



HAL
open science

**La contestation conservatrice aux États-Unis.
L'influence des talk-shows radiophoniques conservateurs
sur le conservatisme de l'après-Reagan (1988-2010)**

Sebastien Mort

► **To cite this version:**

Sebastien Mort. La contestation conservatrice aux États-Unis. L'influence des talk-shows radiophoniques conservateurs sur le conservatisme de l'après-Reagan (1988-2010). Sciences de l'information et de la communication. Université de la Sorbonne nouvelle - Paris III, 2012. Français. NNT : 2012PA030174 . tel-02903659

HAL Id: tel-02903659

<https://theses.hal.science/tel-02903659>

Submitted on 21 Jul 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Thèse

En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE LA SORBONNE NOUVELLE – PARIS 3

Délivré par *Université de La Sorbonne Nouvelle – Paris III*

Discipline ou Spécialité *ANGLAIS (Civilisation américaine)*

Présentée et soutenue par *Sébastien MORT*

Le 10 décembre 2012

LA CONTESTATION CONSERVATRICE AUX ÉTATS-UNIS : L'INFLUENCE DES TALK-SHOWS RADIOPHONIQUES CONSERVATEURS SUR LE CONSERVATISME DE L'APRÈS-REAGAN (1988-2010)

Volume 1

Jury

Mme le Professeur Divina FRAU-MEIGS, Université Sorbonne Nouvelle – Paris III
M. le Professeur Jean-Paul GABILLIET, Université Michel de Montaigne Bordeaux III
M. le Professeur Vincent MICHELOT, Université Lyon II / I.E.P.
M. le Professeur Franck REBILLARD, Université Sorbonne Nouvelle – Paris III
*M. François VERGNIOLLE DE CHANTAL, Maître de Conférences (H.D.R.), Université de
Dijon*

Ecole doctorale : Etudes Anglophones, Germanophones et Européennes

Unité de recherché : Center for Research on the English-speaking World (CREW)

Directrice de thèse : *Mme le Professeur Divina FRAU-MEIGS*

Thèse

En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE LA SORBONNE NOUVELLE – PARIS 3

Délivré par *Université de La Sorbonne Nouvelle – Paris III*

Discipline ou Spécialité *ANGLAIS (Civilisation américaine)*

Présentée et soutenue par *Sébastien MORT*

Le 10 décembre 2012

LA CONTESTATION CONSERVATRICE AUX ÉTATS-UNIS : L'INFLUENCE DES TALK-SHOWS RADIOPHONIQUES CONSERVATEURS SUR LE CONSERVATISME DE L'APRÈS-REAGAN (1988-2010)

Volume 1

Jury

Mme le Professeur Divina FRAU-MEIGS, Université Sorbonne Nouvelle – Paris III
M. le Professeur Jean-Paul GABILLIET, Université Michel de Montaigne Bordeaux III
M. le Professeur Vincent MICHELOT, Université Lyon II / I.E.P.
M. le Professeur Franck REBILLARD, Université Sorbonne Nouvelle – Paris III
*M. François VERGNIOLLE DE CHANTAL, Maître de Conférences (H.D.R.), Université de
Dijon*

Ecole doctorale : Etudes Anglophones, Germanophones et Européennes

Unité de recherche : Center for Research on the English-speaking World (CREW)

Directrice de thèse : *Mme le Professeur Divina FRAU-MEIGS*

La contestation conservatrice aux États-Unis : l'influence des talk-shows radiophoniques conservateurs sur le conservatisme de l'après-Reagan (1988-2010)

Phénomène apparu à la fin des années quatre-vingt avec l'animateur Rush Limbaugh, le talk-show radiophonique conservateur américain a joué un rôle important dans la vie politique du pays. Cette recherche en retrace les différentes phases de 1988 à 2010 pour lui rendre sa place dans l'histoire politique américaine des dernières. Elle défend la thèse que le talk-show radiophonique conservateur a constitué un puissant instrument de contestation et a joué un rôle historique dans la reconquête du pouvoir par les Républicains.

Dans un premier temps, le contexte politique et médiatique de la résurgence du conservatisme dans les années soixante est revisité pour situer le talk-show radiophonique dans la tradition communicationnelle du mouvement conservateur et défendre l'idée que l'émergence du phénomène en tant que force politique au début des années 1990 constitue « le deuxième rendez-vous des conservateurs avec les médias alternatifs »

Dans un deuxième temps, la recherche se propose d'analyser les phases et cycles du talk-show conservateur dans son âge d'or ainsi que les figures de ses élitocrates dominants. Il s'agit d'établir que le contournement des médias de référence par le talk-show s'est opéré en tandem avec l'élite républicaine au moyen d'une « relation spéciale » qui s'est nouée au cours de la campagne présidentielle de 1992 et renforcée très nettement au cours du premier mi-mandat de Bill Clinton. Afin de définir ces phases, la recherche s'appuie sur Rush Limbaugh comme figure fondatrice du genre, puis se concentre sur Hannity, Ingraham et Savage, nouveaux animateurs d'envergure nationale qui émergent au tournant du siècle.

Dans un dernier temps, la forme et le contenu du talk-show radiophonique sont explorés afin de mettre en évidence les modalités de la contestation. La thèse se concentre sur l'analyse du dispositif et la rhétorique des talk-shows à proprement parler, en se focalisant sur ceux qui ont façonné le genre et sa notoriété. Elle analyse le discours des quatre animateurs de manière comparative afin de montrer que les talk-shows radiophoniques conservateurs déploient une stratégie de « contenu sur mesure ».

Mots clefs : talk-show, Limbaugh, Parti républicain, conservatisme, dispositif, analyse de contenu, contestation, médias, politique, radio

Conservative dissent in the US: the influence of conservative talk radio on post-Reagan conservatism (1988-2010)

A new media genre that appeared in the late eighties, conservative talk radio in the US has played a significant role in the country's politics. This research explores the history of the medium from 1988 to 2010. It argues that, throughout the period, conservative talk radio has been a powerful instrument of dissent and has played a very significant role in the Republican ascendancy of the mid-1990s.

First, this research revisits the political and media context of the resurgence of conservatism in the 1960s in order to situate the genre in the communication tradition of the conservative movement and entertain the argument that the emergence of conservative talk radio as a political force in the early nineties represents "conservatives' second rendezvous with alternative media."

Second, this dissertation analyses the phases of conservative talk radio during its golden age as well as its dominant pundits. It argues that conservative talk radio shows circumvented traditional media by establishing a "special relationship" with the Republican establishment as early as Bill Clinton's first presidential campaign in 1992. In order to define such phases, this research focuses on Rush Limbaugh as the founding figure of the genre and then concentrates on Sean Hannity, Laura Ingraham and Michael Savage, the new hosts who emerged at the turn of the century.

Last, the form and content of conservative talk radio programs are explored in order to show how dissent is engineered. This research then analyzes the apparatus and rhetoric of the programs, focusing on those that shaped the genre and made it famous. It explores the content of the four shows comparatively in order to demonstrate that the hosts unfurl a strategy of "tailored content."

Key words: conservative talk radio, Limbaugh, content analysis, dissent, Republican Party, politics, media, radio

À Bernadette.

REMERCIEMENTS

L'écriture d'une thèse et le travail de recherche qu'elle nécessite est certes une expérience solitaire mais rien n'est possible sans être entouré de personnes de talent et de cœur.

Je tiens d'abord à remercier très chaleureusement ma directrice de thèse Divina Frau-Meigs pour avoir accepté de diriger ce projet et m'avoir soutenu, conseillé, encouragé, contredit, écouté et stimulé, à toutes les étapes de sa réalisation.

