

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LE COUPLE INFORMATION/DIVERTISSEMENT

PEUT-IL REMPLIR LA

MISSION DÉMOCRATIQUE DES MÉDIAS ?

LES CAS DE *THE DAILY SHOW* ET

*THE COLBERT REPORT*

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
DAPHNÉ BROUILLET

JUIN 2009

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Je voudrais tout d'abord remercier ma famille, soit ma mère, Marielle Brouillet, mon père, Juan Gutierrez, ainsi que mon grand-père, Camille Brouillet. Leur encouragement et leur appui remontent à bien plus loin que la rédaction de ce mémoire. Ensuite, je dois absolument souligner le soutien de Gabriel, Gabrielle, Guillaume et Edith, tout au long du processus d'investigation et d'écriture, et celui de Dan, pendant l'attente des résultats. C'est aussi grâce à ce dernier que les pages de ce document sont présentables...

Finalement, je tiens à remercier Mazel Bidaoui pour l'intérêt qu'il a témoigné à l'endroit de ma recherche et pour ses suggestions de lecture, ainsi que mon directeur, Yves Théorêt, qui, malgré nos divergences d'opinions, m'a fait confiance en me laissant développer le sujet qui me tenait à cœur, tout en m'empêchant de me perdre à trop vouloir creuser.

## TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX	vi
RÉSUMÉ	vii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I QUELQUES TENDANCES ET MUTATIONS DE L'INFORMATION TÉLÉVISÉE AUX ÉTATS-UNIS	5
1.1 La chute des auditoires des bulletins d'information	6
1.2 La part grandissante du mélange des genres	10
1.3 L'interaction entre politique et divertissement et le débat autour de l'infotainment	12
1.4 Notre problématique	14
1.5 Quelques définitions	16
1.6 Les objectifs et le type de recherche	18
1.7 Intérêt et originalité de la recherche	19
CHAPITRE II CADRE CONCEPTUEL ET THÉORIQUE	21
2.1 Télévision, information et communication politique	21
2.2 Rôles et missions démocratiques du journalisme télévisé	22
2.2.1 Les rôles communicationnels du personnel médiatique	23
2.2.2 La mission démocratique du journalisme	24
2.3 Quelques obstacles à la réalisation de la mission démocratique du journalisme télévisé	25
2.3.1 La quête incessante d'un plus large auditoire	25
2.3.2 La question du temps	26
2.3.3 L'objectivité et la neutralité à tout prix	27

2.4	Contourner les obstacles	28
2.5	Les craintes suscitées par le trio information/politique/divertissement	31
2.5.1	Une perte de transcendance	31
2.5.2	Un encouragement au cynisme	32
2.5.3	Une frontière de plus en plus floue	32
2.6	Une étude sur les liens entre politique et divertissement	33
2.7	Des cadres particuliers	34
2.8	Notre hypothèse	36
CHAPITRE III		
MÉTHODOLOGIE		38
3.1	Présentation du cas	38
3.2	L'échantillon de la recherche	39
3.2.1	Le type d'échantillonnage	39
3.2.2	La taille et les dates de l'échantillon	40
3.3	L'analyse de contenu	41
3.3.1	Le choix de ce type de collecte de données	41
3.3.2	Présentation de la grille d'analyse	42
CHAPITRE IV		
PRÉSENTATION DES DONNÉES ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS		44
4.1	Survol de la synthèse des grilles d'observation	45
4.2	Les indicateurs en détail	46
4.2.1	La présence de sujets sociopolitiques et économiques	47
4.2.2	L'explication des origines des situations exposées	55
4.2.3	Présence d'entrevues avec des personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt	58
4.2.4	Présentation de points de presse et/ou discours de personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt	70
4.2.5	L'exposition de points de vue divergents concernant les sujets abordés	76

4.2.6	La confrontation des gestes (ou de l'inaction) des détenteurs de pouvoir à leurs promesses	79
4.2.7	Questionnement des détenteurs de pouvoir au sujet des promesses qu'ils ont faites de leurs engagements	82
4.2.8	L'incitation à l'implication sociale et/ou politique	84
CHAPITRE V		
À LA FOIS CHIEN DE GARDE ET OBSERVATOIRE MÉDIATIQUE		85
5.1	Le rôle de chien de garde	85
5.1.1	Remise en question des décisions et actions politiques	86
5.1.2	La mise en relief des erreurs ou contradictions de ceux en position de pouvoir ou y aspirant	94
5.2	Un observatoire médiatique	96
5.2.1	La mise en doute de la crédibilité des médias	96
5.2.2	La chaîne FoxNews : une cible de choix	98
5.3	Une déviation dans la couverture	101
CONCLUSION		103
APPENDICE A		105
GRILLES D'OBSERVATION		106
Tableau A.1 :Grille d'observation		107
Tableau A.2 :Grille synthèse pour <i>The Dayly Show</i>		108
Tableau A.3 :Grille synthèse pour <i>The Colbert Report</i>		109
BIBLIOGRAPHIE		110

## LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

Figure	Page
1.1 L'auditoire des nouvelles télévisées sur les chaînes câblées	7
1.2 La montée d'internet parmi les moyens d'obtenir les nouvelles	8
1.3 La baisse de confiance en l'information reçue à propos de l'Irak	9
Tableau	
4.1 Thématiques pour les deux émissions	46
4.2 Thématiques pour chacune des émissions	48
4.3 Liste des invités et dates d'apparition	59
4.4 Extraits de points de presse et de discours	70

## RÉSUMÉ

Le présent mémoire se penche sur les liens entre l'information et le divertissement à la télévision, en ciblant plus particulièrement les États-Unis. Il explore l'univers de l'*infotainment* par le biais de deux émissions humoristiques américaines qui traitent d'actualité.

Nous dressons dans un premier temps un bref portrait des tendances qui affectent l'information télévisée aux États-Unis, ce qui nous donne l'occasion de remarquer que les bulletins de nouvelles de toutes les chaînes subissent une perte d'auditoire. Cette dernière s'explique par divers facteurs dont la concurrence d'Internet, la perte de confiance des Américains envers leurs médias en général ainsi qu'une migration du public vers les émissions humoristiques et les *talk shows* de fin de soirée pour entendre parler d'actualité et de politique. C'est sur ce dernier aspect que nous nous attardons en poursuivant sur la part grandissante du mélange des genres (information et divertissement) et le débat qui gravite autour de l'*infotainment*. La mission démocratique des médias selon Blumler et Gurevitch est la théorie que nous utilisons pour sonder ce phénomène.

Le cas que nous choisissons d'étudier dans cette perspective correspond aux émissions *The Daily Show* et *The Colbert Report* de la chaîne câblée *Comedy Central*. Nous posons comme hypothèse que celles-ci peuvent partiellement répondre à cette mission démocratique des médias en abordant des enjeux sérieux à travers un regard critique et réflexif. Pour vérifier la validité de cette hypothèse, nous effectuerons une analyse de contenu, surtout qualitative, d'épisodes diffusés pendant la période 2006-2007. Chacun des épisodes sélectionnés sera donc examiné par le biais d'une grille d'observation dont les indicateurs sont issus des critères de Blumler et Gurevitch.

Nous arrivons par cette démarche à la conclusion que les deux émissions à l'étude présentent un contenu informationnel substantiel et occupent un rôle de chien de garde par rapport aux personnalités et institutions politiques. Fait intéressant, *The Daily Show* et *The Colbert Report* exercent également une surveillance des médias télévisuels qui couvrent ces derniers et mettent ainsi de l'avant une réflexion à deux niveaux.

Mots-clés : Télévision américaine, information, divertissement, journalisme télévisé, mission démocratique et métissage des genres



## INTRODUCTION

Les États-Unis sont depuis plusieurs années la cible de nombreuses critiques provenant des quatre coins du monde. Parmi ces critiques, mentionnons celles dénonçant une volonté américaine d'imposer partout leur pouvoir et leur vision.

La couverture médiatique de l'information qui a cours dans ce même pays n'est pas en reste. Par exemple, Noam Chomsky parle sans gêne de propagande médiatique pour décrire la presse américaine dans son livre *Media Control* (2002). De son côté, Herbert Schiller (décédé en 2000), qui a traité de l'information spectacle et des valeurs consuméristes contrôlant le médias, affirme dans *Information Inequality* : « *The institutionalized absence of critical voices on TV news and public affairs programming is made more palpable still by the heavy representation of conservative and right-wing commentators and shows.* » (Schiller, 1996 : 16).

En prenant comme point de départ les positions assez radicales de ces deux auteurs, nous avons décidé de nous interroger sur l'état actuel de l'information télévisée aux États-Unis afin de découvrir ce qu'il en est véritablement. Le sujet étant infiniment vaste et se déclinant en une multitude d'avenues et de thématiques, nous avons posé notre regard sur un aspect plus circonscrit. Intéressée par le métissage grandissant des genres télévisuels, nous avons choisi de nous pencher sur le croisement entre l'information et le divertissement.

Décriée par plusieurs, cette association de deux sphères mutuellement exclusives par tradition (on distingue la plupart du temps les nouvelles de l'humour et de la fiction dans la programmation), occupe une place croissante dans notre petit écran. Il nous a alors paru intéressant d'étudier ce qui en découle. Pour ce faire, nous avons ancré nos observations dans des théories sur le journalisme et, plus particulièrement,

sur la mission démocratique des médias dans le but de découvrir si celle-ci pouvait se réaliser à travers le couple information/divertissement.

Le territoire à couvrir demeurant très large étant donné la quantité considérable de productions télévisuelles de ce type aux États-Unis, nous avons arrêté notre choix sur deux émissions de la chaîne câblée *Comedy Central*, soit *The Daily Show* et *The Colbert Report*. Celles-ci sont des quotidiennes traitant de l'actualité de manière humoristique en empruntant la formule du bulletin de nouvelles. C'est entre autres leur popularité auprès des téléspectateurs américains qui a motivé notre choix. Nous expliciterons plus en détail à l'occasion du prochain chapitre les raisons qui nous ont poussée à retenir ces émissions, en plus de fournir une description complète de ces dernières.

Il est évident que l'analyse de seulement deux émissions dans un panorama aussi étendu ne peut produire des résultats susceptibles d'être généralisés. Ceci fait partie des limites de notre recherche. En outre, en nous concentrant uniquement sur le contenu, nous ne toucherons pas au spectre communicationnel complet, laissant entre autres de côté la réception.

Nous verrons donc, dans un premier temps, une partie des tendances et mutations qui affectent le paysage télévisuel américain au niveau de l'information. Ce survol nous permettra de mettre notre objet d'étude en contexte en plus de donner un aperçu de sa dynamique sous-jacente. Nous y aborderons la chute des auditoires des bulletins d'information, la part grandissante du mélange des genres, l'interaction entre politique et divertissement et le débat autour de l'*infotainment*. Seront aussi inclus dans ce premier chapitre notre problématique, quelques définitions reliées à cette dernière ainsi que l'intérêt et l'originalité de notre recherche.

À l'occasion du deuxième chapitre, nous continuerons avec le cadre théorique de notre recherche. Nous y examinerons le lien entre télévision, information et communication politique, les rôles et missions démocratiques du journalisme télévisé,

certaines obstacles à la réalisation de cette mission démocratique du journalisme télévisé, les craintes suscitées par le trio divertissement/politique/information ainsi que le cadre particulier que représente l'humour. Nous terminerons avec notre hypothèse.

Dans le troisième chapitre, nous décrivons les outils méthodologiques qui nous permettront de répondre à notre hypothèse. Nous nous pencherons sur l'échantillon sélectionné, le type de collecte de donnée emprunté, soit l'analyse de contenu, pour conclure avec notre grille d'analyse. Cette dernière, élaborée à partir de la théorie sur la mission démocratique de Blumler et Gurevitch, nous guidera dans notre observation des épisodes choisis. Elle représente en quelque sorte la colonne vertébrale de notre investigation.

Ce sont les indicateurs de cette grille, revus et exemplifiés en lien avec nos émissions, qui constitueront le propos du quatrième chapitre, dédié à la présentation et à l'interprétation des données. Nous exposerons et commenterons donc les extraits retenus se rattachant à chacun des indicateurs pour déterminer si les émissions répondent aux critères de la mission démocratique des médias et, le cas échéant, expliciter en quoi elles les remplissent.

Le cinquième et dernier chapitre, comprenant les deux derniers indicateurs, viendra compléter ce portrait. Nous avons décidé de traiter de ceux-ci dans une portion différente du mémoire car nous avons constaté au cours de notre investigation qu'ils réunissent plusieurs aspects des autres indicateurs et constituent en quelque sorte l'aboutissement de ces derniers. À cette partie s'ajoutera une section intitulée *Un observatoire médiatique*, qui fera état du regard posé par les émissions à l'étude sur la couverture télévisuelle de l'information aux États-Unis.

Nos conclusions reviennent sur les résultats de notre investigation. Nous y verrons dans quelle mesure les émissions constituant notre objet d'étude viennent confirmer notre hypothèse de travail, tout en rappelant les limites de notre recherche.

Ce sera aussi l'occasion de s'interroger sur l'attitude qu'adopteront *The Daily Show* et *The Colbert Report* dans le contexte d'une nouvelle administration à la Maison Blanche, soit celle dirigée par le démocrate Barack Obama.

## CHAPITRE I

### QUELQUES TENDANCES ET MUTATIONS DE L'INFORMATION TÉLÉVISÉE AUX ÉTATS-UNIS

Ce premier chapitre dresse un bref portrait du traitement de l'information et de l'actualité télévisée aux États-Unis ainsi que des discussions et débats qui en découlent. Il fera surtout état de certaines tendances, et parfois même des bouleversements qui les affectent depuis les dernières années. Si les États-Unis constituent le terrain géographique choisi, des références à l'Europe et au Canada seront incluses, car certains phénomènes dont il sera question nécessitent une approche plus globale et la présence de comparatifs pour être explicités.

Ce survol abordera en premier lieu la chute des auditoires des bulletins de nouvelles chez nos voisins du sud pour ensuite s'attarder à la part grandissante du mélange des genres télévisuels, surtout en matière d'information et de divertissement, et à l'interaction entre l'actualité politique et le divertissement.

Une vue d'ensemble de la situation ayant ainsi été tracée, la question principale de recherche sera ensuite énoncée. Cette question principale donnera lieu, dans la deuxième partie du chapitre, à l'identification et à la description des principaux aspects structurant la recherche, c'est-à-dire : ses concepts majeurs, ses objectifs, son mode d'investigation et son intérêt au niveau de l'étude de la communication.

## 1.1 La chute des auditoires des bulletins d'information

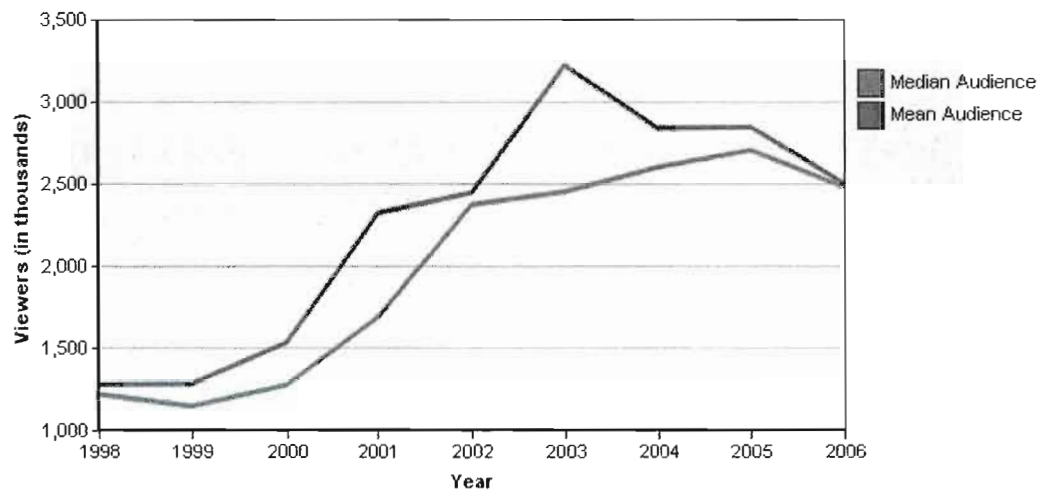
Selon un rapport paru en mars 2007<sup>1</sup> (Pew Research Center Publications, 2007), depuis les vingt-cinq dernières années, le nombre de téléspectateurs des bulletins de nouvelles des grandes chaînes américaines hertziennes<sup>2</sup> a subi une chute ininterrompue, les émissions perdant environ 1 million de téléspectateurs annuellement. D'après ce même document, tous les secteurs des nouvelles télévisées ont vu leur auditoire diminuer en 2006, une première depuis les six années précédentes, car les chaînes câblées réussissaient auparavant à tirer leur épingle du jeu en attirant un public en croissance.

Plus précisément, les cotes d'écoute des nouvelles de soirée (les plus regardées) des chaînes hertziennes, NBC, ABC et CBS, ont baissé de 4 % entre novembre 2005 et novembre 2006 selon la firme Nielsen Media Research. Du côté des chaînes câblées, soit CNN, Fox News et MSNBC, l'auditoire aux heures de grande écoute (entre 19h et 23h) a diminué de 8 % (voir fig. 1.1). Ce qui est le plus frappant selon les chercheurs du rapport *State of the American News Media, 2007: Mainstream Media Go Niche* est la dégringolade de l'auditoire de Fox News, qui a connu une baisse de 14 % entre janvier et décembre 2006, soit la première diminution enregistrée depuis le lancement de la chaîne dix ans plus tôt. Cette dernière récolte tout de même encore la plus grande part du public, avec une moyenne de 1,4 million de spectateurs, comparativement à 378 000 pour MSNBC et 739 000 pour CNN (Pew Research Center for People And The Press, 2007).

---

<sup>1</sup> *State of the American News Media, 2007: Mainstream Media Go Niche* du Project for Excellence in Journalism.

<sup>2</sup> Les chaînes disponibles gratuitement par le biais d'ondes hertziennes.



**Figure 1.1** L'auditoire des nouvelles télévisées sur les chaînes câblées.  
(Tirée de Project for Excellence in Journalism, 2007)

Si le déclin du public de Fox News est surtout attribuable à la concurrence de MSNBC, qui voit son nombre de téléspectateurs global augmenter, au lien partisan trop fort associant Fox News au Parti républicain en perte de vitesse et au non renouvellement de la programmation ces dernières années, il en irait autrement pour l'ensemble des chaînes diffusant des nouvelles.

À ce sujet, les causes sont multiples et les avis partagés. Tout d'abord, la concurrence des autres médias, avec Internet en tête, constituerait un des principaux éléments déclencheurs de la diminution soutenue de l'auditoire des nouvelles télévisées. D'ailleurs, un Américain sur cinq (parmi ceux qui suivent assez régulièrement l'actualité économique) disait avoir obtenu les premières informations concernant la chute des marchés boursiers, durant le premier trimestre de 2007, en ligne, comparativement à seulement 2% lorsque les marchés ont été ébranlés dix ans plus tôt (*voir fig. 1.2*) (Kohut et Parker, 2007). Toutefois, cette source d'information ne devrait pas gruger une plus grande part de terrain à la télévision, car l'utilisation d'Internet dans le but d'obtenir des nouvelles a récemment atteint un plateau, et même un peu diminué en 2007.

<b>Stock Market News: Internet Surges</b>		
	Nov 1997	March 2007
<i>First learned about stock downturn...</i>	%	%
Watching television	59	43
Going online	<b>2</b>	<b>20</b>
Listening to radio	19	19
Reading newspaper	7	9
Talking with others	12	8
Other/Didn't hear	1	1
Don't know	*	*
	100	100

Based on those following the story  
very/fairly/ not too closely

**Figure 1.2** La montée d'internet parmi les moyens d'obtenir les nouvelles boursières.  
(Tirée de Kohut et Parker, 2007)

Un autre facteur en jeu dans le déclin de l'auditoire des bulletins télévisés correspondrait à la perte de confiance des Américains envers les médias en général, surtout en ce qui a trait à la question irakienne. En effet, selon une étude publiée en avril 2007 et menée par Micheal Dimock, directeur associé du Pew Research Center for the People and the Press, seulement 38% des Américains disent pouvoir se fier au portrait de la guerre en Irak dressé par la presse. Selon Dimock, cette situation serait en partie attribuable à la perception du succès de l'opération militaire en Irak, qui est passée de 90% dans les premiers temps de l'intervention à 40% au début de 2007 (voir fig. 1.3) (Dimock, 2007).



<b>Fewer Confident in the Information They Are Receiving About Iraq</b>			
<i>Confidence that _____ is giving the public an accurate picture of how the war is going</i>	Jan 1991	Mar 2003	Mar 2007
	%	%	%
<b><i>The US military</i></b>			
Great deal	29	40	15
Fair amount	58	45	31
Not too much	9	11	31
None	2	*	21
Don't know	2	4	2
	100	100	100
<b><i>The press</i></b>			
Great deal	26	30	7
Fair amount	59	51	31
Not too much	11	14	33
None	2	1	27
Don't know	2	4	2
	100	100	100

**Figure 1.3** La baisse de confiance en l'information reçue à propos de l'Irak. (Tirée de Dimock, 2007)

Selon d'autres chercheurs, une partie de la population américaine, les jeunes plus particulièrement, abandonnerait progressivement les médias traditionnels pour se tourner vers des émissions de fin de soirée et humoristiques afin d'entendre parler de sujets touchant l'actualité et la politique. Selon Lauren Feldman de l'Université de Pennsylvanie, les jeunes s'identifieraient davantage à ce type d'émissions qui constitueraient pour eux une source d'information lors de campagnes électorales entre autres (Feldman, 2007). Cependant, selon Dannagal G. Young et Russell M. Tisinger, également de l'Université de Pennsylvanie (Annenberg School for Communication), ces émissions représenteraient un complément aux nouvelles conventionnelles plutôt qu'un remplacement (Young, Tisinger, 2006). En outre, le public qu'elles attirent proviendrait de couches socio-démographiques variées et ne serait donc pas monolithique, constitué de jeunes uniquement (Dannagal G. Young et Russell M. Tisinger, 2006). Une chose est certaine toutefois, les cotes d'écoute de ce genre d'émissions se maintiennent, et certaines augmentent, contrairement à celles de leur consœurs plus sérieuses. En fait, lorsque nous allons au-delà des chiffres et des fluctuations, il est possible

de remarquer un courant général de transformation dans le paysage de l'actualité télévisée aux États-Unis ainsi que dans l'attitude du public à son égard.

La popularité des journalistes de premier plan à la télévision a également diminué lorsqu'on la compare à celle constatée il y a vingt ans. En effet, Katie Couric, animatrice des nouvelles du soir à CBS (*CBS Evening News*), qui détenait la première place en 2007, a été mentionnée deux fois moins par les téléspectateurs que Dan Rather en 1985 alors qu'il occupait la même position (Kohut et Parker, 2007).

Autre observation, Jon Stewart, animateur de l'émission humoristique *The Daily Show* diffusée sur la chaîne câblée *Comedy Central*, a réussi à se glisser en huitième position de ce palmarès des journalistes les plus admirés, phénomène qui aurait été impensable il y a vingt ans. Ceci viendrait indirectement appuyer la thèse selon laquelle les émissions de fin de soirée et humoristiques attirent les téléspectateurs non seulement grâce à leur côté divertissant, mais aussi à cause de leur contenu informationnel.

## 1.2 La part grandissante du mélange des genres

Comme il en a été question précédemment, information et divertissement sont fusionnés dans les émissions humoristiques et les *talks shows* de fin de soirée. Si le phénomène ne surprend pas, ces deux genres ont longtemps été cloisonnés faisant l'objet d'une distinction classique aux niveaux théorique et professionnel. En effet,

« The concept of objectivity and the related distinction between 'information' and 'entertainment' have been part of the practical, professional self-understanding of journalism since its inception. (...) In part they echo the distinction between pleasure and effort, and the division between the popular culture and the public knowledge project (...). » (Dahlgren, 1995 : 47- 48).

Néanmoins, cette séparation s'est dissipée au cours des années 70 avec l'arrivée du style '*Happy Talk*' dans les nouvelles locales, un des pionniers de l'*infotainment* américain (Powers, 1977). Celui-ci est défini par plusieurs facteurs dont : l'utilisation d'un ton plus sensationnaliste, l'accent mis sur le charisme et l'image des présentateurs, l'élaboration des nouvelles météo, la croissance des histoires à intérêt humain (*human interest*) ainsi que l'arrivée de co-animateurs qui alimentent des échanges plutôt informels et teintés d'humour (Dahlgren, 1995).

C'est l'humour qui a été un des vecteurs les plus importants du mélange entre information et divertissement. Effectivement, dans de nombreux pays on peut observer des émissions de télévision dans lesquelles humour et information sont réunis. La plupart du temps des parodies ou des satires, elles visent à faire rire le public en mettant en relief l'actualité de manière humoristique et en se moquant des personnages qui la marquent quotidiennement.

Au Québec, pensons à *Infoman* et à *Et Dieu créa...Laflaque*, des émissions hebdomadaires faisant un tour d'horizon de l'actualité de la semaine. La première est animée par Jean-René Dufort, alors que la deuxième a pour hôte un personnage en animation 3D dont le texte est écrit et narré par le caricaturiste Serge Chapleau. *Infoman* et *Et Dieu créa...Laflaque* ont marché dans les traces des très populaires émissions *100 Limites* animée, par le groupe d'humoriste *Les Bleu Poudres*, et *La fin du monde est à 7 heures*, animée par Marc Labrèche, toutes deux diffusées sur les ondes du réseau de télévision TQS. Au Canada anglais, on retrouve *Air Farce Live* (auparavant *Royal Canadian Air Farce*), diffusée sur les ondes de CBC, une émission de sketches similaire à *Saturday Night Live* de la chaîne NBC, et sur la même chaîne, les émissions *This Hour Has 22 Minutes* et *The Rick Mercer Report*, présentées sous forme de bulletins.

