

# Discours prométhéen sur les réseaux sociaux numériques : le cas de François Legault sur Instagram

 <https://doi.org/10.21814/anthropocenica.4551>

Erica Lippert

Université Libre de Bruxelles, LaDisco, Langage et Discours  
Belgique  
ericalipp@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-3830-0987

## Résumé

Alors que les recherches en linguistique sur le discours environnemental et écologique se sont multipliées, cet article propose d'en élargir la portée, en analysant la communication effectuée sur les réseaux sociaux numériques d'un politicien francophone, François Legault, premier ministre du Québec. Si l'écologie politique est devenue un sujet systématiquement abordé par les politiciens et les médias depuis les années 2010, il reste intéressant de percevoir à quels imaginaires sociodiscursifs de l'environnement et à quelles émotions les énonciateurs ont recours lorsqu'ils visent la captation de leur public. Cette contribution permet de voir en quoi le discours d'un politicien nord-américain, en 2019 sur Instagram, se sert d'imaginaires mécanistes et d'émotions positives, par le biais d'images et de textes, pour prôner l'articulation de la croissance économique à la transition écologique. Pour ce faire, on met à l'épreuve ici la typologie de discours sur l'environnement de John S. Dryzek et l'outillage de l'Analyse du discours à la française et de l'argumentation.

## Mots-clés

Écocritique, Représentation de la nature, Analyse du discours, Argumentation, Pathos.

## Resumo

Na medida em que as pesquisas linguísticas sobre o discurso ambiental e ecológico se têm multiplicado, este artigo propõe ampliar o seu escopo ao analisar a comunicação realizada nas redes sociais digitais de um político francófono, François Legault, primeiro-ministro de Quebec. Embora a ecologia política se tenha tornado um tópico sistematicamente abordado por políticos e media desde a década de 2010, é interessante perceber que imaginários sociodiscursivos do ambiente e que emoções os enunciadores utilizam quando visam captar o seu público. Esta contribuição permite compreender como é que o discurso de um político norte-americano, em 2019, no Instagram, utiliza imaginários mecanicistas e emoções positivas, através de imagens e textos, para defender a articulação do crescimento económico com a transição ecológica. Para isso, a tipologia de discurso sobre o ambiente de John S. Dryzek é aqui testada, juntamente com as ferramentas da Análise do Discurso Francesa e da argumentação.

## Palavras-chave

Ecocrítica, Representação da natureza, Análise do discurso, Argumentação, Pathos.

## Abstract

While linguistic research on environmental and ecological discourse has been expanding, this article proposes to broaden its scope by analyzing communication on digital social networks by a French-speaking

politician, François Legault, the Premier of Quebec. Despite political ecology becoming a consistently addressed topic by politicians and the media since the 2010s, it remains intriguing to observe the socio-discursive imaginaries of the environment and the emotions that speakers employ when aiming to engage their audience. This contribution allows us to understand how the discourse of a North American politician, on Instagram in 2019, employs mechanistic imaginaries and positive emotions through images and texts to advocate for the integration of economic growth and ecological transition. To achieve this, John S. Dryzek's typology of environmental discourse is put to the test here, along with the tools of French Discourse Analysis and argumentation.

#### **Keywords**

Ecocriticism, Representation of nature, Discourse analysis, Argumentation, Pathos.

### **Un cadre théorique et une méthodologie interdisciplinaire**

Les discours sur l'environnement se sont, depuis une vingtaine d'années, propagés dans les médias (Quinton et al., 2020). Ils constituent, selon le politologue Dryzek (2005), des réponses à la destruction environnementale d'origine anthropique. En parallèle, les recherches en Sciences humaines et sociales portant sur l'écologie (politique) se sont accrues, et ce dans tous les champs disciplinaires : on y observe une grande diversité des méthodes d'analyse, des thèmes traités, des acteurs étudiés, des genres de discours (Bonnet & Geslin, 2019). Au sein des Sciences du langage, l'écocritique et l'écolinguistique revendiquent une volonté de contribution scientifique visant la protection environnementale, ceci passant par une plus grande compréhension des relations sociodiscursives qui se tissent entre les êtres humains, les êtres vivants et les écosystèmes (Garrard, 2012 ; Stibbe, 2021). Dans cette optique, on considère que les discours sur l'environnement développent et diffusent une vision du monde et de l'environnement ayant un impact sur les pratiques de protection, en affectant les imaginaires discursifs et les récits relatifs à l'environnement (Cattelani 2016 ; Fløttum, 2017 ; Fløttum, 2019).

Dans la perspective de cet article, l'ouvrage de Dryzek (2022), *The Politics of the Earth: Environmental Discourses*, qui propose une typologie des discours sur l'environnement au sein de la politique, servira de cadre théorique. En effet, cette typologie s'appuie non seulement sur une conception foucauldienne (elle met en valeur la circulation du pouvoir par le biais des discours, en l'occurrence les dynamiques de domination de la nature par les êtres humains), mais en outre elle considère les discours en fonction de leur rapport idéologique à l'industrialisme. De plus, Dryzek propose d'examiner les tropes linguistiques et les dispositifs argumentatifs, les acteurs et actants mis en scène, les relations entre l'environnement et les êtres vivants émergeant par les imaginaires.