J'adresse également des remerciements à la Commission franco-américaine, et notamment Arnaud Roujou de Boubée, pour son soutien financier lors de cette année de recherche aux États-Unis que j'ai pu effectuer grâce à l'obtention d'une bourse *Fulbright*.

L'*Annenberg School for Communication* de l'Université de Pennsylvanie à Philadelphie a également joué un rôle clef dans la réalisation de ce projet en mettant à ma disposition un bureau dans ses locaux et en me donnant accès à leurs ressources. Je tiens à adresser mes remerciements au Doyen Michael X. Delli Carpini ainsi qu'à son équipe, et plus particulièrement Kelly Fernandez et Emily Plowman-Foley sans qui mon expérience américaine aurait été bien différente.

Je remercie aussi Joseph Gaylord, Tony Blankley, Taylor Gross, Richard Strauss, Representative John W. Bryant et Michael Harrison de s'être prêtés au jeu des entretiens et d'avoir répondu si spontanément à mes questions alors qu'ils ne me connaissaient pas.

L'analyse de contenu n'aurait pas été possible sans l'aide scientifique de Klaus Krippendorff et le concours financier du Center for Research on the English-Speaking World de l'Université Paris 3. Le codage a été réalisé à la perfection par Maura McGee et Sarah Kendall-Grinberg dont la contribution a été essentielle.

Je remercie également Jane Shankle, bibliothécaire du *Pensacola Community College* et Sharon Black, bibliothécaire de l'*Annenberg School for Communication* pour m'avoir aidé à naviguer sur les eaux parfois troubles de la littérature sur les talk-shows radiophoniques conservateurs.

Je salue également Professor Philip Tiemeyer pour les conseils qu'il m'a prodigués dans la conception de ce projet.

Sylvie Mort, perfectionniste incorrigible qui m'a appris la rigueur dans le travail, et Thierry Mort, brillant autodidacte, doivent être chaleureusement remerciés également pour leur soutien et leur patience pendant la réalisation de ce projet, ainsi qu'Emmanuelle Mort, qui au long de ces années de recherche est désormais devenue ma « grande sœur ».

Mes remerciements vont également à Dominique Faure-Espès, l'amie essentielle qui m'a accompagné tout au long de ce projet et qui, par son humour et sa force de vie, m'a aidé à passer des caps un peu délicats dans la réalisation de cette étude.

Un très grand merci également aux amis qui ont été présents pendant ces années singulières et qui ont accepté mon absence tout en m'encourageant. Ils sont trop nombreux pour que je les cite ici mais ils se reconnaîtront.

LISTE DES FIGURES

1. Figure 1 – Audiences des principaux talk-shows conservateurs (p.4).
2. Figure 2 – Affiliation politique des auditeurs et non-auditeurs (p.7).
3. Figure 3 – T-Shirt *Operation Chaos* (p.9).
4. Figure 4 – Typologie des émissions d'*infotainment* (p.23).
5. Figure 5 – Fragmentation de l'audience de la télévision entre 1985 et 2002 (p.138).
6. Figure 6 – Tirage quotidien des journaux nationaux en 1987 (p. 60).
7. Figure 7 – Nombre de stations AM par format (p.177).
8. Figure 8 – Évolution du pourcentage des formats d'information AM (p.178).
9. Figure 9 – Évolution du pourcentage des formats d'information FM (p.179).
10. Figure 10 – Rush Limbaugh à Sacramento (p.193).
11. Figure 11 – George H.W. Bush et Rush Limbaugh, 21 septembre 1992 (p.243).
12. Figure 12 – Proportion de temps d'antenne accordé à l'affaire d'Abou Ghraib (p.346).
13. Figure 13 – Chaîne du câble la plus regardée (2004) (p.352).
14. Figure 14 – Fréquence de consommation de télévision hertzienne (p.353).
15. Figure 15 – Fréquence d'écoute de NPR (2004) (p.354).
16. Figure 16 – George W. Bush reçoit les animateurs de talk-shows (16 octobre 2006) (p.373).
17. Figure 17 – Audimat des émissions d'information sur le câble (1997-2004) (p.414).
18. Figure 18 – Comparaison des audiences des talk-shows conservateurs radiophoniques et télévisés en 2010 et 2011(p.419).
19. Figure 19 – Sexe des auditeurs en 2008 (p.421).
20. Figure 20 – Répartition des publics par tranches d'âge en 2008 (p.422).
21. Figure 21 – Répartition des auditeurs et non-auditeurs par région en 2004 (p.424).
22. Figure 22 – Comparaison des salaires annuels en 2008 (p.425).
23. Figure 23 – Affiliation politique en 2008 (p.426).
24. Figure 24 – 5 thèmes les plus évoqués dans les talk-shows radiophoniques en 2010 (p.446).
25. Figure 25 – 5 thèmes les plus évoqués de *The Rush Limbaugh Show* en 2010 (p.449).
26. Figure 26 – 5 thèmes les plus évoqués de *The Sean Hannity Show* en 2010 (p.459).
27. Figure 27 – 5 thèmes les plus évoqués de *The Laura Ingraham Show* en 2010 (p.475).
28. Figure 28 – 5 thèmes les plus évoqués de *The Savage Nation* en 2010 (p.491).
29. Figure 29 – Distribution des figures en 2010 tous talk-shows confondus (p.502).
30. Figure 30 – Distribution des figures par émission en 2010 (p.503).
31. Figure 31 – Qualification d'Obama et de son Administration et/ou cabinet (p.505)
32. Figure 32 – Qualification des conservateurs et des organisations conservatrices (p.507).
33. Figure 33 – L'animateur encourage-t-il les organisations conservatrices de terrain ? (p.516)
34. Figure 34 – Faut-il réduire, maintenir ou augmenter les impôts ? (p.529).
35. Figure 35 – À quel système de santé êtes-vous favorable ? (p.530).
36. Figure 36 – Les États-Unis doivent-ils négocier avec leurs ennemis ? (p.530).
37. Figure 37 – Opinions sur la présence américaine en Irak (p.531).
38. Figure 38 – Attitudes sur l'avortement (p.532).
39. Figure 39 – Opinions sur l'union pour les personnes de même sexe (p.532).
40. Figure 40 – Avez-vous suivi la campagne présidentielle ? (p.533)
41. Figure 41 – Combien de jours avez-vous discuté de la campagne présidentielle avec votre entourage au cours de la dernière semaine ? (p.534).
42. Figure 42 – Potentiel d'efficacité politique: la politique est trop compliquée (p.534).
43. Figure 43 – Potentiel d'efficacité politique : l'opinion de gens comme moi ne compte pas (p.535)

INTRODUCTION

Alors qu'à la fin de l'été 2010 se profilent les élections de mi-mandat du 2 novembre dans un climat d'opinion nettement défavorable à Barack Obama et aux Démocrates, David Plouffe, conseiller politique du président et architecte de la campagne présidentielle du Parti démocrate, saisit l'occasion d'un dîner en l'honneur du sénateur de l'Iowa, Tom Harkin, pour mettre en garde son auditoire quant à l'identité des véritables adversaires des Démocrates: « *Mitch McConnell and John Boehner are bad enough, but they're not the real Republican Party [...]. It is Sarah Palin and Rush Limbaugh and Glenn Beck. That is the power. All of these Republican candidates have to pledge allegiance to them [...]* »¹. De manière frappante, Plouffe minimise l'importance des chefs de l'opposition républicaine au Sénat et à la Chambre pour désigner comme les vrais détenteurs du pouvoir conservateur un ancien gouverneur républicain passé éditorialiste politique sur Fox News ainsi que deux animateurs de talk-shows radiophoniques et télévisés. Ce faisant, il souligne le déplacement du centre de gravité du conservatisme qui, à l'en croire, s'est effectué depuis celles et ceux qui sont censés mettre en application le contenu de la doctrine conservatrice (l'establishment républicain) vers ceux qui en assurent la médiation (les animateurs de talk-shows télévisés et radiophoniques), et plus généralement vers ceux des conservateurs qui évoluent en dehors de l'establishment, tels Sarah Palin, qui dès juillet 2009 démissionne de son poste de gouverneur de l'Alaska pour apporter son soutien à la base conservatrice sur le terrain dans le cadre du *Tea Party Movement*².