Du côté européen, l'émission britannique *Spitting Image* (1984-1996), dont les protagonistes étaient des marionnettes de latex, attirait 15 millions de téléspectateurs à son apogée (*The Guardian* en ligne, 2008). Elle a inspiré *Les Guignols de l'info* en France, entrée en ondes quatre ans plus tard. Aussi avec ce type de marionnette, ce segment de neuf minutes à Canal + chevauche les bulletins de nouvelles de 20h. Finalement, aux États-Unis, les *talk shows* de fin de soirée ont longtemps été les « hauts lieux » de ce mélange entre humour et information. Suivis par l'émission à sketches en direct *Saturday Night Live*, qui a fait ses débuts en 1975 sur les ondes de NBC, ils partagent maintenant leur auditoire avec des émissions comme *The Daily Show* et *The Colbert Report*, deux revues de l'actualité humoristiques (qui seront décrites en détail un peu plus loin) diffusées sur la chaîne câblée *Comedy Central*.

### 1.3 L'interaction entre politique et divertissement et le débat autour de l'*infotainment*

Du mélange des genres décrit précédemment découle aussi une interaction particulière, soit celle entre la politique et le divertissement. En effet, les cibles des scripteurs sont souvent les personnalités politiques. Sont dépeints leurs déboires, leurs mensonges et leurs faux pas. On s'attarde aussi à caricaturer leurs traits de caractère dominants et on se moque allègrement de leur apparence physique. Malgré tout, on voit de plus en plus de politiciens participer à des émissions de variétés, à des *talk-shows* et à des émissions humoristiques. Ces politiciens deviennent même souvent les têtes d'affiche et attirent une bonne part de l'auditoire.

La situation semble profiter aux deux partis : les politiciens ont la possibilité d'augmenter leur visibilité auprès des citoyens alors que les diffuseurs comptent sur leur présence pour faire augmenter leurs cotes d'écoute. Toutefois, le couteau est à double tranchant, surtout pour les personnalités politiques. En effet, si elles peuvent inciter la sympathie du public en se présentant sous un jour plus décontracté ou en acceptant de se prêter au jeu de l'autodérision, il y a toujours la possibilité qu'elles se

ridiculisent. Parfois, cela peut aller jusqu'à entraîner une perte de crédibilité et même une perception négative de la part des électeurs. Rappelons-nous ici le tollé qu'a provoqué l'apparition d'André Boisclair dans un sketch des Justiciers masqués parodiant le film *Brokeback Mountain*. On y voyait l'ex-chef du Parti québécois regarder dans une tente, où deux personnes torse nu incarnant George W. Bush et Stephen Harper s'amusaient avec des cerises et de la crème fouettée, et ensuite dire que le Québec n'entrerait pas là-dedans. Boisclair, face aux nombreuses critiques, a finalement admis qu'il regrettait cette apparition, après avoir affirmé à plusieurs reprises qu'il n'avait pas vu l'entièreté du sketch avant sa diffusion. Comme l'affirment Lochard et Soulages (2003),

l'accès à la société du spectacle télévisuel est désormais ouvert à toutes les identités sociales, mais il a un coût : le refus du sérieux et l'aptitude à l'autodérision, d'autant plus cher à payer que les personnes invitées se réclament de responsabilités et du sérieux de leur fonction (cité dans Neveu, 2003 : 9).

De telles situations nous amènent à nous questionner maintenant sur ce que le public de son côté peut retirer de l'interaction entre politique et divertissement et, plus généralement, de l'*infotainment*.

Depuis son avènement, l'*infotainment* compte de nombreux détracteurs. Ceux-ci y voient pour la plupart un détournement et un abêtissement de l'information dans le but d'attirer une part toujours plus grande d'un public qu'ils considèrent souvent passif et avide de spectaculaire. Jay G. Blumler estime cette manière d'informer est partiellement responsable de la crise de la communication politique en Occident. Selon lui, ce type de télévision, dépendante de la compétition et désireuse de plaire aux consommateurs (moins intéressés par les questions politiques) à tout prix, peut contribuer à « l'essor des électeurs démotivés et abstentionnistes » (cité dans Brants, 2003 : 143).

Un danger résiderait donc dans la perception du public par les médias. Pour ces derniers, les citoyens se seraient transformés en consommateurs et le moyen

de s'adresser à ceux-ci serait devenu inapte à leur fournir suffisamment d'informations pertinentes pour faire des choix éclairés et s'impliquer dans leur environnement sociopolitique. Blumler pointe surtout du doigt les États-Unis qui sont pour lui l'exemple le plus criant de ce qui va mal dans les médias d'information. Le système médiatique de ce pays, régi en majeure partie par les lois du marché, est en effet très différent du modèle centré sur la télévision publique au service du citoyen souhaité par Blumler et plusieurs autres chercheurs en communication.

De l'autre côté, on retrouve ceux qui, au contraire des premiers, voient de nouvelles possibilités en l'*infotainment*. C'est le cas du Néerlandais Kees Brants, du Britannique Brian McNair et de l'Américain Pippa Norris qui se demandent si l'*infotainment* ne pourrait pas signifier une « représentation du politique plus accessible, davantage capable de créer un pont entre l'expérience ordinaire des citoyens et les grands enjeux » (Neveu, 2003 : 12). Ces chercheurs critiquent aussi le discours (qualifié d'orthodoxie critique) sous-jacent aux attaques virulentes contre l'*infotainment*, qui s'apparente selon eux au paradigme de la toute puissance des médias sur un public passif alors qu'eux seuls peuvent s'en distancer.

#### 1.4 Notre problématique

Ce survol de quelques tendances et transformations dans le traitement de l'actualité télévisée aux États-Unis, et plus particulièrement des fusions et amalgames (entre information, politique et divertissement) qui le caractérisent, nous incite à nous interroger sur le contenu et l'articulation de ces émissions qui mélangent divertissement et information. D'une part, elles sont un centre d'intérêt soutenu alors que les bulletins de nouvelles conventionnels perdent de leur auditoire chaque année et, d'autre part, elles se retrouvent au milieu d'un débat qui, bien qu'entamé il y a plusieurs années, se poursuit toujours.

C'est dans cette optique que nous nous concentrerons spécifiquement sur des émissions humoristiques dont la plus grande portion est réservée à l'actualité et à la politique. Ainsi, il sera plus facile d'englober les diverses facettes de la situation dont nous venons de faire état. Notre choix s'est posé sur *The Daily Show* et *The Colbert Report*, toutes deux diffusées sur les ondes de la chaîne câblée *Comedy Central*, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, elles mettent quotidiennement l'actualité politique en premier plan et invitent régulièrement des personnalités politiques, issues la plupart du temps du circuit américain, mais également de la scène internationale. Ensuite, elles sont présentement parmi les plus populaires du genre, attirant en moyenne plus d'un million de téléspectateurs, soit 1,6 million pour *The Daily Show* et 1,2 million pour *The Colbert Report* (Project for Excellence in Journalism, 2007). C'est un nombre considérable pour des émissions câblées, surtout lorsqu'on fait la comparaison avec Fox News, la chaîne câblée d'information la plus écoutée comme nous l'avons vu plus tôt.

Finalement, selon une étude parue en avril 2007, les téléspectateurs qui regardent régulièrement ces deux émissions ont obtenu le plus haut score à l'échelle nationale lorsque interrogés pour tester leurs connaissances en matière d'affaires publiques, (Keeter et Kohut, 2007). Ils étaient mis en relation non seulement avec le public de la télévision, mais aussi avec les lecteurs de journaux (sur papier et Internet), les auditeurs de radio et ceux qui fréquentent des blogues. Même si plusieurs facteurs entrent ici en jeu, comme le fait que ces téléspectateurs font appel à un plus grand nombre de sources d'information que la moyenne, les auteurs de l'étude rappellent que les habitudes de consommation de nouvelles ainsi que les caractéristiques sociodémographiques et politiques de ce groupe ne peuvent expliquer à elles seules l'écart important qui le sépare de la moyenne. Il y aurait donc dans ces émissions la possibilité d'une certaine « valeur ajoutée » en comparaison aux autres sources d'information.

Ce constat irait à l'encontre de certaines appréhensions qu'ont des chercheurs face au mélange entre information, politique et divertissement mentionné plus tôt.

De là émerge notre question de recherche centrale, qui est la suivante : les émissions humoristiques à saveur politique *The Daily Show* et *The Colbert Report* peuvent-elles fournir aux téléspectateurs un contenu substantiel en matière d'information et de réflexion politique et ainsi partiellement répondre à la mission démocratique des médias? De cette question découlent deux sous-questions principales qui paraissent très simples, mais qui soulèvent des points essentiels. Les voici : Qu'est-ce que les émissions étudiées mettent sur la scène publique? Comment le font-elles?

### 1.5 Quelques définitions

Avant de passer aux objectifs liés au problème de recherche, il est essentiel d'identifier et de décrire les éléments-clé de la question principale. Nous débuterons avec une description des deux émissions à l'étude.

*The Daily Show*, créé par Madeline Smith et Lizz Winstead, est entré en ondes sur la chaîne *Comedy Central* en 1996. Elle a au début pour hôte Craig Kilborn, qui quitte l'émission en 1998 pour être remplacé par Jon Stewart en janvier 1999. Si Kilborn était seulement un animateur, Stewart, pour sa part, s'implique dans la rédaction du *Daily Show*. Cette émission, qui prend la forme d'un bulletin de nouvelles télévisé, traite de l'actualité de façon humoristique.

Stewart interviewe des personnalités, qui sont souvent issues de la sphère politique. C'est ainsi qu'il a reçu entre autres John Ashcroft, Bill Clinton, Joe Lieberman, Jimmy Carter, Al Gore, John Kerry et même le président pakistanais Pervez Musharraf. L'ex-première ministre de ce même pays, Benazir Bhutto, qui a été assassinée à la fin de 2007, devait également faire partie de ses invités. Stewart fait également appel à de « faux » correspondants, envoyés un peu partout sur la planète *blue screen*<sup>3</sup>. C'est toutefois le commentaire d'extraits qui fait la particularité du *Daily Show*.

---

<sup>3</sup> Correspond à une méthode de tournage sur fond bleu, qui est ensuite remplacé par une image au choix par le biais d'un processus d'incrustation-couleur.



En effet, pendant une bonne partie de l'émission, des extraits vidéo des nouvelles des autres réseaux et des événements politiques du jour sont montrés à l'écran. Ils sont joués et fréquemment interrompus pour que l'hôte puisse émettre des commentaires à leur endroit. On assiste donc en quelque sorte à une analyse en direct (qui a toutefois été rédigée à l'avance, bien entendu) de clips de l'actualité.

*The Colbert Report* vient du *Daily Show* dans le sens où l'un des correspondants de ce dernier est devenu l'hôte du *Colbert Report*. Ses créateurs sont Stephen Colbert, Ben Karlin et Jon Stewart et il a été diffusé pour la première fois en 2005, encore une fois sur les ondes de *Comedy Central*. Étant aussi une parodie critique de l'actualité politique et médiatique, cette émission diffère de la dernière surtout par la personnalité de l'animateur.

En effet, Stephen Colbert, au lieu de se mettre dans la peau d'un lecteur de nouvelles conventionnel, joue plutôt le rôle d'un animateur d'émission qui prend clairement position par rapport aux événements de l'actualité. Il parodie en fait Bill O'Reilly, animateur ultra-conservateur de l'émission *The O'Reilly Factor* diffusée sur les ondes de Fox. D'ailleurs, Colbert utilise l'expression *Papa bear* pour désigner O'Reilly lorsqu'il fait référence à lui dans son émission. Le personnage de Colbert (qui porte le même nom que lui) incarne ainsi une idéologie de droite, très conservatrice qui influence tous ses propos. Il ne se gêne pas pour dénoncer ce qui est associé au clan démocrate et à ses partisans ou encore ce qui se rapproche d'une idée libérale. C'est donc une ironie poussée à l'extrême qui est ici mise en scène.

D'ailleurs, dès le début du générique, il est facile de remarquer le ton qui sera adopté tout au long de l'émission. On y voit un aigle « américain » traverser l'écran dans un décor tapissé de bleu, de blanc et de rouge. Au milieu de cet arrière-plan numérique se retrouve, sur une plate-forme, Stephen Colbert, qui brandit un immense drapeau des Etats-Unis. Les mots « *powerful* », « *gripping* », « *incisive* », « *courageous* »,

« *exceptionnal* », « *relentless* », et le néologisme « *lincolnish* » défilent aussi à l'écran.

Bien entendu, le terme « information », qui est très large, se doit également d'être explicité en fonction du contexte de notre recherche. Ici, il a une saveur journalistique, dans le sens où il est défini comme étant l'ensemble des renseignements communiqués au public à propos des événements locaux et internationaux qui ponctuent le quotidien. L'information est ainsi liée à l'actualité rapportée. Les émissions d'information englobent donc les bulletins de nouvelles, les émissions d'affaires publiques ainsi que les programmations spéciales qui touchent entre autres la couverture des campagnes électorales.

Le concept de scène publique, pour sa part, fait référence à la philosophie politique et, plus particulièrement, à la vision de l'espace public d'Hannah Arendt. Cette dernière parle d'un « processus de publicisation qui fait qu'un événement, une action, un problème, un acteur est 'mis en scène publique' » (Breton et Proulx, 2006 : 204). Même si ce concept a été développé indépendamment de l'idée de la télévision, il peut s'y rattacher dans l'optique où cette dernière constitue un des supports à cette scène dans notre société contemporaine.

## 1.6 Les objectifs et le type de recherche

La question centrale énoncée plus tôt nous a permis de fixer un objectif général de recherche qui servira de fil conducteur tout au long de ce mémoire. Ici, le but du projet est de cerner la contribution de deux émissions humoristiques traitant d'actualité, *The Daily Show* et *The Colbert Report*, à l'information et à la réflexion politique télévisées aux États-Unis. Pour ce faire, il faudra plus spécifiquement déceler dans un premier temps les éléments des émissions dont le contenu est de nature informationnelle et politique. Il sera également crucial de mettre en relation ce contenu avec l'ensemble de ce qui est traité dans l'émission afin d'en relativiser l'importance. Dans un

deuxième temps, nous devons nous pencher sur la manière de véhiculer ce contenu. L'approche et le ton seront donc aussi pris en considération.

Le type de recherche qui sera effectué pour répondre à notre objectif est donc une analyse de contenu. Même si nous aurons recours à des données quantitatives cette analyse sera en majeure partie qualitative. Ce faisant, nous préférons la qualifier de mixte.

Pour des raisons de faisabilité, qu'il s'agisse de contraintes de temps ou de moyens, il n'était pas envisageable d'étudier les émissions et leur lien avec l'information et la politique dans tout ce qu'elles impliquent, incluant leur réception par les téléspectateurs.

### 1.7 Intérêt et originalité de la recherche

Nous croyons qu'un des intérêts premiers de notre recherche réside en l'analyse d'un phénomène alliant deux mondes (le divertissement et l'information) la plupart du temps séparés dans les recherches en communication et plus particulièrement en télévision. Comme l'affirme Dahlgren, « our interest in television tends to lean towards an emphasis *either* on information, news, current events – the representations of reality – *or* a focus on fiction and entertainment » (Dahlgren, 1995 : 37).

Ensuite, la question de l'*infotainment*, dont on parle un peu partout, mérite d'être éclairée, car cette expression devient peu à peu un mot-valise à caractère négatif la plupart du temps. De plus, quand on s'y attarde au plan théorique, c'est encore ce caractère négatif qui l'emporte, sans que des études empiriques ne soient nécessairement conduites. En effet, Brants, McNair et Norris, qui tentent d'observer l'autre côté de la médaille de l'*infotainment*, font figure d'exception dans l'approche de ce phénomène. Il nous a donc semblé pertinent de creuser un peu plus loin dans cette direction, tout en gardant certaines réserves, bien entendu. Il ne s'agit pas ici de glorifier le

tandem information/divertissement, mais plutôt de l'aborder d'un autre angle, dans le but d'en faire ressortir les éléments à la fois positifs et négatifs qui peuvent influencer sur l'information à laquelle ont accès les téléspectateurs américains.

Finalement, dans un domaine subissant des transformations majeures en ce moment, nous avons cru nécessaire de nous interroger sur une des tendances importantes, qui modifie le visage de l'information télévisée aux États-Unis. En outre, la popularité croissante des émissions dont notre recherche fait objet, nous signale que cette tendance n'est pas sur le point de s'estomper. La preuve la plus évidente est l'animation de la cérémonie des Oscars, qui a été confiée en 2008 pour la deuxième année à Jon Stewart.

## CHAPITRE II

### CADRE CONCEPTUEL ET THÉORIQUE

#### 2.1 Télévision, information et communication politique

Avant toute chose, il est essentiel de tenter de cerner le rôle des médias en général en ce qui concerne l'information et la communication politique. Selon Blumler et Gurevitch :

They [les médias] set much of the agenda of political debate. They hope to determine which political demands will be aired, and consequently have a chance of being satisfied, and which others will be relatively muted. They affect the chances of governments and other political actors to secure essential supports. And they present a broader or narrower band of opinion about the issues of the day should be tackled, structuring the options between which voters may choose (Blumler et Gurevitch, 1995 : 60-61).

Ils représenteraient donc un point névralgique dans la communication informationnelle et politique; capables d'orchestrer une part déterminante des messages qui se rendront aux citoyens. Sans vouloir entrer en profondeur dans un sujet très riche et complexe, précifions ici que les deux auteurs ne perçoivent toutefois pas les médias comme

des véhicules omnipotents manipulant les opinions d'un public passif, au contraire d'autres qui n'hésitent pas à identifier les médias à de simples agents de propagande.

Guy Lochard et Henri Boyer partagent ce point de vue qui est exposé dans leur ouvrage *Notre écran quotidien : une radiographie du télévisuel*. Ainsi, les deux auteurs attribuent à la télévision un pouvoir culturel profond qui correspond à celui de départager les idées marginales de celles qui sont légitimes. Ils font d'ailleurs une analogie à un tribunal des mots et des idées (Boyer et Lochard, 1995 : 39-40). Cette vision rappelle celle de Stuart Hall, un des pionniers du mouvement des *Cultural Studies*, qui a étudié les façons par lesquelles les médias légitiment certains groupes sociaux et en marginalisent d'autres dans leurs couvertures d'événements (Hall, 1984).

Peter Dahlgren abonde dans ce sens en accordant à la télévision une place de premier plan dans l'univers informationnel et politique, et s'attarde particulièrement à ses interrelations avec l'espace public. Même s'il anticipe déjà en 1995 l'arrivée d'une transformation de la communication médiatique par le biais d'Internet, il voit toutefois la télévision comme étant, pour le meilleur et pour le pire, l'institution majeure de l'espace public dans notre société moderne (Dahlgren, 1995 : x).

## 2.2 Rôles et missions démocratiques du journalisme télévisé

Maintenant que l'importance de la télévision aux niveaux de l'information et de la communication politique a été établie, il s'agit à présent de définir plus précisément les rôles que l'on attribue au journalisme télévisé ainsi que la mission démocratique que plusieurs apposent à ce dernier. Avant d'entrer de plain-pied dans cette section, nous jugeons qu'un bref rappel historique des circonstances qui ont mené autant d'auteurs en communication et en politique à mettre l'accent sur cette mission démocratique est souhaitable.

Selon Theodore Peterson, cette mission provient de la doctrine de la responsabilisation sociale qui a elle-même « été inspirée d'abord par les effets sur l'information de la révolution technique et industrielle » (Terrou, 1995 : 47). Cette doctrine s'est introduite aux États-Unis d'une certaine manière en réaction à la doctrine libérale pure. Elle découle également d'un courant critique face à l'information et la presse qui remonte à la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle. Les pratiques dénoncées alors sont encore la cible de critiques virulentes aujourd'hui. Ainsi, on visait surtout la subordination de la presse et des diffuseurs d'information aux grandes entreprises, la trop grande place accordée au sensationnalisme et l'attitude réfractaire aux nouvelles idées compromettant le libre-marché des idées (*open market*). On retrouve aussi des éléments-clés de la doctrine de la responsabilisation sociale dans les recommandations de la *Commission on Freedom of the Press* (1947).

### 2.2.1 Les rôles communicationnels du personnel médiatique

Blumler et Gurevitch divisent les rôles communicationnels du personnel médiatique en quatre catégories, qui ne sont évidemment pas mutuellement exclusives. Tout d'abord, il y a le guide éditorial (*editorial guide*), qui suit une orientation ou une ligne de pensée facile à cerner. Ensuite, on retrouve le modérateur, qui tente de présenter les différents points de vue dans un souci d'équilibre. Le troisième rôle correspond pour sa part à celui de chien de garde (*watchdog*). Les journalistes qui l'occupent surveillent de près les personnalités en position de pouvoir afin que ceux-ci rendent compte de leurs actes envers les citoyens. Ils se perçoivent et se comportent en quelque sorte comme des gardiens des valeurs démocratiques et de l'intérêt public. Finalement, le rôle d'*entertainer*<sup>4</sup> est associé à des fonctions de spectacle et de divertissement. À chaque rôle est jumelé un type d'auditoire, mais comme nous ne nous attardons pas à la réception dans cette recherche, la description de ces catégories

---

<sup>4</sup> Malheureusement, nous n'avons pas trouvé d'équivalent en français qui rende parfaitement la signification de ce mot, car amuseur n'a pas exactement le même sens.

ne ferait qu'alourdir inutilement le texte. Comme ces rôles se fondent souvent l'un dans l'autre au sein des émissions télévisées, il nous est difficile de donner ici des exemples concrets pour chacun.

Quoiqu'il sera impossible d'assigner un rôle communicationnel unique au *Daily Show* et au *Colbert Report*, les catégories présentées pourront du moins nous indiquer vers quoi les émissions tendent davantage. Même si le rôle d'entertainer prendra probablement une part importante, nous sommes d'avis que celui de chien de garde pourrait également avoir une place significative étant donné que les animateurs s'attardent souvent aux erreurs et aux gestes contradictoires commis par les politiciens.

### 2.2.2 La mission démocratique du journalisme

En ce qui a trait à la mission démocratique du journalisme, spécifions tout de suite qu'il s'agit d'un idéal, impossible à atteindre complètement compte tenu de plusieurs contraintes que nous verrons plus tard. Blumler et Gurevitch divisent cette mission en huit points qui sont les suivants (Blumler et Gurevitch, 1995 : 97) :

- La surveillance de l'environnement sociopolitique et des développements susceptibles d'influencer, positivement ou négativement, le bien-être des citoyens.
- Un *agenda setting* significatif, qui fait le point sur les événements-clés du jour, tout en incluant les facteurs qui les ont forgés.
- La mise en place d'un cadre pour des plaidoyers intelligibles et éclairants de la part du personnel politique et des porte-parole des divers groupes d'intérêt.
- L'établissement d'un dialogue à travers une vaste gamme de points de vue entre les détenteurs du pouvoir et le public.
- Des mécanismes incitant ces détenteurs du pouvoir à rendre compte de l'exercice de leurs fonctions.
- Un encouragement vers une participation citoyenne active.
- Une résistance face aux forces extérieures susceptibles de subvertir leur



indépendance (des journalistes).

- Un respect pour l'auditoire, ayant la volonté de s'informer et la capacité d'intégrer les éléments de son environnement politique.

Cette liste de points, même si elle correspond à un idéal de la mission démocratique des médias, pourra nous aider à évaluer les productions étudiées, en observant si, malgré leur caractère divertissant, ces dernières peuvent partiellement répondre à ces attentes.

### 2.3 Quelques obstacles à la réalisation de la mission démocratique du journalisme télévisé

Comme nous l'avons remarqué en partie un peu plus tôt avec les critiques soulevées par Theodore Peterson, les contraintes empêchant la pleine réalisation de la mission démocratique du journalisme sont surtout organisationnelles. En effet, nonobstant toute la bonne volonté qu'auraient les journalistes, plusieurs enjeux sont ancrés à des niveaux échappant à leur contrôle. Peter Dahlgren le souligne d'ailleurs dans un passage de son livre *Television and the Public Sphere* sur l'industrie télévisuelle :

« Many journalists perceive the organizational imperatives as hiding the realization of professional ideals. These insights are important, because they underscore that most journalists operate under considerable constraints, despite the popular image of the hero-journalist, and these constraints can be understood in terms of organizational factors » (Dahlgren, 1995 : 27).

#### 2.3.1 La quête incessante d'un plus large auditoire

Mais quels sont ces facteurs organisationnels? Tout d'abord, les impératifs économiques y sont pour beaucoup. Effectivement, dans un système commercial et concurrentiel comme celui qui prévaut à la télévision américaine, la recherche d'un large auditoire est incontournable. Étant donné que la plupart des bulletins de nouvelles des chaînes hertziennes sont dépendants des revenus publicitaires,

cette contrainte est très présente en information.

Le type de rôle que les médias adopteront alors est relié à l'opinion qu'ils se font des téléspectateurs. Plusieurs auteurs, dont Blumler, Gurevitch, Dahlgren, Lochard et Peterson, estiment que cette perception du public est plus ou moins reluisante. Ainsi, le consommateur prendrait la place du citoyen, et le téléspectateur, dit moyen, n'aurait qu'un intérêt minime pour les enjeux politiques présentés de façon rationnelle et réflexive étant plutôt attiré par le drame et le spectacle. Ces auteurs voient donc dans la montée du divertissement à l'intérieur de l'information et la communication politique une manière stratégique motivée par des raisons économiques. Ces raisons économiques encourageraient également selon eux une simplification exagérée des événements présentés. Un exemple serait la couverture d'élections mise en scène comme une course de chevaux<sup>5</sup>, mettant à l'arrière-plan les programmes et intentions politiques des candidats au profit d'une dynamique de compétition.

### 2.3.2 La question du temps

En plus de l'orientation générale de la chaîne au sein de laquelle ils doivent travailler, les journalistes doivent composer avec des échéanciers extrêmement serrés, qui ne donnent que peu d'espace à une analyse poussée et une recherche en profondeur. Ayant suivi de très près la couverture des élections générales d'avril et mai 1979 en Grande-Bretagne par la *British Broadcasting Company* (BBC), Blumler et Gurevitch ont ainsi remarqué que l'éditeur en chef de la section politique se retrouvait souvent encore en train de faire les liens entre les différents extraits de discours moins d'une heure avant le bulletin de soirée (1995 : 137).

