



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones



L'attention portée dans Twitter aux enjeux autochtones par les candidates et candidats à l'élection fédérale de 2019

Par Jean-François Savard, Ph.D.
Emmanuel Saël

5 mars 2021



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

L'attention portée dans Twitter aux enjeux autochtones par les candidates et les candidats à l'élection fédérale de 2019¹

Introduction

Dans un article paru dans le quotidien La Presse en 2015 (Sioui, 2015) autour des élections fédérales de cette année, Marie-Michèle Sioui fournit une analyse intéressante de la place qu'occupent les enjeux autochtones dans le discours des différents partis politiques. Son analyse s'appuie notamment sur les engagements pris par chaque parti. Dans le tableau résumant ces engagements, on remarque rapidement que l'attention accordée aux enjeux autochtones demeure assez mitigée. Chez les partis majoritaires, on relève des engagements assez mous du Parti libéral comme la tenue d'une rencontre annuelle entre un éventuel premier ministre libéral et les dirigeants des Premières Nations, des Métis et des Inuits et l'abolition des modifications qui étaient apportées par le Parti conservateur à la Loi électorale du Canada, afin de faciliter l'exercice du droit de vote pour les peuples autochtones. Pour le Parti conservateur, alors que des promesses chiffrées ont été faites comme la prévision de plus d'un demi-milliard de dollars pour la construction de collectivités plus dynamiques pour les Autochtones et les résidents du Nord, des actions directes à mener sur les enjeux autochtones n'ont pas été proposées. En ce qui concerne les autres partis minoritaires au parlement, le tableau présenté ne diffère pas trop de celui des partis majoritaires. Les rares différences reposent par exemple sur le fait par le nouveau parti démocratique (NPD) d'évoquer quelques engagements comme un lancement de mandat au cours des 100 premiers jours en ce qui a trait à une enquête nationale sur le dossier des 1200 femmes autochtones portées disparues ou assassinées.

Dans le cadre des élections fédérales de 2019 (Wright, 2019), lors d'un débat organisé durant le mois d'octobre de cette même année, une leader des Premières Nations, Cindy Blackstock dans le Journal Le Devoir, déplore le fait que les enjeux autochtones comme pour les élections fédérales en 2019 n'ont guère retenu l'attention des principaux partis engagés dans la course électorale comme le Parti libéral et le Parti conservateur. En ce qui concerne les Partis minoritaires néanmoins, le nouveau parti démocratique s'engageait à rendre disponible l'eau potable dans toutes les réserves des Premières Nations, alors que de leur côté le parti vert évoquait leur souhait de voir abolir la Loi sur les Indiens.

D'un point de vue gouvernemental, les écrits montrent que l'attention accordée aux enjeux autochtones peut différer d'un Parti politique à un autre. Certains auteurs comme Dodds (2011) mentionnent le fait que sous le gouvernement conservateur du premier ministre Harper, au lieu de faire référence aux Inuits dans les discours, on ne mentionnera que les «habitants du Nord». D'autres témoignages affirmeront même la peine qu'ont éprouvée les Autochtones de ne pas voir le premier ministre Harper mentionner le terme inuit dans ses discours (Amagoliak, 2009). Dans le contexte du gouvernement libéral du premier ministre Trudeau toutefois, on note une plus grande attention accordée aux enjeux autochtones notamment pour ce qui est de faciliter à travers des mesures

¹ Cette recherche a reçu un appui financier du Défis de la recherche sur l'écosystème numérique



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

financières et politiques l'implication des organisations et des leaders autochtones dans des forums internationaux.

Au cours des deux dernières décennies, les médias sociaux sont devenus l'un des outils très prisés par les candidats des partis politiques notamment pour participer à des débats sur les enjeux qu'ils comptent prendre. Sullivan et Bélanger (2016) évoquent le fait également que plus de la moitié de la population québécoise utilise les médias sociaux. En raison de leur facilité d'accès, les médias sociaux sont donc utilisés pour mobiliser, sensibiliser et présenter les engagements qui sont pris pour intervenir sur différents enjeux. L'un des médias sociaux les plus utilisés par les acteurs politiques que ce soit au Canada et ailleurs dans le monde est Twitter. En effet, Pattern (2013) souligne le fait que 80 % des parlementaires canadiens s'étaient inscrits dans Twitter.

Plusieurs études démontrent la capacité des médias sociaux à influencer les résultats des élections. À ce titre, des auteurs comme Cameron et coll. (2016) analysent les informations relatives aux élections générales organisées en Nouvelle-Zélande et arrivent à la conclusion qu'il y aurait une relation du point de vue statistique assez significative entre les médias sociaux et les résultats des élections particulièrement en qui a trait aux compétitions électorales dont l'issue est serrée. Par ailleurs, l'ascension de Justin Trudeau à la tête du Parti libéral serait attribuable à la capacité de ce dernier d'attirer des centaines de milliers de partisans dans Twitter (Gruzd et Roy, 2014).

Dans le contexte du Québec, dans le cadre des élections provoquées en 2014 par le Parti Québécois (PQ), les médias sociaux ont été présentés comme des moyens efficaces pour influencer les élections et comme espaces de débats entre les candidats et la population. À cet égard, Sanger et Warin (2018) expliquent comment le Parti libéral a pu remporter ses élections à travers une utilisation judicieuse faite des médias sociaux pour organiser ses débats. Ce qui démontre surtout le poids des réseaux sociaux dans cette course électorale tient au fait que même le scénario le plus pessimiste prévoyait que le Parti Québécois allait maintenir sa position initiale. Un scénario plus optimiste prévoyait même qu'il pouvait remporter la majorité parlementaire. Cependant, grâce notamment aux médias sociaux, le Parti libéral a pu totalement inverser la tendance en remportant d'une part les élections, et d'autre part, une majorité au parlement.

