
L'Assemblée nationale du Québec à l'ère du numérique

Catherine Gréatas, Éliane de Nicolini et Noémie Cimon-Mattar

Depuis le lancement de son site Web en 1995, l'Assemblée nationale du Québec a fait figure de modèle à suivre en matière d'utilisation de la technologie en ligne pour communiquer avec les citoyens. Dans le présent article, les auteures décrivent les étapes qui ont permis de lancer des pétitions, d'accepter des commentaires et de tenir des consultations en ligne. Elles abordent également la croissance du réseautage par l'intermédiaire des médias sociaux. Elles concluent en soulignant l'attention spéciale portée à l'utilisation responsable des médias sociaux et les façons dont ces nouvelles technologies permettent à l'Assemblée et aux citoyens de communiquer efficacement.

Soucieuse de mieux informer les citoyens et d'accroître leur participation aux travaux parlementaires, l'Assemblée nationale du Québec a mis en ligne son site Web en 1995. Ce site a été complètement réaménagé en 2010 afin de permettre aux citoyens de prendre part plus directement à la démocratie. Pour parfaire son offre, l'Assemblée a choisi d'être présente sur les médias sociaux à partir de 2012. Depuis quelques années déjà, le travail parlementaire et la participation citoyenne profitent de l'utilisation des technologies par l'Assemblée nationale. Pensons, par exemple, aux pétitions, aux commentaires et aux consultations qui peuvent maintenant être en ligne. Et c'est sans compter la page Facebook et le compte Twitter officiels de l'Assemblée.

Des pétitions en ligne populaires auprès des citoyens

Pour favoriser l'expression des citoyens, le site Internet de l'Assemblée permet, depuis 2009, à tout individu de signer une pétition en ligne. En effet, les personnes qui désirent obtenir le redressement d'un grief ont la possibilité d'amorcer des pétitions sur le site de l'Assemblée, qui pourront être signées par des citoyens partageant la même

préoccupation et qui seront plus tard déposées en Chambre par un député. Précisons que, pour être valide, une pétition électronique doit absolument être amorcée et signée sur le site Internet de l'Assemblée nationale. Cette règle assure aux pétitionnaires que le texte qu'ils signent est bien celui qui sera présenté à l'Assemblée. Une fois la pétition lancée, le site Internet affiche en temps réel le nombre de signataires, mais il ne révèle aucune information à leur sujet.

Au cours de l'année 2013-2014, 100 pétitions électroniques ayant recueilli plus de 360 000 signatures ont été présentées. En comparaison, les quelque 135 pétitions sur format papier présentées pendant la même période ont obtenu environ 180 350 signatures. (Voir tableau 1).

Des commentaires en ligne facilitant le travail parlementaire

Le site Internet de l'Assemblée permet aussi à toute personne qui le désire de formuler des commentaires en ligne sur tout projet de loi ou sujet à l'étude en commission parlementaire. Il n'est pas nécessaire que le mandat de la commission soit soumis à une consultation publique. Le citoyen n'a qu'à choisir le mandat ou le projet de loi qui l'intéresse, puis à remplir un formulaire en ligne. Ensuite, les députés ont accès à son commentaire sur le site Greffier, une bibliothèque virtuelle de documents réservée aux parlementaires. Ces derniers peuvent donc rapidement profiter des commentaires des citoyens et ainsi mieux tenir compte de leurs préoccupations. En 2013-2014, 1 395 commentaires ont été reçus sur 91 différents sujets ou mandats.

Catherine Gréatas est greffière de comité et coordonnatrice des travaux parlementaires à la Direction des travaux parlementaires de l'Assemblée nationale. Éliane de Nicolini et Noémie Cimon-Mattar sont des conseillères en communications à la Direction des communications, des programmes éducatifs et de l'accueil de l'Assemblée nationale.

Des consultations en ligne favorisent la participation citoyenne

Les consultations en ligne montrent que les technologies sont mises à profit pour accroître la participation de la population et faciliter l'expression de ses préoccupations. Ce mode de consultation, complémentaire aux consultations traditionnelles, permet à toute personne qui le désire de remplir un questionnaire sur le site Internet afin de transmettre son opinion sur le sujet à l'étude. Les réponses sont ensuite transmises aux membres de la commission afin d'alimenter leur réflexion.

Le premier essai de consultation en ligne a eu lieu à l'été 2000. À la suite de cette expérience, plusieurs autres ont suivi, puis cette forme de consultation a été intégrée dans le Règlement lors de la réforme parlementaire de 2009. Au cours des dernières années, c'est la consultation en ligne menée par la Commission spéciale sur la question de mourir dans la dignité qui a suscité la plus grande participation de la population. En effet, 6 779 personnes ont rempli un questionnaire sur le site Web de l'Assemblée à cette occasion. (Voir tableau 2).