Les contraintes de temps sont encore plus significatives aujourd'hui, avec les transformations du rythme de la diffusion de l'information survenues par le biais

---

<sup>5</sup> L'expression en anglais est *horse race*, qui a été traduite littéralement ici, faute d'un équivalent aussi significatif en français.

des chaînes d'information continue. En effet, l'entrée en ondes de la chaîne câblée CNN a en quelque sorte accéléré la vitesse moyenne de transmissions des nouvelles. Nous assistons donc plus que jamais à une course à la manchette<sup>6</sup>, ce qui diminue l'espace accordé à une réflexion plus mûrie.

Les restrictions au niveau du temps se font aussi ressentir par l'entremise de la proportion des bulletins de nouvelles attribuée à l'analyse et aux entrevues de fond, coincée entre une panoplie de rubriques, de la météo aux sports, en passant par les brèves artistiques et culturelles. Notre but ici n'est pas de minimiser l'importance de ces segments, mais plutôt de souligner le fait que leur grand nombre ne permet pas une couverture exhaustive des enjeux quotidiens.

### 2.3.3 L'objectivité et la neutralité à tout prix

Le principe d'objectivité occupe une place prépondérante dans le journalisme occidental. Il a même été élevé au rang de valeur suprême dans l'éthique journalistique et apparaît parmi les qualités dont les chaînes diffusant des émissions d'information se targuent le plus. Ce principe, quoiqu'il soit essentiel à un équilibre dans la couverture de l'actualité, surtout dans le cas des questions politiques, peut toutefois avoir certains effets pervers. En effet, la quête absolue de l'objectivité et la volonté de distanciation y étant souvent associée peuvent retenir les journalistes dans leurs analyses, car ils doivent constamment prendre leurs précautions pour ne pas se faire accuser d'avoir un parti pris ou d'être biaisé. Ainsi, la mise en relief d'une erreur commise par un politicien ou d'une position jugée inappropriée sur un dossier, pourrait, dans certaines circonstances, être interprété comme un signe de partialité.

Cette prudence poussée à l'extrême fait d'ailleurs partie des rares points négatifs de la couverture de la campagne électorale de 1992 en Grande-Bretagne par la

---

<sup>6</sup> Pour plus de détails sur CNN et son impact sur l'information télévisée, voir *L'information en continu* (1997) et *CNN et la mondialisation de l'imaginaire* (2000) d'Andrea Semprini.

BBC, soulevés par Blumler et Gurevitch. Nous n'irons toutefois pas jusqu'à affirmer, comme Stuart Hall et ses collaborateurs, que ce souci de neutralité peut éventuellement cacher un appui implicite aux institutions les plus puissantes et aux groupes dans la société dont ils bénéficient. Au lieu de privilégier le libre-marché des idées, la neutralité des médias aurait plutôt tendance à privilégier les positions dominantes ou hégémoniques (Hall, 1984).

#### 2.4 Contourner les obstacles

Comme les obstacles dont nous avons fait état sont souvent structurels et organisationnels, nous pouvons supposer qu'un autre type de fonctionnement encadrant des émissions traitant d'information et de politique pourrait influencer sur ceux-ci. Le premier obstacle, soit celui lié à l'auditoire et la publicité, peut-être amenuisé par le fait qu'une émission soit présentée sur une chaîne câblée plutôt que hertzienne. Le revenu des chaînes câblées provenant des abonnements, les émissions qui s'y retrouvent ne subissent pas la pression d'attirer les publicitaires, puisqu'ils ont un revenu assuré. Une plus grande liberté, et parfois une indépendance accrue peuvent en découler. L'exemple que nous donnons ici n'est pas relié à l'information, mais plutôt à la fiction, car il explicite clairement et simplement le phénomène. Ainsi, lorsque nous comparons les séries de fiction diffusées sur les chaînes hertziennes (ABC, CBS, NBC) à celles présentées par certaines chaînes câblées, force est de constater que ces dernières offrent un contenu moins traditionnel, plus *politiquement incorrect*, et plus enclin à aborder divers tabous que leurs consœurs des grands *networks*. Effectivement, la mère de famille en banlieue qui vend de la marijuana de *Weeds*, diffusée sur les ondes de Showtime, ou encore le langage coloré des *Sopranos* à HBO, auraient difficilement trouvé leur place ailleurs que sur une chaîne câblée.

*The Daily Show* et *The Colbert Report* étant diffusées sur la chaîne câblée *Comedy Central*, il serait donc raisonnable de croire que ces émissions profitent

d'une plus grande liberté au niveau du contenu qu'ils peuvent mettre en ondes. Nous estimons que les deux émissions, dont le contenu de nature politique est omniprésent, ont l'occasion, par le biais de leur cadre de diffusion particulier, d'aborder les enjeux quotidiens avec plus de latitude. Cette latitude sera explicitée davantage lorsque nous reviendrons sur la question de l'objectivité un peu plus loin.

Maintenant, si nous passons à la contrainte du temps, *The Daily Show* et *The Colbert Report* étant des quotidiennes, nous pouvons difficilement concevoir que leurs rédacteurs disposent d'un échéancier sensiblement moins serré que celui des chefs d'antenne et des journalistes qui préparent les bulletins de nouvelles. Toutefois, comme ils sélectionnent et utilisent souvent du matériel déjà enregistré par d'autres chaînes, une longue portion de la production est évitée. Il reste à savoir si ce temps économisé sert à pousser plus loin leurs propos et l'analyse des extraits choisis.

Notons par la même occasion que cette réutilisation de matériel, si elle a d'une part le mérite de permettre à la production de mettre ses efforts ailleurs que sur la collecte d'images et de discours, peut, d'autre part, présenter des inconvénients de taille. La récupération pose tout d'abord comme risque un problème de mise en contexte, étant donné que les extraits, butinés à gauche et à droite, sont départis de leur cadre original. Ceux qui les montrent doivent conséquemment faire preuve de rigueur et de vigilance lorsqu'ils les introduisent et les commentent afin d'éviter de faire apparaître la partie pour son tout.

L'usage de séquences tournées par d'autres peut également avoir pour effet de limiter la couverture des événements à ce qui a déjà été mis en scène, sans vouloir entrer en détail dans la notion disant que le simple fait de cadrer implique une marque d'énonciation. D'un point de vue plus positif, cet usage a cependant l'avantage d'ouvrir la porte à un regard, une réflexion sur la manière dont l'information est traitée par les médias télévisuels. Les animateurs de *The Daily Show* et de *The Colbert Report*

prennent d'ailleurs un malin plaisir à faire ressortir le ridicule ou encore la vacuité de certaines interventions des journalistes de la télévision. Nous reviendrons sur cet élément réflexif dans la section portant sur le cadre particulier de nos deux émissions.

Si nous poursuivons au sujet de la contrainte du temps, mentionnons que les programmes humoristiques de *Comedy Central* sur lesquels nous nous concentrons dans cette recherche n'ont pas l'obligation des bulletins de nouvelles d'offrir au public un panorama complet de l'actualité qui inclut, comme nous l'avons vu plus tôt, le sport, les arts et la culture, la météo ainsi que les faits divers. Ils disposent donc de plus de temps pour s'attarder aux nouvelles qui ont retenu leur attention. Nous pouvons ainsi prévoir, au moment de l'analyse, un contenu moins diversifié avec des segments plus longs que ceux des bulletins de nouvelles.

Finalement, la question de l'objectivité prend un tout autre sens lorsqu'on la met en lien avec des émissions humoristiques. Libéré de contraintes organisationnelles, *The Daily Show* et *The Colbert Report* n'ont pas l'obligation de se soucier de l'impératif d'objectivité et de neutralité. Elles ont ainsi la liberté de traiter des mêmes enjeux qui sont abordés dans les journaux télévisés conventionnels sans avoir à se censurer autant, et bénéficient donc encore une fois d'une plus grande latitude. Si les rédacteurs ont l'intention de montrer du doigt une personnalité ou une situation qu'ils souhaitent dénoncer, ils peuvent le faire sans avoir à mettre des gants blancs.

Nous pensons ainsi retrouver un ton plus critique, voire plus mordant, dans les deux émissions que dans les bulletins télévisés. Évidemment, une couverture laissant de côté complètement le principe d'objectivité peut tomber dans le piège du parti pris excessif. Ceci aurait pour conséquence une perte de crédibilité auprès de l'auditoire. Sans vouloir trop s'avancer, nous sommes d'avis que même si cet auditoire est en majeure partie plus près du clan démocrate que républicain, *The Daily Show* et *The Colbert Report* attaquent les deux côtés, quoiqu'il est toujours plus facile de s'en

prendre à ceux en position de pouvoir, soit les républicains au moment de la diffusion des épisodes sélectionnés.

En bref, il nous est possible de constater que les émissions qui font l'objet de notre recherche ont l'occasion, à travers leur structure et leur contexte de diffusion particuliers, de contourner certains obstacles auxquels est confronté le journalisme télévisé traditionnel. Il nous restera à découvrir, au cours de l'analyse, ce qu'elles font de cette plus grande marge de manœuvre et si cette liberté se traduit en valeur complémentaire ou ajoutée en comparaison aux bulletins de nouvelles des chaînes.

## 2.5 Les craintes suscitées par le trio information/politique/divertissement

Malgré les possibilités inhérentes aux émissions alliant information, politique et divertissement, que nous venons tout juste de mettre en relief, ce trio présente des dangers et des possibilités de dérapage pour plusieurs auteurs. La section qui suit se veut donc un résumé de ces craintes.

### 2.5.1 Une perte de transcendance

La présence du politique à l'intérieur du cadre du divertissement peut avoir l'effet de ce que Guy Lochard appelle une perte de « transcendance » du politique. Dans ce contexte, il décrit ainsi le changement observé dans l'attitude des politiciens à l'égard de ceux qui traitent l'information :

On est passé en peu de temps de l'intimidation à la séduction, de la méfiance hautaine à une recherche de complicité avec les détenteurs des espaces d'exposition. (...) Ce règne de la « vidéopolitique », qui survalorise les interprètes de l'opinion publique, semble en effet avoir un prix : la déstabilisation de la théâtralité politique traditionnelle à travers la dévaluation de l'image publique de ses représentants élus, mise en relief parfois par des inversions, choquantes pour l'opinion, des places des médiateurs et des dépositaires du pouvoir. (2005 :75)

Si cette vision peut sembler aller un peu trop loin, elle a toutefois le mérite de nous faire prendre conscience de certaines conséquences de l'union du politique avec le divertissement. Il faudra ainsi garder cette idée en tête lorsque nous nous pencherons sur les interventions de personnalités politiques dans les émissions analysées.

### 2.5.2 Un encouragement au cynisme

De leur côté, Cappella et Jamieson (1996) ont démontré de façon empirique qu'une couverture négative de la politique (*The Daily Show* et *The Colbert Report* se moquent tous deux de situations et de personnalités politiques, montrant souvent ces derniers comme des incompetents) peut partiellement conduire à un phénomène de cynisme public et à une baisse de confiance des citoyens en leurs institutions politiques.

Blumler et Gurevitch déplorent ce cynisme et l'identifient comme une des causes de la crise de la communication politique en Occident, plus particulièrement en Europe et aux États-Unis. Ce surplus d'oxygène accordé au cynisme (*over-supply of oxygen for cynicism*) (1995 : 213) proviendrait d'une visibilité accrue des efforts de manipulation de la part des médias et des politiques en plus de la montée du caractère négatif des messages véhiculés par les journalistes.

### 2.5.3 Une frontière de plus en plus floue

Une autre réticence face au mélange entre information, politique et divertissement provient de la perception d'un flou grandissant entre ce qui est du journalisme et ce qui n'en est pas, et qui correspondrait davantage à de la culture populaire. Sans cette distinction, il devient de plus en plus complexe de définir ce qui serait idéalement du « bon journalisme » (Dahlgren et Sparks : 1992). Ce « bon journalisme » se définirait ainsi : « 'good journalism' must in part depend on its capacity to attract and engage the audience, to stimulate the processes of mening-making and critical reflection » (Dahlgren, 1995 : 50).



Cette définition, et surtout les concepts qui la forment, pourront nous guider lors de l'analyse des productions. Elle nous fournit ainsi des moyens pour « sonder » ce flou et tenter de comprendre les interactions entre la portion journalistique et la portion divertissante des émissions. Des éléments servant à démontrer des dangers de l'information/divertissement nous donnent donc une base pour aller observer directement ce qu'il en est vraiment.

## 2.6 Une étude sur les liens entre politique et divertissement

Afin de démystifier un peu la relation entre information, politique et divertissement, et pour vérifier sur le terrain le « bien-fondé » des attaques multiples contre l'*infotainment*, dont nous avons partiellement fait état dans la partie précédente, Kees Brants a suivi la couverture de trois élections législatives aux Pays-Bas entre 1994 et 2002. Malgré le fait que cette recherche ait été conduite ailleurs qu'aux États-Unis, nous croyons qu'elle peut nous orienter vers un cadre d'analyse pertinent, en plus de nous aider à formuler notre hypothèse. Le corpus de la recherche était constitué d'émissions dans lesquelles des personnalités politiques faisaient des apparitions, divisées en six genres : les journaux télévisés, l'information sérieuse (du type documentaires, émissions de discussion), les magazines (*current affairs*), les *talk-shows* et la distraction (émissions de jeux et de variétés).

Ces émissions ont été analysées selon une grille basée sur ce que Brants appelle le continuum information-distraction qu'il décrit ainsi : « À une extrémité de l'échelle se trouvent les programmes d'information sérieuse et brûlante, de l'autre, l'accent est mis sur les goûts, les styles de vie, le plaisir. » (Brants, 2003 : 154). Pour situer les programmes sur ce continuum, Brants a formulé diverses questions divisées en quelques thématiques dont le sujet, les éléments personnels et le style. La première porte sur la profondeur des questions politiques abordées ainsi que le degré d'attention accordé au fond avec les invités, alors que la deuxième aborde le traitement des qualités politiques de l'élu en comparaison avec ses qualités personnelles et familiales.

La dernière s'attarde pour sa part à l'attitude du commentateur, à savoir si ce dernier est critique et s'il se comporte comme un animateur ou plutôt comme un journaliste.

Les résultats de la recherche de Brants montrent que la corrélation entre le type d'émission étudiée et son « degré de substance » est plus faible que ce à quoi on aurait pu s'attendre. Effectivement, « des programmes de style très distrayant peuvent en même temps être très informatifs quant à leur contenu. Simultanément certains programmes qui sont « sérieux » quant à leur format, peuvent manquer complètement de contenu informatif de fond » (Brants, 2003 : 157). Cette conclusion, en plus d'amenuiser et de relativiser les menaces de l'*infotainment* à l'égard de l'information et la communication politique, souligne également les possibilités générées par l'union entre l'information et le divertissement.

Précisons toutefois que Brants ne voit pas dans ce dernier constat une solution absolue à ce que Blumler entre autres appelle la crise de la communication politique, mais plutôt une ouverture et une communication potentiellement positive entre les mondes de la politique, traditionnellement plus officiel et élitiste, et celui de la culture quotidienne. Il ajoute également un bémol en faisant référence aux études américaines de Robinson et Davis (1990) affirmant que la télévision demeure à la base un médium moins efficace que la presse pour informer parce qu'elle est davantage associée à des fonctions de plaisir et de divertissement.

## 2.7 Des cadres particuliers

Ce cadre divertissant, qui peut nuire pour certains à l'intégration des enjeux présentés aux nouvelles par le public, a, pour d'autres, le potentiel de les mettre en perspective, surtout quand il s'agit de sujets politiques abordés avec humour. C'est en fait ce qu'avancent Chris Smith et Ben Voth dans leur article *The Role of Humor in Political Argument : How « Strategy » and « Lockboxes » Changed a Political*

*Campaign* paru en 2002 dans la revue *Argumentation and Advocacy* (Smith et Voth, 2002).

Selon ces deux auteurs, qui ont suivi la couverture de la campagne présidentielle américaine de 2000 et plus particulièrement celle de ses débats dans des émissions comme *Saturday Night Live*, « by using canons of gross exaggeration, or incongruous perspectives, the comic frame allows for a new form of understanding that is otherwise not possible through traditional or tragic modes of criticism » (Smith et Voth, 2002 : 111). Cette conception, qui correspond en gros au cadre comique d'acceptation (*comic frame of acceptance*) de Burke, met de l'avant que ce cadre a l'avantage de reconnaître la faillibilité de l'être humain et sa tendance à commettre des erreurs (Burke, 1959 et 1989). Smith et Voth font également référence à Moore (1992), qui affirme pour sa part que le cadre comique interprète l'ordre social comme une entité imparfaite, et donc sujet à la critique. Nous tenterons donc de déterminer si cet aspect critique ressort de manière significative dans *The Daily Show* et *The Colbert Report* et nous nous pencherons sur la manière dont le cadre comique influence la présentation et le traitement du contenu.

Avant de conclure ce chapitre avec notre hypothèse, nous croyons important de cerner un peu mieux ce cadre spécifique aux deux émissions choisies en tentant la définition d'un genre. La classification de *The Daily Show* et *The Colbert Report* pose problème en ce sens, car elle n'a effectivement pas encore été précisée, pas même par la chaîne *Comedy Central*. Malgré le fait que nous n'avons pas de réponse complète en ce moment à ce propos (l'analyse de notre corpus nous éclairera à ce sujet), la lecture du livre *Introduction à l'analyse de la télévision* de François Jost nous a donné quelques pistes.

Selon la classification de Jost, les émissions choisies s'apparenteraient aux modes de second degré, qui détournent les modes authentifiant, fictif et ludique.

Le premier (l'authentifiant) se rattache, par exemple, aux bulletins d'information, alors que le deuxième (le fictif) correspond aux séries dramatiques. Le troisième (le ludique) englobe pour sa part les jeux télévisés. Il est donc question de versions du second degré des genres de premier niveau que nous venons de décrire. On peut y retrouver, comme c'est le cas dans *The Daily Show* et *The Colbert Report*, ce que Jost appelle des feintises énonciatives. Pour exemplifier ces dernières, il prend le cas de l'émission française *Arrêt sur image*, que l'on peut comparer à certains niveaux à notre corpus. Cette émission « revient sur des séquences données pour authentifiantes en les passant au crible de l'analyse. Ce retour réflexif de la télévision sur elle-même peut être qualifié de métacritique. » (Jost, 2004 : 33).

## 2.8 Notre hypothèse

Après avoir passé en revue quelques notions et théories à propos du journalisme télévisé et de l'interaction entre information, politique et divertissement, nous sommes maintenant en mesure de poser notre hypothèse de recherche. D'un côté, les craintes par rapport à l'*infotainment* énoncées par certains auteurs nous incitent à la prudence, mais, de l'autre, la structure, le cadre et le contexte particulier des émissions choisies nous portent à croire qu'elles ont un potentiel non négligeable au niveau d'un apport informationnel et politique. De plus, l'étude menée par Kees Brants nous encourage dans cette direction. Ainsi, en réponse provisoire à la question de recherche *Les émissions humoristiques à saveur politique The Daily Show et The Colbert Report peuvent-elles fournir aux téléspectateurs un contenu substantiel en matière d'information et de réflexion politique et ainsi répondre partiellement à la mission démocratique des médias?* nous posons l'hypothèse suivante :

*The Daily Show* et *The Colbert Report* ont la possibilité de mettre sur la scène publique des enjeux sérieux en utilisant l'humour comme outil critique et réflexif, et, malgré leur nature divertissante, elles peuvent répondre, du moins partiellement,

à la mission démocratique des médias, telle que mise de l'avant par Blumler et Gurevitch. Nous verrons dans le prochain chapitre, dédié à la méthodologie, la stratégie que nous utiliserons pour vérifier cette hypothèse.

## CHAPITRE III

### MÉTHODOLOGIE

Dans le chapitre précédent, nous avons mis en lumière divers concepts et théories tirés d'une revue de la littérature propre à notre sujet. Ceci nous a permis de formuler une hypothèse qui nous donnera à son tour l'occasion d'établir des éléments de méthodologie qui structureront notre analyse. Concrètement, il s'agira d'aller vérifier sur le terrain si la liberté organisationnelle dont disposent les deux émissions à l'étude, *The Daily Show* et *The Colbert Report*, se fait sentir au niveau du contenu. Ces éléments seront présentés à l'intérieur de ce chapitre.

Nous y verrons dans un premier temps le cas étudié, soit les émissions *The Daily Show* et *The Colbert Report*. Nous continuerons avec le type de collecte de données, qui est l'analyse de contenu, pour ensuite conclure avec la description de l'échantillon de la recherche et de la grille d'analyse.

#### 3.1 Présentation du cas

La méthode de recherche employée pour notre recherche est l'étude de cas. Comme nous l'avons mentionné plus tôt, les cas sélectionnés ici sont les émissions télévisées *The Daily Show* et *The Colbert Report* de la chaîne *Comedy Central*.

Cette méthode nous permet de concentrer nos travaux sur un corpus précis et limité, car il aurait été impossible dans le contexte de la rédaction d'un mémoire de faire le tour des émissions de divertissement traitant d'actualité aux États-Unis.

## 3.2 L'échantillon de la recherche

### 3.2.1 Le type d'échantillonnage

Nous avons choisi pour notre recherche un plan d'échantillonnage non probabiliste. Selon Bonneville, Grosjean et Lagacé,

ces plans sont fréquemment associés à une démarche qualitative de recherche, celle-ci n'ayant pas nécessairement pour objectif la généralisation des résultats d'un échantillon à une population; conséquemment, le critère de représentativité d'un échantillon ne s'avère plus essentiel (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2002: 93).

Ces auteurs associent également, dans certains cas, ces plans d'échantillonnage à des circonstances particulières entraînant des contraintes de temps ou encore de ressources. Effectuant une recherche à prédominance qualitative sur une courte période et sans budget, nous croyons que cette option est donc la plus appropriée pour notre mémoire.

Le type d'échantillonnage spécifique que nous avons retenu dans la catégorie non probabiliste est l'échantillonnage par choix raisonné. Dans cette démarche, le chercheur trie les cas selon des critères établis au préalable pour que l'échantillon réponde à ses besoins. Le critère de sélection général sur lequel nous nous sommes arrêtés est la sélection d'éléments ou de cas typiques, qui permet de sélectionner des cas représentatifs de l'ensemble, car les éléments sélectionnés correspondent à des éléments de la population que le chercheur considère comme « normaux » et « fréquents » (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2002: 95). Nous cherchons effectivement à atteindre le plus grand niveau de représentativité possible en ce qui a trait aux épisodes retenus pour l'analyse.

### 3.2.2 La taille et les dates de l'échantillon

Concrètement, notre échantillon est composé de seize épisodes, soit huit de *The Daily Show*, et huit de *The Colbert Report*, diffusés entre janvier 2007 et juin 2008. Cette période a été retenue afin que les émissions formant notre corpus soient à la fois récentes, ce qui contribue à l'actualité du propos, et aussi étalées sur un laps de temps assez étendu pour fournir une idée d'ensemble. Les épisodes ont été choisis dans différents mois par souci d'équilibre et pour que nous ayons l'occasion de voir le plus grand nombre possible de sujets traités.

Les diffusions entre le 5 novembre et le 12 février inclusivement ne feront pas partie de l'échantillon, car celles-ci correspondent à des reprises, ou encore à un format inhabituel et ainsi non-représentatif des émissions dans le cadre de leur programmation régulière. Cette situation exceptionnelle a été provoquée par la grève des scénaristes aux États-Unis, déclenchée par les 12 000 membres de la Writers Guild of America (WGA) le 5 novembre 2007. Les grévistes réclamaient de la part des studios de télévision et de cinéma un supplément financier pour leur travail vendu sous format dvd ou encore téléchargé ou lu en transit (*streaming*) sur la toile.

La station *Comedy Central* a par conséquent programmé la diffusion de reprises de *The Daily Show* et de *The Colbert Report* dès le début de l'arrêt de travail. Ce n'est que le 7 janvier 2008 que de nouveaux épisodes des deux émissions entrent en ondes. La formule est toutefois modifiée, étant donné que les scénaristes ne sont toujours pas de retour à leur poste. *The Daily Show* est alors intitulé *A Daily Show* en symbole d'appui aux scénaristes en grève, tandis que *The Colbert Report* garde le même nom, mais avec une prononciation différente (les « t » de Colbert et Report qui étaient muets à l'origine, sont dorénavant prononcés). Dans le cadre de ces circonstances particulières, Stewart et Colbert improvisent la plupart du temps sur des sujets choisis à l'avance. Les épisodes réguliers pour les deux émissions reviennent le 13 février, au lendemain de la fin du conflit de travail.



Les épisodes formant notre corpus ont également été retenus en fonction de leur disponibilité. Comme *The Daily Show* et *The Colbert Report* sont deux quotidiennes, elles n'existent pas sous format dvd et la seule façon de les obtenir sur une longue période (soit en dehors des nouveaux épisodes diffusés chaque jour) consiste à les télécharger. Les dates ont ainsi été choisies selon celles disponibles sur les sites de téléchargement (torrentz.com dans notre cas particulier).

La dernière contrainte inhérente à la sélection a été de trouver des épisodes de *The Daily Show* et de *The Colbert Report* diffusés à la même date afin de laisser la porte ouverte à une éventuelle comparaison lors de l'interprétation des données. Voici donc les huit journées de diffusion que nous avons conservées pour l'analyse :

- en 2007: les 18 août, 11 septembre et 17 octobre
- en 2008: les 27 février, 20 mars, 10 avril, 12 mai et 25 juin.

### 3.3 L'analyse de contenu

#### 3.3.1 Le choix de ce type de collecte de données

La collecte de données s'effectuera par le biais de l'analyse de contenu. Nous pensons effectivement qu'il s'agit du meilleur outil, car Mucchielli affirme que celui-ci permet d'explicitier le ou les sens qui sont contenus et/ou les manières dont ils parviennent à faire effet de sens » (2002: 36), ce qui cadre bien avec notre hypothèse.