Engagé depuis la victoire des Démocrates aux élections de mi-mandat de 2006, le déplacement que note Plouffe s'est fait à la faveur de l'essoufflement d'un establishment républicain désavoué dans sa politique intérieure (gestion de l'après-Katrina à l'automne 2005) et extérieure (la guerre d'Irak, très coûteuse tant sur le plan financier qu'humain) après plus de dix ans de domination du Congrès et cinq années à la Maison Blanche. En butte à des divisions internes entre modérés et radicaux, et sans réelle stratégie pour retrouver une

¹ « *Mitch McConnell et John Boehner sont suffisamment mauvais comme ça, mais ce n'est pas eux le vrai parti républicain [...]. C'est Sarah Palin et Rush Limbaugh et Glenn Beck. C'est eux le vrai pouvoir. Tous ces candidats républicains doivent leur prêter allégeance [...]* ». Jeff Zeleny, "Democrats Invoke Palin to Stir Base," *The New York Times*, September 13th, 2010.

² Tout comme il est malaisé de définir le positionnement des animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs par rapport au GOP, il est malaisé de définir précisément le rôle de Palin au sein du *Tea Party Movement*. Bien que le mouvement ait un initiateur clairement identifié en la personne de l'analyste financier de la chaîne câblée CNBC Rick Santelli, il ne se reconnaît pas de hiérarchie officielle. L'ancien Gouverneur de l'Alaska occupe toutefois une place prépondérante au sein du *Tea Party* puisque sa seule présence lors des rassemblements qu'organise le mouvement est un gage de réussite. Par ailleurs, son soutien affiché à des candidats républicains se réclamant du *Tea Party Movement* a permis à plusieurs de ces derniers de remporter l'investiture républicaine lors des campagnes des primaires qui ont précédé les élections de mi-mandat de novembre 2010. Ce fut le cas de Joe Miller, totalement inconnu des citoyens de l'Alaska, mais qui fut propulsé à l'avant de la scène politique après une apparition de Palin à l'un de ses meetings.

crédibilité politique dans l'ère post-George W. Bush, les Républicains voient décliner leur capacité à incarner le leadership du mouvement conservateur et à mobiliser l'opinion publique à mesure que s'affirme, comme sous l'effet d'un système de vases communicants, celles des commentateurs, éditorialistes et autres animateurs de télévision et de radio de sensibilité conservatrice. Parmi ces derniers, les animateurs de « talk-shows radiophoniques » (*talk radio hosts*) – particulièrement Rush Limbaugh depuis le début des années 1990 et Sean Hannity depuis le milieu des années 2000³ – jouissent d'une très grande visibilité et exercent une influence sur le débat public largement supérieure à celle de leurs homologues des médias de référence (grands titres de la presse écrite ou chaînes de télévision hertziennes)⁴.

Ce phénomène semble toutefois être ignoré du public européen. En France, l'accession au pouvoir de George W. Bush en 2001, et avec lui, l'arrivée à la Maison Blanche d'une nouvelle génération de conservateurs, a surtout dirigé l'attention des médias et du public vers la chaîne Fox News, dépeinte à maintes reprises comme la voix du pouvoir⁵. L'étonnement, voire l'incompréhension, des éditorialistes français face à la rhétorique incendiaire et aux prises de position partisans d'émissions telles que *The O'Reilly Factor* ont eu tendance à occulter une double réalité. D'une part, si l'élection de novembre 2000 marque bien le retour des conservateurs à la tête de l'exécutif, ces derniers reviennent aux affaires dès janvier 1995 suite aux élections de mi-mandat de l'automne précédent qui leur permettent de reprendre le contrôle du pouvoir législatif, pendant la présidence de Bill Clinton. D'autre part, c'est la radio qui joue alors un rôle central dans la mobilisation de l'électorat conservateur. Tant par le statut de « média résiduel⁶ » qui est alors le sien (peu coûteux, très flexible et peu soumis au contrôle social et institutionnel), que par le format qui la domine – à savoir, le talk-show

³ Malgré son départ en mai 2011 de la chaîne Fox News où il présentait le talk-show quotidien *Beck*, l'influence de Beck entre 2007 et 2011 est telle qu'il figure parmi les animateurs conservateurs de premier plan.

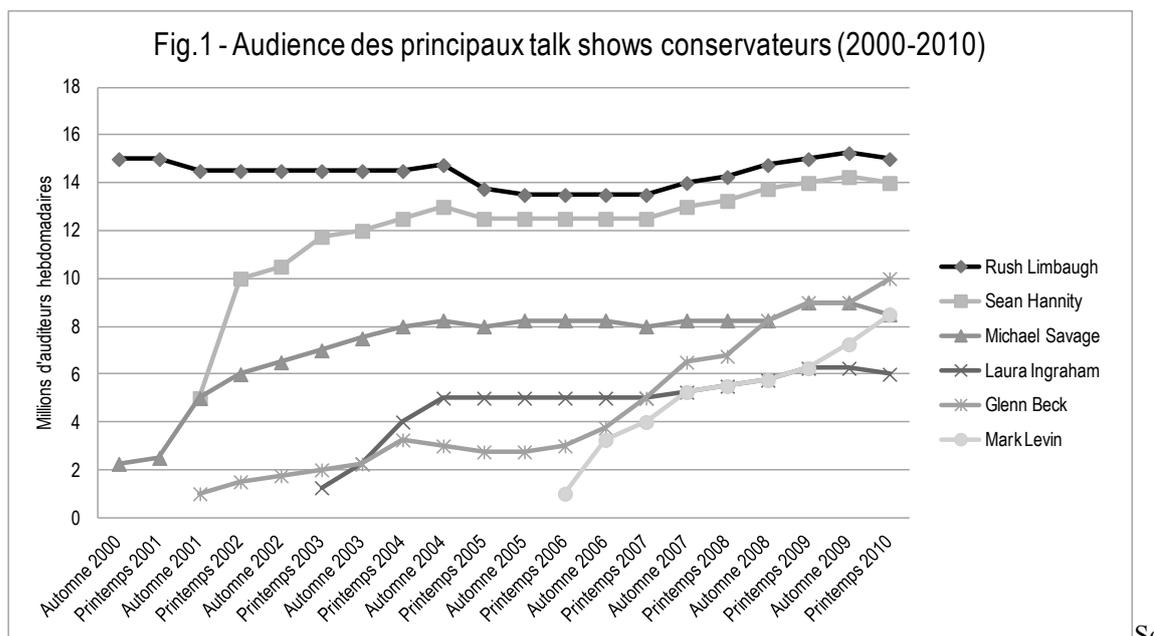
⁴ L'expression « médias de référence » est utilisée en traduction de *mainstream media* de manière à rendre compte l'idée que, malgré la diminution de leurs publics respectifs, les grands titres de la presse écrite ainsi que les trois réseaux hertziens constituent le centre de gravité informationnel de l'écosystème médiatique des Etats-Unis. La locution « médias grand public » a été écartée car elle suggère l'idée que ces médias seraient définis par le seul le critère de la taille de leur audience. Ainsi, la chaîne Fox News pourrait être assimilée à cette catégorie de média. Or, elle n'est pas considérée comme une source d'information de référence. Qui plus est dans le discours des talk-shows conservateurs sur les médias de référence, elle n'est pas visée. L'expression « médias traditionnels » n'a pas été retenue non plus car elle n'envisage les médias que sous l'angle technologique. Or, si le talk-show conservateur utilise bien une technologie traditionnelle, il constitue un genre médiatique nouveau dans les années 1990.