Ce XXI<sup>e</sup> siècle est aussi celui de l'hypercommunication sur Internet : les outils du Web 2.0 permettent désormais de créer des profils virtuels pour communiquer. On peut affirmer que la population occidentale est touchée par

ces deux phénomènes : être affecté par les discours sur l'environnement et par la communication numérique. Par le biais de profils sur les réseaux sociaux numériques (dorénavant RSN), des instances institutionnelles et privées créent des narrations, si bien qu'on parle désormais de profils de RSN comme « rhétoriques dispositives » (Merzeau, 2016). Les politiciens profitent également de cette opportunité de captation. Liebhart et Bernhardt (2017) ont montré que la narration politique sur les réseaux sociaux « comprend des références à des contextes et des lieux biographiquement pertinents, à des histoires familiales ou à l'utilisation de photos personnelles ».

Les discours écologiques ou climatiques sur les RSN ne sont pas tellement explorés (à l'exception de Champion, 2016, Fløttum et Gjerstad, 2019). Dans l'espace francophone, les approches écocritiques sont un phénomène récent, comme l'a observé Posthumus (2010). De façon modeste, nous souhaitons pallier ce manque. Ainsi, l'imaginaire socio-discursif de l'environnement, ainsi que les stratégies du pathos employées par un politicien francophone sur un de ses profils de RSN sont ici analysés. Le corpus met l'accent sur le premier ministre québécois en poste, sur son profil Instagram en 2019. Ce corpus a été choisi pour des raisons variées :

- a) ce dirigeant francophone a été critiqué pour son absence de mesures écologiques dans les médias en 2019<sup>1</sup> ;
- b) Instagram est le RSN le plus employé par les 18-34 ans<sup>2</sup>, tranche de la population qui sera au pouvoir demain ;
- c) au Québec, la « fierté de dominer la nature » (Savard, 2013 : 80) et l'idée que l'économie doit s'emparer des ressources naturelles considérées comme infinies s'est répandue depuis les années 60 ;
- d) l'eau et la forêt jouent cependant un rôle majeur dans les représentations sociales que se font les Québécois de leur relation au territoire (Mathieu et Lacoursière, 1991), on peut donc faire l'hypothèse que dans cette partie du Canada, la protection environnementale est devenue une priorité, d'autant plus que le Québec sera touché par des

---

<sup>1</sup> Que nous pouvons vérifier dans la presse nationale en 2019, comme dans ces liens, consultés le 9 décembre 2022 : *La Presse*, <https://www.lapresse.ca/actualites/politique/2019-05-29/environnement-legault-prie-de-voir-plus-large>; le *Journal de Québec*, <https://www.journaldequebec.com/2019/02/11/le-gouvernement-legault-voit-lenvironnement-comme-un-probleme-dit-marie-montpetit>; le *Soleil*, <https://www.lesoleil.com/actualite/politique/francois-legault-admet-son-deficit-de-credibilite-en-matiere-denvironnement-ea585b28cd890c4b7ec6550470491b1d>

<sup>2</sup> Selon « Instagram en chiffres édition 2020 », *Agence des médias sociaux*, 8 janvier 2023, URL : <https://www.agencedesmediassociaux.com/instagram-chiffres-2020>. Consulté le 31 janvier 2023.

bouleversements climatiques considérables<sup>3</sup>, et que l'injonction à l'action écologique circule largement dans les médias québécois<sup>4</sup> ;  
e) il s'agissait d'étudier une période précédant la crise sanitaire de 2020, afin d'éviter ce sujet.

Notre approche analytique est qualitative, valorisant la dimension plurisémiotique du corpus. Elle a l'ambition de comprendre les discours écologiques émis par un dirigeant qui ne fait pas partie d'un mouvement écologique. L'analyse des publications Instagram, ainsi que les questions fondamentales de l'écocritique, soulèvent les interrogations suivantes :

1. Quelles sont les représentations de l'environnement diffusées dans les publications et comment sont-elles exprimées ?
2. Quelles sont les stratégies émotionnelles utilisées et à quelles fins ?

Les données ont été extraites manuellement à partir du profil Instagram de François Legault. L'analyse est concentrée sur l'année 2019, qui réunit 139 publications. Les publications écologiques ont été identifiées dans ces 139 publications. Cette recherche s'est basée sur le champ lexical écologique proposé par Petiot (1994) et Bonnet et Geslin (2019) pour comprendre la proportion de ces publications sur l'environnement dans la communication du premier ministre. Parmi ces publications, 8 abordent la problématique écologique. Les 8 publications ont été maintenues dans leur intégralité. En d'autres termes, ont été conservés les textes des légendes accompagnant les messages, les photos, les mots-dièse, analysés dans leur ensemble. Le corpus rassemble 1310 mots et 24 images.

L'objectif était d'examiner les représentations de l'environnement et donc d'analyser les champs sémantiques. En ce qui concerne les textes, le logiciel Tropes a été utilisé parce qu'il est basé sur une analyse référentielle. En outre, l'analyse a été influencée par les recherches et méthodologies des linguistes Kerbrat-Orecchioni (2002, 2008), et Plantin (2011). La première chercheuse s'est attachée à souligner l'importance des déictiques et de la situation d'énonciation en Analyse du discours, quand le second chercheur a développé des méthodologies pour analyser le pathos, soit la stratégie argumentative visant à susciter les émotions chez les destinataires. En termes d'analyse des images, la

---

<sup>3</sup> Selon le rapport du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat), consulté le 4 janvier 2023: [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/09/SR15\\_Summary\\_Volume\\_french.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/09/SR15_Summary_Volume_french.pdf), p.7.