En outre, en raison de contraintes de temps et de faisabilité, il nous était impossible d'étudier le public des émissions choisies. Effectivement, une recherche incluant la réception de *The Daily Show* et *The Colbert Report* nous aurait obligé à mener des entrevues, des focus group, ou encore des questionnaires et sondages auprès d'une population qui nous est difficilement accessible à partir du Québec, soit celle des États-Unis. Qui plus est, la population de ce pays est si importante qu'un très large échantillon aurait été requis afin de rendre nos données le moins significatives.

Même si nous nous étions attardé uniquement aux téléspectateurs des deux émissions, ceux-ci demeurent nombreux, d'autant plus que les trouver (ou isoler) aurait été une tâche pratiquement impossible.

Comme nous délaissions un des pôles de la communication, nous admettons donc que notre recherche a des lacunes au niveau de la globalité du phénomène étudié. Ce choix implique nécessairement des conséquences sur les résultats, mais aussi sur notre attitude de chercheur. Il faudra en ce sens demeurer prudente.

### 3.3.2 Présentation de la grille d'analyse

Les éléments de la grille d'analyse n'étaient pas tous identifiés au début de l'observation, car il y a des catégories qui ont émergé du terrain, c'est-à-dire de l'écoute des émissions. Cette méthode de travail, souvent associée à l'analyse qualitative, permet de mieux adapter la collecte de donnée à un contenu spécifique. La plus grande flexibilité qui en découle apporte un niveau de précision accru à la recherche. Le modèle pour coder le matériel employé est ainsi mixte, soit une combinaison du modèle ouvert, pour lequel les catégories sont définies a posteriori et du modèle fermé, pour lequel les catégories sont définies a priori. (L'Écuyer, cité dans Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2002†: 194)

Les indicateurs à la base de notre grille ont été élaborés à partir de quelques-uns des points constituant la mission démocratique des médias selon Blumler et Gurevitch, comme nous l'avons vu à l'occasion du deuxième chapitre. À ces éléments a été ajoutée la fonction du chien de garde (*watchdog*), aussi explicitée par ces deux auteurs et abordée dans le chapitre précédent. Nous y avons noté que ce rôle journalistique pourrait potentiellement correspondre aux émissions étudiées, car l'humour et, plus particulièrement, la parodie et la satire, soulève souvent des défauts ou des faiblesses chez l'individu afin de le ridiculiser et d'en tirer l'aspect comique.

Nous revoyons donc, sous forme de grille, ces points, accompagnés des indicateurs y étant reliés (*voir app. A.1*). Ces derniers constituent des éléments facilement observables lors du visionnage des épisodes sélectionnés. Ainsi, à mesure que des indicateurs seront identifiés (ou repérés) dans chacune des émissions, il suffira de cocher à côté de ceux-ci. Bien entendu, des notes seront prises pendant l'observation pour préciser chacun des points. Ainsi, si l'indicateur « présence de sujets sociopolitiques et économiques » est coché, il faudra aussi identifier le sujet en question en prévision de l'analyse.

L'étape suivante consistera à approfondir les indicateurs dans des sections particulières afin d'effectuer une analyse plus fine, dépassant la simple observation. C'est dans le cadre de ce processus qu'aura lieu la première interprétation des données. Il sera aussi nécessaire d'aborder la faible présence, voire l'absence des autres indicateurs.

Cette méthode nous permet de soulever rapidement, dans un premier temps, les éléments généraux de l'analyse qui, malgré leur aspect très simplifié, voire banal, serviront ensuite de points de repère essentiels à une analyse plus détaillée. La grille à cocher donne aussi à l'observation un rendu visuel souvent fort éloquent qui peut déjà nous fournir une vue d'ensemble du phénomène étudié et ainsi orienter notre attention vers quelques faits saillants.

## CHAPITRE IV

### PRÉSENTATION DES DONNÉES ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

Au cours du précédent chapitre nous avons fait part de notre méthodologie et de notre stratégie d'investigation pour la recherche que nous menons. Dans ce chapitre, nous présentons les données recueillies grâce à cette technique.

Nous débiterons avec un survol général des résultats des grilles d'observation des épisodes. Un tableau chiffré (situé en annexe) permettra de quantifier ces données de base. Il sera donc question de faire état de tous les indicateurs, des plus récurrents à ceux ayant été l'objet d'une attention plus limitée. Ainsi, chaque mission démocratique, en plus du rôle de chien de garde, sera examinée dans sa relation avec le contenu des émissions. Nous verrons incidemment jusqu'à quel degré *The Daily Show* et *The Colbert Repor* y répondent.

#### 4.1 Survol de la synthèse des grilles d'observation

En jetant un coup d'œil rapide aux grilles synthèse (voir app. A.2 et A.3), force est de constater que beaucoup plus d'éléments ont été cochés dans le cas de *The Daily Show* que dans celui de *The Colbert Report*. De plus, *The Colbert Report* a plus de valeurs nulles, soit quatre comparativement à deux pour *The Daily Show*.

Par ailleurs, les indicateurs les plus cochés sont semblables dans les deux cas. S'il fallait s'attendre à ce que les deux premiers, « Présence de sujets sociopolitiques et économiques » et « Traitement d'événements marquants de l'actualité » reviennent souvent de part et d'autre (cochés respectivement dans 100% et 75% des cas pour les deux émissions), nous pouvons également remarquer des proportions assez élevées pour les deux indicateurs associés au rôle du chien de garde qui correspondent à la « Remise en question des positions, décisions et actions politiques » et à la « Mise en relief des erreurs ou contradictions de ceux en position de pouvoir ou y aspirant ».

Pour en revenir aux valeurs nulles, il est possible de constater que celles-ci demeurent les mêmes pour deux indicateurs, qui sont le « Questionnement des détenteurs de pouvoir au sujet des promesses qu'ils ont faites, de leurs engagements » et « Incitation à l'implication sociale et/ou politique ». La première situation peut déjà s'expliquer partiellement par le fait que l'indicateur « Présence d'entrevues avec des personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt » n'a été coché que trois fois pour les deux émissions.

En outre, les personnalités politiques et porte-parole interviewées n'étaient pas nécessairement en position de pouvoir à ce moment-là. Il faudra toutefois décortiquer ces entrevues pour en dégager, par exemple, l'attitude de l'animateur par rapport à son invité, ce qui peut en dire beaucoup sur ce qu'on cherchait à faire ressortir lors de l'échange. Nous nous référerons alors à l'échelle du continuum information-distraction de Kees Brants, que nous avons abordée à l'occasion du cadre théorique.

La plus grande disparité entre *The Daily Show* et *The Colbert Report* se situe au niveau du troisième indicateur, « Explication des origines des situations exposées ». Ce dernier a ainsi été coché à six reprises dans le premier cas et aucune fois dans le deuxième. Nous devons donc, d'une part, analyser la manière dont cette explication s'est faite dans le contexte du *Daily Show*, et, de l'autre, tenter de comprendre l'absence de cet élément dans *The Colbert Report*.

Le second écart le plus marqué concerne le cinquième indicateur, soit la « Présentation de points de presse et/ou discours de ceux-ci [personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt] ». Il revient sept fois pour *The Daily Show*, et seulement trois fois pour *The Colbert Report*. Ici, il sera impératif d'aller plus loin que les chiffres en notant la nature de ces extraits et, bien entendu, les circonstances dans lesquelles ils sont introduits. Ainsi, une longue déclaration de la part d'un politicien accompagnée d'un commentaire éclairant aura plus de poids que plusieurs « clips » présentés pêle-mêle et sans véritable mise en contexte.

#### 4.2 Les indicateurs en détail

Maintenant qu'un bref survol de la synthèse des grilles d'observation a été effectué, nous pouvons passer à une revue en détail des indicateurs pour chacune des émissions. Celle-ci se fera en alternance, c'est-à-dire que nous nous pencherons sur les deux émissions à tour de rôle pour chaque indicateur. Nous serons par la suite en mesure d'évaluer jusqu'à quel point *The Daily Show* et *The Colbert Report* répondent à la mission démocratique des médias telle que proposée par Blumler et Gurevitch. Chacune des sections correspond directement à un indicateur.

Mentionnons immédiatement que plusieurs sections d'émissions seront morcelées, car elles répondent parfois à plusieurs indicateurs simultanément. Si cela peut dans certains cas nuire à la fluidité du texte, nous jugeons que cette approche

est toutefois la meilleure pour effectuer une analyse point par point la plus claire et rigoureuse possible. Malheureusement, cette technique occasionnera aussi quelques répétitions dans certaines descriptions de séquences, mais nous préférons qu'il en soit ainsi plutôt que de forcer continuellement le lecteur à revenir en arrière. Spécifions toutefois avant de passer aux indicateurs qu'à mesure que nous avancerons dans le chapitre, ces descriptions se feront de plus en plus rares et brèves, car nous sommes néanmoins d'avis que certaines parties auront alors été explorées assez souvent pour ne pas y revenir trop en détail.

#### 4.2.1 La présence de sujets sociopolitiques et économiques

Le premier indicateur, comme nous l'avons mentionné précédemment, a été coché dans 100% des cas de part et d'autre. Ceci n'a rien de surprenant, car il s'agit ici d'une donnée très générale et que la « présence de sujets sociopolitiques et économiques » est prévisible dans des parodies d'émissions d'information. Ce qui nous intéresse ici est surtout la nature et la diversité de ces sujets. Avant de commencer, mentionnons que cette partie est surtout descriptive, car il faut énumérer les sujets, et que l'analyse s'effectuera plutôt au niveau des autres indicateurs. Nous présentons ici deux tableaux des thématiques (tab. 4.1, 4.2), un général et un spécifique pour chacune des émissions.

Tableau 4.1  
Thématiques pour les deux émissions

Thématiques	Réurrence*
• Guerre en Irak	7
• Primaires américaines	9
• Environnement	2
• Vladimir Poutine et la Russie	2
• Immigration	2
• Diplomates américains en Biélorussie	1

\* La récurrence fait référence au nombre de fois que la thématique a été traitée.

Tableau 4.2  
Thématiques par émission

Émissions	Thématiques	Récurrence
The Daily Show	• Guerre en Irak	4
	• Primaires américaines	4
	• Environnement	1
The Colbert Report	• Guerre en Irak	3
	• Primaires américaines	5
	• Environnement	1
	• Poutine et la Russie	2
	• Immigration	2
	• Diplomates américains en Biélorussie	1

Débutons avec *The Daily Show*. Les thèmes les plus récurrents qui s’y retrouvent correspondent à la guerre en Irak et à la course aux investitures démocrate et républicaine, qui reviennent tous deux quatre fois. Il est saisissant de voir à quel point l’importance de ces deux sujets, omniprésents aux États-Unis, est reflétée dans chacun de ces épisodes.

La moitié des émissions traitant de la guerre en Irak y sont donc entièrement consacrées. L’épisode du 11 septembre 2008 se penche sur le rapport du général David Petraus sur le progrès en Irak, alors que celui du 20 mars 2008 souligne le cinquième anniversaire de la guerre. Dans les deux cas, on profite de ces événements pour effectuer un retour sur l’opération militaire américaine dans ce pays. Sont alors présentés entre autres des archives de discours et de points de presse, commentés par Stewart, ainsi que des entrevues avec des experts en la matière. Ces émissions, riches en contenu politique, nous donnerons donc l’occasion de mettre en lumière un peu plus tard d’autres indicateurs.

Les primaires, pour leur part, bénéficient d’un moindre temps de couverture, mais occupent tout de même une place de choix. L’épisode du 27 février 2008 accorde effectivement presque le tiers de sa durée totale (21minutes) à une revue du débat



Clinton/ Obama dans le cadre d'un segment intitulé *Last Tango in Cleveland*. Il traite aussi, par l'intermédiaire de la correspondante Samantha Bee, de la façon dont Hillary Clinton est dépeinte dans les médias télévisuels américains. Bee, qui parle depuis une régie de salle de nouvelles, se présente alors comme une porte-parole d'une campagne « anti-Clinton » généralisée.

Celui du 25 juin, de son côté, comporte entre autres une partie appelée *Baracknophobia*, qui montre les déclarations dénonciatrices de James Dobson, fondateur et président du groupe *Focus On The Family*, à l'endroit du sénateur Barack Obama. Dobson rapporte un discours de ce dernier sur les reculs de la théocratie pour affirmer que le candidat déforme les écritures religieuses dans son propre intérêt.

Il sera intéressant d'approfondir davantage ces portions lorsque nous nous pencherons sur le rôle de chien de garde. Nous verrons aussi à cette occasion comment ce rôle semble ici dépasser la surveillance des personnages politiques pour s'étendre à celle des médias qui couvrent ces derniers. Non prévu dans l'élaboration de nos indicateurs de départ, ce constat fera l'objet d'une section particulière intitulée *Un observatoire médiatique* dans le cadre de l'interprétation des données.

C'est dans une situation comme celle-ci entre autres qu'il nous est possible d'apprécier le choix du modèle mixte pour coder le matériel compilé lors de la collecte de données. En effet, le fait qu'une catégorie n'ait pas été définie *a priori* ne nous empêche pas de rendre l'analyse subséquente plus exhaustive et précise à la fois, suite à de nouvelles observations. Ici, nous avons remarqué pendant le visionnage qu'une portion importante de *The Daily Show* est consacrée à un tour d'horizon de ce qui est dit dans les médias, télévisuels en particulier. Reste à savoir à quel niveau s'effectue cette autoréflexion.

Pour en revenir aux épisodes mettant en scène les primaires, mentionnons également la diffusion du 16 août 2007, dans laquelle le débat à dix entre les aspirants

chefs du Parti républicain (rappelons que nous sommes alors en début de campagne) est tourné au ridicule à cause du trop grand nombre de participants. Stewart se moque également des promesses, toujours plus alléchantes, des candidats qui sont grandement réduites, lorsqu'elles ne s'envolent pas tout simplement en fumée, dès que ledit politicien est porté au pouvoir.

Il est aussi question dans cette émission du refus d'Hillary Clinton que les archives de l'époque où elle était la première dame des États-Unis soient rendues publiques. Mis en parallèle avec un extrait vidéo du 14 février 2006 dans lequel Clinton dénonce la tendance du gouvernement à garder pour lui des informations, ce segment pourra aussi être exploré dans la perspective du chien de garde.

L'autre thématique sociopolitique et/ou économique abordée à l'intérieur de l'émission pilotée par Jon Stewart correspond à une rétrospective de la politique de l'administration Bush en matière de réchauffement climatique entre 2000 et 2008 sous le nom de *Be Patient, This Gets Amazing*, diffusée le 25 juin 2008. Une attention particulière est alors portée aux recommandations de l'EPA (Environmental Protection Agency) qui auraient récemment été totalement ignorées par la Maison Blanche.

Continuons maintenant avec *The Colbert Report*. À l'image de *The Daily Show*, les deux sujets qui reviennent le plus souvent sont la guerre en Irak et les primaires américaines. Le premier est présent dans trois émissions, alors que le deuxième l'est dans cinq émissions. Le temps y étant accordé diffère toutefois. Tout d'abord, aucun des deux thèmes ne fait l'objet d'un épisode complet comme c'était le cas pour *The Daily Show*. Ensuite, certaines situations dans lesquelles le sujet en question est abordé ressemblent davantage à des allusions qu'à des sections véritables. Profitons d'un exemple pour débiter notre tour d'horizon.

L'épisode du 16 août 2007, s'il traite de la guerre en Irak, ne le fait toutefois que très brièvement, dans le contexte d'une entrevue avec Andrew Keen, auteur du livre

*The Cult Of The Amateur*, qui n'est d'ailleurs pas relié à l'Irak. Ainsi, l'animateur et l'invité effleurent le problème des armes de destruction massive dans ce pays.

Les émissions du 27 février et du 10 avril 2008 vont, pour leur part, plus loin à propos de la question irakienne. Le premier épisode, qui présente une entrevue avec Tony Snow, l'ex porte-parole de la Maison Blanche pour George W. Bush, fait référence à la perception de la guerre auprès de la population américaine et son impact sur la popularité du gouvernement. Le deuxième, de son côté, effectue un retour sur le rapport du général Petraus, ce qui avait également été fait dans le cadre de *The Daily Show*, comme nous l'avons vu précédemment. On y retrouve également une entrevue avec Robin Wright, auteure du livre *Dreams And Shadows* à propos du futur du Moyen-Orient où elle a couvert six guerres.

La course aux investitures démocrate et républicaine, qui prenait moins d'importance à l'intérieur de *The Daily Show*, occupe ici la première place. Dans l'émission du 16 août, Stephen Colbert s'entretient avec Mike Huckabee, aspirant à la candidature républicaine. L'animateur avait comparé en début d'émission le budget de campagne de ce dernier avec celui beaucoup plus garni de son rival Mitt Romney. L'épisode du 11 septembre, lui, traite de l'annonce de la candidature de Fred Thompson à la présidence par le biais de la toile, ce qui mène à une portion intitulée *Indecision 2008. Don't F%#K This Up America*.

Le 17 octobre 2007, c'est au tour de Colbert lui-même d'annoncer sa candidature à la présidence. Il mentionne au passage son nouveau « compétiteur », John Edwards, originaire de la Caroline du Sud tout comme lui, en montrant un article du *New York Times* intitulé « Edwards Plays His Roots Card in Bid to Win South Carolina ». Il profite également de son annonce pour comparer les documents requis pour la mise en candidature du côté démocrate et républicain alors qu'il les remplit devant la caméra tout en les commentant.

Au retour des scénaristes en février, la couverture des primaires s'est poursuivie, avec entre autres une portion sur John McCain à l'occasion de l'émission du 27 février 2008. Celle-ci fait état des excuses du sénateur de l'Arizona en lien avec les propos jugés offensants que Bill Cunningham, un animateur de radio ultra-conservateur, a proféré à l'endroit de Barack Obama. Colbert, dans son rôle de fervent partisan de la droite, regrette cette condamnation, sans laquelle McCain aurait pu, au contraire, attaquer plus agressivement Obama.

Le 10 avril 2008, c'est par le biais de dessins d'enfants de Philadelphie en Pennsylvanie<sup>7</sup> que la campagne est touchée. L'animateur montre alors à la caméra des portraits d'Hillary Clinton et de Barack Obama accompagnés de messages pour chacun d'eux. On voit ainsi sur l'un des dessins où figure Clinton, un « lower taxes », qui vaut de la part de Colbert le commentaire : « These kids have a lot of imagination! », ainsi qu'un autre où il est écrit « Change! » en-dessous de l'image d'Obama.

Finalement, il est encore question du sénateur John McCain dans l'épisode du 25 juin 2008. On montre une conférence de presse où il expose sa solution au coût élevé de l'essence, soit la conception d'une batterie efficace et économique pour les voitures hybrides. Ses propos sur l'énergie renouvelable sont contrebalancés par ceux de Stephen Colbert qui rappelle les positions contradictoires de McCain à propos du forage maritime . Bien entendu, nous reviendrons sur cette émission lorsqu'il sera temps le dernier indicateur, soit la « mise en relief des erreurs, ou contradictions de ceux en position de pouvoir ou y aspirant ».

En dehors de la guerre en Irak et des primaires américaines, les sujets abordés au sein de *The Colbert Report* sont beaucoup plus nombreux et variés que ceux traités dans *The Daily Show*. Leur couverture demeure toutefois assez courte dans la plupart des cas. Débutons ici avec l'épisode du 17 octobre, car on y retrouve un personnage

---

<sup>7</sup> La véritable origine des dessins demeure nébuleuse, ils auraient très bien pu être dessinés par des membres de l'équipe de *The Colbert Report*.

politique qui revient une autre fois, soit Vladimir Poutine. Dans cette émission, Colbert nous le présente sur la une du *NY Times*: « *Poutine/ Amadinejad. Pledging Alliance Against Regional Conflicts* ». Il émet alors le commentaire suivant : « *Who cares about regional conflict anymore? Today the President said we could be headed to a World War III!* ».

Dans l'émission du 12 mai 2008, c'est à l'intérieur du cadre des élections en Russie qu'on parle de Poutine. Le segment *Proof's in The Putin* explique le fait que Poutine a dû abandonner sa présidence, ayant atteint les limites constitutionnelles de son terme, pour laisser le pouvoir à Medvedev qui l'a à son tour désigné comme Premier ministre. Pour démontrer que Poutine n'a pas entièrement légué ses pouvoirs, Colbert signale que son parti détient une majorité de 70%, ce qui lui donne l'autorité pour mettre en accusation le président en vue de le destituer.

Une autre thématique traitée à deux reprises dans *The Colbert Report* est celle de l'immigration. Le 11 septembre 2007, elle fait partie de la section appelée *The Word*. Cette portion fait directement référence au segment « *Talking Points* » de l'émission de Bill O'Reilly, *The O'Reilly Factor*. Dans ses *Talking Points*, O'Reilly émet son opinion à propos d'une situation donnée pendant que les points principaux de son discours sont écrits dans la section droite de l'écran. L'écriture sert donc d'ancrage aux énoncés. Dans le cas de *The Word*, Stephen Colbert expose aussi sa vision d'un événement, mais celle-ci ironise ses propos ou leur donne du moins une autre signification. Le *Word* du jour étant southsourcing, Colbert s'exclame « *Adios illegal immigration!* » alors qu'on peut lire « *And Lou Dobbs' reason to live* ». Lou Dobbs a son émission *Lou Dobbs Tonight* à CNN et est reconnu pour ses positions très arrêtées en matière d'immigration. C'est un ardent défenseur du mur entre les États-Unis et le Mexique.

Ce mur est d'ailleurs mentionné brièvement durant l'introduction du 25 juin 2006, quand Stephen Colbert dit : « *America no longer has the tallest building, but could*

*our planned mexican border wall be the world's longest building?* » pour annoncer une entrevue avec Paul Goldberger, un critique d'architecture pour *The New Yorker*.

Finalement, on traite, lors de l'épisode du 12 mai 2008, de l'expulsion possible de diplomates américains de la Biélorussie. Est alors brandi devant la caméra un article du *USA Today* intitulé *Pressure From Washington For Belarus to Release Political Prisoners or Face Punitive Sanctions* suite à quoi on voit un article, de *Yahoo News* cette fois, intitulé pour sa part *US Warns Belarus on Embassy Closure*. On s'attarde aussi dans cette émission à la Chine, qui a maintenant dépassé les États-Unis en ce qui a trait à leur plus grande exportation : la pollution (trad. libre des dires de Stephen Colbert). Ces informations proviennent de la manchette de *BBC News* : « *China Now Top Carbon Polluter* ».

Si nous faisons un bref bilan (voir tabl. 4.2) des sujets sociopolitiques et/ou économiques présents dans *The Daily Show* et *The Colbert Report*, nous remarquons que si ceux-ci sont plus diversifiés au sein de la deuxième émission, ils sont toutefois davantage développés dans la première. Ainsi, alors que des émissions entières sont consacrées à la guerre en Irak du côté de Jon Stewart, Colbert effleure plusieurs événements, parfois en quelques phrases à peine.

Les consoeurs de la station *Comedy Central* diffèrent également dans la manière d'amener leurs propos. On peut ainsi constater que *The Colbert Report* utilise beaucoup plus souvent la presse écrite comme amorce, affichant une nette préférence pour le *NY Times*, comparativement à *The Daily Show*, dont l'entrée en matière se fait plus directement, comme dans les bulletins de nouvelles des grandes chaînes américaines. Les thématiques sociopolitiques et/ou économiques abordées dans l'émission animée par Stephen Colbert demeurent donc la plupart du temps assez rapprochées de ce qui est touché dans le cadre du journalisme conventionnel.

Malgré ces écarts, les sujets de prédilection restent les mêmes de part et d'autre. Ils correspondent aussi à ceux qui ont été couverts abondamment dans les autres médias durant cette période. Effectivement, la guerre en Irak ainsi que les primaires américaines font toutes deux partie des dix événements les plus importants de 2007 selon l'*Associated Press* (Associated Press, 2007), placées respectivement en troisième et en huitième position. Même si les informations équivalentes n'ont pas encore été dévoilées pour l'année 2008, nous pouvons raisonnablement prédire que les thématiques mentionnées, particulièrement les primaires, se retrouveront au sommet des nouvelles les plus en vue.

Dans un autre ordre d'idées, l'environnement a lui aussi trouvé sa place dans les deux émissions, des recommandations non respectées de l'EPA aux émissions de carbone produites par la Chine. N'ayant pas été inclus dans notre indicateur, il s'agit toutefois bel et bien d'un facteur « susceptible d'influencer, positivement ou négativement, le bien-être des citoyens ». En outre, l'espace grandissant accordé aux questions environnementales dans la campagne électorale aux États-Unis nous indique que celles-ci gagnent en popularité parmi les préoccupations des Américains.

#### 4.2.2 L'explication des origines des situations exposées

Comme la plupart des sujets sociopolitiques et/ou économiques traités correspondent également à des événements marquants de l'actualité, nous ne voyons pas l'utilité de revenir sur ceux-ci. Nous passons donc immédiatement à l'indicateur intitulé « explication des origines des situations exposées ».

Étant donné qu'aucun des épisodes de *The Colbert Report* sélectionnés ne correspondait à cet indicateur, nous nous attarderons ici uniquement à ceux de *The Daily Show*. Dans l'émission du 11 septembre, le segment *Irak Me Dave Petraus* retrace l'attente vis-à-vis le rapport du général. Un tour d'horizon des médias, qui ne tarissent

pas d'éloges à l'égard de Petraus, est alors effectué après quoi on assiste au début de la présentation du rapport par le général lui-même. Pendant que sont montrés les problèmes de micro précédant l'exposition des faits saillants du document, Stewart en profite pour rapporter quelques chiffres au sujet de l'intervention en Irak, tels l'argent dépensé et le nombre d'exilés, de morts et de blessés. Cette « mise en contexte » soulève en quelque sorte des retombées qui ont marqué l'offensive américaine jusqu'au dépôt du rapport.

