



**Chaire
Raoul-Dandurand**
en études stratégiques et diplomatiques

SYNTHÈSE DE CONFÉRENCE

« LES MÉDIAS ET LA POLITIQUE ÉTRANGÈRE AMÉRICAINNE : QUELS IMPACTS SUR LE CANADA ? »

Conférence organisée par l'Observatoire sur les États-Unis
de la Chaire Raoul-Dandurand en études stratégiques et diplomatiques
de l'UQAM
et
par l'Institut canadien du Woodrow Wilson International Center for Scholars
à Washington

en partenariat avec le
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI)

Montréal, 9 décembre 2003

Document préparé
par

Sébastien Barthe
Frédéric Gagnon
Karine Prémont

**« LES MÉDIAS ET LA POLITIQUE ÉTRANGÈRE AMÉRICAINE : QUELS
IMPACTS SUR LE CANADA ? »**

8h30

ACCUEIL ET INSCRIPTION

9H00

MOT D'OUVERTURE

- **JACQUES DESMARAIS**, VICE-RECTEUR EXÉCUTIF, UQAM

MOT DE BIENVENUE

- **DAVID BIETTE**, DIRECTEUR DE L'INSTITUT CANADIEN DU *WOODROW WILSON INTERNATIONAL CENTER FOR SCHOLARS*
- **CHARLES-PHILIPPE DAVID**, TITULAIRE DE LA CHAIRE RAOUL-DANDURAND EN ÉTUDES STRATÉGIQUES ET DIPLOMATIQUES ET DIRECTEUR DE L'OBSERVATOIRE SUR LES ÉTATS-UNIS

9H15

U.S. MEDIA AS U.S. FOREIGN POLICY P.R.? RELATIONSHIP BETWEEN THE MEDIA AND POLICY MAKERS AFTER 9-11 AND IRAQ

PRÉSIDENT : **CHARLES-PHILIPPE DAVID**

- **WARREN STROBEL**, *FOREIGN AFFAIRS AND STATE DEPARTMENT CORRESPONDENT FOR THE WASHINGTON BUREAU OF KNIGHT RIDDER AND AUTHOR OF LATE-BREAKING FOREIGN POLICY: THE MEDIA'S INFLUENCE ON PEACE OPERATIONS*
- **STEPHAN RICHTER**, *PUBLISHER AND EDITOR-IN-CHIEF, THE GLOBALIST*
- **DAVID PRITCHARD**, *DEPARTMENT OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION, AND SENIOR SCHOLAR, CENTER FOR CANADIAN-AMERICAN POLICY STUDIES, UNIVERSITY OF WISCONSIN (MILWAUKEE)*

10H30

PAUSE CAFÉ

10H45

THE IMAGE OF CANADA ON U.S. POLICY MAKERS: IMPLICATIONS FOR CANADIAN FOREIGN POLICY AND CANADA-U.S. RELATIONS

PRÉSIDENT : **DAVID BIETTE**

- **GRAHAM FRASER**, *NATIONAL AFFAIRS WRITER AND WEEKLY COLUMNIST FOR THE TORONTO STAR AND ADJUNCT RESEARCH PROFESSOR AT CARLETON UNIVERSITY*
- **CHRISTIAN BOURQUE**, VICE-PRÉSIDENT RECHERCHE, LÉGER MARKETING
- **STEPHEN HANDELMAN**, *COLUMNIST, « THE 49TH PARALLEL » FOR TIME CANADA*

12H00 À 12H15

MOT DE CONCLUSION

- **LOUIS BALTHAZAR**, PRÉSIDENT DE L'OBSERVATOIRE SUR LES ÉTATS-UNIS DE LA CHAIRE RAOUL-DANDURAND
- **JEAN-FRANÇOIS LÉPINE**, JOURNALISTE À RADIO-CANADA ET PRÉSIDENT DU CONSEIL DE DIRECTION DE LA CHAIRE RAOUL-DANDURAND