Dans le cadre de cet article, nous nous penchons sur les questions relatives aux enjeux autochtones en analysant dans un premier temps la place qu'ils ont tenue dans les discours des candidats lors des récentes élections fédérales de 2019. Dans un second temps, nous jetons un regard sur la nature qu'ont pris ces discours ou les interventions réalisées par les candidats eu égard aux enjeux autochtones. Enfin, nous tentons d'identifier les déterminants qui pourraient expliquer l'attention accordée par les candidats aux enjeux autochtones. Pour analyser ces questions, nous utilisons l'un des médias sociaux les plus populaires et plus utilisés que ce soit par des candidats ou par des électeurs, à savoir : Twitter. Les données présentées dans cette recherche proviennent des microbillets réalisés par les candidats durant cette campagne. Nous tenons compte des microbillets publiés dans les deux langues officielles au Canada à savoir le français et l'anglais.



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

En nous fondant sur les écrits consultés, nous proposons deux principales hypothèses. D’abord, nous postulons que des facteurs comme l’affiliation politique des candidats jouent sur l’importance accordée aux enjeux autochtones dans leurs discours. Nous postulons ensuite que des caractéristiques comme le fait que la circonscription électorale du candidat soit rurale ou urbaine ou proche de communautés autochtones pourraient influencer le choix dudit candidat d’intégrer les enjeux autochtones dans ses prises de position.

Méthodologie

Pour produire notre recherche, nous avons d’abord obtenu un accès à l’API de Twitter afin d’extraire les microbillets publiés par les candidates et les candidats à l’élection fédérale de 2019. Puis, en utilisant le progiciel *rtweet*, nous avons rédigé un script en langage R pour extraire tous les jours de la campagne électorale les microbillets publiés par toutes les candidates et tous les candidats ayant un compte Twitter. Nous avons ainsi obtenu une banque de données de 99000 microbillets. Nous avons ensuite conçu un filtre, toujours en langage R, pour extraire de notre banque de données les microbillets qui abordaient les enjeux relatifs aux nations autochtones du Canada. Cela nous a permis de constituer un corpus de 6797 microbillets.

À partir de ce corpus, nous avons produit des analyses descriptives sur le nombre de microbillets portant sur les enjeux autochtones qui ont été publiés par les candidates et candidats à l’élection fédérale de 2019 (fréquences, moyenne, séries temporelles). Nous avons ensuite mené des analyses de popularité en nous servant des indicateurs suivants : le nombre de reproductions de microbillets (retweets), le nombre de mentions et le nombre de citations. Pour comprendre la distribution géographique des microbillets, nous avons aussi effectué des analyses cartographiques, toujours en langage R, en utilisant le progiciel *tmap*.

Nous avons par la suite analysé le contenu des microbillets publiés. Nous avons d’abord effectué des analyses de fréquences et de fréquences inversées de mots ou d’expressions (n-gram) que nous avons illustrées sous la forme de nuages de mots. Pour confirmer nos observations et déterminer les termes saillants qui ressortent des microbillets, nous avons produit des analyses de grappes (*cluster analysis*) que nous avons illustrées avec des dendrogrammes, ainsi que des analyses de correspondance de mots que nous avons illustrées par des réseaux de mots.

Pour toutes ces analyses, nous avons adopté une approche comparative entre parti politique, entre province, et entre circonscription. Nous nous sommes aussi attardés à la variation des thèmes en fonction du temps pour voir comment les thèmes changeaient tout au long de la campagne électorale. Finalement, nous avons aussi produit une analyse différenciée selon le genre pour déterminer si cette variable jouait d’une façon ou d’une autre dans l’attention portée aux enjeux autochtones par les candidates et les candidats à l’élection fédérale.



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

Présentation des résultats

Dans cette partie, nous exposons les résultats relatifs aux microbillets publiés par les candidats des partis politiques sur les enjeux autochtones pour toute la campagne électorale qui s'est déroulée du 11 septembre au 17 octobre 2019. Les résultats sont présentés de manière à analyser par la suite l'évolution quotidienne ou hebdomadaire des microbillets. Ces résultats permettent de voir également comment les microbillets ont évolué d'un parti politique à un autre. Enfin, les microbillets sont présentés en fonction de la province d'appartenance du candidat et, de manière, plus spécifiques selon sa circonscription électorale.

Nous présentons également dans cette section les points saillants qui ressortent des microbillets des candidats des partis politiques en jetant un regard notamment sur les thèmes qui ont émergé dans les microbillets publiés. Nous cherchons à voir quels sont les thèmes qui ont prédominé durant toute la campagne ou durant une période en particulier. De ce qui ressort des données, on peut rapidement constater que le mot *crise* dans les microbillets en français et le mot *reconciliation* en anglais sont ceux qui arrivent avec la plus grande popularité à la fin de la campagne électorale. Ces deux thèmes ont progressivement pris de l'ampleur pour s'imposer à partir de la troisième semaine de cette campagne. Hormis ces deux mots qui clôturent la campagne avec la plus forte popularité, il est opportun de souligner aussi que d'une semaine à l'autre la popularité des mots change. Par exemple, durant la première semaine de la campagne, le mot *rights* pour les microbillets en anglais et *santé* pour les microbillets en français prédominaient. Cependant, le mot *communities* devint le thème le plus populaire dans les microbillets en anglais et le mot *crise* dans les microbillets en français durant la deuxième semaine.