<sup>4</sup> Par exemple, dans *La Presse* : <https://www.lapresse.ca/actualites/environnement/2021-08-09/nouveau-rapport-du-giec-sur-le-climat/un-rechauffement-plus-important-au-quebec.php>, ou *Le Devoir* : <https://www.ledevoir.com/societe/environnement/647670/environnement-un-quebec-vulnerable-et-mal-prepare-a-la-crise-climatique>. Consulté le 4 janvier 2023.

méthodologie du sémiologue Barthes (1964) a été utilisée, mais aussi les méthodes envisagées par Bauer et Gaskel (2000).

### **Analyse contextuelle et culturelle : une province particulière en Amérique du Nord**

Culturellement et linguistiquement, la province de Québec a une position particulière en Amérique du Nord : 8,5 millions<sup>5</sup> de Québécois francophones vivent ensemble dans un espace majoritairement anglophone. Carrefour de la culture européenne et nord-américaine, le Québec a toujours fait preuve d'une volonté de protéger cette particularité. Depuis la *Révolution tranquille* dans les années 60, l'interventionnisme étatique a été légitimé par une idéologie nationaliste et une volonté de gagner une économie nationale forte. La nationalisation des compagnies d'hydroélectricité et la mise en œuvre de grands projets comme celui de la Baie James contribuent à renforcer la puissance francophone dans l'économie québécoise.<sup>6</sup> Ces stratégies économiques servent à renouveler l'économie et la compétitivité québécoise face aux autres provinces canadiennes, mais aussi au voisin états-unien. Selon le politologue Monière (1982 : 28), depuis les années 80, au Québec, le changement est devenu une valeur en soi.

L'idéologie du changement, de la prospérité et du nationalisme linguistique sont des lignes fortes défendues par l'actuel premier ministre François Legault.<sup>7</sup> En 2019, il cumulait plusieurs mandats politiques. Premier ministre du Québec, il est également député de l'Assomption (circonscription provinciale située dans la région de Lanaudière), responsable des questions de la jeunesse, responsable des relations avec les québécois anglophones et chef du parti politique Coalition Avenir Québec. Après avoir obtenu son diplôme en administration des affaires et en comptabilité de HEC en 1978, Legault a travaillé comme directeur du marketing et des finances pour les compagnies aériennes avant de cofonder et de présider Air Transat (1986-1997), une compagnie aérienne montréalaise. Depuis la fin des années 1990, il s'est concentré sur sa

---

<sup>5</sup> Selon les données officielles : <https://www.mfa.gouv.qc.ca/fr/Famille/chiffres-famille-quebec/chiffres-famille/Pages/demographie-population-familles.aspx#:~:text=Les%20plus%20r%C3%A9centes%20estimations%20indiquent,%C3%A0%2026%20ans%20en1971%203>. Consulté le 8 janvier 2023.

<sup>6</sup> Un énorme projet hydroélectrique sur la côte est de la baie James. Huit centrales ont été créées, « permettant la production sans pollution d'une partie importante de l'électricité du Québec », selon *l'Encyclopédie canadienne*. <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/james-bay-project>. Consulté le 8 janvier 2023.

<sup>7</sup> Selon certains des plus grands journaux et l'opinion des Québécois, comme Poulin, [consulté le 8 janvier 2023](https://www.ledevoir.com/opinion/libre-opinion/533644/francois-legault-ou-l-ideologie-de-rattrapage) : <https://www.ledevoir.com/opinion/libre-opinion/533644/francois-legault-ou-l-ideologie-de-rattrapage>.

carrière politique, d'abord comme député de la circonscription de Rousseau de 1998 à 2008, puis comme député de l'Assomption jusqu'en 2020.

Selon le journal *Le Devoir*, qui a mené un sondage à l'automne 2019 pour se familiariser avec la popularité de Legault, le premier ministre avait 63% d'opinions positives de la part des québécois.<sup>8</sup> La Coalition Avenir Québec (ou CAQ, le parti de Legault) l'avait emporté la majorité avec 37,4% des voix, dans un contexte d'abstentionnisme (la moitié de la population québécoise n'est pas allée aux urnes<sup>9</sup>).

Comme beaucoup de politiciens occidentaux, Legault interagit sur les RSN. Il possède un compte Twitter, une page Facebook personnelle et un profil Instagram. A la fin de 2019, ce politicien avait 161.000 abonnés, suivait 72 profils et avait mis 391 publications en ligne. Sa toute première publication était datée du 9 février 2019, environ trois mois après le début de son mandat ministériel, qui a débuté en octobre 2018. Avec 139 publications au cours de la période considérée, le premier ministre a publié 2,6 publications par semaine. En 2019, 8 publications évoquant des questions écologiques ont été publiées. Le thème écologique est donc présent dans 5,75 % des publications. Or, dans un autre sondage, sur les changements climatiques, 74% des Québécois pensaient en 2019 que le climat était un enjeu capital.<sup>10</sup> Il est important de mentionner qu'en 2019, un nombre important d'événements climatiques et météorologiques s'est produit. À titre d'exemple, il s'agissait de la deuxième année la plus chaude jamais enregistrée mondialement<sup>11</sup>, le Québec a subi des inondations au printemps,<sup>12</sup> en Amérique du Nord, l'ouragan atlantique Dorian a ravagé les Caraïbes, des incendies meurtriers se sont propagés en Amazonie et en Australie.

## **Rhétorique visuelle : Dynamisme d'un homme d'affaires**

Vingt-quatre photographies illustrent les 8 publications dans ce corpus. Les légendes de texte servent systématiquement d'ancrage pour les images. Le

---

<sup>8</sup> Le sondage est accessible à cette adresse : <https://www.ledevoir.com/politique/quebec/569656/le-quebec-aime-legault>. Consulté le 8 janvier 2023.