Ce mode de consultation permet donc aux parlementaires d'avoir accès à un important volume de réponses sur des questions précises et de prendre ainsi le pouls de la population sur certains enjeux. Par le fait même, les citoyens peuvent participer au mandat et exprimer leur point de vue, sans avoir à se déplacer ou à rédiger un mémoire.

Du site Web aux médias sociaux

Bien entendu, le site Web de l'Assemblée ne sert pas qu'au travail parlementaire et à la participation citoyenne. Il permet aussi à l'Assemblée d'informer ses différents publics et de s'en rapprocher. Mais l'Assemblée a voulu aller plus loin en ce sens. Ainsi, en 2009, quelques mois avant le lancement du nouveau site, l'Assemblée nationale a commencé à considérer plus sérieusement l'utilisation des médias sociaux. Elle voulait ainsi piquer la curiosité des internautes et les amener à s'intéresser à l'information parlementaire et institutionnelle de l'Assemblée, qui se trouve notamment dans son site Web. Moyens d'information complémentaires destinés tous deux au public, le site Web et les médias sociaux sont différents. En effet, l'information transmise par les médias sociaux prend parfois une tangente pédagogique et promotionnelle, alors que le site Web contient des renseignements factuels sur l'actualité parlementaire et institutionnelle.

Même si plusieurs députés étaient déjà actifs sur les médias sociaux, l'Assemblée a mené trois projets pilotes, un sur Facebook et deux sur Twitter, avant de se lancer dans ces nouveaux moyens de communication. Tout en démontrant l'utilité des médias sociaux, les trois projets ont permis à l'Assemblée nationale de découvrir comment les intégrer à ses stratégies de communication. En outre, les équipes chargées des médias sociaux ont pu s'habituer à ces nouveaux outils et aiguïser leurs réflexes de prudence. Enfin,

Tableau 1. Pétitions

Exercice financier	Nombre de pétitions déposées		Nombre de signataires	
	Papier	Électronique	Papier	Électronique
2008-2009*	94	0	269 182	0
2009-2010	158	9	234 039	70 602
2010-2011	166	42	341 001	472 010
2011-2012	121	67	185 797	217 030
2012-2013*	109	59	191 502	197 816
2013-2014	135	100	180 351	360 121

*Année d'élection générale

ces projets ont fait ressortir l'importance d'implanter des règles strictes pour protéger l'Assemblée nationale sur les médias sociaux et contrer les comportements inappropriés, des internautes comme des employés.

Facebook : un canal officiel et des canaux spécialisés

En novembre 2012, l'Assemblée nationale a lancé sa page officielle Facebook pour couvrir l'ensemble de son actualité institutionnelle et parlementaire et favoriser le sentiment de proximité du citoyen envers son parlement. Cette page vise aussi à créer un buzz ou une « rumeur » autour de ses activités et démythifier le travail du député. De plus, elle permet de transmettre les messages aux internautes, là où ils se trouvent, à l'opposé d'un site Web qui attend d'être consulté, ce qui est plus statique.

La page Facebook de l'Assemblée comprend notamment de l'information sur les travaux parlementaires, les activités institutionnelles et « grand public » (expositions, conférences, brunchs, etc.) et sur l'Assemblée nationale (horaires, services offerts, notions historiques, etc.). De plus, elle sert à promouvoir le site Web (nouveau, sections utiles, conseils pratiques) et les publications de l'Assemblée. Autre avantage, elle permet de relayer des pages Facebook spécialisées et promouvoir l'offre globale dans les médias sociaux.

Enfin, la page Facebook officielle de l'Assemblée (www.facebook.com/AssnatQc) s'adresse particulièrement au grand public, aux médias, aux députés et au personnel politique et administratif. À la fin de septembre 2014, elle comptait plus de 4000 adeptes.

Par ailleurs, trois pages Facebook visent des publics bien déterminés. Il s'agit de :

- Programme de stages – Fondation Jean-Charles-Bonenfant (www.facebook.com/FJCBstages) Cette page fait la promotion du programme de stages et s'adresse aux étudiants et diplômés universitaires ainsi qu'aux boursiers stagiaires (les anciens et les actuels).
- Archives et histoire de l'Assemblée nationale du Québec (www.facebook.com/ArchivesHistoireAssnatQc) Cette page promeut les activités historiques, archivistiques et muséales de l'Assemblée. Elle vise les passionnés d'histoire, les députés (actuels et anciens) ainsi que le personnel politique et administratif.
- Espace jeunesse de l'Assemblée nationale du Québec (www.facebook.com/EspaceJeunesseAssnatQc) Cette page offre un espace éducatif et informatif aux jeunes et aux enseignants. Elle fournit notamment de l'information historique liée aux programmes d'éducation du Québec et des renseignements aux groupes scolaires. Elle s'adresse aux jeunes et aux intervenants jeunesse.