L'épisode du 20 mars 2008, qui, comme nous l'avons vu plus tôt, souligne le cinquième anniversaire de la guerre en Irak, offre pour sa part un récapitulatif sous le nom d'*Irak. The First 5 Years*. En commençant par un discours prononcé par George W. Bush la veille, admettant que l'intervention dure plus longtemps que son administration ne l'avait anticipé, nous sommes témoins d'un retour en arrière pendant lequel chaque année, jusqu'en 2003, est ponctuée d'un discours du président. Le parcours ayant mené à la situation actuelle est ainsi partiellement exposé à travers les décisions prises par la Maison Blanche. On voit effectivement Bush qui, d'une année à l'autre, justifie la guerre tout en mettant de l'avant les progrès des troupes en Irak ainsi que la nécessité de ne pas mettre un terme à l'opération.

Le 10 avril 2008, c'est par l'intermédiaire d'un invité, Aram Roston, que l'on assemble d'autres pièces du casse-tête pour mieux comprendre les circonstances ayant donné naissance au conflit irakien. Roston, auteur du livre *The Man Who Pushed America To War*, parle à Jon Stewart d'Ahmed Chalabi, personnage au cœur de son ouvrage, qui aurait eu beaucoup d'influence au niveau de la politique étrangère des États-Unis au Moyen-Orient. On apprend dans l'entrevue que l'homme politique irakien, qui voulait voir tomber Saddam Hussein, aurait été responsable d'une partie des informations sur les supposées armes de destructions massives en Irak et la présence d'Al-Qaïda dans ce pays. Financé par les Américains (Roston estime qu'il aurait coûté aux contribuables environ 15 millions de dollars entre 1992 et 2003),



il servait également de figure de l'opposition irakienne.

Un peu dans le même ordre d'idées, Douglas J. Feith, interviewé dans le cadre de l'émission du 12 mai 2008, propose une vision de l'intérieur des facteurs ayant conduit à l'offensive militaire en Irak. Sous-secrétaire de la défense entre 2001 et 2005, il discute avec Jon Stewart de son nouveau livre *War and Decision. Inside the Pentagon at The Dawn of The War on Terrorism*. Il y rapporte entre autres des conversations dans lesquelles Condoleezza Rice, Colin Powell et Donald Rumsfeld pèsent les risques et les avantages pour les États-Unis (et pour leur gouvernement) d'entrer en guerre. Feith parle aussi des perspectives monétaires et temporelles envisagées par ces ténors de l'administration Bush. Étant donné que cet échange rejoint plusieurs indicateurs, nous y reviendrons plus en profondeur.

Finalement, dans le cadre du segment *Be Patient. This Gets Amazing*, traitant des mesures entreprises par George W. Bush pour contrer le réchauffement climatique, Stewart retrace l'évolution de la politique du président à cet effet, non sans simplifier le tout à des fins humoristiques. On assiste alors à la séquence suivante :

2000 : (Bush) : « *I don't think we know the solution to global warming yet and I don't think we've got all the facts before we make decisions.* »

21 juillet 2001 : (Bush) « *We are on the process of developping a strategy.* »

Jon Stewart : *And the strategy development went on till 2002...*

2003 : *became the brainstorming*

2004-2005 : *spitballing*

2006 : *let's go on a retreat and have some trustbuilding exercices, until finally, last year the supreme court ruled in Massachussets VS the EPA<sup>8</sup>, that the EPA must regulate greenhouse gazes because they are pollutants.*

Suite à cette récapitulation pour le moins rapide, Stewart relate les événements qui ont succédé à la décision de la Cour Suprême. Il explique que l'EPA avait bel et bien trouvé une solution efficace et économique au problème, mais qu'au moment où

le plan a été envoyé par courriel à la Maison Blanche, celle-ci a refusé de l'ouvrir. On montre alors à l'écran un article du *NY Times* intitulé *White House Refused to Open E-Mail on Pollutants*. Nous avons ainsi droit à une mise en contexte nous permettant de comprendre un peu mieux ce qui se cache derrière les démarches républicaines en matière de politique pour contrer les gaz à effet de serre.

#### 4.2.3 Présence d'entrevues avec des personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt

Les invités d'une émission en disent souvent long sur l'orientation de cette dernière au niveau du contenu et surtout sur ce qui est considéré comme important à mettre de l'avant. Le choix des personnalités qui viendront en studio correspond dans une certaine mesure à une réflexion des thématiques et des enjeux que les concepteurs et scripteurs veulent voir portés au petit écran. En outre, les entrevues donnent l'occasion à des représentants d'intérêts divers de communiquer leurs idées, leurs intentions au public et même de venir s'expliquer, voire se justifier ou se défendre. Voici tout d'abord un tableau réunissant le nom des invités aux deux émissions ainsi que leur date d'apparition.

---

<sup>8</sup> Environmental Protection Agency.

Tableau 4.3  
Liste des invités et dates d'apparition

Émissions	Date	Date
The Daily Show	• Aram Roston, auteur d'un livre sur Ahmed Chalabi	10-04-08
	• Alex Kingsbury, du US News&World Report	20-03-08
	• Douglas J. Feith, ex-sous-secrétaire à la défense	12-05-08
The Colbert Report	• Mike Huckabee, candidat à l'investiture républicaine	16-08-07
	• Tony Snow, ex-porte-parole de la Maison Blanche	27-02-08
	• Robin Wright, auteure experte sur la question du Moyen-Orient	10-04-08

Mentionnons d'entrée de jeu que nous avons choisi de décrire de façon assez détaillée chacune des entrevues présentées dans le tableau précédent. Nous avons cru bon d'opter pour cette approche car une vision précise des échanges est nécessaire, selon nous, dans le but de saisir les subtilités de l'interaction entre les interlocuteurs et ainsi permettre d'évaluer la profondeur de l'entretien et sa dynamique. Nous aurions également pu placer un verbatim des entrevues en annexe et faire référence à celles-ci de façon sommaire, mais cela aurait nécessité une lecture beaucoup plus lourde étant donné le nombre et la durée de ces entrevues.

Nous débuterons ici avec *The Colbert Report*. Le 16 août 2007, Stephen Colbert reçoit le candidat à l'investiture républicaine Mike Huckabee, qui avait déjà fait deux apparitions à l'émission, soit le 2 mai 2006 et le 23 avril 2007. D'ailleurs, Colbert introduit Huckabee en insistant sur le fait que si ce dernier a gagné autant de terrain récemment, que ça soit dans les sondages ou dans la couverture médiatique lui étant accordée, c'est surtout grâce à ces présences. Il ajoute, avant d'accueillir l'invité sur le plateau, que celui-ci est pour les armes à feu et ne croit pas en l'évolution, positions avec lesquelles il est en accord. On reconnaît tout de suite l'attitude typique du personnage, qui ne pourrait être plus conservateur. Malgré son aspect ironique, cette introduction

aide un peu le téléspectateur à situer Huckabee sur le plan idéologique.

Lors de l'entrevue, les premiers mots de l'animateur pour s'adresser à l'ex-gouverneur de l'Arkansas sont *President Huckabee*. On sent que Colbert veut provoquer une réaction assez vive chez son invité, qui répond *sounds wonderful* et qui demande de le répéter encore une fois. Pour souligner le fait qu'Huckabee semble venir de nulle part dans cette course, Colbert lui pose ensuite de manière on ne peut plus directe les questions suivantes: *Who the hell are you? Where do you come from?* auxquelles Huckabee répond du tac au tac : *You know if you're gonna do that I'm going to break your other hand!* Tout de suite après, il dit que c'est à cause de ses apparitions à l'émission qu'il est maintenant où il est, mais il doit finalement revenir au sérieux quand Colbert lui demande s'il se considère vraiment comme un des premiers dans la course, ce à quoi il répond oui.

L'animateur tente encore une fois de mettre son invité sur la sellette avec une question pourtant posée de manière humoristique. Colbert rappelle ainsi que dans un des débats réunissant les candidats républicains, il a levé sa main quand l'hôte a demandé à ceux qui ne croyaient pas en l'évolution de se manifester et ajoute : *« Did you raise your hand to indicate you do not believe in evolution or simply to show off your opposable thumb? »* Tentant de répondre un peu dans le même ton, Huckabee dit à la blague qu'il croit davantage en la *devolution*, disant qu'en regardant agir les membres du congrès l'homme semble plutôt aller vers le singe que l'inverse.

En bref, même si on ne peut pas dire que Huckabee a fourni aux électeurs potentiels des informations particulièrement éclairantes sur ses idées politiques et ses opinions, il est possible d'avancer que Colbert a toutefois tenté de le faire s'exprimer sur ses positions, notamment sur la question de l'évolution. De plus, malgré le fait que l'entrevue mettait en scène un humoriste et un politicien, on a l'impression que c'est plutôt Huckabee qui essayait de faire rire, en répondant de manière détournée et

évasive aux questions lui étant posées.

Il nous faut ensuite aller en date du 27 février 2008 pour l'entrevue avec Tony Snow, ex porte-parole de la Maison Blanche pour George W. Bush. Comme il a été indiqué plus tôt, c'est la réputation du gouvernement en lien avec la guerre en Irak qui est au cœur de cet entretien. Sont donc abordées les difficultés auxquelles Snow a dû faire face, étant tenu de justifier la position de l'administration devant une foule de journalistes doutant de plus en plus de la légitimité de l'intervention en sol irakien, sans parler des interrogations au sujet de la véritable présence d'armes de destruction massive dans la région.

Colbert lance également son invité sur des faits que la presse jugeait essentiels de communiquer au public et qui sont restés sans réponse, au nom de l'importance de garder le secret dans le cadre d'une stratégie militaire. Il mentionne donc ici les techniques d'interrogation, qui font partie selon lui des choses que les Américains « ne méritent pas de savoir » (n'oublions pas que Colbert se met dans la peau d'un fervent partisan républicain) avant de demander quels sont les autres objets qui devraient rester à l'abri du regard des citoyens, ce à quoi Snow répond : « Je ne peux pas vous le dire ».

Si nous nous référons uniquement à l'attitude générale de Colbert envers son invité, nous pourrions être portés à croire que celui-ci est particulièrement complaisant à son égard. Effectivement, Colbert est très amical et la conversation est ponctuée de rires et de blagues, ce qui n'est pas surprenant quand nous nous replaçons dans le contexte du personnage joué par l'hôte. Cependant, les thématiques touchées demeurent assez sérieuses et atteignent une certaine profondeur, ou ce que Brants appelle *substantiveness* dans son analyse d'émissions télévisées néerlandaises.

Il nous est alors possible de mettre de l'avant le double rôle emprunté par Colbert dans cette entrevue. Ainsi, à la question de Brants « l'hôte se comporte-t-il

comme un animateur ou comme un journaliste? », nous devons répondre les deux. Le ton qu'il adopte se rapproche plutôt de celui d'un animateur, mais les problèmes qu'il soulève ressemblent davantage à ceux que mettrait sur la table un journaliste.

L'épisode du 10 avril 2008 nous amène vers un autre type d'invité avec Robin Wright, auteure du livre *Dreams and Shadows* à propos du futur envisagé pour le Moyen-Orient. Ici, nous n'avons donc pas affaire avec le ou la représentante d'un quelconque parti politique ou groupe d'intérêt, mais plutôt avec un expert dans un sujet précis. N'ayant pas introduit cette option dans nos indicateurs de base nous considérons maintenant comme important de le faire, car nous estimons que ces invités ont le potentiel d'informer les téléspectateurs sur des enjeux de premier plan.

Avec Robin Wright, Colbert joue à l'avocat du diable. Dès l'entrée en matière, il lance à celle qui a étudié le Moyen-Orient durant les trente-cinq dernières années : « *How long does it take to write 'these people are crazy'?* ». Suite à une rapide présentation du livre par l'animateur, Wright explique qu'elle a couvert six guerres au Moyen-Orient et qu'elle est retournée récemment un an dans la région pour avoir une idée plus claire de ce qui se passe véritablement en Irak.

Son désir d'aller constater l'état de la situation par elle-même provient de divers facteurs, dont l'échec cuisant des troupes en Irak relié au fait que ces dernières n'avaient aucune idée de ce qu'elles y faisaient et qu'elles étaient guidées par un groupe d'exilés mené par un homme qui n'avait pas mis les pieds sur ce terrain depuis 1958. Quand Colbert lui demande comment elle percevait la guerre il y a quinze mois comparativement à aujourd'hui, elle lui dit qu'à l'époque elle trouvait que c'était un désastre et que la situation actuelle ne démontre qu'un petit pas vers l'avant. Colbert la relance encore en s'exclamant : « *The surge is working!* » et « *thank you for supporting our president* » après un non à la première affirmation. Wright explique plutôt que la légère amélioration de la situation en Irak provient surtout des Irakiens eux-mêmes.

Il est ensuite question de l'Iran et des bases américaines y étant installées, leur présence étant selon Wright intimement liée à l'approvisionnement en pétrole des États-Unis. Colbert continue alors dans cette direction en soulevant la possibilité que les États-Unis ne ressentent plus le besoin d'entretenir une relation avec cette région, une fois le pétrole remplacé par d'autres sources d'énergie, ce à quoi Wright répond qu'il y aura toujours un lien, ne serait-ce qu'en raison des engagements des États-Unis envers Israël.

Finalement, Colbert interroge son invitée sur la perception qu'ont les Irakiens des Américains en ce moment en lui demandant s'ils les voient comme « *the great satan or the greatest satan?* ». Wright affirme alors que les Américains sont effectivement très impopulaires et que le chaos régnant dans la région discrédite en quelque sorte la notion de démocratie pour eux, car malgré les beaux discours, ils n'ont toujours pas de services essentiels tels l'électricité ou l'eau courante.

Nonobstant l'attitude (faussement) réfractaire de Colbert à l'endroit de son invitée, nous sommes en mesure de constater que l'entrevue qu'il a menée permet de faire surgir plusieurs points qui mettent un peu plus en lumière la situation actuelle au Moyen-Orient. Contrairement à ce qui s'était produit dans le cas de l'entretien avec Mike Huckabee, ici l'approche humoristique de l'animateur n'empêche pas le sérieux du propos et le téléspectateur peut profiter de l'expérience et des connaissances de la personne interviewée. Il faut par ailleurs spécifier que Wright, comparativement à l'ex-gouverneur de l'Arkansas, n'est pas à l'émission pour aller chercher des appuis populaires, mais plutôt pour exposer le point de vue et les constats dont elle traite dans son livre.

Enchaînons tout de suite avec les entrevues dans *The Daily Show*. Le 10 avril 2008, Jon Stewart reçoit Aram Roston, auteur du livre *The Man Who Pushed America to War*. Comme nous l'avons vu antérieurement dans la section sur les sujets abordés,

il est alors question d'Ahmed Chalabi, homme d'influence qui aurait fait partie des éléments déclencheurs de la guerre en Irak.

L'entrevue s'articule donc autour d'un retour sur l'implication de Chalabi dans ce qui a mené au conflit irakien. Stewart interroge ainsi Roston sur les raisons de s'intéresser à un tel personnage, l'argent des contribuables qui lui a été fourni par l'intermédiaire de l'administration américaine et les raisons pour lesquelles cette dernière a fait appel à l'homme politique irakien. Il lui demande aussi quelle était la nature des informations que Chalabi a mises à la disposition des États-Unis, ce à quoi Roston répond qu'il s'agissait surtout des liens entre l'Irak et Al-Qaïda, du fait que Saddam Hussein avait quelque chose à voir avec les attentats du 11 septembre. Roston ajoute que pourtant, Chalabi n'était pas un personnage crédible et digne de confiance selon la CIA, entre autres parce qu'il travaillait aussi avec l'Iran.

Ici, on remarque que les questions sont plus directes et ne font pas appel au genre d'humour qui ponctuait les entrevues de *The Colbert Report*. Effectivement, Stewart adopte un autre style, moins cabotin que celui de Colbert, qui incite aussi à des réponses sans détour. La conversation devient alors plus fluide et permet ainsi, selon nous, une meilleure compréhension de ce qui est mis de l'avant dans l'échange, même si l'on pouvait retirer beaucoup d'informations pertinentes des entrevues de *The Colbert Report*. Effectivement, il est plus facile de garder le fil de la discussion et des idées quand celles-ci ne sont pas interrompues par des blagues, alors qu'il faut un peu plus de concentration pour intégrer des données quand on doit aussi garder en tête qu'un des deux intervenants joue toujours sur un deuxième degré.

Avec l'épisode du 20 mars 2008, on a droit un peu au même genre d'entrevue alors que Stewart reçoit Alex Kingsbury du *US News&World Report*. De retour d'Irak un mois plus tôt et s'y étant également rendu l'année précédente, il fait état des développements dont il a été témoin entre ses deux visites. Quand on lui demande ce



qui a changé et si les soldats occupent dorénavant la position de policier dans les rues irakiennes en plus de celle de militaire, Kingsbury répond par l'affirmative et ajoute lorsque l'on doit exercer le métier de policier sur un territoire dont on ne parle pas la langue, il s'agit tout simplement d'une tâche titanesque. Kingsbury en profite alors pour dire que même après cinq ans de présence américaine en Irak, très peu de soldats parlent arabe.

En poursuivant au sujet de la complexité de la situation irakienne, il apprend à son interlocuteur qu'il lui a été impossible d'aller à Bassorah, car le niveau de sécurité dans la région était alors en chute libre. L'échange continue sur une interrogation de Stewart qui prouve qu'il possède une connaissance assez approfondie du dossier, du moins selon son invité. Aussi, quand il dit : « *Aren't we just at this point paying both sides [ les chiites et les sunnites] to not kill each other so much?* » Kingsbury lui répond d'un air admiratif « *well, you didn't have to go to Bagdad to figure that out.* »

L'entrevue se termine sur la vie quotidienne des habitants de Bagdad, à savoir si celle-ci s'est améliorée grâce à une stabilité accrue dans la ville. Même si la situation des citadins est légèrement plus reluisante, admet Kingsbury, elle est loin d'être facile avec, par exemple, seulement une heure d'électricité par jour. Quand Stewart demande si la réduction de la violence dans la ville ne devait pas justement permettre la réparation des infrastructures, son invité lui répond qu'en principe cela aurait dû être le cas, mais que cinq années de guerre qui ont détruit le pays, et sa capitale en particulier, ne s'effacent pas du jour au lendemain.

Permettant au téléspectateur d'avoir un portrait, quoique très partiel, du climat actuel en Irak, l'échange décrit précédemment remplit, selon nous, un objectif d'informer le public sur les conséquences des actions entreprises par son gouvernement. De plus, l'entrevue ayant été réalisée avec une personne extérieure au conflit (nous incluons ici autant les politiciens que les militaires), les propos qu'elle occasionne sont guidés dans

une moindre mesure par des intérêts partisans. Par conséquent, nous avons droit à un rapport des événements plus direct et plus franc.

Nous ne voulons en aucun cas discréditer ici les entretiens avec des personnalités politiques au pouvoir, nous croyons qu'elles sont, au contraire, essentielles dans un système démocratique où les élus ont le double devoir de communiquer leurs intentions à la population et d'expliquer les gestes qu'ils ont posés. Nous sommes toutefois d'avis que des comptes-rendus d'acteurs indépendants demeurent essentiels à un certain équilibre dans l'information divulguée aux citoyens. Comme il en a été question dans le chapitre alloué au cadre théorique, si l'objectivité absolue n'existe pas, il faut du moins tendre vers celle-ci pour assurer un minimum de rigueur dans le contenu que l'on transmet.

Le 12 mai 2008, c'est au tour de Douglas J. Feith, sous-secrétaire à la défense entre 2001 et 2005 et auteur du livre *Decision Inside The Pentagon at The Dawn of The War on Terrorism*, d'être interviewé par Jon Stewart. Comme nous avons déjà brièvement fait état du résumé du livre qui est rapporté dans l'émission, nous n'y reviendrons pas, préférant nous attarder sur d'autres aspects de la conversation.

Tout d'abord, fait intéressant, Stewart confie d'entrée de jeu à son invité qu'il apprécie sa présence, sachant qu'ils s'entendent plus ou moins au sujet de la guerre en Irak (« *I know you and I disagree somewhat on the war* »). En ajoutant qu'il a eu, comme plusieurs Américains, l'impression d'avoir été induit en erreur, qu'on lui a menti en ce qui concerne le conflit en sol irakien, il convie donc Feith à établir avec lui un pont entre leurs deux visions.

L'ex-sous-secrétaire avance alors que l'administration Bush croyait honnêtement en ses déclarations au public et que même si des erreurs s'y sont glissées, il ne s'agissait pas de mensonges. Pour la Maison Blanche, il paraissait extrêmement risqué de laisser Saddam Hussein au pouvoir, même si le retirer de sa position était également

dangereux. Stewart rétorque alors qu'il ne croit pas que la population américaine a eu du gouvernement la perception d'une décision risquée. Le discours dominant mettait plutôt de l'avant une intervention rapide, qui ne se serait pas coûteuse et qui libérerait par la même occasion un peuple opprimé. Selon Stewart, tous les scénarios présentés étaient trop optimistes.

Ce point de vue amène les deux hommes à parler des attentes par rapport à la guerre et des résultats qu'elle a apportés. L'animateur rapporte donc ce que Feith affirme dans son livre, comme quoi la guerre semble être un plus gros échec qu'elle ne l'est vraiment à cause des attentes déraisonnables qu'elle avait générées. Stewart continue en affirmant que le gouvernement était responsable de ces attentes déraisonnables, ayant fait miroiter une victoire facile sans trop exposer les périls d'une telle opération.

Même si Feith tente de justifier la position de l'administration Bush en parlant du sentiment d'insécurité et de vulnérabilité après le 11 septembre qui appelait une attitude confiante, il admet que le gouvernement a fait de graves erreurs au niveau de son plan de communication. Il ajoute que plusieurs stratégies adoptées en Irak étaient meilleures qu'elles ne paraissaient lorsqu'elles étaient présentées et décrites au public.

Stewart, qui trouve que Feith soulève là un point intéressant, méritant d'être développé davantage, reconnaît que la guerre en Irak devait être « vendue » aux Américains, ne profitant pas du *momentum* associé à l'offensive en Afghanistan. Pour mobiliser les gens, il fallait cette fois déployer un plus grand effort. Quand Feith répond que la façon d'approcher les choses et d'agir devait changer après le 11 septembre, qu'il était maintenant nécessaire de prévenir les prochaines attaques, Stewart rétorque que la population n'a cependant pas eu droit à tous les faits en la matière. Comme l'émission tire alors à sa fin, il annonce que l'entrevue complète, durant environ vingt-deux minutes est disponible sur le site de *The Daily Show*.

Avec cette entrevue, Stewart donne l'occasion de faire connaître un autre visage de la guerre en Irak, soit celui qui se trouve en coulisses de la Maison Blanche. Dans une période où la popularité de l'intervention est à peu près à son plus bas, il est aussi rafraîchissant d'entendre une personnalité qui a fait partie du clan Bush s'exprimer sur le sujet. Cela dévoile une autre partie du spectre que celle qui est habituellement montrée.

En outre, malgré les positions différentes que préconisent les deux hommes, l'animateur fait toutefois preuve d'ouverture à l'égard des propos de son invité. Ce respect semble être payant, car Feith a ainsi l'opportunité de faire valoir son point de vue et ne se sentant pas appelé à être trop sur la défensive, il concède même à Stewart quelques points. Il ne faut toutefois pas voir dans cette ouverture de la complaisance, car l'hôte de *The Daily Show* défend bec et ongles le droit de la population d'être informée sur tous les facteurs en jeu dans les décisions gouvernementales. Pour ouvrir une courte parenthèse, on peut même affirmer que le droit à l'information est en quelque sorte son cheval de bataille.

En effet, Stewart a fait une apparition dans l'émission de CNN *Crossfire* (qu'il mentionne occasionnellement dans *The Daily Show*), au moment de la campagne présidentielle de 2004. Il y a participé afin d'exprimer son désaccord face à ce que cette émission véhicule aux niveaux informationnel et idéologique. Stewart a reproché aux animateurs de ne pas engager de réels débats et d'ainsi échouer dans leur responsabilité rattachée au discours public. Il a d'ailleurs affirmé à cet égard : « *You're doing theater when you should be doing debate. What you're doing is partisan hackery!* » et même ajouté « *You're hurting America!* ». Sans surprise, CNN n'a pas particulièrement apprécié l'intervention de Stewart et est passée à deux doigts de ne jamais diffuser l'émission.

Pour en revenir à l'entrevue avec Feith, terminons en soulignant l'importance de la durée de l'entretien. Celui-ci s'est déroulé sur une période de douze minutes

(entre la huitième et la vingtième minute), ce qui équivaut à plus de la moitié de l'émission. Il est rare qu'une aussi grande proportion d'une émission d'information (en dehors des émissions d'affaires publiques sous forme de *talk shows*) soit accordée à une entrevue du genre, surtout quand elle n'implique pas de vedettes du monde politique. Cette longueur laisse davantage de place au développement des propos, qui peuvent ainsi acquérir une plus grande profondeur. Rappelons aussi que l'entrevue complète s'étend sur vingt-deux minutes.

En somme, la différence majeure entre *The Colbert Report* et *The Daily Show* réside dans l'attitude des animateurs envers leurs invités. Colbert, qui ne quitte pas une seconde la peau de son personnage, lance des questions qui frôlent parfois l'effronterie. Il confronte aussi les personnes qu'il reçoit aux positions conservatrices caricaturales correspondant au rôle qu'il joue. Stewart, pour sa part, demeure lui-même et cherche à comprendre le plus possible la pensée de celui ou celle assis en face de lui.

Il ne faudrait pas penser qu'il s'agit ici de discréditer Stephen Colbert. Comme nous l'avons vu plus tôt, malgré ses techniques peu conventionnelles, il réussit toutefois à obtenir de ses invités des informations fort pertinentes. En ce sens, son approche rappelle un peu celle de Robert Aschberg, animateur de l'émission suédoise *Ikväll med Robert Aschberg*. Peter Dahlgren, qui s'est penché sur celle-ci, décrit la façon de mener les entrevues d'Aschberg ainsi :

He seems to invoke in his audience something which might be called the pleasure of suspicion : guests, especially élites and experts, are invariably treated as if they should not be taken fully at face value. Aschberg generates an aura of doubt around most people and topics. He breaks a number of cultural rules (in the Swedish context) regarding polite conversation, such as interrupting and emphasizing conflict rather than consensus.(...) He uses irony as one of his chief strategies, which in my view is one of his more innovative moves (...). (Dahlgren, 1995 : 64-65)

Le risque du style particulier qu'il adopte semble cependant ressortir quand

son invité essaie de le battre à son propre jeu, soit d'être plus drôle que lui au lieu de répondre de manière claire et directe à ses questions. Nous en avons été témoins dans le cas du candidat à l'investiture républicaine Mike Huckabee, qui tentait de tourner toutes les questions, même les plus sérieuses, en blague.