⁵ « Fox News, Miroir de l'Amérique », *Arrêt sur Image*, France 5, janvier 2005 ; présenté par Daniel Schneidermann avec Divina Frau-Meigs, John Vinocur et Ted Stanger.

⁶ Divina Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines dans un espace privé unique au monde* (Paris : Economica, 2001), 65.

politique – la radio émerge alors comme une force susceptible d’influencer le comportement électoral des auditeurs en faveur des conservateurs⁷.

Dès ses débuts sur les ondes nationales le 1^{er} août 1988, *The Rush Limbaugh Show* accède très vite au rang de premier talk-show radiophonique, toutes tendances politiques confondues, s’arrogeant des taux d’audience frôlant les vingt millions d’auditeurs hebdomadaires. Au cours de la décennie des années quatre-vingt-dix, son présentateur s’affirme comme personnalité médiatique incontournable et figure conservatrice de premier plan. Il doit également sa place dans l’inconscient populaire à ce qu’en parallèle à son émission radiophonique, il monte un one-man show politique qu’il joue à travers le pays entre 1989 et 1991 dans le cadre d’une tournée intitulée *The Rush to Excellence Tour*, et présente également une version télévisée de *The Rush Limbaugh Show* entre 1992 et 1996. Jusqu’au tournant des années deux mille, Limbaugh n’est que très peu concurrencé : ses homologues exercent soit au niveau local – David Gold au Texas par exemple – soit au niveau national mais sur un nombre de stations très inférieur à Limbaugh – Jim Bohannon, G. Gordon Liddy ou encore Oliver North.



Source : *Talkers Magazine* (n° 118 à 213).

Comme le montre la figure 1, à partir des années deux mille, des figures comme Sean Hannity, Mark Levin, Mike Gallagher, Laura Ingraham, Michael Savage ou encore Glenn

⁷ Louis Bolce, Gerald De Maio and Douglas Muzzio, “Talk Radio and the 1994 Election,” *Political Science Quarterly* 111, n°3 (1996): 457-481.

Beck, viennent disputer à Limbaugh le titre de maître du genre en se taillant des parts d'audience qui dépassent le million hebdomadaire pour certains, ou avoisinant celles de Limbaugh pour d'autres.

Deux moments de l'histoire récente des États-Unis semblent confirmer le déplacement du centre de gravité du conservatisme vers les hommes et femmes de média, ainsi que la prépondérance de Limbaugh dans le jeu politique. Dès les premiers mois de la présidence d'Obama, l'animateur suscite une vive polémique qui met l'élite dirigeante du Parti républicain dans un profond embarras. Après qu'un journal national lui a demandé quels seraient les souhaits de réussite qu'il aimerait adresser à Obama en 400 mots, l'animateur répond : « *I don't need 400 words, I need four: I hope he fails* »⁸. Interrogé le 1^{er} mars 2009 sur les propos de Limbaugh par Darryl Lynn Hughley, animateur de l'émission *D.L. Hughley Breaks the News* diffusée sur CNN⁹, le président du comité national républicain (*Republican National Committee, RNC*)¹⁰ Michael Steele tente de minimiser l'importance des propos de Limbaugh, arguant du fait que ce dernier est un homme de divertissement, même s'il concède qu'ils sont « *incendiaries* » et « *laid* »¹¹.

C'est plus qu'il n'en faut pour que ne s'engage une passe d'armes entre le président du RNC et l'animateur qui remet très clairement en question les capacités du premier à conduire l'opposition républicaine¹², déplorant ce qu'il perçoit chez lui comme une trop grande complaisance à l'endroit du nouveau président démocrate. La polémique déclenchée par cet échange, relayée par certains médias de référence, prend une ampleur telle qu'elle contraint Steele à présenter ses excuses à Limbaugh pour lequel il déclare éprouver un très grand respect¹³. Que le chef de l'opposition fasse amende honorable pour avoir tenu des propos susceptibles d'avoir blessé un animateur de radio et qu'il soit invité à s'en justifier dans les

⁸ « *Je n'ai pas besoin de 400 mots, j'en ai besoin de 4: je souhaite son échec* ». *The Rush Limbaugh Show*, 16 janvier 2009, www.rushlimbaugh.com/home/daily/site_011609/content/01125113.guest.html; dernière consultation le 30 octobre 2010.

⁹ *D.L. Hughley Breaks the News*, March 2nd, 2009, vidéo; consultée le 30 octobre 2010 sur <http://www.cnn.com/video/#/video/bestoftv/2009/03/02/dl.michael.chuck.cnn?iref=videosearch>

¹⁰ Le *Republican National Committee (RNC)* est l'instance dirigeante du parti républicain. La fonction de président du RNC est donc aussi de facto celle de chef de l'opposition lorsque le parti républicain ne contrôle ni l'exécutif ni le législatif.

¹¹ « *Rush Limbaugh is an entertainer. Rush Limbaugh's... His whole thing is entertainment. Yes, it's incendiary, yes, it's ugly* », in *D.L. Hughley Breaks the News* (March 2nd, 2009).

¹² Cette passe d'armes est intervenue dans un contexte de polémique entre la Maison Blanche et la chaîne Fox News. Dans une campagne de communication visant à identifier les élus du parti républicain à Limbaugh et décrédibiliser Michael Steele, le chef de cabinet du Président Obama, Rahm Emmanuel, avait affirmé que c'était bien Limbaugh le chef de l'opposition et non Steele.

¹³ « *My intent was not to go after Rush—I have enormous respect for Rush Limbaugh* », in « *Steele to Rush: I'm Sorry* », Mike Allen, *Politico*, March 2nd, 2009; <http://www.politico.com/news/stories/0309/19517.html>

médias, est un phénomène sans précédent qui signale que la force motrice du conservatisme se trouve désormais bien en dehors des institutions qui le représentent, et que le Parti républicain semble, au moins pour un temps, disqualifié dans son rôle d'instrument d'affirmation du conservatisme dans la sphère politique.

Un an avant la polémique entre Limbaugh et Steele, la campagne des primaires démocrates avait fourni un premier signe que le déplacement noté par Plouffe était bien engagé. Vers la fin du mois de février 2008, alors qu'Obama prend une avance considérable en nombre de délégués sur Hillary Clinton¹⁴ et que se dessine ainsi la possibilité du retrait de la sénatrice de New York au profit de son concurrent – à l'instar de Mitt Romney qui s'était retiré de la course à la nomination républicaine au profit de John McCain dès le 7 février –, Limbaugh met en place, dès la fin février 2008, une opération médiatique visant à redonner un second souffle à la campagne de Clinton, qu'il nomme *Operation Chaos*. Pendant près de quatre mois, l'animateur encourage quotidiennement ses auditeurs à prendre part au vote des primaires démocrates en faveur de Clinton. L'initiative est abondamment commentée sur les autres médias, certains se contentant d'en faire état – comme le journal du soir de CNN¹⁵ ou *The Los Angeles Times*¹⁶ par exemple –, d'autres relayant très clairement le message. Ainsi, Laura Ingraham, homologue féminin de Limbaugh, se fait l'écho de l'opération dans son émission *The Laura Ingraham Show*, ainsi que sur Fox News où elle officie le vendredi en remplacement de Bill O'Reilly dans le talk-show télévisé *The O'Reilly Factor*. La semaine durant laquelle l'opération est lancée, Limbaugh y intervient pour expliquer sa démarche aux téléspectateurs de la chaîne câblée :

I want Hillary to stay in there, Laura; this is too good a soap opera. We need Barack Obama bloodied up politically [...]. I want the Democrats to lose. They are in the midst of tearing themselves apart right now; it is fascinating to watch and it's all gonna stop if Hillary loses. So yes, I am asking people to cross over, and if they can stomach it—I know it is a difficult thing to do—to vote for a Clinton, but it will sustain the soap opera [...]¹⁷.

