAMSON Claudette (2007), « Tests prénataux pour toutes les femmes enceintes. Un débat public doit avoir lieu sans faute », *Le Soleil*, 20 janvier, p. 18.
- SCAMMEL Marguaret (2003), « Citizen Consumers. Toward a New Marketing of Politics ? », dans *Media and the Restyling of Politics. Consumerism, Celebrity and Cynicism*, John CORNER et de Dick PETS (dir.), Thousand Oaks (CA), Sage Publications.
- SCARROW Susan E. (2000), « Parties without Members ? Party Organization in a Changing Electoral Environment », dans *Parties Without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, R. DALTON et M. P. WATTENBERG (dir.), New York, Oxford University Press.
- SCHWARZ Jan Olivier (2005), « Linking Strategic Issue Management to Future Studies », *Futures Research Quarterly* (automne), pp. 39-55.
- SÉNÉCAL Michel (1995), *L'espace médiatique, les communications à l'épreuve de la démocratie*, Montréal, Liber.
- SHIELDS J. G. (2006), « Political Representation in France: A Crisis of Democracy? », *Parliamentary Affairs*, vol. 59, no 1, pp. 118-137.
- TÉTU Jean-François (2008), « Du 'Public Journalism' au 'Journalisme citoyen' », *Les Cahiers du journalisme*, à paraître.
- TAYLOR Maureen, Gabriel M. VASQUEZ et John DOORLEY (2003), « Merck and AIDS activists: engagement as a framework for extending issues management », *Public Relations Review*, vol. 29, pp. 257-270.
- VAN CUILENBURG Jan et Denis MCQUAIL (2003), « Media Policy Paradigm Shifts. Towards a New Communications Policy Paradigm », *European Journal of Communication*, vol. 18, no 2, pp. 181-207.
- WATINE Thierry (2003), « Le modèle du 'journalisme public' », *Hermès*, vol. 35, pp. 231-239.
- WATINE Thierry (2006), « De la multiplication des procédés interactionnels dans les contenus de presse : vers un journalisme de conversation... », *Les Cahiers du journalisme*, no 16 (automne), pp. 70-103.
- WATINE Thierry et Michel BEAUCHAMP (1999), « Journalisme public et gestion des enjeux sociaux : étude de la campagne 'spécial emploi' du journal Le Soleil de Québec », *Communication*, vol. 19, no 2, pp. 91-123.
- WATINE Thierry et Michel BEAUCHAMP (1996), « La nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes », *Les Cahiers du journalisme*, no 2, décembre, pp. 108-127.
- WEBB Paul (2005), « Political Parties and Democracy : The Ambiguous Crisis », *Democratization*, vol. 12, no 5, pp. 633-650.