Pour conclure cette section, il est possible de soutenir que les entrevues menées dans de *The Daily Show* et *The Colbert Report*, bien qu'elles se retrouvent à l'intérieur d'un cadre humoristique, permettent en général la tenue de « plaidoyers intelligibles et éclairants » de la part de personnalités politiques et, dans les épisodes que nous avons choisis, de spécialistes sur un sujet donné. En outre, elles sont généralement plus longues que les échanges que l'on voit habituellement dans les bulletins de nouvelles.

Comme il en a été question à l'occasion du cadre théorique, les deux émissions de *Comedy Central* n'ayant pas l'obligation qui incombe aux journaux télévisés de couvrir un minimum de rubriques (sports, météo, arts et spectacles...), elles bénéficient de plus de liberté au niveau du contenu et du temps alloué aux diverses portions diffusées. L'entrevue de douze minutes (en ondes) de Douglas J. Feith par Jon Stewart en est un exemple flagrant.

#### 4.2.4 Présentation de points de presse et/ou discours de personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt

D'entrée de jeu, il est nécessaire de discuter de l'origine des points de presse et discours diffusés à l'intérieur de *The Daily Show* et *The Colbert Report*. Effectivement, ne disposant pas d'équipes de tournage et de journalistes pouvant assister directement à ces événements, les deux émissions doivent se contenter de reprendre ce qui a déjà été mis en ondes sur les autres chaînes (ABC, NBC, CBS, CNN, Fox News). Ceci implique évidemment un moins grand contrôle sur le contenu qui est présenté. En fait, le pouvoir dont disposent les émissions animées par Stewart et Colbert est celui de choisir et de commenter. Cependant, en télévision, tout comme dans tout autre média



visuel, le choix d'une image, d'un moment, d'un extrait n'est jamais anodin. Il sous-tend inévitablement une vision particulière et le désir de l'exprimer.

Malgré l'importance des extraits montrés dans les épisodes que nous avons sélectionnés, nous sommes d'avis qu'il serait fastidieux de tous les décrire en détail ici. Suite au tableau récapitulatif sur la prochaine page (tabl. 4.4), nous fonctionnerons donc par thématiques.

Tableau 4.4  
Extraits de points de presse et de discours

Émissions	Extraits	Date
The Daily Show	Terry McAuliffe, directeur de campagne d'Hillary Clinton, à <i>Meet The Press</i> à NBC	12-05-08
	Débat entre Hillary Clinton et Barack Obama à Cleveland	27-02-08
	Propos d'Hillary Clinton du 14 février 2006 sur le manque de transparence de l'administration Bush	16-08-07
	Barack Obama, parlant de l'interprétation des Écritures saintes	25-06-08
	Dick Cheney, le 14 septembre 2003, à <i>Meet The Press</i> , au sujet des répercussions de l'intervention en Irak	20-03-08
	Dick Cheney, le 17 mars 2008, effectuant une visite à Bagdad, sur les ondes de CNN	20-03-08
	George W. Bush, entre 2003 et 2008, au sujet des progrès de l'intervention en Irak	20-03-08
	Le général David Petraus, commentant son rapport sur les progrès en Irak	11-09-07
	George W. Bush, entre le 11 octobre 2000 et le 22 juillet 2001, sur les mesures par rapport aux gaz à effet de serre	25-06-08
The Colbert Report	John McCain, condamnant Cunningham sur les ondes de CNN	27-02-08
	Conférence de presse de John McCain au sujet d'une batterie pour les voitures électriques/hybrides	25-06-08

Comme c'était le cas pour les sujets traités, la majorité des séquences sont reliées aux primaires américaines et à la guerre en Irak. Nous débuterons donc par celles-ci. Si *The Colbert Report* va chercher plus d'articles de presse que *The Daily*

*Show*, cette dernière diffuse plus d'extraits. Elle présente ainsi à quatre reprises du matériel sur les primaires. Le 12 mai, on a droit à une partie de l'émission de NBC *Meet The Press*, animée par feu Tim Russert. Ce dernier interviewe Terry Mc Auliffe, le directeur de campagne d'Hillary Clinton, qui affirme que cette dernière doit continuer à se battre et demeurer dans la course. Rappelons qu'à ce moment Obama était favorisé à la fois dans les sondages dans le nombre de délégués acquis. Cependant, la raison véritable de montrer cet extrait est plutôt rattachée au fait que McAuliffe s'est ridiculisé en disant à Russert que son père, s'il était encore parmi nous, serait d'accord avec lui. Le problème est que le père de Russert était alors bel et bien en vie.

Toujours sous le thème de la compétition Clinton/Obama, le segment *Last Tango in Cleveland* du 27 février 2008 présente des portions du débat où s'affrontaient les deux candidats. Stewart montre surtout ces extraits pour se moquer de leur objectif, soit donner une apparence de distinction, qui n'est dans les faits qu'illusoire. On voit donc les deux démocrates répéter qu'ils ont voté du même côté à de nombreuses occasions. L'animateur soulève aussi l'attitude de l'hôte du débat, qui semble selon lui, montrer davantage de pression dans ses questions adressées à Hillary Clinton.

Le 16 août 2008, même si la vidéo montrée date du 14 février 2006, elle sert à illustrer une contradiction dans le discours de Clinton (nous y reviendrons d'ailleurs dans la section allouée au onzième indicateur). Aussi, comme il en a été question plus tôt, Stewart confronte la volonté de la sénatrice de New York de vouloir garder secrètes les archives du temps où elle était la première dame des États-Unis, à sa déclaration de 2006 qui reproche au gouvernement son manque de transparence.

Finalement, on voit dans le segment *Baracknophobia* du 25 juin 2008 un extrait du discours d'Obama qui cite la bible dans le but de prouver qu'il est possible d'évoluer en matière de religion et qu'une interprétation actualisée des Écritures est nécessaire dans cette perspective. Ces déclarations sont montrées pour que le spectateur puisse



mieux comprendre ce qui a poussé James Dobson, président du groupe *Focus on The Family* à accuser Obama de détourner la religion dans son propre intérêt.

En poursuivant avec *The Colbert Report*, nous nous retrouvons en date du 27 février 2008 avec la condamnation par John McCain des dires de Bill Cunningham sur les ondes de CNN. Cet animateur de radio avait suggéré un lien entre Obama et les terroristes d'Al-Qaïda, en répétant entre autres « Hussein » (deuxième prénom du candidat) pour inférer ses origines arabes.

Allons, en terminant, au 25 juin 2008, alors que McCain se retrouve une fois de plus à l'avant-scène du *Colbert Report*. Ici, Stephen Colbert se sert d'un discours du sénateur, qui voit en un concours pour la conception d'une batterie efficace et économique destinée aux voitures électriques et hybrides la solution au coût élevé du pétrole. Colbert souhaite prouver que le sénateur est terriblement monotone et ne risque pas d'attiser l'enthousiasme des électeurs dans un avenir prochain. Pour se faire, il lance un concours, intitulé *Make McCain Exciting Challenge*, où les téléspectateurs doivent remplacer le mur derrière McCain, qui ressemble étrangement à un écran vert, ou green screen, par quelque chose qui saura piquer l'intérêt de la population.

En ce qui concerne la guerre en Irak, seulement *The Daily Show* utilise des images d'autres chaînes présentant des acteurs importants du conflit. Ainsi, le 20 mars 2008, dans le cadre de l'épisode soulignant le cinquième anniversaire de l'arrivée des Américains en sol irakien, une archive de l'émission *Meet The Press* de NBC datant du 14 septembre 2003 est mise en ondes pour rappeler les attentes et les paramètres initiaux mis de l'avant par l'administration Bush. L'animateur, Tim Russert, demande alors au vice-président Dick Cheney : « *Do you think the American people are prepared for a long, costly and bloody battle with significant American casualties?* » et obtient la réponse suivante : « *No, it's unlikely it will unfold that way Tim.* » Pour mettre l'extrait en contexte et saisir les intentions derrière sa présentation, il suffit de se tourner vers

l'introduction de Stewart qui s'exclame : « *Hard to believe folks, five years! And they said it wouldn't last. Seriously, they said it wouldn't last.* »

Dick Cheney est également au cœur d'un extrait de *CNN Live* du 17 mars, le montrant en train d'effectuer une visite surprise à Bagdad. Cette séquence sert d'amorce au segment *International Man Of Misery* (en référence au film *Austin Powers, International Man Of Mystery*) qui, à l'aide d'autres archives puisées entre 2002 et 2007, retrace les échecs consécutifs des voyages diplomatiques de Cheney à l'étranger, que ça soit au Kazakhstan, en Australie ou en Irak.

Un peu plus tôt dans le même épisode, c'est le président Bush qui occupe le petit écran quand sont diffusés des portions de déclarations qu'il a faites entre 2003 et 2008 sur l'évolution et le progrès de l'intervention en Irak. Déjà décrits de ce même chapitre, nous ne nous attarderons pas trop sur ces extraits. Ajoutons tout simplement que le but de les présenter (du plus récent au plus ancien) était de montrer que le discours est de plus en plus optimiste à mesure que l'on se rapproche du début de l'opération, raison pour laquelle Stewart indique que pour donner l'illusion d'un succès en Irak, il faudrait que le temps passe à rebours. Ce commentaire ironique ne cache pas une critique directe de l'administration Bush dans sa gestion de l'offensive militaire américaine en sol irakien.

L'épisode du 11 septembre 2007 met en relief pour sa part le dépôt du rapport du général David Petraus sur les progrès en Irak. On voit ainsi des images du général au Congrès américain, prêt à exposer les faits saillants de son document. Petraus est alors ridiculisé par Stewart, car il tente à plusieurs reprises de commencer à parler, mais son micro ne fonctionne pas. Si cette blague est sans intérêt particulier pour notre recherche, ce que l'hôte de *The Daily Show* dit pendant ce temps est significatif. Effectivement, comme nous en avons fait mention à l'occasion de la section portant sur les sujets traités, Stewart soulève alors quelques chiffres rattachés à la guerre, tels

l'argent dépensé et le nombre d'exilés, de morts et de blessés. Nous sommes ensuite témoins de bribes de la présentation du général, toujours commentées par Stewart. Celles-ci sont mises en parallèle avec des extraits de discours de Bush, qui disent à peu près la même chose. Nous reviendrons là-dessus au moment de traiter du rôle de chien de garde.

Passons maintenant au 25 juin 2008, date à laquelle des extraits de discours déclarés par George W. Bush entre, le 11 octobre 2000 et le 22 juillet 2001, sont mis en ondes. Ceux-ci traitent de la politique de la Maison Blanche en matière de gaz à effet de serre et Stewart s'en sert pour signifier la stagnation du gouvernement sur ce dossier. Nous ne recopierons pas ici les dires du président puisqu'ils ont déjà été rapportés.

Force est de constater que la grande majorité des extraits, qu'ils soient dans le contexte de *The Daily Show* ou de *The Colbert Report*, ne sont pas à l'avantage de leur interlocuteur principal. Aussi, nous remarquons que les personnalités politiques qui sont mises de cette façon à l'avant-plan sont généralement ridiculisées pour leur propos. À quelques exceptions près, pensons ici au segment *Make McCain Interesting* dans *The Colbert Report* et à celui de *Meet The Press* où Terry McAuliffe se fourvoie en suggérant que le père de l'animateur est décédé, on ne se moque toutefois pas gratuitement des sujets. Il s'agit plutôt de lever le voile sur leurs contradictions, leurs erreurs. On souhaite rappeler leurs engagements et leurs positions pour signaler leurs inconséquences.

Dans ce contexte, il est possible d'avancer que même si ces extraits ouvrent la porte à « des plaidoyers intelligibles et éclairants de la part du personnel politique et des porte-parole des divers groupes d'intérêt », ils répondent plutôt dans les faits au rôle du chien de garde que nous approfondirons ultérieurement quand il sera temps de se pencher sur les derniers indicateurs. Ils se rattachent également au septième indicateur, intitulé « Confrontation des gestes (ou de l'inaction) des détenteurs de

pouvoir à leurs promesses ».

#### 4.2.5 L'exposition de points de vue divergents concernant les sujets abordés

Débutons avec *The Daily Show*, qui, le 16 août 2008, aborde le retrait du marché de certains jouets de la compagnie Mattel fabriqués en Chine, ceux-ci étant jugés dangereux pour la santé à cause d'un taux de plomb au-dessus de la limite tolérée. Dans la présentation de cette nouvelle, Stewart rapporte les dires d'Erin Burnett de CNBC qui affirme que ce retrait s'avère une bonne chose pour l'économie américaine. Elle avance ainsi que si la Chine commençait à fabriquer des objets sans plomb ou même des aliments respectant les normes de contrôle des États-Unis, les prix augmenteraient significativement, et nuiraient à leurs équivalents fabriqués en sol américain.

Cette conception, que l'animateur trouve sans surprise ridicule, contraste avec les autres opinions sur le sujet qui sont montrées dans un retour sur la couverture médiatique (télévisée) de l'événement. Effectivement, les autres animateurs et journalistes sont outrés par la mise en marché de produits dangereux à l'intérieur de leurs frontières. L'insertion du point de vue de Burnett, qu'on ne saurait qualifier d'éclairant, bien au contraire, a cependant le mérite d'exposer des positions différentes sur un sujet donné, même si on se doute que l'intervention de la correspondante de CNBC a été placée dans l'émission à des fins humoristiques.

Dans l'épisode du 20 mars, c'est par le biais du retour sur les cinq années de guerre en Irak que le téléspectateur est témoin de la mise en lumière d'opinions divergentes. Sont alors diffusés en parallèle des bribes du discours de Donald Rumsfeld, ex-secrétaire à la défense, qui réitère la nécessité de maintenir les troupes en Irak, et des images de manifestations contre la guerre. Ici, l'opposition entre les deux parties ne pourrait être plus évidente et la manière de la souligner est particulièrement frappante. Stewart n'a donc pas besoin de commenter pour communiquer son point.

C'est finalement par l'intermédiaire d'une entrevue que *The Daily Show* présente des points de vue divergents sur un thème. Rappelons-nous ici l'entretien qu'a eu Stewart avec Douglas J. Feith à propos des circonstances et des communications entourant la guerre en Irak. Dès le début de l'échange, Stewart a établi que les deux hommes avaient des positions différentes sur le conflit irakien.

Cette disparité, plutôt que de causer de l'animosité, a permis aux interlocuteurs d'exprimer de manière claire et convaincante leurs idées, non sans trouver un point de rencontre à quelques occasions. Deux visions ont ainsi été exposées dans l'ouverture et le respect de l'opinion de l'autre, ce qui a donné le temps à chacun d'explicitier sa pensée et de révéler des informations pertinentes sur le sujet de la conversation.

De plus, le fait même d'inviter quelqu'un ne partageant pas le même avis que l'hôte force en quelque sorte l'équipe de *The Daily Show* à mettre sur pied un dossier complet et étoffé, dans le but de préparer l'animateur à pouvoir relancer l'invité sur tous les aspects de la thématique choisie. Elle doit également lui fournir le plus de « munitions » possible afin qu'il puisse défendre ce en quoi il croit. Effectivement, les arguments ne doivent pas manquer lorsque l'on doit mener, dans le cas qui nous concerne, plus de vingt minutes d'entrevue.

Dans *The Colbert Report*, les écarts d'opinion sont présentés à l'aide d'une approche entièrement différente. Ici, c'est par l'intermédiaire du personnage caricatural interprété par Stephen Colbert que les contrastes sont soulignés. Tous les invités et les sujets sont effectivement confrontés aux valeurs ultra-conservatrices et à la doctrine républicaine qui caractérisent son rôle.

Lorsqu'il est en présence de personnalités qui adhèrent à sa ligne de pensée, Colbert ne fait pas qu'appuyer leurs dires, mais les renchérit de manière enthousiaste. On le remarque dans son entretien avec Tony Snow, ex-porte-parole de la Maison Blanche, au cours duquel il dit : « *There are some things the American people is better*

*off not knowing!* » quand il est question de certaines informations gardées secrètes par le gouvernement au sujet de la guerre en Irak.

Il introduit également ces invités en proclamant son accord avec leurs idées, comme c'était le cas quand il a reçu Mike Huckabee. Colbert avait alors présenté l'aspirant à la présidence en disant que, comme lui, il ne croyait pas en l'évolution, était pour les armes à feu et contre le surplus de poids. Cette position est, il va sans dire, ironique, mais elle fait ressortir celle de Huckabee. L'animateur de *The Colbert Report* n'a toutefois pas été complaisant à l'égard de ce dernier en le questionnant sur sa présence surprenante dans la course à l'investiture et en se moquant de lui, car il a levé sa main dans un débat où l'on demandait à ceux ne croyant pas à l'évolution de s'identifier.

Lorsque, à l'inverse, il se retrouve face à des invités ne partageant pas ce schème de pensée de son personnage, Colbert essaie de les provoquer un peu en poussant ses opinions à l'extrême. Revenons ici à l'entrevue avec Robin Wright dans laquelle l'animateur essaie de faire admettre à l'auteure de *Dreams And Shadows* que la situation s'est améliorée en Irak et que le mouvement massif des troupes (*surge*) dans la région a fonctionné. Il s'emporte ensuite en disant : « *General Petraus or General Hooray Us?* ». Bien entendu, son interlocutrice ne peut s'empêcher de sourire, mais elle tient à rectifier le tir en affirmant que s'il y a eu une amélioration mineure, la situation demeure extrêmement difficile.

En vérité, c'est à l'intérieur même du discours de Colbert que l'on décèle la présence de différents points de vue. Comme celui-ci joue toujours sur un deuxième degré, il expose constamment une opinion et son contraire à travers l'ironie de son personnage. Aussi, plus il met de l'avant de manière exagérée les positions de ce dernier, plus il s'en moque et exprime ainsi indirectement son désaccord par rapport à celles-ci. Un des exemples les plus frappants de ce « double discours » est le segment récurrent

*The Word* que nous avons décrit à l'occasion de la thématique de l'immigration, abordée dans la section sur l'indicateur « présence de sujets sociopolitiques et économiques ». Effectivement, quoi de plus évident que des direx contrebalaécés, ou ridiculisés par un texte qui défile en même temps.

Pour clore cette section, il nous est possible d'avancer que *The Daily Show* et *The Colbert Report* utilisent des techniques variées pour mettre en lumière des points de vue divergeés, du choix des invités à un montage d'extraits présentant des groupes en opposition, en passant par l'ironie et la caricature. Si on n'atteint pas ici la « vaste gamme de points de vue » dont parlent Blumler et Gurevitch dans leur mission démocratique des médias, on réussit quand même à montrer deux visions en opposition, ou pour le moins différentes, des sujets traités. Toutefois, nous sommes loin de l'établissement d'un dialogue entre les détenteurs de pouvoir et le public.

#### 4.2.6 La confrontation des gestes (ou de l'inaction) des détenteurs de pouvoir à leurs promesses

Nous débutons avec cet indicateur la partie sur les mécanismes incitant les détenteurs du pouvoir à rendre compte de l'exercice de leurs fonctions. Il n'implique pas d'entrevue avec ces détenteurs de pouvoir, mais couvre plutôt une mise en parallèle des discours prononcés par ceux-ci, dans le but de vérifier s'ils sont conséquents avec les engagements qu'ils ont pris ou tout simplement avec ce qu'ils ont déclaré auparavant. Nous nous attarderons uniquement à *The Daily Show* dans cette section puisque, comme nous l'avons constaté à l'aide de notre synthèse des grilles, l'indicateur dont il est ici question n'a été coché aucune fois dans le cas de *The Colbert Report*.

Le 11 septembre 2007, Jon Hodgman est le correspondant invité de Stewart à l'émission. Il expose alors à l'animateur ses sept clés du succès, tirées de son livre *Are You On TV? Then Shut Up*, qui, selon lui, ont guidé Bush dans son « succès » en Irak. La première clé, « *Make a dream banner* », consiste à écrire sur papier ce

que l'on voudrait qui soit vrai et de l'afficher ensuite sur le plus grand vaisseau disponible. Une image du 1er mai 2003, où l'on peut voir une bannière accrochée à un bateau militaire américain sur laquelle il est écrit « *Mission Accomplished* » est alors montrée. La deuxième, qui correspond à la réécriture de cette « *dream banner* » deux ans plus tard, est expliquée alors qu'est diffusé un extrait d'archive d'une conférence à l'Académie navale d'Annapolis au Maryland, le 30 novembre 2005. Est encerclé à l'écran un panneau sur lequel on peut lire « *Plan For Victory* ». Ce retour sur ses déclarations antérieures est associé à la troisième clé : « *Plan ahead backward* ». La clé suivante suggère de voir les choses en grand, avec comme titre « *Think Big!* ». Elle est exemplifiée par une portion d'un discours de Bush, daté du 9 juin 2006, dans laquelle il dit : « *Irak will serve as a beacon for what is possible, a beacon for freedom in a part of the world that is desperate for freedom and liberty.* » Stewart intervient alors en disant qu'en ce moment, rien de cela ne semble possible, ce à quoi Hodgman répond à l'aide de sa cinquième clé : « *Don't get crazy now.* » La suite de l'extrait du 9 juin 2006 est alors présenté et l'on peut voir le président dire : « *Victory in Irak is a country that can sustain itself, govern itself and defend itself.* »

L'animateur du Daily Show demande alors à Hodgman si cette définition correspond au succès, mais ce dernier affirme qu'il n'en est rien avant que l'on passe à la sixième clé, appelée « *Don't sweat the small stuff!* ». À cette clé est rattachée une vidéo du 2 mai 2007 dans laquelle Bush déclare : « *The definition of success, as I described, is sectarian violence down. Success is not no violence!* » Hodgman commente alors en disant : « *That's pretty small, but success can be so much smaller than that.* » et introduit du même coup la septième et dernière clé : « *It's all small stuff.* » Le dernier extrait, datant du 14 février, montre le président disant : « *Irak will be a society in which there is..euh..relative peace. I say relative peace because if peace is like, zero car bombing, it will never happen this way.* »

Le but de toute cette mise en scène est assez clair : démontrer que l'administration



Bush a échoué en Irak et rappeler qu'elle a ainsi failli à ses engagements. Le tout est fait avec humour, mais de manière très directe et critique. Hodgman, avec son retour dans le temps à travers les discours de Bush, soulève le changement de cap dans les attentes vis-à-vis l'intervention en sol irakien. Effectivement, plus le temps passe, plus ce qui est considéré comme étant une opération réussie est minimisé. On passe alors de la promesse de la libération d'un peuple à un nombre plus raisonnable de voitures piégées, en passant par réduction de la violence sectaire. Le portrait ainsi brossé de la gestion du conflit en Irak est peu flamboyant.

L'épisode du 20 mars 2008 contient un segment dans le même ordre d'esprit. Tel que nous en avons fait part à l'occasion de l'indicateur intitulé « explication des origines des situations exposées » et de celui nommé « présentation de points de presse et/ou discours des personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt », une brève revue des discours de Bush entre 2003 et 2006 sur la nécessité de garder les troupes en Irak et le progrès dans cette région est diffusée. Comme c'était le cas pour la présentation de Hodgman dont nous venons de faire état, l'objectif visé ici est de confronter les résultats concrets aux promesses et de retracer l'évolution d'un discours à mesure qu'une situation semble devenir hors de contrôle.

Dans ce même épisode, on souligne le fait que la guerre dure beaucoup plus longtemps que ce qui avait été annoncé par le gouvernement au début de l'offensive. Est alors mis en ondes un extrait de l'émission *Meet The Press* de NBC dans lequel Dick Cheney s'oppose aux propos de l'animateur Tim Russert, qui demande au vice-président s'il croit que le peuple américain est prêt pour un long combat, coûteux et sanglant. Stewart avait introduit cette portion d'entrevue en s'exclamant qu'il était dur de croire que cela faisait déjà cinq ans alors qu'ils avaient dit que ça ne durerait pas.

Finalement, le 25 juin 2008, on effectue encore une fois un retour sur les décisions et les gestes posées par la Maison Blanche, mais il s'agit cette fois de politique environnementale, avec un suivi des avancées de l'administration Bush en matière de mesures pour contrer les gaz à effet de serre et le réchauffement climatique. Le tour d'horizon qu'il propose met en lumière la stagnation du gouvernement sur ce dossier.

*The Daily Show*, en somme, utilise donc comme outil les discours des personnages politiques, choisis sur une longue période, pour mettre de l'avant leur inaction, ou du moins l'écart entre leurs promesses et ce qui a réellement été entrepris. Ainsi, Stewart et son équipe laissent en quelque sorte les politiciens se confronter eux-mêmes à leurs dires. Les commentaires ajoutés aux discours en parallèle ne font qu'appuyer ce qui est déjà évident à l'écoute des extraits.

Les segments que nous avons décrits à l'intérieur de cette section témoignent d'une recherche exhaustive d'archives pour arriver à retracer le cheminement d'une politique ou d'une ligne de pensée. Ici, on peut déjà accorder à *The Daily Show* une volonté d'exposer de façon assez approfondie les reculs et la faillibilité du gouvernement dans l'exercice de ses fonctions. Effectivement, il ne s'agit pas seulement de pointer du doigt et de critiquer, car on va ici chercher directement les propos des politiciens pour pouvoir les mettre en relation.

#### 4.2.7 Questionnement des détenteurs de pouvoir au sujet des promesses qu'ils ont faites de leurs engagements

Cet indicateur, tel que nous l'avons mentionné au tout début de ce chapitre, à l'occasion du survol de la synthèse des grilles, n'a été coché aucune fois pour les deux émissions. Malgré le fait que nous ne sommes pas en mesure d'interroger l'équipe de *The Daily Show* et *The Colbert Report* à ce sujet, nous tenterons ici d'expliquer ce manque, même si ce n'est que de manière partielle et hypothétique.