Tableau 2. Consultations en ligne depuis 2009

Mandats	Nombre de questionnaires reçus
Consultation générale sur l'avant-projet de loi intitulé Loi modifiant le Code civil et d'autres dispositions législatives en matière d'adoption et d'autorité parentale	253
Mandat d'initiative sur les cyanobactéries dans les lacs et les cours d'eau du Québec	85
Commission spéciale sur la question de mourir dans la dignité	6 779
Consultations particulières sur le document intitulé Pour que l'égalité de droit devienne une égalité de fait – Vers un deuxième plan d'action gouvernemental pour l'égalité entre les femmes et les hommes	99
Consultation générale sur la planification de l'immigration au Québec pour la période 2012-2015	88
Consultation générale sur le projet de loi n° 14, Loi modifiant la Charte de la langue française, la Charte des droits et libertés de la personne et d'autres dispositions législatives	4 334
Mandat d'initiative sur les conditions de vie des adultes hébergés en centre d'hébergement et de soins de longue durée	160

Twitter : un compte officiel et des comptes spécialisés

Peu de temps après la mise en ligne de sa page Facebook, l'Assemblée a ouvert un compte Twitter qui cible sensiblement les mêmes publics que la page Facebook et véhicule le même type d'information, dans un format plus concis et direct. En outre, il sert à promouvoir l'offre globale dans les médias sociaux et à relayer les autres comptes Twitter de l'Assemblée, soit :

@BiblioAssnat (<https://twitter.com/BiblioAssnat>). Ce compte promeut la Bibliothèque et les activités qui s'y tiennent (nouvelautés sur les rayons, collections, conférences, etc.). Il vise notamment les passionnés d'histoire, de politique et de droit, les membres de la Tribune de la presse et les députés.

@CommParlQc (<https://twitter.com/CommParlQc>). Ce compte informe les citoyens au sujet des travaux des commissions parlementaires en temps réel. Il s'adresse aux gens intéressés par les travaux parlementaires, aux députés et au personnel politique et administratif.

Soulignons que Twitter est un bon outil pour faire connaître les publications, les activités et les occasions directes de participation au public. Complément naturel à Facebook, il oriente efficacement les gens vers des plateformes de dialogue, les encourage à mieux connaître leur parlement et à s'impliquer, en plus d'aider à réduire la distance entre le parlement et la population. À la fin de septembre 2014, plus de 2900 internautes étaient abonnés au compte Twitter officiel de l'Assemblée (<https://twitter.com/AssnatQc>).

Par ailleurs, rappelons que grâce à la combinaison de différents médias sociaux, l'information est plus susceptible de devenir virale. Étant donné les 800 millions d'utilisateurs uniques de YouTube par mois, cela améliore, entre autres, la visibilité de l'Assemblée et de ses productions audiovisuelles. Cela facilite leur référencement dans Google et leur utilisation dans les médias sociaux.

Une utilisation bien balisée des médias sociaux

Peu avant le lancement de sa page Facebook officielle, l'Assemblée nationale a émis une directive sur l'utilisation

des médias sociaux par son personnel. Celle-ci a pour but de préciser les attentes minimales auxquelles le personnel doit répondre lors de l'utilisation des médias sociaux dans un contexte professionnel. Elle vise à favoriser un environnement de travail sécuritaire et respectueux des droits collectifs et individuels, en déterminant notamment les responsabilités du personnel. Elle a aussi pour but de sensibiliser ce dernier aux conséquences et aux risques inhérents à l'utilisation des médias sociaux, compte tenu de la confidentialité entourant plusieurs activités de l'Assemblée nationale.

De leur côté, les internautes qui s'abonnent aux comptes de l'Assemblée nationale sont invités à lire la nétiquette de l'Assemblée dès qu'ils accèdent à la page des médias sociaux sur son site Web.

Des députés adeptes des médias sociaux

Comme institution, l'Assemblée nationale table sur les médias sociaux pour rejoindre les citoyens, entre autres, les jeunes. On peut affirmer que les députés en font autant. En effet, à la mi-septembre 2014, l'utilisation des médias sociaux par les 124 députés (1 siège vacant), se présentait ainsi :

Facebook : 120 députés (96,7 %)

Twitter : 96 députés (77,4 %)

Google+ : 33 (26,6 %)

YouTube : 38 (30,6%)

Des communications toujours plus efficaces

Depuis une vingtaine d'années, l'Assemblée nationale ne cesse de s'adapter aux technologies des communications pour mieux faire connaître ses travaux et ses activités, à la fois au grand public et à des publics plus spécialisés. Elle continue de se rapprocher des citoyens et trouve de plus en plus de moyens pour les inciter à participer à la vie démocratique. Bien sûr, elle ne compte pas s'arrêter en si bon chemin et s'applique donc à maximiser son utilisation du Web et des médias sociaux.