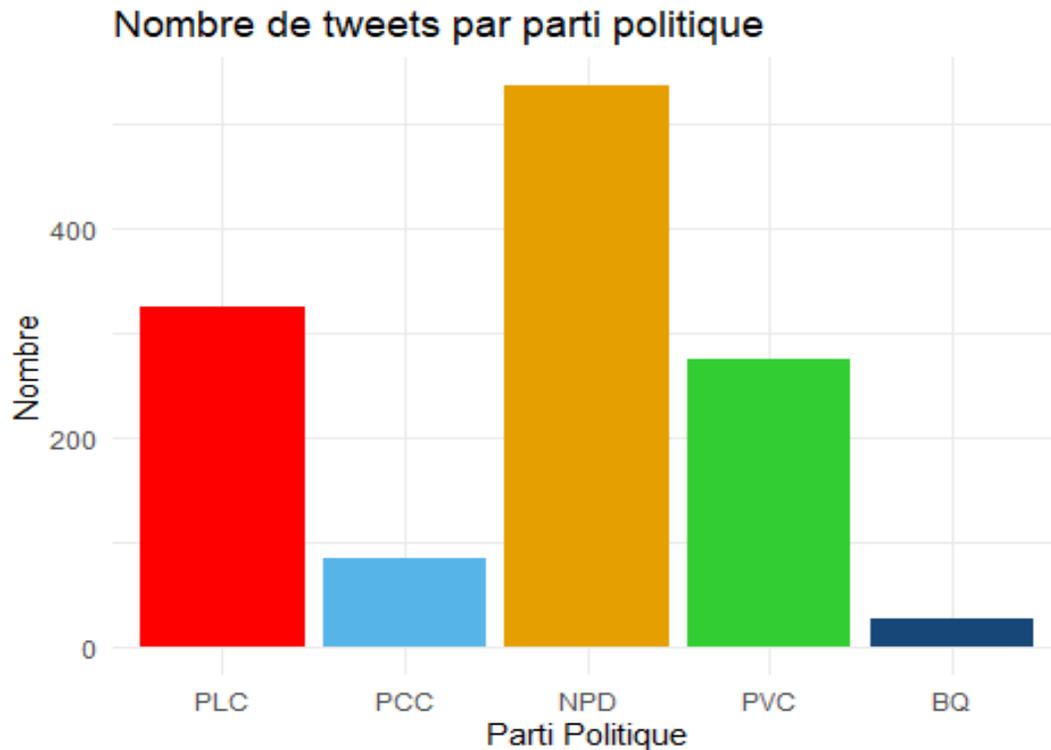
Hormis les mots *crise* et *réconciliation*, deux autres mots ont pu conserver une popularité durant au moins deux semaines consécutives. Ces mots sont *children* pour les microbillets en anglais et *communautés* pour les microbillets en français qui ont eu une grande popularité au cours de la troisième et de la quatrième semaine de la campagne électorale. Pour ce qui est des mots-clics (hashtags), les données démontrent que depuis le début de la campagne et jusqu'à la fin, *polcan* en français et *elxn43* en anglais demeurent ceux les plus usités à travers les microbillets publiés par les candidats.

Nombre de microbillets

En ce qui a trait au nombre de microbillets, le NPD est le parti qui a vu le plus grand nombre de microbillets publiés par ses candidats eu égard aux enjeux autochtones du début jusqu'à la fin de la campagne électorale. En effet, d'une semaine à une autre, le NPD arrive en première position dans la production de microbillets. Le Parti libéral arrive généralement en deuxième position par rapport aux microbillets publiés par ses candidats sur les questions autochtones comme on peut l'observer sur la figure 1. Il faut souligner que les données démontrent une évolution assez similaire avec le Parti vert. Le Parti libéral et le Parti vert se sont en effet partagé la deuxième place d'une semaine à une autre bien qu'on ait observé une remontée du Parti libéral à la fin de la campagne.



Figure 1.- Nombre de microbillets par parti politique



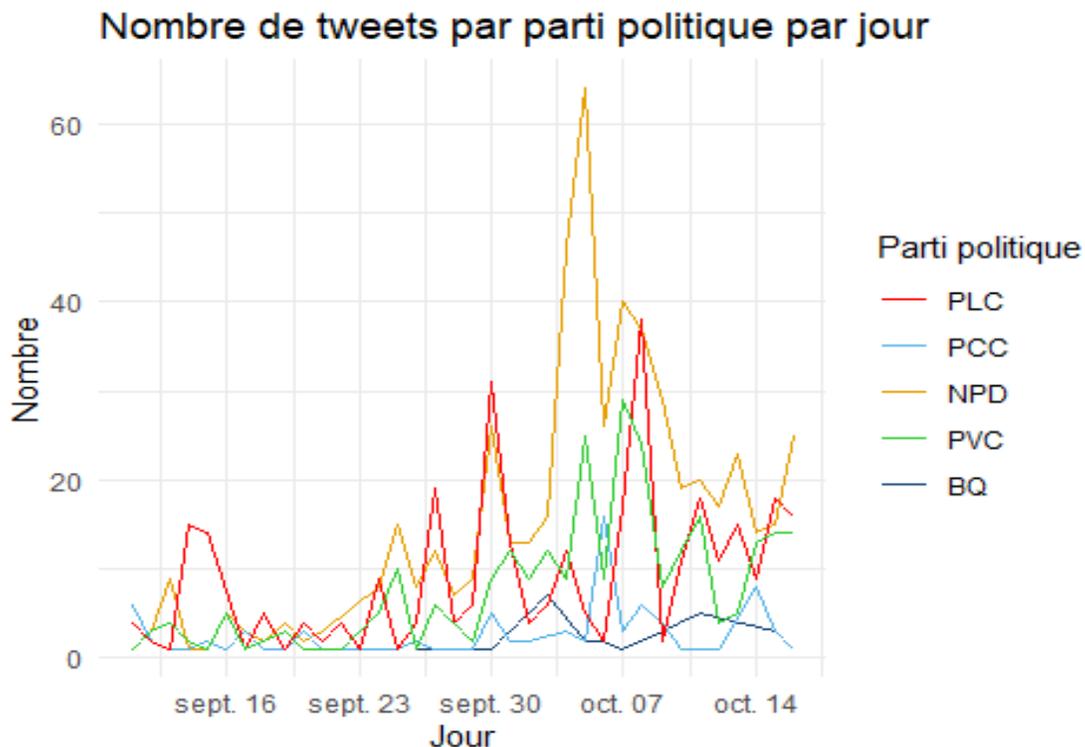
Pour ce qui est du Parti conservateur, on n'a jamais constaté un grand intérêt de ses candidats pour les enjeux autochtones durant toute la campagne. D'autres recherches pourront permettre de voir s'il s'agit notamment d'un choix stratégique ou d'un désintérêt réel en ce qui a trait à ces enjeux. Bien que le Bloc Québécois arrive au dernier rang pour ce qui est des microbillets publiés par ses candidats, il convient de préciser qu'il est celui qui fut le plus faiblement représenté en nombre de candidats dans les élections fédérales de 2019. En effet, contrairement aux autres partis, le BQ a présenté des candidatures pour environ 1/5 des circonscriptions. Ainsi, une telle réalité pourrait expliquer, entre autres, sa position qui est demeurée stable avec une légère remontée quand même relevée à la fin de la campagne. Cette remontée, notamment à la dernière semaine, ne place pas le Bloc trop loin du Parti conservateur. Si l'on comparait l'attention accordée par les partis en considérant le nombre de candidats participants aux élections, il est évident que le Bloc devancerait le Parti conservateur.