Dans le cas de *The Daily Show*, la réponse ressort assez facilement, car dans aucun des épisodes sélectionnés n'était invitée une personne en position de pouvoir. Il était donc impossible pour Stewart de questionner qui que ce soit au sujet de ses promesses ou de ses engagements. Stephen Colbert, de son côté, même s'il a reçu Mike Huckabee, se retrouvait dans une situation similaire, car ce dernier n'était plus gouverneur de l'Arkansas au moment de son apparition à l'émission et n'était qu'un aspirant candidat dans la course à la présidence.

Ce sur quoi nous devons donc nous interroger est la raison pour laquelle les deux émissions de *Comedy Central* ne reçoivent pas sur leur plateau des politiciens en fonction, ou encore pourquoi ces derniers ne désirent pas s'y rendre. Même si nous ne voulons pas généraliser à partir de seulement seize épisodes, il demeure qu'en dehors de quelques exceptions, *The Colbert Report* et *The Daily Show* n'accueillent généralement pas d'élus. Une de ces exceptions correspond au segment récurrent, *Better Know A District*, de l'émission animée par Stephen Colbert. Dans celui-ci, Colbert interviewe des représentants de divers districts des États-Unis, souvent dans le but de les désorienter et de se moquer de la confusion qui s'en suit. Nous sommes donc loin d'un contexte où les détenteurs de pouvoir ont à rendre des comptes à leurs électeurs.

Pour répondre à notre question, nous pouvons poser comme hypothèse que les élus préfèrent ne pas se rendre à ce genre d'émission, craignant de se ridiculiser. Comme nous l'avons mentionné au cours de notre cadre théorique, les apparitions de politiciens dans des émissions de divertissement sont à double tranchant. Elles peuvent à la fois donner une illusion de rapprochement entre les électeurs et l'invité, prêtant à ce dernier un aspect plus humain, et briser une image, en mettant le politicien dans l'embarras. Le cas Boisclair que nous avons décrit en est un exemple flagrant. Il est également possible que les détenteurs de pouvoir préfèrent accorder des entrevues à des émissions de fin de soirée des grandes chaînes, telles *The Tonight Show With Jay Leno* ou *The Late Show With David Letterman* qui attirent un plus large auditoire

comme elles sont disponibles pour tous.

#### 4.2.8 L'incitation à l'implication sociale et/ou politique

Dans un cas comme dans l'autre, on ne retrouve pas d'exemple apparent d'incitation à l'implication sociale et/ou politique. Les deux émissions à l'étude n'encouragent effectivement pas les téléspectateurs à prendre leurs responsabilités comme citoyens conscients des privilèges et des devoirs qu'appelle une société démocratique, ni à être des membres actifs au sein de leur communauté. Ceci n'a rien de surprenant, car l'objectif premier de *The Daily Show* et *The Colbert Report* est de faire rire, et la prise d'un ton moralisateur s'avère rarement très divertissante.

Si les consœurs de *Comedy Central* n'incitent pas directement leur public à une participation citoyenne, elles ont à tout le moins le mérite de le conscientiser, en ce sens qu'elle l'informe sur les agissements du gouvernement américain. Nonobstant, si l'on prend en compte les recherches de Cappella et Jamieson (1996), le caractère plutôt négatif qu'elles empruntent dans leur couverture comporte un risque, soit celui d'entraîner une vision cynique de la politique. Selon les deux auteurs, cette dernière peut impliquer à son tour une baisse de confiance des citoyens en la validité de leurs institutions et, à plus long terme, un désintéressement en la politique.

Nous nous retrouvons donc dans une mécanique contraire à l'« encouragement vers une participation citoyenne active » dont il est ici question. La critique aurait donc un double impact, dont un, plutôt indésirable. Sans vouloir entrer dans le champ communicationnel complexe qu'est la réception médiatique, nous devons toutefois garder en tête que les médias n'ont pas un effet direct et unique sur le public, qui interprète les messages selon une multitude de facteurs, qu'ils soient sociaux, culturels, économiques ou autres.

## CHAPITRE V

### À LA FOIS CHIEN DE GARDE ET OBSERVATOIRE MÉDIATIQUE

Dans le dernier chapitre, nous nous sommes penchés sur chacun des indicateurs de notre grille d'observation. Ils ont tous été décrits et explicités en lien avec les épisodes sélectionnés sauf les deux derniers, que nous avons choisi d'inclure dans le présent chapitre.

Nous verrons donc dans ce chapitre la fonction journalistique de chien de garde, avec les deux indicateurs y étant rattachés, soit la « remise en question des positions, décisions et actions politiques » et la « mise en relief des erreurs ou contradictions de ceux en position de pouvoir ou y aspirant ». Nous continuerons avec une section intitulée « *Un observatoire médiatique* », dans laquelle nous étudierons le regard posé par *The Daily Show* et *The Colbert Report* sur la couverture informationnelle télévisée.

#### 5.1 Le rôle de chien de garde

Nous avons décidé d'inclure cet aspect de la théorie de Blumler et Gurevitch dans ce nouveau chapitre plutôt que dans le précédent, car nous sommes d'avis qu'il englobe plusieurs des autres indicateurs et symbolise à la fois une synthèse et

une conséquence de ceux-ci. Ainsi, la réalisation du rôle du chien de garde passe nécessairement par celle de certains points de la mission démocratique des médias.

Avant de passer à l'analyse, rappelons ici la définition du rôle du chien de garde, telle que nous l'avons explicitée dans le deuxième chapitre, dans la section « Les rôles communicationnels du personnel médiatique ». Les journalistes qui occupent le rôle de chien de garde surveillent de près les personnalités en position de pouvoir afin que ceux-ci rendent compte de leurs actes envers les citoyens. Ils se perçoivent et se comportent en quelque sorte comme des gardiens des valeurs démocratiques et de l'intérêt public.

#### 5.1.1 Remise en question des décisions et actions politiques

Parmi les indicateurs les plus récurrents, la remise en question des positions, décisions et actions politiques est omniprésente dans les deux émissions à l'étude. Autant *The Daily Show* et *The Colbert Report* ont dans leur point de mire les faits et gestes des politiciens. Dans cette section, nous procéderons par thématiques connexes plutôt que de passer en revue chacune des émissions à tour de rôle.

D'entrée de jeu, la cible qui revient le plus souvent est très certainement l'administration Bush, qu'elle soit critiquée pour sa gestion de la guerre en Irak ou encore pour sa position par rapport aux gaz à effets de serre et au réchauffement climatique. Ainsi, *The Daily Show*, qui consacre deux épisodes complets à un retour sur l'intervention américaine en sol irakien, remet tout d'abord en question le bien fondé de la décision d'aller en guerre.

Dès l'introduction de l'émission du 12 mai 2008, alors que Stewart présente l'entrevue avec Douglas J. Feith, ex-sous-secrétaire à la Défense, il affirme qu'il aura l'occasion de s'entretenir avec celui à qui plusieurs attribuent la planification de la guerre en Irak et s'exclame : « *There were planners?! Wow! I did not know that!* ».

Dans son entrevue, Stewart questionne donc son invité à propos de l'honnêteté du gouvernement dans sa démarche. Il avance alors qu'il a eu l'impression, comme beaucoup d'autres Américains selon lui, qu'il a été induit en erreur quant aux véritables motifs derrière l'offensive.

L'animateur de *The Daily Show* remet aussi en question les fondements à l'origine de la décision de la Maison Blanche d'aller au combat alors qu'il annonce l'entrevue du 10 avril 2008 avec Aram Roston, auteur du livre *The Man Who Pushed America to War*. Il dit que son invité parlera d'Ahmed Chaladi en ajoutant : « *The man who said to the administration : you know what would be a good country to invade there? Irak. And everybody was like 'you think?', and they did it!* ». Ici, l'administration Bush est clairement ridiculisée pour ce que l'équipe de *The Daily Show* considère comme de l'incompétence.

Pour en revenir à l'entretien avec Douglas J. Feith, tel qu'il a été vu plus tôt, Stewart dénonce aussi la manière dont le gouvernement a présenté le tout, laissant présager que la mission serait courte et peu coûteuse. Sa position est très claire, comme en témoigne cette phrase, prononcée en fin d'entrevue : « *It is not because the intentions are right and noble that I believe it to be the right move for the country. Doesn't make this honesty because you remove the ability from the American public to make an informed decision.* »

Quand il est question de la durée de la guerre, l'équipe de *The Daily Show* est encore plus mordante. C'est ainsi que dans l'épisode du 20 mars 2008, elle parodie une publicité de bijoux (des alliances associées au slogan *A diamond is forever*) afin de souligner la longueur de l'intervention et le fait qu'elle ne semble pas tirer à sa fin. Suivant de très près la publicité originale (même musique, même type de plans et usage du noir et blanc), la voix hors-champ de la version présentée dit : « *Irak 5th anniversary pendant, tell her you'd invade her all over again. Irak, an occupation*

*is forever.* » alors que l'on voit des silhouettes représentant George Bush et Saddam Hussein se rapprocher l'une de l'autre. Stewart vient ensuite appuyer le message en lançant ironiquement: « *Who would have thought transforming a region into freedom would take so long?* ». Ici, on fait évidemment référence à la durée anticipée du conflit, que nous venons tout juste d'aborder.

Dans l'épisode du 11 septembre 2007 de *The Daily Show*, pour illustrer le borbier dans lequel se sont enfoncés les États-Unis en Irak, est superposée une carte de la région sur un dessin des célèbres escaliers d'Escher, dont on ne peut distinguer s'ils montent ou s'ils descendent, ni le début ou la fin. L'analogie est frappante et représente une critique sans équivoque de la situation pour le moins complexe dans laquelle se retrouvent les troupes américaines.

Au cours de la même émission, comme il en a déjà été question, Stewart fait état des conséquences de la guerre (coûts et victimes) à l'occasion de l'allocution du général David Petraus. Il dénonce aussi la manière dont ce dernier présente l'état des choses en Irak, par le biais de nombreux graphiques et tableaux, en disant : « *It is an important reminder that our troops, and the Irakis, aren't just fathers, sons, mothers and sisters...they're also statistics.* » Encore une fois, l'ironie est au rendez-vous pour manifester le désaccord des membres de l'émission de *Comedy Central* avec le gouvernement sur ce sujet sensible.

Du côté de *The Colbert Report*, on se penche également sur le rapport du général Petraus, en écorchant la raison d'être de la mission américaine en Irak au passage. Ainsi, dans l'épisode du 10 avril, Colbert essaie de résumer de manière humoristique les faits saillants du document en affirmant que s'il a bien compris, la guerre va assez bien pour qu'il ne soit pas nécessaire d'y mettre fin, mais pas assez bien pour entrevoir un jour la possibilité d'y mettre fin. Il renchérit en signalant par la même occasion la mauvaise posture économique des États-Unis lorsqu'il affirme que ce n'est pas comme



si Bush pouvait laisser le problème au prochain président (*pass the buck to the next President*) avec l'état actuel du dollar. Il serait en mesure de lui (son successeur) léguer 0,85\$ au maximum (traduction libre).

Ce commentaire sur le piètre état de l'économie n'est pas isolé. Aussi, dans l'émission du 25 juin, Stephen Colbert introduit son entrevue avec Paul Goldberger, critique d'architecture pour *The New Yorker*, en touchant la situation de la construction au pays comme suit: « *Turns out America's current financial slump is putting many major building construction projects on hold.* » Ici, Colbert profite d'un sujet particulier pour en amener un autre sur lequel il désire s'exprimer et ne ménage pas ses mots pour décrire l'économie américaine.

Colbert se moque aussi de George W. Bush dans le cadre de l'entrevue accordée par Tony Snow. Alors que ce dernier confie qu'il anticipait l'impopularité du président à cause de la guerre, son interlocuteur lui répond du tac au tac : « *He's not that unpopular, latest polls have his approval ratings at 19%, which is low for a President but very high for a fetish.* » Par cette blague, Colbert confirme cette impopularité en l'appuyant avec un chiffre et met indirectement en relation Bush avec les autres présidents, en le plaçant vers le bas de l'échelle.

Dans la même entrevue, au moment où sont abordés les renseignements gardés secrets par le gouvernement en ce qui a trait à l'Irak, Colbert lance : « *There are somethings that we, as Americans, deserve not to know.* » En faisant ainsi semblant de se placer du côté de son invité, comme le demande le rôle de partisan républicain qu'il joue, l'animateur utilise de nouveau l'ironie pour dénoncer le manque de transparence de la Maison Blanche sur le dossier.

C'est exactement ce qu'il avait fait, mais cette fois à propos des armes de destruction massive, lors de l'entretien avec Andrew Keen du 16 août 2007. Il avait alors dit à son interlocuteur (qui avançait que les articles sur la toile affirmant qu'il y

avait effectivement des armes de destruction massive étaient la preuve que l'objectivité sur internet se meurt) que ces articles disaient vrai, car ils faisaient écho à ce que le président avait affirmé, en ajoutant que Colin Powell et Donald Rumsfeld savent très bien où ces armes sont cachées, mais qu'ils ne peuvent le dévoiler. Cette fausse naïveté témoigne encore une fois des intentions de l'équipe derrière *The Colbert Report* de remettre en question les positions adoptées par le gouvernement.

Tel qu'annoncé en début de section, l'administration Bush se retrouve également pointée du doigt pour sa gestion des problèmes environnementaux. Ainsi, dans l'épisode de *The Daily Show* du 25 juin 2008, quand Stewart récapitule l'affaire des recommandations de l'EPA (voir chap. 4, p. 57) il s'attaque directement à la Maison Blanche, qui n'a pas lu ces recommandations (envoyées par courriel), en s'exclamant avec stupéfaction : « *Amazing, the White House is treating America's environment policy like a spam boner pill add. How is that even possible! So I guess King George the Third's fatal mistake was unscrolling the declaration of independance. If I don't read it, it never happened!* ». L'animateur condamne donc la décision du gouvernement d'ignorer des indications de la plus haute importance, et va jusqu'à suggérer que cette décision servira d'excuse pour passer outre une situation qui ne sera incidemment pas réglée.

On s'en prend aussi à l'inaction du gouvernement sur le dossier de l'environnement dans le cadre de *The Colbert Report*. Aussi, le 12 mai 2008, réagissant à l'article de la BBC intitulé « *China Now Top Carbon Polluter* », Colbert se demande comment les États-Unis ont-ils pu se faire dépasser par la Chine au chapitre de leur plus importante exportation, soit la pollution. Il affirme d'un air déçu que, pourtant, les États-Unis ont tout fait pour conserver leur titre en refusant d'adhérer au protocole de Kyoto et en mettant de la pression sur les scientifiques<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> On suppose qu'il s'agit ici d'une incitation à ne pas produire des rapports trop alarmistes sur la situation des gaz à effet de serre et du réchauffement climatique.

Finalement, l'administration Bush est critiquée dans l'émission du 17 octobre de *The Colbert Report*. En faisant référence à l'extrait d'entrevue à Fox News où Fred Thompson dit qu'il n'a jamais désiré ardemment le poste de président, mais le voudrait pour pouvoir faire ce que seul un président peut accomplir, Colbert enchaîne en disant : « *Exactly, like running around in Air Force One or kidnap a Canadian and hand him over the Syrians to be beaten up with pipes.* »

Il s'agit bien entendu du Canadien d'origine syrienne Maher Arar, qui a été arrêté par les États-Unis, ces derniers le soupçonnant d'être affilié à Al Qaeda, pour être ensuite déporté en Syrie où il a été torturé. Le ton emprunté ici est assez virulent et exprime clairement le désaccord de Colbert et son équipe avec les agissements de la Maison Blanche sur le dossier. On soulève donc l'irresponsabilité du gouvernement, qui se retrouve indirectement coupable de la torture d'un citoyen canadien pour des motifs jugés douteux. Dans ce cas particulier, l'utilisation du verbe kidnapper n'est certainement pas anodine.

Si nous passons maintenant à une autre thématique, comme c'était le cas pour de nombreux autres indicateurs, les primaires aux États-Unis ont été dans la ligne de mire des deux émissions. On s'attarde donc aussi à ceux qui pourraient éventuellement être en position de pouvoir.

Stewart vise directement le candidat républicain John McCain dans le cadre de l'émission du 25 juin 2008, alors que l'environnement est à l'honneur. Il lance alors que Dieu ne serait pas fier de lui à ce sujet en disant : « *...but John McCain's bonified with the big man are now in question. He's divorced, for stem cell research, he's a clone and he's not as tough on gaz as Jesus would have hoped.* » Ici, faute de détails, on ne divulgue toutefois pas au téléspectateur les véritables intentions politiques de McCain en matière de gaz à effets de serre.

Le sénateur de l'Arizona se retrouve aussi la cible de Stephen Colbert pour sa position sur le dossier de l'environnement. À l'intérieur du segment du 25 juin intitulé *The Make McCain Exciting Challenge* (dans lequel il invite ses téléspectateurs à placer McCain dans les décors et les positions de leur choix), il termine en disant : « *John McCain has struck every pose imaginable when it comes to offshore drilling.* » Encore une fois, on ne peut connaître quelles sont ces positions et l'équipe de *The Colbert Report* laisse ainsi son auditoire en suspens.

Le 16 août, c'est Mitt Romney, aspirant à la tête du Parti républicain, qui est la victime de l'animateur de *The Colbert Report*. Cette fois c'est l'orientation du programme de l'homme politique qui est visée. En exposant le budget de campagne de celui-ci (deux millions de dollars), ce qui donne 442,87\$ par vote, Colbert affirme que Romney dépense sans problème pour ces gens qui votent mais ne le ferait jamais pour leurs soins de santé. Malgré le fait que cet avis est lancé de manière expéditive, il ne porte non moins l'attention sur une problématique centrale dans la campagne américaine, soit le système de soins de santé. Effectivement, ce dernier a été au milieu d'un sempiternel débat aux États-Unis en ce qui a trait à l'universalité des soins entre autres.

Également dans cet épisode, Mike Huckabee, concurrent pour le même poste, est pointé du doigt pour sa position contre l'évolution. Comme nous l'avons vu à l'occasion de la section sur les entrevues, Colbert demande à Huckabee si au moment où il a levé sa main dans un débat pour signifier qu'il ne croyait pas en l'évolution, c'était véritablement pour exprimer ses croyances ou tout simplement pour montrer qu'il avait un pouce opposable.

Cinglante, cette remarque a pour but de faire ressortir l'absurdité de la vision d'Huckabee en jouant sur les mots. Effectivement, le pouce opposable est une des caractéristiques majeures de l'évolution, qui a permis aux primates une meilleure

préhension. Colbert soulève dans cette entrevue le point de vue d'Huckabee en faveur des armes à feu.

Colbert ridiculise également Fred Thompson dans le cadre de l'épisode du 11 septembre 2007. Il se moque du fait que l'annonce sur la toile de la candidature de Thompson, ex-sénateur du Tennessee, est beaucoup trop vague. Il emprunte les expressions suivantes du discours de Thompson pour fonder ses dires : « *Next few years, serious challenges, dangerous time, grave issues* » en ajoutant : « *No other candidate has not quite said what America might possibly face more eloquently than Fred Thompson.* » Si le manque de contenu et de précision est monnaie courante dans les allocutions des politiciens, l'utilisation du même type de rhétorique pour le mettre en lumière est moins commune. Colbert imite donc le politicien pour signaler la vacuité de ses propos.

Un peu dans le même ordre d'idées, il met en relief la position ambivalente d'Hillary Clinton par rapport à la guerre en Irak dans l'épisode du 10 avril 2008 quand il montre des « dessins d'enfants » représentant les deux candidats démocrates. Sur l'un des dessins, il est écrit « *war + Hillary = peace* » et Colbert tient à rectifier le tir (selon lui évidemment) en disant qu'il aurait été préférable d'écrire : « *War + Hillary = I take responsibility for my vote, it was a sincere vote based on the facts and insurances we had at the time. Obviously I would not vote that way again if we knew then what we know now.* »

Toujours au sujet de la course à la Maison Blanche, alors que Colbert remplit les formulaires du Parti républicain pour poser sa candidature, il raye au feutre noir la partie où il est écrit « *not knowingly violate any election laws...* » en disant « *lets redact<sup>10</sup> to that...* ». Nous pouvons raisonnablement supposer qu'il fait ici référence au fiasco qui a entouré le vote dans l'État de la Floride lors des élections présidentielles de 2000, et directement affecté le résultat final, en faveur de George W. Bush. Colbert dénonce ainsi

---

<sup>10</sup> Au sens d'éditer.

les méthodes, selon lui malhonnêtes, qui ont eu cours lors de ce processus électoral.

Pour terminer cette section, passons maintenant en date du 12 mai 2008 alors que sont scrutées cette fois les élections en Russie. Tel qu'il a été mentionné au cours du chapitre précédent, Colbert attire l'attention sur le fait qu'après avoir cédé ses pouvoirs au terme de son mandat, Vladimir Poutine signale qu'il entend demeurer en charge du pays. L'animateur de *The Colbert Report* en arrive à cette conclusion en affirmant d'une part qu'il a été nommé Premier ministre par le nouveau président Medvedev, et de l'autre, que le parti de Poutine détenant une majorité de 70%, cela lui permet de renverser le président. Colbert met ainsi en relief l'aspect factice de cette passation des pouvoirs, suggérant qu'il s'agit ici d'une pure formalité, qui ne change rien à la réelle emprise que Poutine garde sur la Russie.

#### 5.1.2 La mise en relief des erreurs ou contradictions de ceux en position de pouvoir ou y aspirant

Cette section, qui clôt la revue des indicateurs, présente des ressemblances avec la précédente en ce sens que les erreurs et contradictions de la part des politiciens peuvent être en quelque sorte assimilées aux positions, décisions et actions de ceux-ci. Malgré le fait que certaines portions d'émissions auraient donc pu se retrouver dans l'autre section et vice versa, nous avons cru préférable de séparer ces aspects par souci de précision et de rigueur au risque de donner l'impression d'une répétition.

À l'occasion de la section à propos de la présentation de points de presse et de discours des personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêts, nous avons vu que dans l'épisode du 16 août 2008, *The Daily Show* met en parallèle les dires de l'aspirante présidente Hillary Clinton. Stewart fait alors ressurgir la contradiction dans le discours de Clinton qui ne voulait pas que l'on dévoile les archives de l'époque où elle était la première dame des États-Unis même si en 2006 elle dénonçait le manque de transparence du gouvernement.

La sénatrice de New York est aussi pointée du doigt pour ses contradictions, cette fois-ci aux côtés de Barack Obama, dans l'émission du 27 février. À l'intérieur du segment *Last Tango in Cleveland* (portant sur le débat qui a eu lieu dans cette ville), Stewart ridiculise le fait que les deux candidats, tout en essayant de profiter du débat pour se distinguer l'un de l'autre, passent leur temps à se dire en accord sur plusieurs dossiers.

Même l'entourage des candidats est mis sous observation, et ce autant dans *The Colbert Report* que dans *The Daily Show*. Rappelons nous ici le faux pas de Terry McAuliffe, chef de campagne d'Hillary Clinton, alors qu'il parlait du père de Tim Russert (son interviewer) comme s'il était mort, ce qui n'était pas le cas. Selon nous, cet incident, s'il ne semble pas digne de mention à première vue, dénote cependant des lacunes au niveau de l'équipe de Clinton, puisque le travail de McAuliffe correspond en grande partie à demeurer informé pour justement éviter que sa formation commette ce genre d'erreur.

Le 11 septembre, le retour sur les discours de Bush effectué par Jon Hodgman de *The Daily Show* dans le cadre de ses sept clés pour atteindre le succès (voir p. 79 du Chapitre V) fait, pour sa part, ressortir un changement de cap dans les attentes par rapport à la guerre et ce qui est considéré comme étant une mission réussie en Irak. On remarque donc que la définition du succès selon le président est sans cesse revue à la baisse, preuve d'une situation difficile dans la région, qui ne s'améliore pas autant qu'il aurait été souhaité.

Encore en lien avec le conflit en Irak, *The Daily Show* confronte l'état actuel de l'opération militaire au discours du gouvernement au début de l'offensive par l'intermédiaire d'un extrait de l'émission *Meet the Press* à NBC. Ainsi, quand Dick Cheney, le vice-président de l'époque, affirme que les Américains n'ont pas à appréhender une mission longue, coûteuse et meurtrière, on fait suivre un extrait du

19 mars 2008 dans lequel on voit Bush concéder que l'intervention américaine est plus longue que ce qui avait été anticipé. Le contraste produit est frappant et ne nécessite pas d'intervention particulière, même si Stewart, comme nous l'avons vu plus tôt, introduit le tout en s'exclamant : « *Hard to believe folks, 5 years! And they said it wouldn't last. Seriously, they said it wouldn't last.* ».

Avant de passer à la dernière portion de notre analyse et de notre interprétation, il nous est possible d'avancer, grâce aux deux derniers indicateurs, que les émissions sélectionnées pour notre recherche témoignent effectivement d'une surveillance des personnalités politiques, caractéristique du rôle du chien de garde. Leurs attaques, virulentes dans certains cas, soulèvent des questionnements par rapport aux dires et aux gestes de ceux qui gouvernent ou de ceux qui voudraient gouverner.

## 5.2 Un observatoire médiatique

L'importance des médias au niveau de l'information et de la communication politique a déjà été établie au cours du deuxième chapitre. Ici, nous explorerons la réflexion entreprise par *The Daily Show* et *The Colbert Report* à l'endroit de la couverture télévisée de l'information. Nous avons effectivement constaté que les deux émissions, en plus de se pencher sur les événements d'actualité, s'intéressent aussi à la manière dont les autres chaînes dépeignent les situations au quotidien. Ainsi, outre la présentation d'extraits de leurs consœurs, nécessaires à leur analyse et leurs commentaires, elles s'attardent à des segments qui ont capté leur attention, non pas directement pour les propos des politiciens y apparaissant, mais pour la manière dont d'autres émissions ont traité la situation.