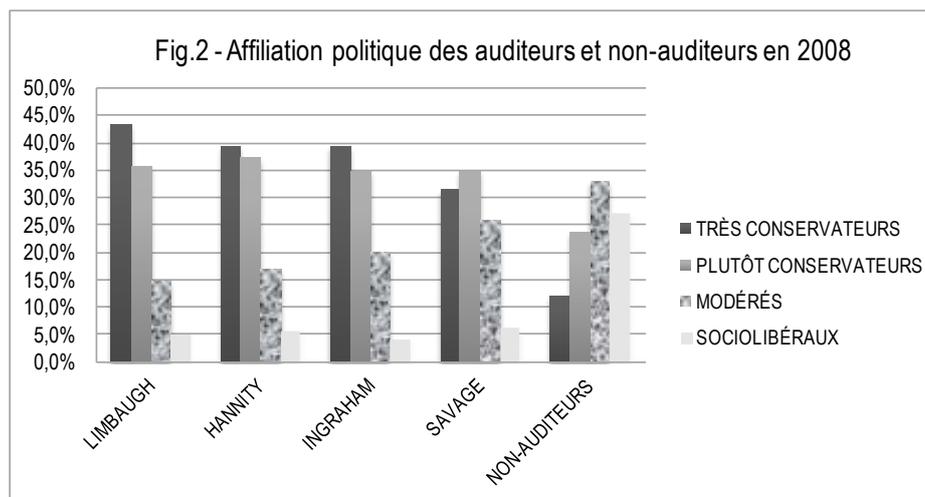
¹⁴Après avoir été victorieux dans 12 états le 5 février lors du *Super Tuesday* (l'Alabama, l'Alaska, le Colorado, le Connecticut, le Delaware, la Géorgie, l'Idaho, l'Illinois, le Kansas, le Minnesota, le Dakota du Nord et l'Utah), Obama remporte 11 victoires consécutives entre les 9 et 19 février (Louisiane, Nebraska, Iles Vierges Américaines et l'État du Washington le 9 ; Maine le 10 ; citoyens américains de l'étranger entre le 5 et le 12 ; District Fédéral, Maryland et Virginie le 12 ; Hawaï et Wisconsin le 19).

¹⁵*CNN Evening News*, dimanche 27 avril 2008 – 21h30-22h00 ; <http://tvnews.vanderbilt.edu/tvn-displayfullbroadcast.pl?SID=20101030937744140&code=tvn&getmonth=04&getdate=27&getyear=2008&Network=CNN&HeaderLink=899764&source=BroadcastSelect&action=getfullbroadcast>

¹⁶ Andrew Malcom, "Rush Limbaugh directs his Operation Chaos against Clinton and Obama," *The Los Angeles Times*, April 29th, 2008; <http://latimesblogs.latimes.com/washington/2008/04/rush-limbaugh.html>

¹⁷ « Je veux qu'Hillary reste dans la course, Laura; c'est un feuilleton bien trop savoureux. Nous avons besoin que Barack Obama soit politiquement exsangue. Je veux que les Démocrates perdent. Ils sont en train de se

Operation Chaos a donc pour objectif de contribuer à ce que le processus de désignation du candidat démocrate à la présidentielle dure assez longtemps pour affaiblir moralement et financièrement le parti, et compromettre ainsi les chances du candidat désigné de remporter la victoire en novembre. Si Limbaugh reconnaît que la participation à cette opération demande aux auditeurs de consentir à un sacrifice (« I know it is a difficult thing to do—to vote for a Clinton ») c'est parce que l'auditorat de ces talk-shows est majoritairement conservateur, ainsi que le montre la figure 2.



Source : National Annenberg Election Survey, 2008

Qui plus est, les auditeurs de ces émissions se déclarent être « très conservateurs » dans des proportions bien supérieures aux « non-auditeurs » (*non-listeners*). Selon le National Annenberg Election Survey (NAES) de 2008, les auditeurs de Limbaugh se déclarent « très conservateurs » dans une proportion plus de trois fois et demie supérieure aux non-auditeurs¹⁸, soit 43,5% contre 12,1%.

Limbaugh concède cependant que l'impact de l'opération sur le vote n'est que très faible. Au lendemain des trois victoires de Clinton le 5 mars 2008, citant le *Dallas Morning News* et la station de radio de l'Ohio *KLBJ Radio News 590*, qui avancent une proportion de 35% d'électeurs républicains ayant participé aux primaires démocrates dans le Texas¹⁹ et le Rhode Island, Limbaugh reconnaît les limites de sa démarche : « *Mrs. Clinton's odds of getting the*

déchirer en ce moment, c'est fascinant à regarder et tout ça va s'arrêter si Hillary perd. Alors oui, je demande aux gens d'aller voter pour le camp adverse, s'ils ont le cran – je sais que c'est une chose dure à faire – de voter pour un Clinton, mais ça permettra au feuilleton de se poursuivre [...] ». *The O'Reilly Factor*, 8 mars 2008.

¹⁸ La catégorie des non-auditeurs comprend les individus qui écoutent des talk-shows radiophoniques autres que ceux de Limbaugh, Hannity, Ingraham et Savage, ainsi que ceux qui n'en écoutent aucun (Voir annexe n°23 « Création de la variable 'Audience des talk-shows' »).

¹⁹ Le Texas est l'un des États qui tiennent des « primaires ouvertes » (*open primaries*) qui permettent aux électeurs de participer au vote sans avoir à déclarer leur affiliation partisane.

nomination did not increase significantly, what we did, if we did anything, was exactly what I wanted to do, was create a bunch of chaos, and it worked »²⁰.

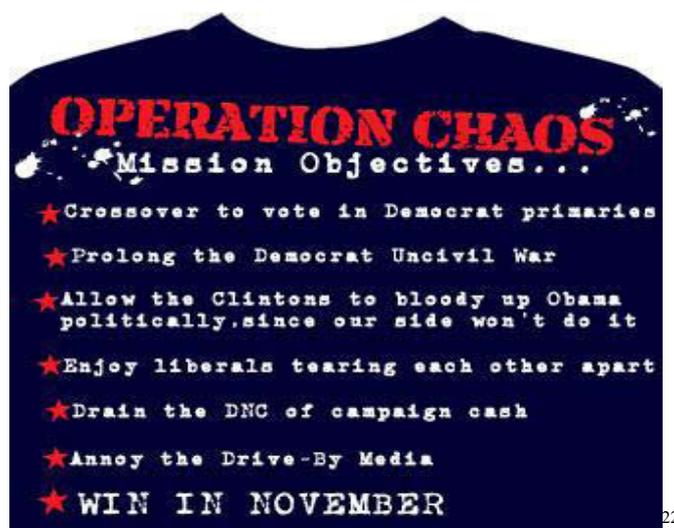
À ses yeux, si l'opération n'a pas augmenté les chances de Clinton de décrocher la nomination, elle a bien atteint son but en ce qu'elle a contribué à créer la confusion au sein du camp démocrate. Un sondage mené par CNN révèle cependant qu'*Operation Chaos* a exercé une influence sur le vote des électeurs républicains en faveur de Clinton lors de la primaire de l'Indiana du 6 mai 2008, primaire que la sénatrice a remporté avec 50,56% des suffrages contre 49,44% pour Obama, en s'arrogeant 54% du vote républicain. Les chiffres du sondage CNN indiquent que, sans l'intervention de Limbaugh, Clinton aurait perdu à 48,87% contre 51,13%²¹. L'effet réel de l'opération est donc particulièrement limité mais redoutablement efficace dans des cas de ballottage. Ainsi, ce qui interpelle, c'est la capacité des talk-shows radiophoniques conservateurs, sous l'égide de Limbaugh, à susciter la controverse en créant des événements médiatiques, eux-mêmes relayés par les auditeurs, mais également par l'ensemble des médias pour faire infléchir l'agenda médiatique et promouvoir la cause des Républicains.