<sup>9</sup> C'est un record d'abstentionnisme dans l'histoire du Québec : [https://www.electionsquebec.qc.ca/francais/provincial/vote/taux-participation.php#no4\\_](https://www.electionsquebec.qc.ca/francais/provincial/vote/taux-participation.php#no4_). Consulté le 8 janvier 2023.

<sup>10</sup> Cette enquête est accessible à cette Adresse: <https://unpointcinq.ca/barometre-de-laction-climatique-2019>. Consulté le 8 janvier 2023.

<sup>11</sup> Selon ce blog scientifique: <https://blogs.scientificamerican.com/eye-of-the-storm/the-top-10-weather-and-climate-stories-of-2019>. Consulté le 8 janvier 2023.

<sup>12</sup> C'est le plus important événement au sujet du climat dans la province : <https://www.ledevoir.com/societe/569720/les-inondations-printanieres-l-evenement-climatique-de-2019>. Consulté le 8 janvier 2023.

texte est aussi important que les images car il rend compte des lieux, des interlocuteurs, des missions diplomatiques montrées. De cette façon, le message linguistique est en position de force par rapport aux images.

Les photographies de ce profil servent à mettre en évidence les activités politiques du ministre, qui se trouve systématiquement au centre. Il n'y a pas de vidéo et toutes les photographies mettent en avant le premier ministre, même quand il est accompagné. Il y a 5 photographies où Legault s'exprime lors d'une rencontre ou d'une présentation, 7 photographies où il pose délibérément avec un groupe, et 12 photographies où, accompagné, il est photographié en action (rencontres, visites, séminaires, etc.).

Mise en scène visuelle de F. Legault	Nombre d'occurrences
<b>Seul sur l'image</b>	5
<b>Accompagné dans une pose de groupe</b>	7
<b>En action (conversant, marchant)</b>	13

Tableau1. Iconographie de F. Legault

Les personnes photographiées aux côtés de Legault s'avèrent être soit des citoyens du Québec, des représentants d'entreprises (Google, Hydro-Québec, etc.) soit d'autres dirigeants ou partenaires politiques (gouverneur de Californie, membres de la CAQ, etc.). Les interlocuteurs institutionnels ou d'affaires avec lesquels il apparaît dans les publications sont presque exclusivement des hommes (sauf une photo). Les salles de réunion et les salons officiels donnent l'impression d'un monde des affaires fermé, dans les coulisses du pouvoir de décision, où les citoyens n'ont pas accès. La rhétorique visuelle incarne un patriarche puissant, entouré d'autres dirigeants complices.

On peut en conclure, sur le plan visuel, que non seulement le discours sur l'environnement exclut l'environnement (aucune photographie n'illustre l'extérieur ni les grands espaces québécois), mais en outre que l'écologie politique s'avère un enjeu strictement contrôlé par des experts, politiciens ou entrepreneurs. Dans cette perspective, les dispositifs visuels mobilisent les images du discours prométhéen de la typologie de Dryzek, étant donné qu'ils se focalisent sur une mise en discours anthropocentrée, ancrée dans le monde des affaires, aux mains de cols blancs. De plus, sur le plan du pathos, le fait de ne mettre en scène aucune catastrophe climatique et de confiner le discours à des lieux sobres confère aux images une idée de maîtrise ingénieriale et rationnelle, qui correspond aussi au discours prométhéen, ou au discours du rationalisme administratif conceptualisés par Dryzek.

## Une nation brillante et unie portée par un dirigeant engagé

Legault utilise principalement son Instagram pour rendre compte de ses activités en tant que premier ministre, nous allons maintenant explorer de quelle façon il projette le récit environnemental.

L'utilisation des pronoms *je*, *nous* (13 occurrences) et *on* (24 occurrences), les plus employés, démontre d'une forte volonté de tisser du lien entre les abonnés et le premier ministre. Le pronom *on* vise principalement, dans les discours de Legault, à représenter une communauté québécoise forte et soudée. Si on trouve en effet seulement 4 occurrences du pronom *on* comme pronom indéfini (par ex. « on a pensé, pendant quelques années ») ; 2 autres occurrences pour désigner les êtres humains de façon universalisante (par ex. « partout sur la planète, on a le défi des changements climatiques ») et 2 occurrences pour décrire et justifier les activités du gouvernement de la CAQ (p. ex., « on a beaucoup de travail devant nous »), la majorité, avec 14 occurrences, sert à désigner tous les Québécois (p. ex., « on a de la chance au Québec »).

Les utilisations du pronom *nous* servent le même objectif. Il est employé pour désigner l'ensemble des Québécois (5 occurrences, par ex., « le talent de chez nous »). Le pronom *nous* peut incarner Legault et un interlocuteur (*je + il* ou *je + ils*) qui est montré sur une photographie (6 occurrences par ex., « nous avons eu des discussions productives ») ces énoncés soulignent le travail effectué par F. Legault pour les citoyens et le Québec. Le discours construit une démonstration de la force du Québec.

Valeurs sémantiques des pronoms	Nombre d'occurrences
<b>Nous / on = les Québécois</b>	19
<b>Nous / on = le gouvernement</b>	4
<b>Nous = F. Legault + interlocuteur</b>	6
<b>On = indéfini</b>	4

Tableau 2. Fréquence et valeurs sémantiques des pronoms *nous* et *on*

On peut observer par ce tableau récapitulatif que l'emploi des pronoms *nous* et *on* sert deux objectifs : unifier la nation et fortifier la proximité entre Legault et ses abonnés. Ces pronoms sont par ailleurs employés pour renforcer les stratégies argumentatives du pathos, dans la mesure où ils soutiennent l'étalement de la fierté nationaliste.