### 5.2.1 La mise en doute de la crédibilité des médias

Dans *The Colbert Report* on remet en doute la notion de vérité dans le domaine



médiatique par le biais du mot *truthiness* instigué par Colbert lors de sa première émission. Ce mot désigne la préférence pour des concepts ou des faits qu'on souhaiterait associés à la vérité en opposition à des faits reconnus pour être vrais. Il dit ainsi lors de cet épisode : « *You see, facts can change, but my opinion will never change, no matter what the facts are.* » Cette expression semble vouloir ridiculiser la prétendue objectivité du domaine de l'information et du même coup critiquer certaines opinions présentées comme étant des faits.

Du côté de *The Daily Show*, les titres donnés aux correspondants de l'émission témoignent également d'une réflexion sur la façon de communiquer l'information aux téléspectateurs. En effet, comme il a été mentionné lors de la description de l'émission, ces correspondants ont tous le titre de *senior specialists* dans des champs des plus diversifiés qui changent d'ailleurs d'un épisode à l'autre. Lors de la période durant laquelle s'est déroulé le procès impliquant Michael Jackson en 2005, il y avait même un *senior Jackologist expert*.

En outre, dans l'un des épisodes sélectionnés pour notre analyse, soit celui du 12 mai, on retrouve un *senior wedding correspondent*. John Oliver, qui occupe ce rôle le temps d'un reportage (il a aussi été un *senior political analyst* le 10 avril 2008), couvre ainsi le mariage de la fille de George W. Bush, Jenna. Même si Stewart insiste pour qu'on l'informe sur les fausses notes ayant possiblement gâché la célébration, Oliver tient à répéter qu'il s'agissait d'une journée magique sans incident.

On se moque donc clairement non seulement de la dramatisation des événements, qui prend une place accrue dans les bulletins de nouvelles, mais également du choix même de couvrir ces événements. Si nous voulons aller un peu plus loin dans cet ordre d'idées, il est possible d'avancer que le temps accordé à ce type de potin enlève nécessairement une portion d'antenne au traitement de situations plus déterminantes dans le panorama de l'actualité américaine.

Le fait d'avoir des spécialistes pour tous les sujets possibles, parfois les plus absurdes, fait vraisemblablement écho à la tendance des bulletins de nouvelles et réseaux d'information à faire souvent appel à des experts, plutôt que d'attribuer la tâche de recherche aux journalistes. Il ne s'agit aucunement de nier l'apport d'experts au sein des émissions d'information ou d'attaquer leur crédibilité, mais plutôt de mettre en exergue le fait que leur omniprésence sous-tend un travail d'investigation amoindri de la part des journalistes. Les créateurs de *The Daily Show* exagèrent ainsi une pratique de plus en plus courante afin de mettre en lumière ce qu'ils considèrent comme une dérive, ou pour le moins un aspect du journalisme à revoir.

#### 5.2.2 La chaîne Fox News : une cible de choix

À l'intérieur des deux émissions de *Comedy Central*, la cible de prédilection correspond à la chaîne câblée d'information en continu Fox News. Dans *The Colbert Report*, le commentaire à l'endroit de la chaîne est intégré au concept même de l'émission. Aussi, tel qu'il en a été question lors de la description de celle-ci, *The Colbert Report* se veut une parodie au sens large de l'émission de Bill O'Reilly, *The O'Reilly Factor*. Se mettant dans la peau d'un animateur ultra-conservateur d'allégeance républicaine, Colbert est une caricature d'O'Reilly, une des figures de proue de Fox News. La référence est explicite puisque Colbert mentionne fréquemment l'animateur vedette comme étant son idole, l'appelant même *Papa Bear*.

Ce qui rapproche le plus les deux émissions est très certainement le segment *The Word*, calqué, comme nous l'avons vu au cours du dernier chapitre, sur les *Talking Points* d'O'Reilly. Pour expliciter davantage cette parodie, que nous jugeons très significative au niveau de la réflexion faite sur les médias, et faire ressortir la similarité entre l'original et la copie, nous fournissons ici un exemple des *Talking Points*, suivi d'un extrait de *The Word*, mis en ondes à une journée d'intervalle. Nous utiliserons des tableaux pour faciliter la lecture et la compréhension. Le *Talking Points* de Bill O'Reilly

provient de la diffusion du 6 décembre 2006 et traite des conclusions d'un groupe d'étude sur l'Irak.

Paroles de Bill O'Reilly	Texte qui défile à l'écran, avec pour thème l'expression « Irak : NO SPIN »
The report also says the USA should talk with Iran and Syria. Well that's fine but good luck.	The report says the U.S. should talk to Iran. Good luck.
Many Iraqis have no allegiance to their government in Bagdad. They support their local imams and leaders. It's the same old story of tribalism over unification.	Many Iraqis have no allegiance to their government. Tribalism trumps unification.

L'exemple de *The Word* est tiré pour sa part de l'émission du 7 décembre 2006 de *The Colbert Report*. Le sujet abordé est la sortie du livre *The U.S. V. Bush* d'Elizabeth de la Vega.

Paroles de Stephen Colbert	Texte qui défile à l'écran, dont le <i>Word</i> est « <i>Case closed</i> »
The readers of this book are supposed to act as a grand jury after reading multi-sourced testimony of public statements. Words putted to conclude that the Bush administration broke the law.	They Broke It. We Bought It.
I have news for miss de la Vega. The only thing Americans like less than reading is jury duty.	Since O.J. No « Zazz »

Il est frappant de constater à quel point Colbert se rapproche d'O'Reilly dans la forme que prend son segment. En plus du fait qu'on retrouve des propos mis en parallèle avec un texte qui défile, l'écran est divisé de la même manière et on retrouve aussi la formulation d'un thème qui encadre le bloc d'émission.

La différence ici réside, bien entendu, dans le type de texte à l'écran. En faisant défiler des textes qui transforment totalement le sens de ce que Colbert dit, il semble que les scripteurs de *The Colbert Report* ridiculisent le fait qu'une écriture, qui prend en plus la moitié de l'écran, reproduise presque exactement ce qui est dit par O'Reilly. De plus, l'ironie qu'apporte le texte dans *The Word* sert d'outil pour discréditer l'opinion véhiculée oralement. Pour conclure ce sujet, ajoutons que *The Word* attire aussi l'attention sur le caractère biaisé des interventions d'O'Reilly, l'opinion de ce dernier sur les thématiques qu'il traite étant manifeste.

Dans *The Daily Show*, c'est presque la moitié de l'émission du 10 avril qui est consacrée à une réflexion sur Fox News. John Oliver, senior political analyst pour l'occasion, introduit sa chronique par le biais du départ prochain de Bush. Il affirme que si certains anticipent avec enthousiasme le terme du mandat de leur président, d'autres veulent savourer les derniers moments de celui-ci à la Maison Blanche. Oliver ajoute que cela semble être le cas de Fox News, qui lui accorde un documentaire d'une heure intitulé *George W. Bush, Fighting To The Finish*.

Le senior political analyst se moque donc de cet « hommage », en disant que le but du documentaire est de juger le président avant que l'histoire n'ait l'opportunité de le faire. On montre alors un extrait de la production en question, dans lequel l'animateur dit en introduction que George Bush, souvent ridiculisé pour sa manière de parler, a finalement, sept ans plus tard, été reconnu pour son éloquence. La vidéo est à ce moment interrompue pour qu'Oliver lance avec stupéfaction : « *Who credited him?* ». Il dit alors ironiquement que Fox comprend que l'héritage d'un homme n'est pas défini par ses gestes, mais plutôt par ce que les médias télévisés disent qu'il fait.

Pour appuyer davantage ses propos, John Oliver présente un faux documentaire qu'il a préparé, intitulé *Fox News, Cycling To The Finish*. Cette critique fait état de la piètre qualité de la couverture de la chaîne, en avançant que depuis son inauguration

il y a douze ans, Fox News a constamment diminué ses standards journalistiques. La première flèche consiste en une mise en doute de la mission que la chaîne s'est donnée, soit «*ask everyone the tough questions* ». Sont alors comparées, à l'aide d'extraits, les attitudes adoptées par les animateurs à l'endroit de Clinton et de Bush. Les clips montrés témoignent d'un plus grand zèle quand il est question du chef démocrate, alors que celui à la tête du Parti républicain bénéficie d'une certaine complaisance.

C'est dans ce même ordre d'idées qu'on attaque ensuite la partialité de la chaîne, par le biais d'extraits démontrant une partisanerie flagrante. On peut même y voir Bill O'Reilly, dans le cadre du *O'Reilly Factor*, déclarer que le président Bush a fait ce que Jésus aurait fait en décidant d'entrer en guerre contre l'Irak.

### 5.3 Une déviation dans la couverture

Si Fox News se retrouve sous la loupe des deux émissions de *Comedy Central*, la chaîne d'information en continu CNN n'est pas en reste. Celle-ci est effectivement pointée du doigt par *The Daily Show* dans le même épisode (10 avril 2008) pour sa couverture du parcours de la torche olympique. On y soulève le fait que la flamme a été suivie en direct de la *Situation Room* pendant une heure et 42 minutes. Ce constat vient souligner une déviation dans le choix des événements couverts par les médias télévisés et le temps y étant accordé. Nous pouvons effectivement nous interroger sur la pertinence de montrer en temps réel une torche olympique alors que cet espace pourrait être utilisé pour traiter en profondeur des sujets ayant une plus grande incidence sur les préoccupations des téléspectateurs.

Une autre déviation est aussi mise en exergue dans le cadre d'entrevues. On remarque donc dans l'épisode du 17 octobre 2008 de *The Daily Show*, que Stewart critique la manière dont Matt Lauer, animateur à NBC, mène son entrevue avec

Larry Craig, ex-membre du Parti républicain. Accusé d'avoir tenté un rapprochement physique avec un policier dans un aéroport, Craig doit alors répondre aux questions ininterrompues de Lauer, qui lui demande à plusieurs reprises s'il est gai ou bisexuel. Malgré le fait que l'on pouvait attendre ce type de question, étant donné le scandale qui a entouré l'affaire Craig, ce sur quoi Lauer attire l'attention n'est pas particulièrement informatif, voire édifiant. Stewart met l'accent sur le manque de pertinence des interventions de Lauer en disant (comme s'il était à la place de Craig : « *I was actually thinking the question was about Iran but ok, lets go in this direction.* »).

On s'en prend donc ici au sensationnalisme qui affecte le journalisme. D'ailleurs, dans le même épisode, la correspondante Samantha Bee présente un reportage sur le surmenage des vedettes (*celebrity exhaustion*). Ce sujet, on ne peut plus futile, se moque directement des potins sur les personnalités publiques véhiculés comme s'ils correspondaient à une nouvelle absolument digne de mention.

En somme *The Daily Show* et *The Colbert Report*, ne font pas qu'exposer les travers de politiciens, mais ils lèvent aussi le voile sur les pratiques, parfois discutables, de ceux qui les couvrent. Leur critique s'articule donc à deux niveaux et on peut alors parler de métacritique jusqu'à un certain point, puisque qu'elle englobe l'observateur en plus de l'observé.

## CONCLUSION

Notre but en entreprenant ce mémoire était d'analyser la couverture télévisée de l'information aux États-Unis dans une période où elle est la cible de nombreux détracteurs. Nous avons décidé de nous concentrer plus particulièrement sur la jonction entre information et divertissement, qui ne suscite pas moins de craintes, et qui, au contraire, apporte son nouveau lot d'inquiétudes et d'appréhension.

Pour ce faire, notre stratégie a consisté entre autres à confronter deux auteurs à leur propre discours, afin de répondre à nos interrogations de manière conséquente. Effectivement, nous avons exposé les réticences soulevées par Blumler et Gurevitch à l'endroit du mélange entre information et divertissement pour ensuite se servir de leurs théories sur le journalisme afin d'aller ausculter la situation sur le terrain. Les critères de leur mission démocratique des médias (*voir* chap.2, p. 24) nous ont ainsi permis de bâtir une grille d'observation, outil de base pour mener notre analyse.

Cette grille nous a donné l'occasion de confirmer notre hypothèse, que nous rappelons ici : *The Daily Show* et *The Colbert Report* ont la possibilité de présenter sur la scène publique des enjeux sérieux en utilisant l'humour comme outil critique et réflexif. Malgré leur nature divertissante, elles peuvent répondre, du moins partiellement, à la mission démocratique des médias, telle que mise de l'avant par Blumler et Gurevitch.

Ainsi, comme nous l'avons vu dans la grille récapitulative, plusieurs des indicateurs ont été cochés à de nombreuses reprises, et en se penchant sur ceux-ci

plus en profondeur, nous avons été en mesure de constater que les émissions animées par Jon Stewart et Stephen Colbert répondaient, directement ou indirectement, à ceux-ci. Utilisant comme véhicule de leurs idées tantôt la parodie, tantôt l'ironie ou la caricature, *The Daily Show* et *The Colbert Report* ont soulevé des enjeux sociopolitiques et économiques importants, par le biais de commentaires, de diffusion d'extraits et d'entrevues. Ils ont également attiré l'attention sur les décisions, actions, contradictions et erreurs des élus ou de ceux aspirant au pouvoir.

Si nous revenons donc au tout début de notre document, nous pouvons nuancer la citation de Schiller affirmant qu'il y a une absence de voix critiques dans les nouvelles télévisées et les émissions d'affaires publiques. Nous savons maintenant que les deux émissions humoristiques de la chaîne *Comedy Central* occupent ce rôle et ces dernières ridiculisent justement les commentateurs et émissions ultra-conservatrices de droite dénoncées par Schiller.

Aussi, notre recherche nous a permis de constater qu'un deuxième niveau critique et réflexif -une métacritique, pour reprendre l'expression de Jost- (Jost, 2004 : 33) s'articule à l'intérieur des émissions à l'étude. C'est ainsi que dans la section intitulée *Un observatoire médiatique*, nous avons fait état de la surveillance qu'exercent celles-ci à l'endroit de certaines émissions qui couvrent l'actualité. Le regard, parfois incisif, qu'elles posent sur ces dernières, témoignent d'une volonté d'exposer les travers du journalisme télévisé

Il demeure toutefois important de ne pas s'emballer car si les émissions à l'étude remplissent la mission démocratique des médias, elles ne le font que partiellement. Un point comme l'encouragement vers une participation citoyenne active ne s'est manifesté ni d'un côté, ni de l'autre. En outre, certaines thématiques, comme nous l'avons vu, sont traitées de manière superficielle, ne permettant pas une compréhension globale des enjeux mis de l'avant. Évidemment, la taille restreinte de



notre échantillon réduit aussi grandement la portée de nos résultats, qui ne peuvent ainsi qu'être fragmentaires.

Nous ne savons également rien de l'influence de ces émissions sur leur auditoire. Tel qu'il en a été question plus tôt, nous nous devons d'être prudent à ce sujet car le ton cynique de Stewart et Colbert comporte un risque, soit celui de réduire la transcendance des politiques et participer à un vent de désintéressement et de désillusion pour les affaires de l'État. Aussi, il ne faut pas se cacher que Bush était une cible particulièrement facile, dénoncé mondialement, et terminant son mandat avec un des plus bas taux de soutien de la population de l'histoire des États-Unis.

En terminant, dans le contexte de l'élection récente de Barack Obama à la présidence des États-Unis, il sera intéressant de continuer à suivre *The Daily Show* et *The Colbert Report* afin de vérifier s'ils garderont leurs crocs aussi acérés quand viendra le temps de mettre sous la loupe les faits et gestes du nouvel occupant de la Maison Blanche. Si les deux émissions accusent leurs chaînes voisines de partialité et de partisanerie, il ne faudrait pas qu'elles tombent dans le même piège en adoptant une attitude trop complaisante à l'endroit du chef démocrate.

APPENDICE A

GRILLES D'OBSERVATION

Tableau A.1 : Grille d'observation

Points de la mission démocratique des médias, selon Blumler et Gurevitch (1995)	Indicateurs	
La surveillance de l'environnement sociopolitique et des développements susceptibles d'influencer, positivement ou négativement, le bien-être des citoyens.	1. Présence de sujets sociopolitiques et économiques	
Un agenda setting significatif, qui fait le point sur les événements-clés du jour, tout en incluant les facteurs qui les ont forgés.	2. Traitement d'événements marquants de l'actualité	
	3. Explication des origines des situations exposées (ex. : récapitulation des événements, décisions, interventions ou circonstances qui ont mené à cette situation)	
La mise en place d'un cadre pour des plaidoyers intelligibles et éclairants de la part du personnel politique et des porte-parole des divers groupes d'intérêt.	4. Présence d'entrevues avec des personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt	
	5. Présentation de points de presse et/ou discours de ceux-ci	
L'établissement d'un dialogue à travers une vaste gamme de points de vue entre les détenteurs du pouvoir et le public.	6. Exposition de points de vue divergents concernant les sujets abordés	
Des mécanismes incitant ces détenteurs du pouvoir à rendre compte de l'exercice de leurs fonctions.	7. Confrontation des gestes (ou de l'inaction) des détenteurs de pouvoir à leurs promesses	
	8. Questionnement des détenteurs de pouvoir au sujet des promesses qu'ils ont faites, de leurs engagements	
Un encouragement vers une participation citoyenne active.	9. Incitation à l'implication sociale et/ou politique (ex. encourager les téléspectateurs à aller voter)	
Rôle du chien de garde (watchdog)	10. Remise en question des positions, décisions et actions politiques	
	11. Mise en relief des erreurs ou contradictions de ceux en position de pouvoir ou y aspirant	

Tableau A.2 : Grille synthèse pour *The Dayly Show*

Points de la mission démocratique des médias, selon Blumler et Gurevitch (1995)	Indicateurs	
La surveillance de l'environnement sociopolitique et des développements susceptibles d'influencer, positivement ou négativement, le bien-être des citoyens.	1. Présence de sujets sociopolitiques et économiques	8
Un agenda setting significatif, qui fait le point sur les événements-clés du jour, tout en incluant les facteurs qui les ont forgés.	2. Traitement d'événements marquants de l'actualité	6
	3. Explication des origines des situations exposées (ex. : récapitulation des événements, décisions, interventions ou circonstances qui ont mené à cette situation)	6
La mise en place d'un cadre pour des plaidoyers intelligibles et éclairants de la part du personnel politique et des porte-parole des divers groupes d'intérêt.	4. Présence d'entrevues avec des personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt	3
	5. Présentation de points de presse et/ou discours de ceux-ci	7
L'établissement d'un dialogue à travers une vaste gamme de points de vue entre les détenteurs du pouvoir et le public.	6. Exposition de points de vue divergents concernant les sujets abordés	4
Des mécanismes incitant ces détenteurs du pouvoir à rendre compte de l'exercice de leurs fonctions.	7. Confrontation des gestes (ou de l'inaction) des détenteurs de pouvoir à leurs promesses	4
	8. Questionnement des détenteurs de pouvoir au sujet des promesses qu'ils ont faites, de leurs engagements	0
Un encouragement vers une participation citoyenne active.	9. Incitation à l'implication sociale et/ou politique (ex. encourager les téléspectateurs à aller voter)	0
Rôle du chien de garde (watchdog)	10. Remise en question des positions, décisions et actions politiques	5
	11. Mise en relief des erreurs ou contradictions de ceux en position de pouvoir ou y aspirant	5

Tableau A.3 : Grille synthèse pour *The Colbert Report*

Points de la mission démocratique des médias, selon Blumler et Gurevitch (1995)	Indicateurs	
La surveillance de l'environnement sociopolitique et des développements susceptibles d'influencer, positivement ou négativement, le bien-être des citoyens.	1. Présence de sujets sociopolitiques et économiques	8
Un agenda setting significatif, qui fait le point sur les événements-clés du jour, tout en incluant les facteurs qui les ont forgés.	2. Traitement d'événements marquants de l'actualité	6
	3. Explication des origines des situations exposées (ex. : récapitulation des événements, décisions, interventions ou circonstances qui ont mené à cette situation)	0
La mise en place d'un cadre pour des plaidoyers intelligibles et éclairants de la part du personnel politique et des porte-parole des divers groupes d'intérêt.	4. Présence d'entrevues avec des personnalités politiques et/ou porte-parole de divers groupes d'intérêt	3
	5. Présentation de points de presse et/ou discours de ceux-ci	2
L'établissement d'un dialogue à travers une vaste gamme de points de vue entre les détenteurs du pouvoir et le public.	6. Exposition de points de vue divergents concernant les sujets abordés	x
Des mécanismes incitant ces détenteurs du pouvoir à rendre compte de l'exercice de leurs fonctions.	7. Confrontation des gestes (ou de l'inaction) des détenteurs de pouvoir à leurs promesses	4
	8. Questionnement des détenteurs de pouvoir au sujet des promesses qu'ils ont faites, de leurs engagements	0
Un encouragement vers une participation citoyenne active.	9. Incitation à l'implication sociale et/ou politique (ex. encourager les téléspectateurs à aller voter)	0
Rôle du chien de garde (watchdog)	10. Remise en question des positions, décisions et actions politiques	6
	11. Mise en relief des erreurs ou contradictions de ceux en position de pouvoir ou y aspirant	4

## BIBLIOGRAPHIE

- Blumler, Jay G., et Michael Gurevitch. 1995. *The crisis of public communication*. Coll. «Communication and society». London: Routledge, 237 p.
- Bonneville, Luc, Sylvie Grosjean et Martine Lagacée. 2007. *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Montréal: Gaëtan Morin Éditeur, 238 p.
- Boyer, Henri, et Guy Lochard. 1995. *Notre écran quotidien: une radiographie du télévisuel*. Coll. «Société». Paris: Dunod, 203 p.
- Brants, Kees. 2003. «De l'art de rendre la politique populaire». *Réseaux*, no 118, p. 133-166.
- Breton, Philippe, et Serge Proulx. 2006. *L'Explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle*. Montréal: Boréal, 389 p.
- Burke, Kenneth. 1959. *Attitudes Toward History*. Los Altos: Hermes Publications, 434 p.
- . 1989. Kenneth Burke: *On symbols and society*. Chicago: University of Chicago Press, 342 p.
- Cappella, J., et C. Hall Jamieson. 1996. «News frames, political cynicism and media cynicism». *Media and Politics*, p. 71-84.
- Chartier, Lise. 2003. *Mesurer l'insaisissable: méthode d'analyse du discours de presse*. Coll. «Communication Relations publiques». Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, 263 p.
- Dahlgren, Peter. 1995. *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage, 176 p.

- Dahlgren, Peter, et Colin Sparks (1992). *Journalism and Popular Culture*. London, Sage: 224 p
- Dimock, Michael (2007). Who Do You Trust for War News? Washington, Pew Research Center Publications En ligne.  
<http://pewresearch.org/pubs/445/who-do-you-trust-for-war-news>
- Feldman, Lauren. 2007. «The News About Comedy». *Journalism*. vol. 8, no 4, p. 406-427.
- Frosh, Paul, et Gadi Wolfsfeld (2007). ImagiNation: news discourse, nationhood and civil society. *Media, Culture & Society*. 29: 105-129 p En ligne.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=uqh&AN=23873427&lang=fr&site=ehost-live>
- Gingras, Anne-Marie. 2003. *La communication politique : État des savoirs, enjeux et perspectives*. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, 295 p.
- Hall, Stuart (1984). Culture, media, language: working papers in cultural studies: 1972-79. Birmingham, University of Birmingham: 311 p
- Jost, François. 2004. *Introduction à l'analyse de la télévision*, 2e édition rev. et aug. Coll. «Infocom». Paris: Ellipses, 174 p.
- Keeter, Scott, et Andrew Kohut (dir.) (2007). Public Knowledge of Current Affairs. Washington, Pew Research Center for People & the Press En ligne.  
<http://people-press.org/report/319/public-knowledge-of-current-affairs-little-changed-by-news-and-information-revolutions>
- Kohut, Andrew, et Kim Parker (2007). Today's Journalists Less Prominent. Washington, The Pew Research Center for the People & the Press En ligne.  
<http://people-press.org/report/309/todays-journalists-less-prominent>
- Lochard, Guy. 2005. *L'information télévisée, Mutations professionnelles et enjeux citoyens*. Coll. «Comprendre les médias». Paris: CLEMI, 219 p.
- Lochard, Guy, et Jean-Claude Soulages. 2003. «La parole politique à la télévision: du logos à l'ethos». *Réseaux*, no 118.
- Moore, Marc P. 1992. «'The Quayle quagmire': Political campaigns in the poetic form of burlesque». *Western Journal of Communication*. vol. 56, no 2, p. 108-124.

- Moore, Mark P. 1992. «'The Quayle quagmire': Political campaigns in the poetic form of burlesque». *Western Journal of Communication*, no 56, p. 108-124.
- Mucchielli, Roger. 2006. *L'analyse de contenu des documents et des communications*. Coll. «Formation permanente». Issy-les-Moulineaux: Esf, 223 p.
- Neveu, Erik. 2003. «Présentation». *Réseaux*, no 118, p. 9-19.
- Project for Excellence in Journalism (2007). *State of the American News Media 2007. An Annual Report on American Journalism*. State of the American News Media. Washington, Pew Research Center for the People & The Press En ligne. <http://www.stateofthenewsmedia.org/2007/>
- Semprini, Andrea. 1997. *L'information en continu: France info et CNN*. Paris: Nathan, 221 p.
- . 2000. *CNN et la mondialisation de l'imaginaire*. Paris: CNRS, 187 p.
- Smith, Chris, et Ben Voth. 2002. «The Role of Humor in Political Argument: How "Strategery" and "Lockboxes" Changed a Political Campaign». *Argumentation and Advocacy*, no 39, p. 110-129.
- Terrou, Fernand. 1995. *L'information*, 8e éd. rev. Coll. «Que sais-je?». Paris: PUF, 125 p.
- Tisinger, Russel M., et Dannagal G. Young. 2006. «Dispelling Late-Night Myths». *The Harvard International Journal of Press/Politics*. vol. 11, no 3, p. 113-134.
- Wolton, Dominique. 1997. *Penser la communication*. Paris: Flammarion, 401 p.