**« LES MÉDIAS ET LA POLITIQUE ÉTRANGÈRE AMÉRICAINE : QUELS
IMPACTS SUR LE CANADA ? »**

L'objectif de la conférence était de mieux comprendre l'influence des médias sur la politique américaine à l'égard du Canada. L'interaction entre les médias et les décideurs américains est déterminante. Dès lors, il est essentiel de prendre en compte cette relation pour voir dans quelle mesure l'image du Canada que véhiculent les médias influe sur la perception qu'en ont les décideurs. Les médias ont-ils une véritable influence sur les choix politiques américains et l'orientation des relations canado-américaines ? Doit-on considérer que le traitement lacunaire des relations avec le Canada par les médias a une incidence sur les choix de politique extérieure américains ? Comment l'image du Canada projetée par les médias – par exemple dans les dossiers du bois d'œuvre, de la reconstruction en Irak et de la lutte contre le terrorisme – influence-t-elle le processus décisionnel américain ? Voici les principales questions qui étaient à l'ordre du jour de cette conférence.

9H15

U.S. MEDIA AS U.S. FOREIGN POLICY P.R.? RELATIONSHIP BETWEEN THE MEDIA AND POLICY MAKERS AFTER 9-11 AND IRAQ

Conférenciers : Warren Strobel, Stephan Richter, David Pritchard

Dans ce panel, présidé par Charles-Philippe David, les trois conférenciers tentaient de définir la nature du rôle des médias américains dans la conduite des affaires étrangères des États-Unis, surtout depuis les événements du 11 septembre 2001 et la guerre contre l'Irak au printemps 2003.

Le premier panéliste, **Warren Strobel**, est correspondant aux Affaires étrangères et au *State Department* pour *Knight Ridder* à Washington. Auteur d'un ouvrage sur l'influence des médias américains en matière d'opérations de paix (*Late-Breaking Foreign Policy*, 1997), M. Strobel a tout d'abord expliqué que les attentats du 11 septembre ont mené à une perte de sens critique chez les journalistes, de même qu'à un patriotisme exacerbé. Cela est dû à la fois aux pressions internes et aux pressions externes. Pour Strobel, ces changements sont, heureusement, temporaires et particuliers à ces événements et à la politique étrangère de Bush. Une fois la poussière retombée, les journalistes reprendront une certaine distance dans leurs reportages. Il faut cependant ajouter que plusieurs journalistes ont questionné les décisions de l'administration Bush, notamment en ce qui concerne la guerre contre l'Irak, mais ils n'ont eu que peu de temps d'antenne, comme ce fut le cas pour toutes les voix qui se sont élevées contre cette guerre entre l'automne 2002 et mars 2003. Le résultat est que

la majorité des Américains pense encore que Saddam Hussein est mêlé aux attentats du 11 septembre et qu'il est lié à Al-Qaida, de même qu'il y a bel et bien des armes de destruction massive en Irak.

Warren Strobel a ensuite affirmé que les médias américains, en matière de politique étrangère, avaient quatre rôles à jouer : ils renforcent la certitude politique, ils jouent le rôle d'opposition politique, ils reflètent l'opinion publique et, finalement, ils reflètent les valeurs de l'élite intellectuelle et politique.

Pour terminer, le conférencier a tenu à préciser que le problème est, en fait, que l'administration Bush dissimule beaucoup d'informations pour des raisons de sécurité nationale. Il est donc très difficile pour les journalistes de faire des reportages objectifs, étant donné que les seules sources d'informations disponibles sont manipulées et biaisées, alors que les renseignements importants sont inaccessibles.