Après avoir présenté le nombre de microbillets par parti politique, il est nécessaire d'observer la tendance de façon quotidienne. La figure 2 permet de constater que le NPD a pu installer sa prédominance progressivement à la fin de la première semaine de campagne ensuite pour prendre totalement son envol au cours de la troisième semaine. Ainsi, la figure 2 nous permet de faire le constat selon lequel les partis de gauche tels le NPD et le Parti vert ont généralement accordé plus d'importance aux enjeux autochtones en comparaison avec les partis de droite et du centre comme le Parti libéral et le Parti conservateur. Cette tendance s'est en effet renforcée lorsqu'on analyse les données d'une semaine à une autre.



Également, lorsqu'on observe la tendance quotidienne qui se dégage dans les microbillets produits par les candidats, on relève que ces derniers semblent s'aligner sur les prises de position du chef de leur parti. Ainsi, le jour suivant un débat ou une déclaration importante d'un chef de parti portant sur des enjeux autochtones, on peut observer une remontée quasi systématique dans le nombre de microbillets. Par exemple, le 5 octobre on observe une augmentation importante du nombre de microbillets des candidats des NPD et du Parti vert. Il faut préciser qu'à cette date le chef du NPD s'était rendu à Grassy Narrows pour présenter son plan pour les communautés autochtones. Le Parti vert avait également fait la présentation de ses promesses relatives aux nations autochtones. Toujours par rapport à l'augmentation du nombre de microbillets à la d'une prise de position des leaders des partis sur les enjeux autochtones, le 8 octobre on observe une progression importante dans le nombre de microbillets pour le NPD, le Parti libéral et le Parti vert. Il faut préciser qu'il s'agit du jour suivant un débat en anglais et les enjeux autochtones faisaient partie des thèmes retenus pour ce débat. De manière générale, il faut préciser que durant toute la campagne, il y a une augmentation du nombre de microbillets la journée qui suit celle d'un grand débat. Ainsi, on peut confirmer que les candidats suivent systématiquement la position adoptée par leurs leaders dans les médias.

Figure 2.- Nombre de microbillets par parti politique et par jour

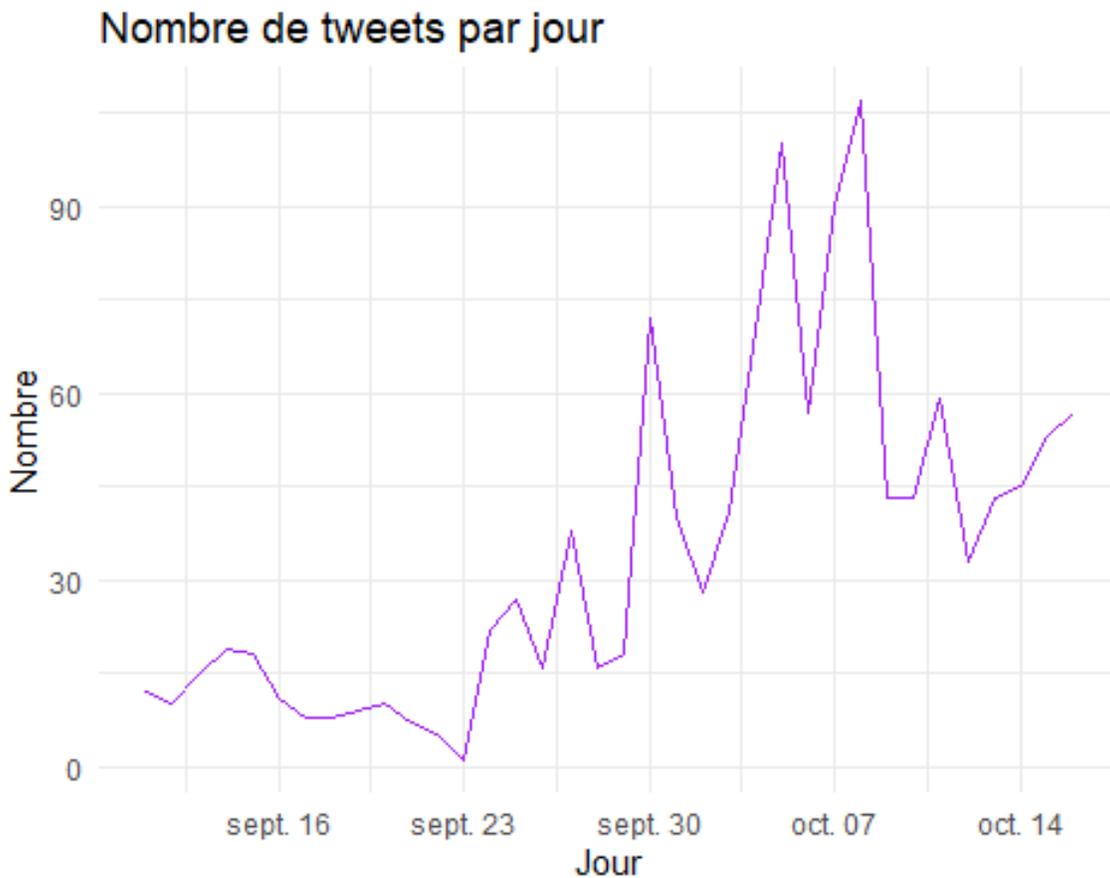


Sur la figure 2 relative au nombre de microbillets par jour, on remarque qu'il s'agit d'une évolution progressive. Si au début de la campagne, les candidats semblaient plus timides dans la production de microbillets, nous avons pu constater qu'au fur et à mesure de l'avancement de ladite campagne ils ont manifesté un plus grand intérêt pour les enjeux autochtones. Lorsqu'on combine l'ensemble des



microbillets produits par tous les partis politiques durant la campagne comme présenté dans la figure 3, on peut aisément affirmer que les microbillets ont connu effectivement une progression graduelle. La figure 3 vient corroborer le constat que nous avons précédemment mentionné en ce qui concerne le fait que la production des microbillets s'accroît à la suite d'un débat ou d'une intervention nécessitant les leaders de partis à se positionner sur des questions liées aux nations autochtones. Ainsi, suivant les dates du 1^{er}, 5 et 8 octobre au cours desquelles des leaders de partis ont eu à intervenir et fixer leurs positions eu égard aux enjeux autochtones, nous observons un accroissement du nombre de microbillets des candidats pour s'aligner avec les prises de position des chefs de parti.

