Les données décrivant l’attention médiatique pendant la campagne électorale sont tirées d’une analyse de contenu automatisée par dictionnaire. Les contenus médiatiques inclus dans cette démarche sont les articles électoraux du *Globe and Mail* et du *National Post*, deux des plus importants journaux canadiens capables de se targuer d’une audience réellement nationale[[1]](#footnote-1), ainsi que les transcriptions de des bulletins de fin de soirée diffusés par *CTV News* et par CBC.

À ces contenus médiatiques s’ajoutent tous les communiqués de presse, ainsi que tous les messages publiés entre le 2 aout et le 19 octobre sur les comptes officiels Facebook et Twitter des trois principaux partis nationaux[[2]](#footnote-2) — le Parti libéral du Canada, le Parti conservateur du Canada et le Nouveau Parti démocratique du Canada — impliqués dans la course de 2015. J’ai choisi ces contenus politiques en raison de leur caractère dynamique, c’est-à-dire que la plupart des partis publiaient quotidiennement de nouveaux contenus sur chacune de ces plateformes. Cela offre ainsi l’opportunité de suivre l’évolution quotidienne de l’ordre du jour de chacun de ces acteurs et d’examiner la manière dont leurs ordres du jour interagissent, non seulement entre eux, mais aussi avec celui des médias de masse, amalgamés pour des raisons de parcimonie. Cette décision apparait justifiable, dans un contexte où les médias ne présentent ni biais idéologiques ni disparités géographiques notables.

*Constitution des dictionnaires*

Afin de déterminer l’ordre du jour respectif de ces quatre acteurs, j’ai mené une analyse de contenu automatisée à l’aide du logiciel QDA Miner (version 5.0). Ce dernier privilégie une approche par dictionnaire, où une série de mots-clés exhaustifs sert d’intermédiaire à la détection d’un concept unifiant.

Bien que l’approche offre une reproductibilité sans faille, sa pertinence se fonde sur la justesse des indicateurs retenus. Afin de maximiser la qualité des dictionnaires, j’ai par conséquent d’abord examiné séparément les contenus publiés par chacun des acteurs —le PLC, le NPD, le PCC et les médias. Plus précisément, les 1 000 mots et les 500 expressions de deux à cinq mots les plus fréquents dans les contenus de chacun furent manuellement inspectés. Ceux clairement liés à un enjeu électoral furent catégorisés. Les autres furent écartés. J’ai par ailleurs manuellement examiné tous les titres des communiqués de presse politiques émis par les trois acteurs politiques, afin de m’assurer de l’exhaustivité de la banque d’enjeux inclus dans la démarche.

Les quatre dictionnaires furent ensuite fusionnés. Les catégories redondantes firent l’objet d’une inspection serrée visant à ne garder que les mots-clés pertinents. Tous les mots-clés de la version unifiée du dictionnaire final ont par ailleurs été testés à partir de la fonction contextuelle du logiciel (*keyword-in-context*), afin de s’assurer de leur justesse et de leur exclusivité. Si un même mot-clé était lié à plusieurs enjeux, certaines règles étaient ajoutées afin d’en tenir compte[[3]](#footnote-3). Dans les rares cas où l’ajout de règles ne permettant pas d’atteindre l’exclusivité catégorielle, l’indicateur était tout simplement éliminé de la liste. Le dictionnaire final comprend 316 mots-clés, qui agissent comme indicateurs permettant d’identifier 122 enjeux divisés en 11 thèmes politiques. Il est utilisé pour déterminer l’ordre du jour électoral quotidien des principaux acteurs impliqués dans la campagne électorale fédérale canadienne de 2015.

Une dernière étape cruciale de manipulation du corpus exige une présentation détaillée. En effet, la notion de saillance étant au cœur des concepts de mise à l’agenda et de construction de l’agenda, il était primordial d’affiner l’opérationnalisation des ordres du jour de chacun des acteurs. Cette démarche répond à un problème pratique, qui concerne la surperformance de certains mots-clés. En effet, la méthode la plus simple pour opérationnaliser le concept d’ordre du jour quotidien aurait été de faire, pour chaque journée de campagne, le cumul du nombre de détections automatisées de chaque enjeu pour mesurer l’attention quotidienne leur étant dévolue par chaque acteur.