Le deuxième panéliste était **Stephan Richter**, éditeur en chef du journal *The Globalist*. Le journaliste provoque d'entrée de jeu : le système américain est structurellement défectueux. Pour illustrer son point de vue, Richter se demande qui contrôle les États-Unis. La réponse est claire : les États-Unis sont une *POP Superpower*, c'est-à-dire que ce sont les sondages d'opinion (*Public Opinion Polls*) qui mènent la politique américaine. Comme le gouvernement a besoin de légitimité pour agir, il va la chercher dans les sondages, ce qui est extrêmement dangereux, selon le conférencier. En effet, les gens ordinaires n'ont que peu de connaissances en matière de politique étrangère, alors qu'ils sont à l'origine des événements majeurs en ce domaine.

Les médias sont coincés entre le gouvernement et l'opinion publique. D'une part, on peut constater qu'ils ont échoué dans leur rôle premier – informer – puisqu'ils ne creusent une histoire que lorsqu'il y a scandale. D'autre part, ils sont en quête d'un sens, d'une pertinence impossible à obtenir parce que leur public ne s'intéresse pas aux affaires étrangères en général. Les médias concentrent donc davantage leur attention sur les nouvelles plutôt que sur les histoires, ce qui les a mené à faire de l'information-spectacle. Aux États-Unis, les médias ne peuvent jouer le rôle de l'opposition, selon Richter, pour la simple et bonne raison que le pays est trop vaste et diversifié. Le pays s'étant construit sur une base émotive – d'où le grand patriotisme – la politique étrangère est également menée de cette façon, ce qui place les journalistes dans une position où ils doivent produire des reportages sensationnels s'ils veulent intéresser les gens.

Stephan Richter propose tout de même une solution. Tout d'abord, il faut se rappeler qu'il y a trois éléments essentiels dans la couverture médiatique de la politique étrangère : les nouvelles, l'analyse et l'opinion. Il convient donc aux journalistes de

revenir aux fondements de leur travail pour que les médias puissent retrouver leur sens critique et être les réels garde-fous de la démocratie.

Le dernier conférencier de ce panel était **David Pritchard**, professeur au Département de journalisme et des communications de l'Université du Wisconsin à Milwaukee et chercheur au *Center for Canadian-American Policy Studies*. Pour D. Pritchard, trois raisons expliquent pourquoi les médias sont favorables à la politique étrangère de l'administration Bush. Premièrement, les citoyens Américains n'ont pas beaucoup de connaissances concernant les affaires étrangères mais ont cependant un fort instinct : ils savaient que les États-Unis ne devaient pas faire la guerre contre l'Irak. Toutefois, la couverture massive en faveur de la guerre a fait que les gens se sont mis à douter. D. Pritchard a parlé de la « spirale du silence », en vertu de laquelle les gens se taisent pour éviter d'être la voix discordante de cette apparente unanimité. Deuxièmement, il n'existe pas de parti d'opposition ni de période de questions aux États-Unis. Le gouvernement n'est donc pas imputable, et peut gouverner à partir de sa source de légitimité, c'est-à-dire l'opinion publique. Finalement, Pritchard affirme que c'est le président qui contrôle les événements. Par exemple, la visite surprise de Bush en Irak pour *Thanksgiving* et le fait que les médias nationaux ne couvrent pas les funérailles des soldats américains morts en Irak illustrent l'aptitude du président à manipuler les médias pour obtenir l'effet escompté sur la population.

M. Pritchard demeure toutefois optimiste. Tout d'abord, les Américains doivent faire confiance à leurs instincts en matière de politique étrangère. On entend également de plus en plus de politiciens américains dire ce qu'ils pensent, même s'ils vont à l'encontre des *POP*, autorisant ce faisant, les citoyens qui pensent de la même façon à ne pas se sentir marginalisés. Ensuite, les *talk radio* (celui de Rush Limbaugh, par exemple, qui attire 16 millions de personnes) sont la cible de critiques de plus en plus acerbes. Leur conservatisme et leur propension à appuyer la politique de Bush ont donné naissance à un contre-poids qui s'organise. Finalement, le professeur Pritchard pense que la nouvelle génération (celle qui a aujourd'hui 20 ans) sera à l'origine de changements importants dans la couverture médiatique de la politique étrangère américaine. En effet, non seulement elle ne s'intéresse pas à la politique étrangère, mais elle consomme beaucoup moins de médias *mainstream* que les générations précédentes. L'utilisation d'Internet et de médias alternatifs, dans l'ensemble centrés sur des valeurs que les médias de masse, vont mener les médias et le gouvernement à présenter les événements de façon moins neutre.