Après l'idée de communauté promue par les pronoms *nous / on*, c'est le pronom *je*, qui est le plus utilisé, avec 25 occurrences. Ce pronom aide à construire un portrait avantageux du ministre, car par son biais, Legault exprime aussi des émotions positives. Le pronom *je* est intégré dans des énoncés représentant ses activités prolifiques (énoncés incluant des verbes comme *annoncer, parler, discuter, participer à une table ronde*, etc.). Chaque activité semble contribuer à la cause économique québécoise (par ex., « j'ai rencontré des investisseurs japonais »; « J'en ai profité »). Chaque occasion est rentabilisée pour promouvoir les qualités du Québec à des investisseurs potentiels.

Les publications expliquent que des décisions ont déjà été prises sur le plan de la politique écologique et que les destinataires/ citoyens peuvent se laisser porter complètement par le dirigeant, motivé par leur bien. Le passé composé, c'est-à-dire le temps utilisé pour relater des actions terminées, apparaît 25 fois (sur 94 verbes conjugués). Legault montre que des actions sont menées, ses décisions ont des répercussions importantes (on observe que les verbes factifs sont majoritaires, 47,3% des verbes). Les verbes statifs sont utilisés pour caractériser les solutions écologiques existantes (par ex. « il y a bien l'éolien ») et pour peindre le Québec et son immense potentiel (p. ex. « Hydro-Québec est plus que jamais au cœur des grands défis »).

Notons également que dans une visée de représentation et démonstration incessante du potentiel fort de la province, le Québec et son premier ministre sont montrés comme compétitifs, décrits de façon panégyrique, à l'aide d'adverbes, de superlatifs et comparatifs. L'adverbe « plus » est utilisé 10 fois (par exemple « notre volonté d'en faire plus », « un Québec plus fier »). Le déterminant quantitatif « tous », utilisé 5 fois, contribue à ce portrait avantageux et unifié (« tous ensemble » 2 fois, « tous les québécois », etc.). Appuyant ce portrait mélioratif, un grand nombre d'adjectifs positifs sont observés (« beau », « fier », « prospère »). Les adjectifs subjectifs prolifèrent, avec 100 occurrences (52,7% des adjectifs par exemple « une histoire grande et belle »). La mise en œuvre d'actions et de changements au Québec (35 occurrences) est au cœur du récit ministériel. Toutefois, les projets québécois existent en étroite relation avec le voisin américain, avec qui Legault noue des liens et des partenariats fructueux (à l'exception du Québec, l'Amérique du Nord est nommée 13 fois, particulièrement la « Californie »).

### **La nature comme machine**

Comme susmentionné, la première référence mise en exergue est la province de Québec, avec 35 mentions. L'image en est toujours positive. Les termes « Québec » et « québécois » sont principalement inclus dans des énoncés

flatteurs. Tout concourt à développer une représentation de la force économique et énergétique du Québec, qu'il s'agisse de ses capacités ou de ses ressources (par ex. « le Québec est aujourd'hui en position enviable »). Quand le premier ministre rend compte des partenariats mis en place, leur histoire est aussi valorisée (par ex., « la Californie et le Québec sont deux alliés de référence »).

Observons de plus près le champ lexical autour des enjeux environnementaux. Dryzek (op.cit) observait que les discours prométhéens s'appuient autant sur des représentations de la nature comme matière première que sur la mise en avant importante d'enjeux économiques servant d'abord les intérêts des êtres humains, le progrès technologique devenant un levier pour asseoir la domination anthropique sur le reste et la compétition s'avérant un leitmotiv fort.

En premier lieu, la ressource hydraulique est envisagée comme une matière servant des desseins économiques. En mentionnant que « le Québec a tous les atouts pour contribuer à électrifier le Nord-est américain » ou que « le Québec a le potentiel de devenir rien de moins que la batterie du nord-est de l'Amérique du Nord » (il fait référence à la vente d'hydroélectricité aux États-Unis), Legault use d'une métaphore typique du discours prométhéen, au sein duquel l'environnement / le territoire québécois est considéré comme une pièce de moteur. Cette dernière correspond à l'imaginaire du progrès s'entrelaçant à celui de la performance des machines et de l'instrumentalisation de la nature qui règne en Occident depuis la Renaissance (Merchant 2021). De plus, tandis qu'on observe dans ces deux énoncés que les ambitions ministérielles visent l'alimentation énergétique d'un territoire assez grand, à échelle continentale, ce qui donne une idée de ressource naturelle constante et infinie (l'eau est un « immense potentiel »), on constate aussi, avec les expressions *avoir + les atouts / le potentiel*, l'appartenance de ses représentations au monde des affaires, et donc de la compétition. Un exemple : les québécois sont les « meilleurs au monde » dans la gestion de ces ressources hydrauliques (« les barrages ») : le superlatif connote moins la collaboration que la compétition et la comparaison. Les ressources naturelles sont « des réserves immenses », et permettent à Legault de présenter le Québec comme une entreprise avec des avantages (« un esprit d'innovation : des réserves immenses d'énergie propre et bon marché ; des ressources naturelles »).