Outre voter pour Clinton, les auditeurs républicains sont également invités à faire connaître leur démarche en arborant stickers, casquettes et t-shirts disponibles à la vente sur le site officiel de Limbaugh, à la manière de partisans soutenant leur candidat lors d'une élection. Opération radiophonique de déstabilisation du Parti démocrate, *Operation Chaos* est donc envisagée comme une campagne dans la campagne. Tout comme la controverse Limbaugh/Steele de l'hiver 2009, elle semble indiquer que le talk-show radiophonique conservateur constitue donc une force médiatique et politique de premier plan. Toute l'opération est conçue et mise en scène à la façon d'une campagne militaire, comme en témoigne le message particulièrement virulent inscrit au dos du t-shirt, message qui constitue un véritable ordre de mission :

²⁰ « Les chances de Mme Clinton de remporter la désignation n'ont pas augmenté de façon significative, ce que nous avons fait, si tant est que nous ayons fait quoi que ce soit, c'est que nous avons créé pas mal de désordre, et ça a marché ». *The Rush Limbaugh Show*, 5 mars 2008.

²¹ www.cnn.com/ELECTION/2008/; dernière consultation le 7 septembre 2008.

Figure 3 – T-Shirt *Operation Chaos*



L'énonciation des objectifs de l'opération permet d'identifier un certain nombre de propriétés définitives des talk-shows radiophoniques conservateurs américains. En premier lieu, au-delà du parti pris idéologique très nettement affirmé, l'ordre de mission suggère que, plus qu'un média partisan, il s'agit également d'un média « militant » associé très étroitement au Parti républicain (« our side ») qu'il entend faire gagner (« WIN IN NOVEMBER ») : à en croire l'ordre de mission, *The Rush Limbaugh Show* ne se limite pas à aborder l'actualité politique du point de vue conservateur mais a également pour objet la promotion active du Parti républicain et de ses candidats. Cette promotion se fait au moyen d'une rhétorique des plus abrasives qui puise dans une isotopie martiale de la guerre et du massacre, comme en témoigne le recours à des choix lexicaux particulièrement marqués (« bloody up », « tearing each other apart » et « drain »).

À cet égard, les émissions des 19 mars et 3 avril 2008 fournissent deux exemples frappants de cette rhétorique. Dans la première, Limbaugh désigne le studio de l'émission comme le « quartier général » de l'opération et parle de lui-même en tant que « Commandant Rush Limbaugh » : « *From Operation Chaos headquarters, I am commander Rush Limbaugh, here at the Excellence in Broadcasting Network [...]* »²³. Dans la deuxième, il évoque le succès de l'opération en termes de « pertes humaines » et parle de Howard Dean, président du conseil national démocrate (*Democratic National Committee, DNC*) comme du « General Howard Dean » : « *Lots of wounded on the Democrat battlefield today, as Operation Chaos*

²²T-shirt *Operation Chaos*, disponible sur le site officiel de Limbaugh, rubrique «STORE» ; dernière consultation le 30 octobre 2010; https://members.premiereinteractive.com/store/28566/41862_2.html

²³ « *Depuis le quartier général de l'Opération Chaos, je suis le commandant Rush Limbaugh, ici à l'Excellence in Broadcasting Network* ». *The Rush Limbaugh Show*, 19 mars 2008.

continues to inflict casualties. General Howard Dean is in retreat today »²⁴. De plus, l'utilisation fautive de « Democrat » en tant qu'adjectif au lieu de « Democratic »²⁵ – comme pour distinguer les membres ou sympathisants du parti de la notion politique, et par là-même signifier que, du point de vue de Limbaugh, être Démocrate ne veut pas dire respecter le processus démocratique – indique que le détournement lexical constitue une pratique discursive typique du genre.

L'énumération des objectifs, dont le premier consiste pour l'auditeur à prendre part au vote dans les primaires démocrates (« Crossover to vote in Democrat primaries »), montre ensuite que la portée du talk-show radiophonique conservateur américain dépasse le cadre de la simple « situation de contact »²⁶, concept développé par Eliot Freidson qui désigne l'environnement social immédiat dans lequel se produit l'interaction entre média, contenu communicationnel et public. Elle comprend le lieu de l'interaction ainsi que l'entourage immédiat de l'individu au moment où il s'engage dans une telle interaction en tant que membre du public. Le talk-show radiophonique conservateur est donc un format médiatique dont la visée n'est pas simplement informative mais également performative puisque les auditeurs sont encouragés à « effectuer une tâche » (*perform*) de façon à influencer le processus politique. Ce faisant, ils sont en outre invités à faire la publicité de cette démarche par le port du t-shirt et de la casquette, y compris dans le bureau de vote des primaires.

On imagine sans peine l'effet que peut produire sur les électeurs démocrates la diffusion d'un message qui leur est ouvertement hostile dans un lieu dédié précisément à la promotion de leur parti. En ressort une dimension très nettement adversative propre au genre, puisqu'il ne s'agit pas d'infléchir le processus politique de façon neutre mais de manière visible, en attirant l'attention sur la démarche de façon polémique. C'est là une autre propriété définitoire: parallèlement à l'affirmation d'un « ordre du jour » (*agenda*) conservateur et au soutien apporté au Parti républicain, la dimension partisane du talk-show radiophonique conservateur implique l'opposition frontale et sans ambages au Parti démocrate, aux « sociolibéraux »²⁷ et aux instances qui peuvent être perçues comme leur étant associées.

²⁴ « Beaucoup de blesses sur le champ de bataille démocrate tandis que l'Opération Chaos continue d'infliger des pertes humaines. Le général Howard Dean bat en retraite aujourd'hui ». *The Rush Limbaugh Show*, 3 avril 2008.

²⁵ *The American Heritage College Dictionary*, 3rd Ed. (Boston: Houghton Mifflin Company, 1997), 369.

²⁶ Eliot Freidson, "The Relation of the Social Situation of Contact to the Media in Mass Communication," *The Public Opinion Quarterly* 17, n°2 (1953): 231.