Figure 3.- Nombre de microbillets par jour



Nombre de microbillets par province

Les données colligées autour de la campagne électorale témoignent d'une évolution stable du nombre de microbillets dans les provinces. La province de l'Ontario comme on peut l'observer à la figure 4 arrive en première position dans le nombre de microbillets produits par les candidats, alors que la province de la Colombie-Britannique figure au second rang. Les candidats de l'Ontario ont donc publié en moyenne entre 500 à 600 microbillets par semaine tandis que ceux de la Colombie-Britannique en ont publié en moyenne 200 à 300 microbillets. Nous relevons un bond important dans la production des

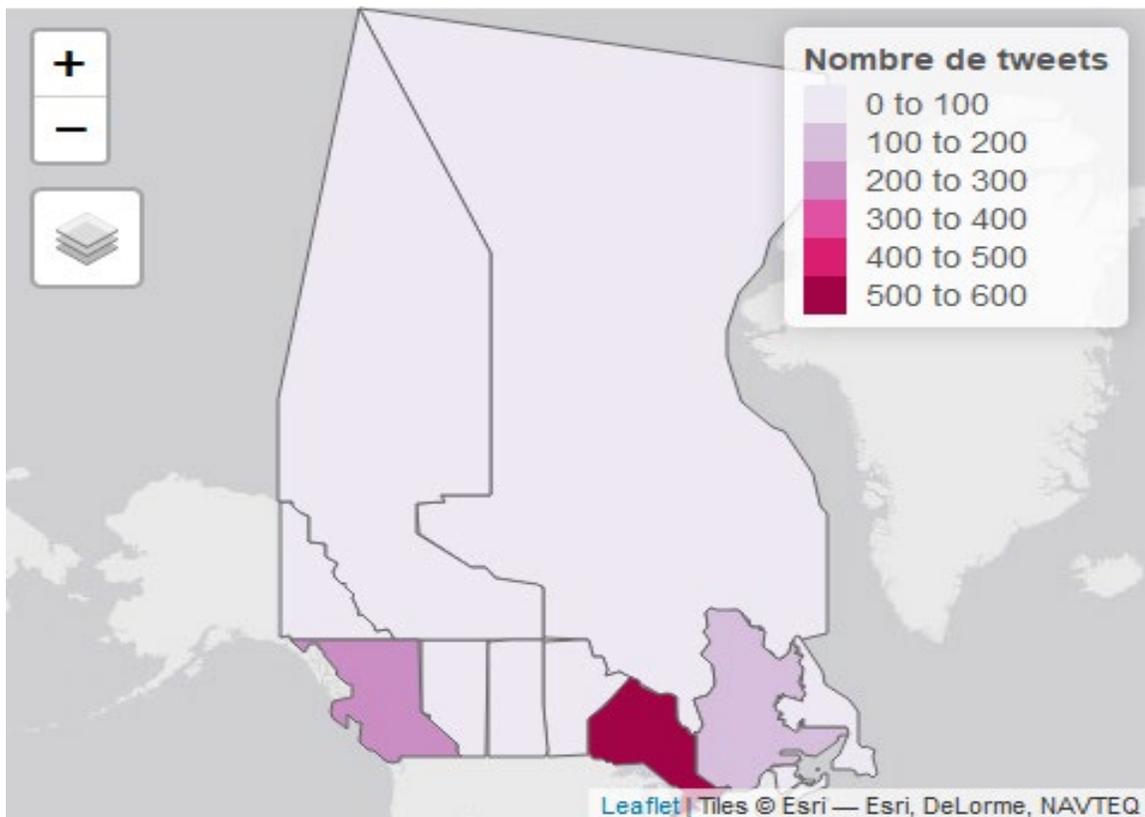


OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

microbillets des candidats de la province du Québec à la fin de la campagne électorale surtout lors de la dernière semaine. Ainsi, le Québec qui était classé dans la catégorie 0-100 microbillets produits en moyenne dans une semaine a pu, à la fin de la campagne, se placer dans la catégorie 100-200 microbillets. Hormis cet aspect, on constate une constance dans la position des autres provinces en regard du nombre de microbillets publiés. La majorité des provinces en effet a évolué toujours dans la catégorie 0-100 microbillets.