En second lieu, nous observons que l'énergie est le deuxième univers de référence (16 occurrences) répertorié par l'analyse informatique. Ce sujet domine la thématique écologique, éclipsant le reste. L'écologie n'est pas du tout mentionnée, le terme « environnement » apparaît 2 fois dans le corpus, et il s'agit d'un thème, non d'une entité. Lorsqu'il affirme « on a bien reçu le message sur l'environnement » il s'agit d'une rubrique. De même, admettre que l'enjeu environnemental est absent de son programme (« on a beaucoup de travail en environnement » nous soulignons) c'est surtout étayer une conception

administrative de l'écologie politique, étant donné que le *en* prépositionnel renvoie à une matière, un thème. Le discours de Legault occulte les enjeux environnementaux et visent surtout à renforcer la conviction, parmi les destinataires, que l'hydroélectricité produite au Québec est la seule réponse aux changements climatiques. L'hydroélectricité est à la fois une solution, une fierté, une énergie pure (« propre » est utilisé 4 fois). Cette électricité s'oppose aux énergies fossiles, comme dans cette publication du 14 avril 2019 :

On a pensé, pendant quelques décennies, que la solution se trouvait du côté du nucléaire, mais personne n'a encore réglé le problème des déchets nucléaires, sans parler du niveau de risque et de son coût très élevé. Il y a bien l'éolien et le solaire qui sont des solutions vertes, mais ce sont des énergies qui n'ont pas la puissance et la constance de l'hydro-électricité. Pour produire de l'énergie verte, il n'y a rien qui accote l'hydro-électricité.<sup>13</sup>

On voit ici que « l'énergie nucléaire » est un « problème ». L'argument qui oppose l'hydroélectricité à d'autres énergies est une disqualification ou un argument *ad hominem*. Ce type d'argument permet de mettre en avant un discours d'expert, d'abord celui de l'homme d'affaires, puis celui du professionnel du secteur des transports et de l'énergie. Non seulement l'hydroélectricité est « propre » et respectueuse de l'environnement, mais c'est aussi un porteur de « richesse » (« plus de richesse, moins de GES », dit-il par ailleurs, dans un énoncé qui prend la forme d'un slogan). L'objectif du développement de l'hydroélectricité est de « concilier économie et lutte aux changements climatiques ». Les deux thèmes de l'économie et de l'énergie (qui représente l'entièreté de la problématique écologique) sont systématiquement combinés, et l'économie est le troisième univers lexical traversant les publications (comme dans ces énoncés : « électrifier notre économie et lutter contre les changements climatiques » ou « nous avons tous les atouts pour enrichir le Québec »).

Les discours font l'éloge d'Hydro-Québec (l'entreprise est citée 6 fois), symbole d'un Québec indépendant et fort tout au long de l'histoire, élevé au rang de joyau ceignant sa quintessence (« ce fleuron québécois » affirme Legault). Reliant la symbolique de la marine et de la guerre à l'idée de pouvoir, le discours utilise même la métaphore désormais stéréotypée comparant Hydro-Québec à « un vaisseau amiral de l'économie du Québec ». De fait, cette désignation avait été employée par d'autres énonciateurs comme André Caillé, PDG de Gaz Métropolitain (1987-1996) et d'Hydro-Québec (1996-2004).<sup>14</sup> Cette métaphore, qui élève la société d'état et l'hydroélectricité sur un piédestal, (l'amiral est le grade le plus élevé) affirme que la survie économique et le développement

<sup>13</sup> URL : [https://www.instagram.com/p/BwQCShYHUTV/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/BwQCShYHUTV/?utm_source=ig_web_copy_link). Consultée le 18 janvier 2023.

<sup>14</sup> Selon *La Presse* : <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/200901/06/01-676820-andre-caille-se-vide-le-coeur.php#>, (consulté le 6 janvier 2023) ou comme l'a noté Savard (2013 : 218).

écologique du Québec dépendent principalement d'Hydro-Québec. Si bien qu'on peut observer le rôle clé donné à Hydro-Québec sur le plan écologique, qui s'apparie à une conception ingéniériale des solutions. De plus, « le changement climatique » est automatiquement évoqué comme une « lutte » (4 occurrences de « climat » sur 7 sont dans la même phrase que le mot « lutte »). La métaphore du « vaisseau amiral » incarne en outre un contexte belliqueux, car il s'agit d'un grade de la marine.

En tant que professionnel du secteur des transports, Legault place ce sujet au cœur de ses préoccupations. Il loue ce secteur (« on est les meilleurs au monde »). Il relie ce domaine aux solutions écologiques. L'électrification des transports publics est l'autre stratégie annoncée par le ministre sur le plan environnemental (le verbe « électrification » apparaît 8 fois), aux côtés du développement du marché hydroélectrique.

En même quantité que l'énergie sur le plan lexical, le thème de la finance est très présent dans les énoncés (« économie » 8 occurrences, « richesse » 6 occurrences). En outre, le champ lexical de la gestion, de l'entreprise, du changement est également considérable : « bâtisseurs », « solutions », « problèmes », « le potentiel de devenir », « relever le défi », etc. La présence de ces mots montre que l'aspect managérial est à la fois une façon de gérer la crise environnementale, et une conception qui enthousiasme le premier ministre. Faire du Québec une nation économiquement attrayante pour les entreprises étrangères est un objectif largement exprimé, comme le développement de financements pour « électrifier le Québec » ou le fait d'attirer des investisseurs étrangers. Legault déplore le manque de compétitivité de sa province et entend rattraper ce qu'il appelle un « retard économique à combler ». Cette idée s'explique par le fait que les performances économiques du Québec furent longtemps en berne par rapport à celles du reste du Canada, dans la mesure où le taux de chômage y était élevé, que la province a été dépendante du gouvernement fédéral (Dauphin 2007 : 8-9) et aussi que les francophones passaient pour des personnes sous-développées. Ainsi, le premier ministre exprime explicitement le désir de renouveler la mentalité québécoise et d'effacer un passé où le peuple québécois ne favorise pas les affaires (par ex., « pendant longtemps les québécois ne se sont pas beaucoup impliqués en affaires et ont eu peur des mots ambition ou richesse »). Le discours legaultien véhicule l'idée de « richesse » comme outil de réussite (par ex. l'argument de la transitivité : « La richesse n'est pas une fin en soi. Mais la richesse est nécessaire pour avoir les moyens de nos ambitions. Et j'ai de grandes ambitions pour les québécois »).