À la suite de ces trois excellentes présentations, plusieurs questions ont été soulevées par l'assistance. Premièrement, les participants se sont interrogés sur le fait que l'absence d'armes de destruction massive en Irak n'ait pas fait l'objet de plus de reportages aux États-Unis. Pour W. Strobel, c'est tout simplement parce que cela

n'intéresse pas les citoyens. Pour S. Richter, cela fait partie de la stratégie de Bush, c'est-à-dire qu'il exerce des pressions pour que cela soit ainsi, et comme les Américains veulent être victorieux, ils ne creusent pas davantage la question. Pour Pritchard, ce n'est pas surprenant : les Américains savent que l'armée n'a pas trouvé ben Laden ni Hussein. Pourquoi trouverait-elle des armes de destruction massive ?

La manipulation des médias par le gouvernement est également apparue comme une préoccupation pour les participants. Bien que ce problème existe, pour Stephan Richter, cela est insoluble tant que les journalistes souhaitent être invités aux cocktails donnés par le pouvoir politique. W. Strobel ajoute que les gouvernements font tout pour contrôler les médias : les relations publiques sont un art politique indispensable depuis trente ans, et est à son apogée.

Un participant a demandé si les médias américains devraient être plus attentifs à ce qui se passe ailleurs dans le monde. Pour David Pritchard, il est clair que cela va être de plus en plus difficile, puisque les citoyens veulent des nouvelles locales avant tout. Comme l'opinion publique est un marché, il y a fort à parier que les médias prendront cette direction, d'autant plus que cela est moins coûteux que de maintenir des correspondants à l'étranger.

Une dernière question a porté sur le fait que les Américains pensent que le Canada est ennuyant. Pour remédier à cela, est-ce que les Canadiens devraient aller parler aux Américains ? Stephan Richter pense, pour sa part, que les Canadiens peuvent transcender le débat gauche-droite aux États-Unis et donc, qu'ils devraient se faire mieux connaître là-bas. David Pritchard ajoute que le Canada est présent dans la culture américaine (il cite entre autres les exemples des *Simpsons* et de *South Park*), mais que les Canadiens devraient être plus agressifs politiquement pour se faire connaître et se faire respecter.

10H45**THE IMAGE OF CANADA ON U.S. POLICY MAKERS: IMPLICATIONS FOR CANADIAN FOREIGN POLICY AND CANADA-U.S. RELATIONS****Conférenciers : Christian Bourque, Graham Fraser, Stephen Handelman**

Le premier intervenant sur ce panel a été **Christian Bourque**, qui a traité des points suivants :

Caractéristiques de l'opinion publique :

- Elle est « fluide », flexible, malléable
- Les médias ont un rôle à jouer dans la genèse de l'opinion publique. Ce qu'ils identifient comme étant les informations propres aux grands titres deviennent les questions d'intérêt public

Qui se soucie de l'opinion publique ? :

- Les politiciens, pour lesquels il est tentant d'essayer de la conditionner à leur avantage
- Les médias, qui forment le relais entre les gouvernants et les gouvernés
- Les groupes d'intérêts et les lobbys
- Les entreprises privées, qui utilisent souvent les résultats de sondages pour légitimer leurs positions face aux gouvernants

L'opinion publique comme force structurante :

- L'opinion publique pose les limites de ce qui est acceptable ou non comme projets politiques
- D'un côté, l'opinion publique peut se révéler facile à manipuler. En contrepartie, il est difficile d'agir à l'encontre d'une opinion publique hostile à un projet
- Il est plus aisé de convaincre le public lorsque l'on fait appel à des thèmes qui sont reconnus comme « populaires », tels la nécessité de la protection de l'économie ou de la sécurité nationale
- L'opinion publique détermine la valeur politique que prendra telle ou telle question