Figure 4.- Nombre de microbillets par province



Nombre de microbillets par circonscription

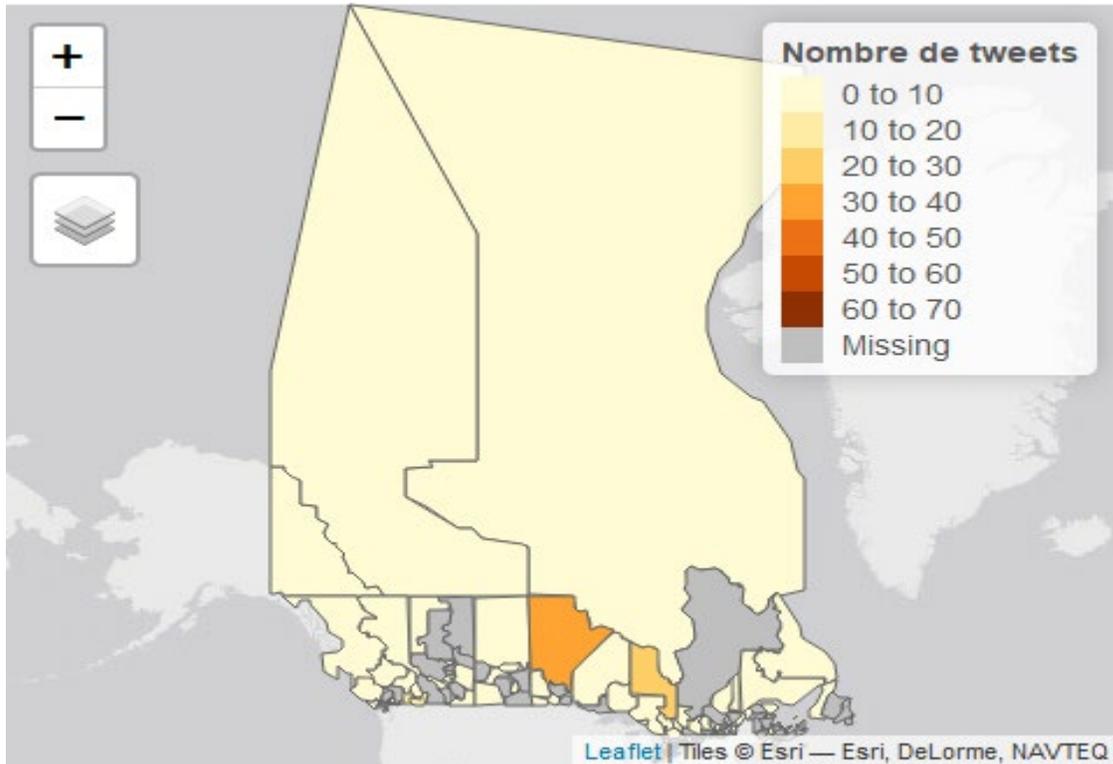
Comme le montre la figure 6, nous avons l'impression que ce sont les candidats des circonscriptions nordiques des provinces et du pays qui publient le plus grand nombre de microbillets. Cela paraît dans une certaine mesure logique, lorsqu'on considère le fait que la plus grande proportion des Autochtones vit dans ces régions et de ce fait les candidats seraient peut-être plus sensibilisés à ces enjeux. Cependant en élargissant la carte, on remarque qu'il existe aussi bien des circonscriptions urbaines faisant partie de celles qui publient plus de microbillets comme Winnipeg et Ottawa.



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

Figure 5.- Nombre de microbillets par circonscription



Contenu des microbillets

Nous avons précédemment présenté les microbillets des candidats publiés durant la campagne électorale eu égard à leur évolution par parti politique, de façon quotidienne, par circonscription et par province. Dans cette section, nous faisons ressortir les thèmes qui se dégagent des microbillets publiés par les candidats et la corrélation qui existe entre ces thèmes. Comme nous pouvons l'observer sur les deux dendrogrammes présentés sur les figures 6 et 7, des thèmes comme gouvernement, réconciliation, Autochtones, communautés, climat et enfants ressortaient que ce soit à travers des microbillets publiés en anglais ou en français.



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

Figure 6.- Thèmes ressortant des microbillets en anglais

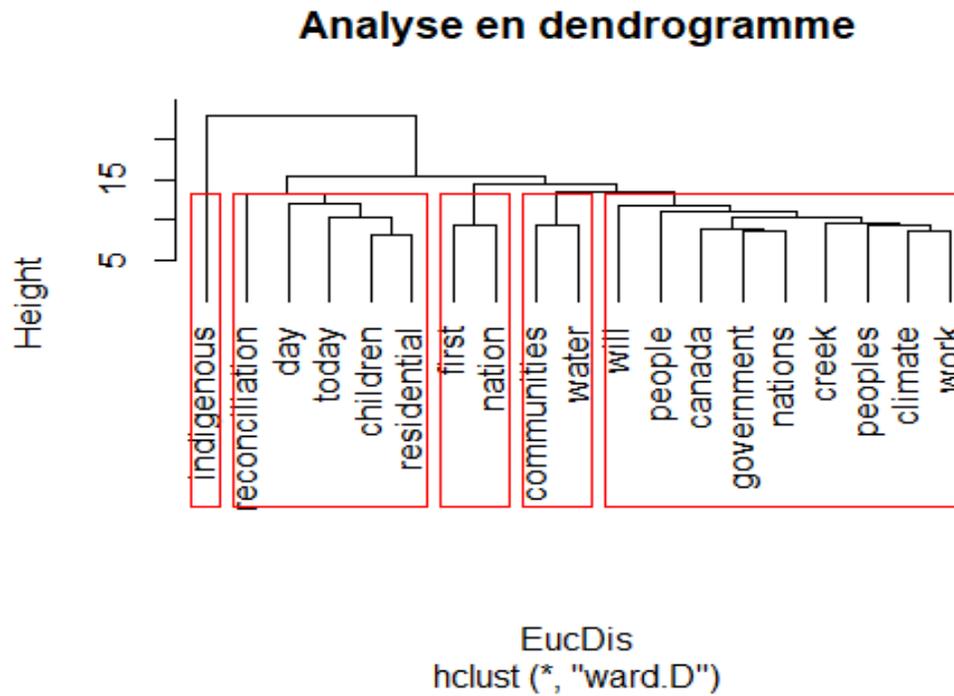
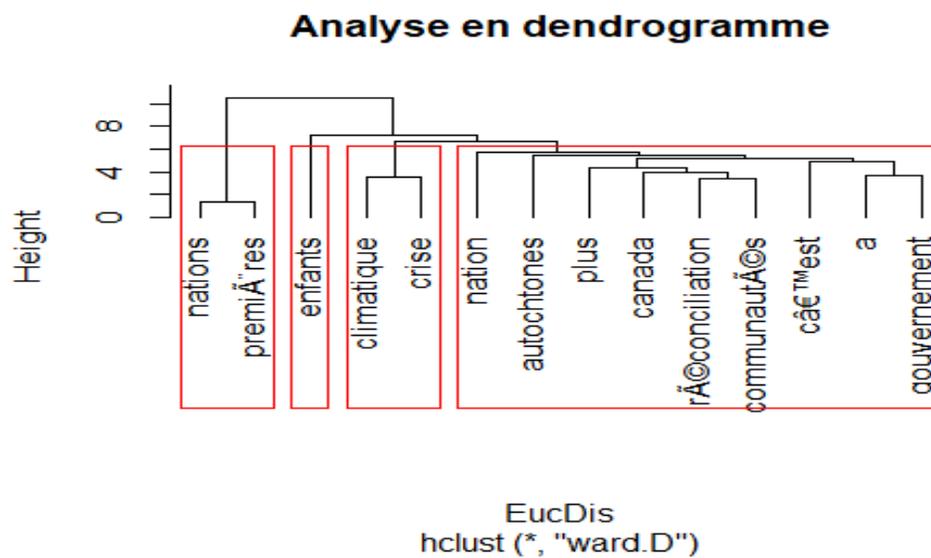