En ce qui concerne l'ethos (la mise en scène de soi discursive), on peut observer que Legault construit l'image d'un « bâtisseur », créateur et promoteur de l'histoire du Québec. D'abord parce qu'il se situe lui-même à la fin de la « succession » des ministres québécois qui ont contribué à la « puissance » d'Hydro-Québec. Ensuite, parce qu'il démontre sa connaissance technique des

questions énergétiques. C'est d'abord et avant tout un ethos technique, constructiviste, gestionnaire qu'il développe. En ce qui concerne les images choisies pour soutenir le texte, il valorise également un aspect sobre, la représentation du chef d'entreprise, qui dialogue avec des partenaires de travail. Placé au centre, il est l'homme de décision, sans oublier que l'ethos préalable F. Legault est celle du directeur et créateur d'Air Transat (compagnie aérienne québécoise) et du parti politique de la CAQ. C'est un homme d'affaires bien connu au Canada. Il construit un ethos d'un chef d'entreprise qui apportera la prospérité, un créateur de solutions qui sait relever des défis et motiver l'ambition.

Sur le plan du pathos maintenant, F. Legault joue sur le paternalisme, relatif à la sensation d'appartenance et d'identité québécoise. Il développe une représentation du Québec qui encourage la fierté nationale et la joie d'être une communauté forte. Cela se traduit d'abord par l'émotion exprimée (Plantin, (2011) affirme qu'une des stratégies du pathos est de se montrer ému) par l'hommage qu'il rend aux premiers ministres, la « fierté » (3 occurrences) d'appartenir à une « grande et belle histoire », de construire un « vaisseau », la chance « d'avoir un immense potentiel », d'être « les meilleurs au monde ». Les thèmes du pathos évoqués ici sont des sujets qui manifestent la joie à travers la grandeur, l'immensité et le pouvoir du Québec en tant que province à l'énergie autosuffisante, prête à affronter les enjeux environnementaux et technologiques d'avenir. Ces émotions sont également favorisées par la représentation d'un Québec qui crée des solutions, comparée à un édifice indestructible (« vaisseau amiral ») prêt à relever des défis, possédant un « esprit d'innovation ». Impressionner le public en le persuadant qu'il s'agit d'une « opportunité » et une joie de faire partie du Québec est par conséquent la principale stratégie que F. Legault utilise pour persuader de la solidité de ses décisions écologiques.

Par ailleurs, on peut observer la volonté de rassurer que ce soit sur le plan discursif et intertextuel (« on a bien reçu le message sur l'environnement ») ou sur le plan visuel (le thème environnemental se trouve entre les mains des experts et des dirigeants). La compétitivité et la richesse potentiellement déployées (« tous les atouts », « en faire plus », etc.), rassurent également. L'objectif est de démontrer que les destinataires du message peuvent faire confiance au politicien, parce que la situation est sous contrôle.

Emojis, mots-dièse et pseudonymes sont peu utilisés. Il y a au total 6 mots-dièse, qui sont concentrés sur une seule publication : « #CAQ #CG2019 #Environnement #Économie #Verte #Électricité ». De nouveau, on peut observer la combinaison entre la croissance économique et l'électrification, proposé par le parti de Legault. Les pseudonymes, au nombre de 9, citent les interlocuteurs rencontrés ou les instances québécoises dont le premier ministre se dit fier (@google, @gavinnewsom gouverneur californien, @hydroquebec, @cirquedusoleil etc.), que l'on peut voir sur les photographies. Il n'y a pas d'emoji. La communication ne joue donc pas entièrement avec les possibilités

typographiques et multimodales qu'Instagram offre, prouvant que le style de communication de Legault appartient toujours aux médias traditionnels et à une communication sobre.

### **En guise de conclusion**

Ce qui a présidé dans cet article, sur le plan méthodologique, c'est une analyse visant l'application de la grille de lecture de Dryzek, en employant les outils de l'Analyse du discours à la française et ceux de l'argumentation. Si l'écocritique reste dépendante des cadres théoriques et méthodologiques de l'Analyse du discours et de la *critical discourse analysis* dans laquelle Dryzek s'inscrit selon nous sans toutefois l'annoncer vraiment, elle permet cependant une posture épistémologique servant les intérêts écologiques, étant donné qu'elle s'attache à mettre en avant (ici, pour le moins) les narrations destructrices. C'est modestement ce à quoi nous nous sommes attachée ici.

Tel qu'observé tout au long de cette analyse, l'objectif de Legault est de convaincre les destinataires que sa politique est solide, organisée, méthodique. Gardons-nous d'oublier que le premier ministre obéit autant à des rituels discursifs et politiques qu'il a le choix d'engager des mesures plus écologiques sur certains aspects. En tant que représentant du Québec, il montre qu'il travaille intensément à promouvoir et à propulser la province vers un avenir meilleur, sur le plan économique avant tout. Dans cette optique, le thème écologique est systématiquement lié à celui de l'énergie, des transports et de l'économie, il passe donc au second plan. Les solutions à la crise environnementale sont l'électrification des transports et le développement de l'hydroélectricité, la société d'état Hydro-Québec étant fortement promue. Si nous suivons la description de Dryzek, cette conception de l'écologie reste prométhéenne, car les instances décideuses mentionnées priorisent les marchés, l'énergie et la technologie. Les ressources naturelles sont utilisées pour gagner une compétition et développer la croissance économique. La nature est représentée comme une machine (la métaphore de la « batterie »), les ressources semblent infinies (« immenses ») et doivent être vendues pour accroître la puissance financière. Ces représentations favorisent une idée de subordination de la nature aux profits humains.