Opinion américaine sur le Canada :

- Dans l'ensemble l'ignorance prime, conséquence d'une indifférence généralisée vis-à-vis du Canada
- Par conséquent, on peut conclure que puisqu'il n'y a pas d'opinion déjà grandement implantée, il est plus facile pour les médias ou politiciens américains de manipuler leur public lorsque des questions américano-

canadiennes deviennent problématiques. Par ailleurs, ces questions discordantes sont le plus souvent d'intérêt local (plutôt que national), ou sur des sujets spécifiques (tel le bois d'œuvre), ce qui limite leur importance au niveau national.

L'impact de la guerre en Irak pour le Canada :

- Selon l'opinion publique canadienne, l'Irak était une cause d'insécurité, mais une réponse militaire n'était pas nécessaire. En fait, pour les Canadiens, les questions de sécurité nationale et internationale ne semblent pas des plus importantes.
- Selon l'opinion publique américaine, le Canada aurait dû s'impliquer beaucoup plus dans la guerre contre l'Irak. Pour les Américains, les questions de sécurité sont très importantes.

Que peut faire le Canada ? :

- L'indifférence américaine est difficile à combattre
- Sur les questions de sécurité nationale et de protectionnisme économique, il est impossible de convaincre les Américains qu'ils devraient changer leurs façons de faire. Essayer de manipuler l'opinion publique américaine en ce sens est illusoire
- Les partenaires du Canada se trouvent au nord des États-Unis, mais il n'est pas clair qu'il soit payant pour le Canada de s'allier aux États du Nord dans leurs luttes ponctuelles avec les États du Sud.

Par la suite, **Graham Fraser** aborda les points suivants :

- Après un séjour à Washington, il a dû conclure que les Canadiens ne connaissaient pas beaucoup la réalité américaine, alors qu'il semble que plus les Américains s'intéressent à l'opinion canadienne, moins ils apprécient ce pays. Habituellement, lorsqu'un État est ciblé par le gouvernement des États-Unis, c'est qu'il représente un grave problème à ses yeux, avec les conséquences négatives que cela implique pour le pays visé. L'indifférence américaine ne serait donc pas si négative que cela pour les politiciens canadiens.
- Il faut apprécier une différence notable entre le Canada et les États-Unis, qui sont l'un et l'autre dotés d'une organisation étatique fédérale. Au Canada, la division des pouvoirs se fait entre le gouvernement fédéral et les provinces, alors qu'aux États-Unis, c'est entre les branches exécutive (la présidence) et législative (le Congrès) du gouvernement fédéral que cette division existe. Le Président américain doit combattre ou amadouer le Congrès, selon le cas. Au

Canada, le premier ministre contrôle à la fois le niveau exécutif et la majorité législative. Il devient donc plus facile pour des Américains d'influencer le gouvernement fédéral canadien que pour des Canadiens d'influencer le gouvernement fédéral américain.

- Une guerre ne doit aujourd'hui pas durer plus de temps que ne le ferait une série télévisée, qui s'échelonne habituellement sur 13 semaines.
- Les médias américains s'intéressent d'abord et avant tout à la réalité américaine. Lorsqu'ils couvrent des événements étrangers, ils préfèrent écouter ce que des ressortissants américains présents ont à dire sur une situation donnée, ou alors écouter ce que des étrangers ont à dire à propos des États-Unis !
- De leur côté, les médias canadiens ont tendance à généraliser lorsqu'ils traitent des États-Unis, ne rendant pas justice à la complexité de la société et de la scène politique américaine.