Figure 7.- Thèmes ressortant des microbillets en français





OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

Il faut préciser qu'en dehors du thème autochtone qui est un concept fédérateur dans notre analyse, les autres thèmes ont émergé au fur et à mesure de l'avancement de la campagne électorale. Les figures 6 et 7 présentent les thèmes qui étaient les plus récurrents dans les microbillets publiés par les candidats relatifs aux enjeux autochtones. Par ailleurs, il est intéressant de voir comment un thème comme celui de la réconciliation porte d'autres thèmes comme ceux liés au travail, aux enfants et la commémoration des événements dans les écoles résidentielles. Le thème de la réconciliation a en effet tout au cours de la campagne soutenu le besoin d'honorer la mémoire de ceux qui ont disparu, ainsi que les survivants des pensionnats.

D'un autre côté, la thématique de l'eau a notamment pris de l'importance à partir des interventions de partis tels que le NPD et le Parti libéral surtout en rapport aux difficultés éprouvées par certaines communautés. Nous rappelons à ce titre la visite du chef du NPD à Grassy Narrows le 5 octobre eu égard au problème de mercure dans l'eau et qui après allait se traduire par une remontée importante dans le nombre de microbillets le lendemain par les candidats dudit parti.

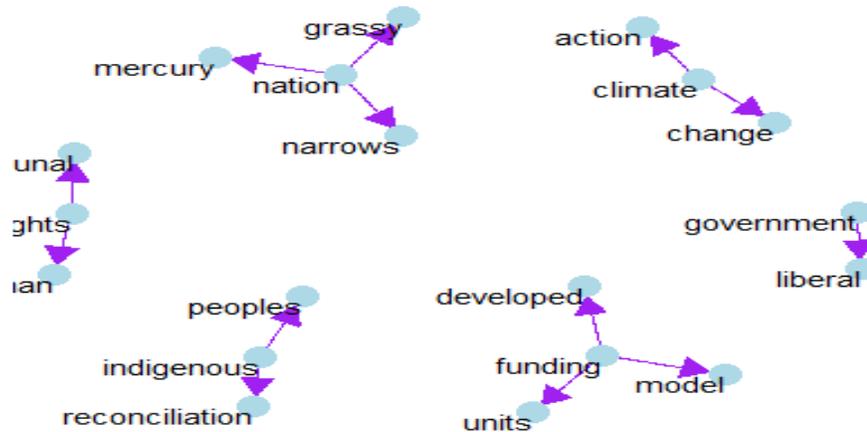
L'enjeu climatique en rapport aux Premières Nations est l'un des principaux thèmes qui ressort de la campagne, ce que confirme la figure 7 qui présente les thèmes relatifs aux microbillets en français. La corrélation entre les thèmes présentée plus bas permet de confirmer toute l'importance qu'a eue la question du climat dans les débats autour des enjeux autochtones. Comme on l'a déjà précisé, il est intéressant de voir le fait que des thèmes ressortent à la fois dans les microbillets en anglais et ceux en français publiés par les candidats. De manière synthétique, le principal discours qui ressort des microbillets en français concerne le problème de réconciliation et celui des enfants en rapport aux premières nations. En ce qui a trait aux microbillets en anglais, le message central qui est soutenu met de l'avant la nécessité de prendre en compte les enjeux climatiques à travers les futures politiques ou décisions du gouvernement.

Corrélation entre les thèmes

La présentation de la corrélation entre les thèmes comme on l'observe sur la figure 8 permet de corroborer un ensemble d'observations précédemment faites à travers les résultats découlant de la campagne. D'abord, on souligne le changement climatique qui fait l'objet de demande d'intervention ou d'action du gouvernement canadien en ce qui concerne les Premières Nations. Il s'agit effectivement d'un thème majeur de cette campagne pour les Autochtones. Ensuite, on peut relever l'importance accordée à la nécessité d'une réconciliation compte tenu des torts faits aux communautés autochtones. Cette thématique vient appuyer, dans une certaine mesure, celle abordant les droits de la personne et les tribunaux en ce qui a trait aux contestations intéressant les Autochtones. Par ailleurs, le Parti vert notamment avait fait une déclaration sur la nécessité d'intégrer la déclaration de l'Organisation des Nations Unies (ONU) sur les droits de la personne dans le droit canadien. Il ressort aussi dans la figure 8 sur la corrélation l'accent mis sur la constitution d'un modèle de développement économique et de logements et la prise en compte de la question du mercure dans l'eau.



Figure 8.- Corrélation entre les thèmes qui ressortent des microbillets



Discussion et conclusion

Il est intéressant de voir le rôle de plus en plus important que jouent les médias sociaux dans l'activité politique et notamment électorale. Dans le cadre de cette recherche, nous nous sommes appuyés sur les données colligées dans Twitter, l'une des plateformes les plus utilisées à travers le monde. Ces données ont permis de dégager plusieurs constats, notamment le fait que les enjeux autochtones ne sont pas vus de la même façon, ni n'ont pas le même ordre d'importance d'un parti politique à un autre. La circonscription dans laquelle évolue un candidat ainsi que la province peut également avoir un impact sur son positionnement eu égard aux questions autochtones. Mais essentiellement, nos données démontrent que c'est l'appartenance à un parti politique qui détermine le contenu des microbillets des candidats.

Ainsi, par rapport à notre première question de recherche sur le niveau d'attention accordée par les candidats dans la campagne électorale aux enjeux autochtones, nous remarquons que l'affiliation politique des candidats joue un rôle primordial. Ainsi, nous constatons que des partis comme le NPD et le Parti libéral sont plus présents dans les débats portant sur les questions autochtones à l'inverse d'un parti comme le Parti conservateur. Ceci corrobore une hypothèse qui ressort des écrits recensés et selon laquelle le Parti libéral, que ce soit dans les actions posées ou dans les discours prononcés, prioriserait davantage les enjeux autochtones contrairement au Parti conservateur qui de façon générale ne priorise pas ces questions.