²⁷ Le terme de *liberalism* dans son acception américaine désigne l'idéologie politique de centre gauche qui s'incarne dans une conception interventionniste du rôle de l'État (*government intervention*), dans des politiques de protection sociale envers les plus démunis (*welfare programs*), de rattrapage des droits en faveur des

C'est le cas des médias de référence, que les conservateurs ont pour coutume d'accuser de « parti-pris sociolibéral » (*liberal bias*) et d'hostilité envers les conservateurs et le conservatisme. Dans le cas de Limbaugh, cette accusation s'incarne dans l'utilisation du terme « drive-by media » : construite à partir du verbe anglais « to drive by » – qui signifie « passer par là », « faire un tour du côté de » – l'expression évoque immédiatement le *drive-by shooting*, ou « fusillade routière » en français, terme qui désigne une agression à l'arme à feu perpétrée depuis le volant d'une voiture arrêtée au feu rouge, et qui permet à l'agresseur de fuir aisément. Expression inventée et utilisée par Limbaugh pour désigner les médias de référence, *drive-by media* n'est répertoriée dans aucun des dictionnaires canoniques de langue anglaise. Le dictionnaire en ligne de termes relatifs à la culture populaire, *Urban Dictionary* en propose toutefois la définition suivante :

Rush Limbaugh's term for the sensational, scandal-seeking, and agenda-driven coverage that is typical of the national press corps in America. Limbaugh draws an analogy between the media who cover a story with a barrage of unfair cheap shots before moving on to the next flavor of the month and an inner city gang that drives by and sprays a target with gunfire and then moves on to their next target.²⁸

Expression à la connotation particulièrement négative, *drive-by media* suggère l'idée que les médias d'information manquent à leur mission d'information du public, butinant d'un sujet à sensation à l'autre avec désinvolture et opportunisme, sans approfondir leur analyse, contrairement au talk-show conservateur. Elle pourrait se traduire par « médias opportunistes » ou « médias carnadeurs », pour garder l'écho de fusillade routière (*drive-by shooting*) qui les définit également en creux comme forces destructrices à la solde du sociolibéralisme, attaquant les figures conservatrices les unes après les autres à la manière d'un gang.

minorités (*identity politics*) fondée sur l'imposition de quota dans les entreprises et institutions publiques (*affirmative action*), ainsi que dans la mise en place de lois antidiscriminatoires dans les domaines bancaires et immobiliers. Le *liberalism* américain est d'une certaine manière l'antithèse du « libéralisme » à l'Européenne qui prône au contraire le recul de l'État et des politiques sociales au profit de la primauté du marché et de la déréglementation des échanges commerciaux et financiers. Afin de marquer la différence entre ces deux notions et dissiper toute ambiguïté, le terme de « sociolibéralisme » proposé par Divina Frau-Meigs dans *Médiamorphoses américaines*, 191 et reprise dans *Qui a détourné le 11 septembre ? Journalisme, information et démocratie aux États-Unis* (Bruxelles : De Boeck, 2006, 78) est utilisé en traduction de *liberalism* tout au long de cette recherche.

²⁸ « Terme employé par Rush Limbaugh pour désigner le traitement médiatique sensationnaliste, orienté vers le scandale et utilitariste typique du service de presse national aux États-Unis. Limbaugh établit une analogie entre les médias traitant d'un élément de l'actualité par un déluge de coups bas injustes avant de passer au prochain sujet en vogue, et les membres d'un gang de quartier sensible qui s'arrêtent au volant de leur voiture et canardent une cible à l'artillerie avant de passer à leur prochaine cible ». <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=drive-by+media>; dernière consultation le 26 août 2012.

Ainsi, la campagne de déstabilisation des primaires démocrates du printemps 2008 et la passe d'armes entre Limbaugh et Steele de l'hiver 2009 – deux moments polémiques dont Limbaugh est à l'origine –, font apparaître le talk-show radiophonique conservateur comme un genre à part dans le paysage américain. Sa singularité sur les plans rhétorique et idéologique, ainsi que la spécificité de son positionnement par rapport à l'establishment politique et de sa relation au public en font un objet médiatique non-identifié aux yeux du public français et européen.

Le talk-show radiophonique politique tel que le définit Limbaugh à partir de 1988 est donc un phénomène exclusivement spécifique aux États-Unis. À titre d'exemple, le talk-show politique tel qu'on peut l'entendre à Hong Kong est différent du modèle américain car il s'adresse à une minorité d'auditeurs peu éduqués et peu impliqués dans le processus politique, dont l'écoute du programme est motivée davantage par le désir de se divertir que par celui de suivre l'actualité politique. Qui plus est, le parti-pris politique est plutôt de centre-gauche²⁹. Autre différence avec le modèle américain, bon nombre des animateurs ont reçu une formation de journaliste et les médias de référence tiennent les talk-shows politiques en haute estime car ils constituent un moyen de contourner la censure qu'impose parfois le gouvernement. Ainsi, à Hong Kong, les talk-shows radiophoniques politiques travaillent de concert avec les médias d'information de référence dans un système de division du travail dans lequel les premiers relaient certaines opinions critiques à l'encontre du gouvernement dont les seconds se font écho, sans risquer d'être tenus responsables de leur contenu³⁰.

L'Australie est certainement le pays anglo-saxon dont le modèle de talk-show radiophonique se rapproche le plus du modèle américain. Il s'agit d'émissions de discussion politique qui rompent avec les conventions des médias de référence et font la part belle à l'opinion de l'homme de la rue qu'ils prennent très au sérieux : elles ont donc une visée démocratique implicite. Comme aux États-Unis, le genre s'arroge des taux d'audience très élevés en prime time. Les animateurs ne sont pas journalistes et sont souvent issus de milieux extérieurs à l'industrie de la radio. La controverse constitue le moteur de leurs émissions, ainsi que le précise Graeme Turner: « *Their function [is] to provoke callers by a mix of controversial views aimed at polarizing their audience, shamelessly aggressive and rude treatment of those who called to disagree with them, and a populist line on all political and*

²⁹ Francis L.F. Lee, "Radio Phone-in Talk Shows as Politically Significant Infotainment in Hong-Kong," *Harvard International Journal of Press/Politics* 7, n°4 (2002):57-79.

³⁰ Francis L.F. Lee, "Talk Radio Listening, Opinion Expression and Political Discussion in a Democratizing Society," *Asian Journal of Communication* 17, n°1 (2007): 81.

social issues »³¹. Polémique et populisme sont donc les deux caractéristiques principales du talk-show radiophonique australien. Ce dernier aspect est particulièrement saillant en ce sens que ce sont les auditeurs qui génèrent le contenu de ces émissions par leurs appels, contrairement au genre dans sa version américaine. Le terme employé pour désigner ces émissions est d'ailleurs *talkback radio*, que l'on pourrait traduire par « liberté de réponse radiophonique », et qui affirme l'idée de la réappropriation par les citoyens d'une parole que l'élite politique aurait confisquée. Graeme précise toutefois que les animateurs de ces émissions – tels Alan Jones qui anime *The Alan Jones Breakfast Show* de 5h30 à 9h00 sur 2GB-873 AM³² – sont davantage identifiables aux animateurs de radio des médias de référence : « *they lack the more extreme dimensions that we might associate with such exponents as Rush Limbaugh* »³³.

En France, le talk-show s'est affirmé au début des années 1990 comme aux États-Unis, mais dans un genre non politique, au format de libre antenne et à destination des jeunes. C'est la radio Skyrock qui en jette les fondements avec *Bonsoir la Planète* animé par Mahler à partir de 1991³⁴, ou encore *Super Nana* proposé par l'animatrice éponyme dès 1992³⁵. C'est toutefois sur Fun Radio que le genre connaît son âge d'or avec *Lovin' Fun* animé de 1992 à 1996 par Difool et le docteur Christian Spitz, alias « Le Doc », qui répondent aux questions des jeunes sur l'amour et la sexualité.

Les trois émissions ont comme point commun de laisser une entière liberté d'expression aux appelants qui jouissent ainsi d'une grande latitude pour définir les sujets et le contenu : ce sont donc des talk-shows de libre antenne, un format qui diffère du talk-show politique américain dont les thèmes sont sélectionnés par l'animateur avec une place plus réduite aux appelants. Ajoutons que si *Lovin' Fun* sélectionne les appelants qui accèdent à l'antenne, *Bonsoir la planète !* et *Super Nana* donnent la parole à quiconque parvient à joindre l'émission, quitte à ce que l'animateur coupe court à la conversation s'il juge que l'appelant est ennuyeux. Ainsi, le format talk-show n'est pas nécessairement équivalent au format de

³¹ « *Ils ont pour fonction de provoquer les appelants par des opinions polémiques visant à polariser leur audience, mêlées à un traitement agressif et grossier de ceux qui appellent pour exprimer leur désaccord, et une approche populiste de toutes les questions politiques et sociales* ». Graeme Turner, "Politics, Radio and Journalism in Australia: the Influence of 'talkback'," *Journalism* 10 (2009):416.