Finalement, **Stephen Handelman** nota ceci :

- La couverture d'événements internationaux a été en constante régression au Canada depuis les dix à vingt dernières années.
- Les médias n'occupent pas une place aussi importante qu'on pourrait le croire dans la relation entre le Canada et les États-Unis.
- On constate plutôt que la position des gens quant à des questions de nature publique est plus déterminée par l'environnement social (opposition urbain/rural, riche/pauvre) que par des différences nationales (Canada/États-Unis).
- Les Américains ne connaissent pas beaucoup le Canada car souvent, ils considèrent qu'il n'est pas nécessaire de se tenir au courant de ce qui se passe au Nord de leur frontière.
- Il existerait une « attitude » nord-américaine partagée par les Américains et Canadiens, bien que l'on entende plus souvent parler du caractère plus « europhile » du Canada. Les différences entre Canadiens et Américains devraient donc être relativisées.

- Les médias ont également l'habitude de considérer que les différences entre les gouvernements des États-Unis et du Canada se reproduisent par une animosité entre les populations canadiennes et américaines. Or, ce n'est pas toujours le cas. Dans le cas du litige sur le bois d'œuvre, par exemple, des ONG canadiennes et américaines n'ont eu aucune difficulté à travailler de concert pour dénoncer les entreprises et gouvernements des deux pays qui ne prennent pas en considération les dimensions environnementales de la question de l'exploitation forestière.

Lors de la **période de discussion** qui a suivi ces trois présentations, on s'est entre autres penché sur :

L'influence d'Internet sur la vision que les Américains et les Canadiens ont les uns des autres : grâce à l'Internet, les gens sont maintenant à même d'aller chercher « à la source » les informations sur ce qui se passe à l'étranger. Ainsi, il devient rapidement caduc de penser que l'opinion des gens sur les questions extérieures est principalement tributaire de la vulgarisation faite par les médias des deux pays.

L'influence de la concentration des médias sur le choix des sujets abordés : alors qu'auparavant, les presses écrite, radiophonique et télévisuelle étaient « régionalisées », chaque communauté fonctionnant de manière assez indépendante, les dernières décennies ont vu une concentration de la presse sous toutes ses formes. Il s'en suit une uniformisation de l'information, qui n'aide en rien la complexité de l'analyse des relations canado-américaines.

CONCLUSION

La conférence a permis de mieux comprendre l'influence des médias sur la politique américaine en général et à l'égard du Canada. Les médias jouent un rôle déterminant dans la politique étrangère américaine. En effet, « l'impact de la télévision et des grands journaux sur l'Exécutif est réel en politique étrangère. [L]a couverture médiatique de la diplomatie américaine a souvent représenté une contrainte politique forte et une donnée déterminante pour le président, accélérant notamment l'urgence de ses décisions. Pour autant, ce dernier n'est pas sans atouts et dispose indéniablement de moyens pour imprimer sa marque à la couverture médiatique afin qu'elle serve ses besoins¹ ». Après le 11 septembre 2001, il semble que l'administration de George W. Bush a eu une forte influence sur les médias et leur couverture des événements internationaux. Les attaques terroristes de New York et de Washington ont suscité une importante vague de patriotisme, résultant en un ralliement populaire autour du président et une acceptation générale des projets de la Maison-Blanche. Cette situation n'est pas sans conséquences pour le Canada. Il devient en effet plus difficile pour les Canadiens qui expriment des points de vue différents de ceux du gouvernement américain d'avoir une écoute attentive des médias américains. À court et à moyen terme, il semble donc plausible que sur les questions de sécurité nationale et de protectionnisme économique, il sera ardu de convaincre les Américains qu'ils devraient changer leurs façons de faire. Toutefois, une meilleure connaissance du Canada par les Américains est essentielle à l'avancement des intérêts canadiens aux États-Unis, et cette conférence y a sans doute contribué en permettant un dialogue entre Américains et Canadiens sur le rôle des médias dans la politique étrangère américaine à l'endroit du Canada.

¹ Charles-Philippe David, Louis Balthazar, Justin Vaïsse, *La politique étrangère des États-Unis : Fondements, acteurs, formulation*, Paris : Presses de Science Po, 2003, p. 306.