Les experts que Legault rencontre sont des spécialistes des marchés (« commerce international »), d'autres gouverneurs ou entreprises technologiques (« Google », « laboratoire d'intelligence artificielle »), ce qui ne favorise pas une image de démocratie participative, mais au contraire un pouvoir de décision et d'innovation concentré entre les mains de peu d'acteurs, une élite qui se rencontre dans des conférences en huit-clos (ce que l'on a examiné notamment par l'analyse visuelle). La problématique environnementale est

abordée comme un problème qui doit être combattu, à l'égard duquel Legault fournit des solutions technologiques et économiquement fructueuses. Ces solutions sont d'ailleurs parfaitement incarnées par le biais du dispositif discursif du slogan : « un Québec plus prospère, plus vert et surtout, plus fier », répété 3 fois.

Cette analyse nous montre que même dans un pays touché par le dérèglement climatique de façon considérable, le discours prométhéen et ses conceptions de la nature continuent de circuler, que les intérêts financiers passent avant les intérêts écologiques. Il serait alors intéressant et nécessaire d'interroger les limites de ces narrations et leur circulation, ainsi que l'impact réel qu'elles ont sur les destinataires, ce qui pourrait être mené par des enquêtes sociolinguistiques au sein des populations.

## Références

- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications* 4, pp. 40-51.
- Bauer, M. & Gaskell, G. (éds). (2000). *Qualitative Researching with Text, Image & Sound: A Practical Handbook*. New York : Sage Publications.
- Bonnet, V. & Geslin (dir.). (2019). Les mots de l'écologie (numéro thématique). *Mots, les langages du politique* n°119.
- Campion, B. (2016). Alarmisme et catastrophisme ? Rhétoriques de la peur dans les échanges en ligne relatifs aux changements climatiques. In T. Libaert, T. (Ed.), *La communication environnementale*. Paris : CNRS Éditions.
- Catellani, A. (2016). Sémiotique de la communication environnementale. In T. Libaert (Ed.), *La communication environnementale*. Paris : CNRS Éditions.
- Dauphin, R. (2007). *La croissance de l'économie du Québec au 20e siècle*. Québec : Institut de la statistique Québec. <https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/45436>
- Dryzek, J. S. (2005). *The politics of the earth: environmental discourses* (2nd ed.). Oxford et New York: Oxford University Press.
- Fløttum, K. (éd.). (2017). *The Role of Language in the Climate Change Debate*, New York: Routledge.

- Fløttum, K. (2019). Le changement climatique en discours. *Cahiers de praxématique* 73. <https://journals.openedition.org/praxematique/5739>
- Garrard, G. (2012). *Ecocriticism*. Abingdon, Oxon et New York: Routledge.
- Gjerstad, Ø. (2019). Le dialogue des récits climatiques : une analyse narrative et polyphonique. *Cahiers de praxématique* 73. <https://journals.openedition.org/praxematique/5774>
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2002). *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*. Paris : Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2008). *Les actes de langage dans le discours, Théorie et fonctionnement*. Paris : Armand Colin.
- Liebhart, K. & Bernhardt, P. (2017). Political Storytelling on Instagram: key aspects of Alexander Van der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. *Media and Communication*, 5(4), pp 15-25.
- Mathieu, J. & Lacoursière, J. (1991). *Les Mémoires québécoises*. Québec : Presses de l'Université de Laval.
- Merchant, C. (2021). *La mort de la nature. Les femmes, l'écologie et la Révolution scientifique*. Trad. : Margot Lauwers. Paris : Wildproject.
- Merzeau, L. (2016). Le profil : une rhétorique dispositive. *Itinéraires*, 2015-3/2016. <http://journals.openedition.org/itineraires/3056>. Consulté le 14 janvier 2022.
- Monière, D. (1982). *Essai sur la conjoncture politique au Québec : Pour la suite de l'histoire*. Montréal : Québec / Amérique.
- Petiot G. (1994). Les mots de l'écologie. *Mots*, 39 (Environnement, Écologie, Verts), pp. 69-78. <https://doi.org/10.3406/mots.1994.1887>
- Plantin, C. (2011). *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthodes pour l'étude du discours émotionné*. Berne : Peter Lang.
- Posthumus, S. (2010). Etat des lieux de la pensée écocritique français. *Ecozon@*, 1(1), pp.148-54.
- Quinton, F., Poels, G. & Lefort, V. (2020). Trois fois plus de temps pour l'environnement dans les JT depuis la fin des années 1990. *La revue des*

Erica Lippert

"Discours prométhéen sur les réseaux sociaux numériques : Le cas de François Legault..."

*médias.* <https://larevuedesmedias.ina.fr/environnement-jt-information-television-energie-climat-pollution-biodiversite>

Savard, S. (2013). *Hydro-Québec et l'état Québécois, 1944-2005*. Québec : Éditions du Septentrion.

Stibbe, A. (2021). *Ecolinguistics. Language, Ecology, and the Stories We Live By*. Londres : Routledge.