Ce choix méthodologique aurait toutefois eu pour effet de surévaluer la présence de certains enjeux. Par exemple, l’affaire Duffy est un des enjeux inclus dans le dictionnaire final. Les mots-clés utilisés pour détecter sa présence sont les noms de famille des principaux acteurs mêlés à l’affaire ou actifs durant le procès : « Duffy », « Wallin », « Novak », « Bayne » et « Wright ». Or, il arrive très fréquemment que plusieurs d’entre eux se retrouvent dans la même phrase, ainsi que dans plusieurs phrases successives. Par conséquent, le nombre d’occurrences relevées ne constitue pas un indicateur fiable de l’attention « réelle » d’un acteur, mais montre plutôt que cet enjeu possédait plusieurs mots-clés qui n’étaient liés à aucun autre enjeu et qui revenaient souvent.

Afin de minimiser ce problème, j’ai divisé tous les contenus du corpus par paragraphes[[4]](#footnote-4), puis j’ai rendu le processus de détection des enjeux binaire. Ainsi, dès qu’un des mots-clés associés à un enjeu est détecté dans un paragraphe, on catégorise cet enjeu comme « présent (1) ». Autrement, on le considère comme « absent (0) » du paragraphe. Par conséquent, la mesure quotidienne de l’agenda de chaque acteur peut être calculée en termes de pourcentage de paragraphes qui mentionnent un enjeu donné, une journée donnée.

On peut évaluer la présence quotidienne « absolue » d’un enjeu dans l’ordre du jour d’un acteur donné, en divisant le nombre de paragraphes qui le mentionnent par le nombre total de paragraphes que cet acteur a publié la même journée. On peut évaluer sa présence « relative » en divisant le même numérateur par le nombre de paragraphes ayant mentionné au moins un enjeu durant la même journée.

1. D’autres quotidiens (Toronto Star, La Presse, etc.) possèdent des lectorats plus larges, mais aussi plus concentrés au plan géographique. Plusieurs facteurs militent toutefois en faveur des journaux retenus. D’une part, le *Globe and Mail* constitue le quotidien de référence au Canada; il est consulté par la plupart des élites et des dirigeants (politiques ou économiques) et possède des chroniqueurs dans toutes les régions du pays. Le *National Post* a été créé explicitement afin de concurrencer le *Globe and Mail,* perçu comme trop à gauche par Conrad Black. D’autre part, les deux quotidiens sont très souvent présentés comme « nationaux » par les spécialistes de l’environnement médiatique canadien et par des chercheurs d’autres disciplines (Allen et coll. 2018; DiFrancesco et Young 2010; Lawlor 2015; Trimble et Sampert 2004). [↑](#footnote-ref-1)
2. Une itération initiale de la collecte des données prévoyait distinguer entre les comptes des partis et ceux de leur chef, mais que dans la plupart des cas, les mêmes contenus étaient publiés sur les deux plateformes. [↑](#footnote-ref-2)
3. Par exemple, le mot « *sovereignty* » était initialement considéré comme un indicateur de l’enjeu de de la défense militaire de la souveraineté canadienne ainsi que l’indépendance du Québec. Pour remédier à la situation, les syntagmes « Québec », « *Clarity Act* », ou « Referendum » devaient être détectés dans la même phrase que « *sovereignty* » pour être classé dans la deuxième catégorie, alors que celle de « *Arctic* » ou « *North* » permettait de classer l’occurrence dans la première catégorie. [↑](#footnote-ref-3)
4. Pour les contenus écrits (journaux, communiqués de presse et messages Facebook), le renvoi à la ligne constituait un indicateur fiable pour identifier les paragraphes. Notons que les titres et les sous-titres étaient considérés comme des paragraphes à part entière (une façon détournée de leur accorder l’importance particulière qu’ils méritent). Dans quelques rares cas, certains messages Facebook n’incluaient aucun renvoi à la ligne. Je les ai donc séparés en bloc allant de 3 à 5 lignes, en m’efforçant de respecter l’organisation thématique du texte (une idée par paragraphe). Dans le cas des transcriptions des bulletins de nouvelles télévisés, la séparation des unités de corpus pertinentes en paragraphes suit une logique similaire. D’abord, un changement d’interlocuteur était toujours considéré comme un nouveau paragraphe. Ensuite, si un interlocuteur discutait longuement sans être interrompu, les transcriptions incluaient généralement des renvois à la ligne, qui servaient à délimiter les nouveaux paragraphes. Notons enfin que les tweets, limités à 140 caractères, constituaient des paragraphes. [↑](#footnote-ref-4)