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

Comme nous l'affirmions plus haut, la circonscription et la province des candidats semblent jouer un rôle dans leurs interventions relatives aux enjeux autochtones. Cependant, dans le cadre de cette recherche, nous n'avons pas pu valider la thèse selon laquelle la proportion de la population autochtone dans les circonscriptions expliquerait le nombre de microbillets en lien aux enjeux autochtones. La présence des municipalités comme Hamilton East--Stoney Creek, Timmins-James Bay, Churchill-Keewatinook Aski et Ottawa dans le peloton des municipalités les plus prolifiques en microbillets permet d'infirmer cette hypothèse. Ainsi, nous estimons que cette hypothèse n'est pas valide. Cependant, nous estimons qu'il serait intéressant de creuser davantage cette question pour expliquer notamment si le fait qu'une circonscription soit placée dans une zone rurale ou une zone urbaine aurait une influence sur les interventions des candidats. D'autres analyses permettront d'approfondir éventuellement ces réflexions.

Dans l'ensemble, les données analysées dans ce texte nous permettent d'aboutir à la conclusion que les enjeux autochtones ont peu retenu l'attention des candidats dans le cadre de la campagne électorale 2019. Hormis l'Ontario, la Colombie-Britannique et les Québec surtout à la fin de la campagne, pour les autres provinces on remarque la quasi-absence des questions autochtones dans les discours des candidats. En effet, pour la majorité des provinces, les candidats publiaient en moyenne moins de 100 microbillets par semaine. Par ailleurs, on relève que l'attention portée par les candidats aux enjeux autochtones n'a été surtout que conjoncturelle. Ainsi, on peut se questionner sur le niveau réel qu'auraient atteint les microbillets publiés si certaines réalités sociales n'avaient pas coïncidé avec la campagne comme des faits d'actualité relatifs à des discriminations relevant du respect des droits de la personne et l'accès à l'eau potable dans certaines communautés autochtones.

Le mot *crise* pour ce qui concerne les microbillets en français et le mot *reconciliation* pour les microbillets en anglais sont ceux qui ont été les plus utilisés durant la campagne par les candidats. Hormis ces deux thèmes, des thèmes comme *enfants*, *communautés*, *eau* et *climat* ont également prédominé. En effet, la popularité de ces thèmes corrobore les faits débattus dans l'actualité relative aux enjeux autochtones comme des difficultés liées aux évacuations des communautés de *Neskantaga* en Ontario, la pénurie d'eau et la conclusion tirée de la décision du Tribunal canadien des droits de la personne qui conclut que le gouvernement canadien n'avait pas financé de manière appropriée les services à l'enfance et à la famille, discriminant ainsi les enfants autochtones qui vivent dans les réserves.

Ainsi, en réponse à la deuxième question de recherche, nous pouvons affirmer que les candidats à travers leurs microbillets priorisaient les aspects sociaux en ce qui a trait à leurs interventions sur les enjeux autochtones. Les interventions des candidats du Parti vert pour souligner la nécessité d'intégrer la déclaration de l'Organisation des Nations Unies (ONU) sur les droits de la personne dans le droit canadien et l'intervention du leader du NPD sur la problématique de l'eau à Grassy Narrows montrent vraiment la nature sociale de l'attention accordée par les candidats. En sus de cet aspect, la popularité durant les cinq semaines de la campagne électorale des thèmes comme *rights*, *communities* dans les microbillets en anglais et santé ainsi que *crise* pour les microbillets en français valide ainsi la nature sociale en réalité de l'attention portée aux enjeux autochtones par les candidats.



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

Cette recherche a permis d'identifier trois principaux déterminants qui pourraient expliquer l'attention accordée par les candidats aux enjeux autochtones. D'abord, nos résultats permettent de voir que les partis minoritaires et de gauche comme le NPD ont à travers leurs candidats mieux priorisé les questions autochtones comparativement à un parti majoritaire comme le parti conservateur par exemple. Nous relevons également du point de vue géographique que la province de l'Ontario est celle qui à travers ses candidats durant toute la campagne intégrait le plus les enjeux relatifs aux autochtones dans les débats réalisés sur Twitter. Enfin, les faits sociaux de l'actualité ont significativement influencé le discours des candidats sur les enjeux autochtones comme nous l'avons analysé notamment à travers l'évolution quotidienne des microbillets.

Références

- Amagoliak, John. 2009. Evidence. Standing Committee on National Defence, 40th Parliament, 2nd session, number 37, November 3, 2009, available at <https://www.ourcommons.ca/DocumentViewer/en/40-2/NDDN/meeting-37/evidence>
- Cameron, Michael P., Patrick Barrett, et Bob Stewardson. 2016. « Can Social Media Predict Election Results? Evidence From New Zealand ». *Journal of Political Marketing* 15 (4): 416–432.
- Dodds, Klaus. 2011. “We Are a Northern Country: Stephen Harper and the Canadian Arctic.” *The Polar Record* 47 (4): 371.
- Gruzd, Anatoliy, et Jeffrey Roy. 2014. « Investigating political polarization on Twitter: A Canadian perspective ». *Policy & Internet* 6 (1): 28–45.
- Patten, Steve. 2013. « Évaluation du potentiel des nouveaux médias sociaux ». *Revue parlementaire canadienne*.
- Sanger, William, et Thierry Warin. 2018. « The Public's Perception of Political Parties During the 2014 Québec Election on Twitter ». *Canadian Journal of Communication* 43 (2): 245–263.
- Sioui, Marie-Michèle. 2015. « Quelle place pour les enjeux autochtones ». La Presse+.
- Sullivan, Katherine, et Pierre Bélanger. 2016. « La cyberdémocratie québécoise : Twitter bashing, #VoteCampus et selfies ». *Politique et Sociétés* 35 (2-3) : 239–258.
- Wright, Teresa. 2019. « Les Premières Nations, grandes oubliées de la campagne électorale ». Le Devoir (Ottawa) : le 7 octobre.



OAPA

Observatoire des administrations
publiques autochtones

oapa@enap.ca
obsapa.org