³² *The Alan Jones Breakfast Show*, http://www.2gb.com/index.php?option=com_homepage&id=1&Itemid=44; dernière consultation le 31 août 2012.

³³ « *Il leur manque les caractéristiques plus extrêmes que l'on peut associer avec les représentants du genre tels que Rush Limbaugh* ». Turner, "Politics, Radio and Journalism in Australia": 416.

³⁴ Christophe Deleu, *Les Anonymes à la radio : usages, fonctions et portée de leur parole* (Bruxelles : De Boeck, 2006), 46.

³⁵ « Dates clefs de la vie de Sup' », *Super Nana, la vraie radio libre*, <http://supermana.sitego.fr/chronologie.html>

libre antenne. Dans l'époque contemporaine, si la participation des gens ordinaires est devenue une caractéristique banale des émissions de radio, il n'existe aucun talk-show radiophonique politique affirmant un point de vue de droite, centré sur la personnalité de l'animateur et traitant l'actualité en puisant dans une veine populiste comme le font Limbaugh et ses homologues. *Les Grandes Gueules*, diffusé sur RMC depuis 2009, fait, certes, la part belle à l'opinion des auditeurs et traite l'actualité politique avec une rhétorique populiste, mais les animateurs n'y affirment pas de parti-pris politique clairement identifiable. Le talk-show radiophonique français qui se rapproche le plus du talk-show radiophonique conservateur américain est donc très certainement *Carrément Brunet*, diffusé également sur RMC.

Aux Etats-Unis, le « talk-show radiophonique conservateur » (*conservative talk radio*) constitue un sous-genre du « talk-show radiophonique politique » (*political talk radio*), lui-même appartenant au format radiophonique conversationnel (*talk radio*). Le format *talk*, abrégé TK, constitue l'un des 31 formats radiophoniques répertoriés par le site *Media Generation* en 2011 qui le définit ainsi : « *Talk, either local or network in origin, which can be telephone talk, interviews, information or a mix* »³⁶. Il s'agit d'émissions de longueurs différentes dans lesquelles l'animateur prend la parole sur un sujet de son choix en rapport avec l'orientation thématique du jour, sollicite ou non l'intervention d'invités en plateau ou par téléphone et ouvre ou non les ondes à la prise de parole d'auditeurs, qui deviennent alors des appelants.

Il semble difficile, et au bout du compte peu pertinent, de proposer une définition plus resserrée du format tant il englobe des types d'émissions d'une variété infinie. Comme le précise Michael Harrison, rédacteur-en-chef de *Talkers Magazine*, le format conversationnel ne nécessite pour exister que la simple prise de parole d'un animateur sur les ondes : « *Talk radio goes back to the beginning of radio. The first radio shows, when it was first invented, were talk shows. So you can't say when talk radio began, because there's no official thing that is talk radio. You're talking, and you're on the radio: talk radio* »³⁷.

³⁶ « Une émission au format conversationnel, diffusée localement ou en réseau, qui peut comprendre de la libre antenne, des entretiens, de l'information ou un mélange de tout cela ». *A Guide to Radio Station Formats*, (News Generation, Inc., 2001) <http://www.newsgeneration.com/broadcast-resources/guide-to-radio-station-formats/>; dernière consultation le 26 août 2012.

³⁷ « Les talk-shows radiophoniques remontent aux débuts de la radio. Les premières émissions de radio, quand la radio a été inventée, étaient des talk-shows. Donc on ne peut pas dire quand le talk-show radiophonique est apparu, parce qu'il n'y a rien qui officiellement s'appelle talk-show radiophonique. Vous parlez et vous êtes à la radio : c'est un talk-show ». Michael Harrison, entretien téléphonique du 21 avril 2010, conduit depuis

Les origines du format conversationnel remontent ainsi aux débuts de la radio. D'après la définition de Harrison, on peut les faire remonter aux « « Causeries au coin du feu » (*Fireside Chats*), du président Franklin Roosevelt. Diffusées sur les ondes nationales de manière régulière entre le 12 mars 1933 et le 12 juin 1944³⁸, ces discussions informelles offrent au président la possibilité, dans un rapport direct avec les citoyens, de présenter les positions de son Administration et le sens de son action. Son talent d'orateur ainsi que sa compréhension très fine du fonctionnement de la radio, surtout dans son rapport au public, lui permettent d'établir une relation quasi intime avec ce dernier³⁹.

Avant son accession à la présidence, alors qu'il occupe le poste de gouverneur de l'État de New York, il utilise déjà la radio pour s'adresser à ses administrés au cours d'interventions mensuelles. Ainsi, pour le dire avec Douglas B. Craig, Roosevelt est la première « star » de talk-show radiophonique politique : « *It is a commonplace that Franklin Roosevelt was the first political star of the radio age* »⁴⁰. Son titre de vedette de la radio lui est toutefois disputé par Father Coughlin, autre figure radiophonique emblématique de l'époque. Prêtre catholique du Michigan, Coughlin est une des premières figures n'occupant pas de fonction électorale à utiliser la radio à des fins politiques. Partisan de Roosevelt dans les deux premières années du New Deal, il en devient un farouche opposant, l'accusant de vendre l'Amérique aux banquiers internationaux et aux Juifs. La rhétorique populiste et antisémite de Coughlin trouve un écho auprès de quelques trente millions d'auditeurs au milieu des années trente, mais la virulence de son propos et son antisémitisme revendiqué lui valent d'être sommé d'arrêter son émission en 1942. Si Roosevelt est le premier à comprendre la nécessité d'établir un rapport interpersonnel intime avec l'auditeur, Coughlin inaugure lui le populisme antiétatique à la radio. Ces deux principes, introduits dès les années 1930-40, sont essentiels dans le talk-show radiophonique conservateur tel que le définit Limbaugh à partir de 1988.

C'est toutefois dans sa version religieuse que le talk-show radiophonique prend réellement son essor pour s'affirmer comme format radiophonique de premier plan. Le premier précédent à Limbaugh est donc à chercher du côté du talk-show religieux, et plus particulièrement *The Lutheran Hour*, lancée par le pasteur luthérien et théologien Walter A.

l'*Annenberg School for Communication*, University of Pennsylvania, 3620 Walnut Street, Philadelphia, Pennsylvania 19104. Voir annexe n°8 « Entretien avec Michael Harrison ».

³⁸ *Franklin D. Roosevelt Presidential Library and Museum*, <http://docs.fdrlibrary.marist.edu/firesi90.html>; dernière consultation le 27 août 2012.

³⁹ Douglas B. Craig, *Fireside Politics: Radio and Political Culture in the United States, 1920 – 1940* (John Hopkins University Press, 2000), 155.

⁴⁰ « *C'est un lieu commun que de dire que Franklin Roosevelt a été la première star politique de l'ère de la radio* ». Craig, *Fireside Politics*, 154.

Maier en 1930. C'est l'émission radiophonique des États-Unis la plus diffusée sur le territoire ainsi qu'à l'international ; elle est aussi à ce jour celle qui détient le record de longévité⁴¹. Elle fait ses débuts sur CBS le 2 octobre 1930 sur la tranche de 22h00-22h30 juste après la série à succès *The Shadow*⁴². Elle connaît un succès immédiat et attire un public très nombreux dès les premières semaines, ainsi que le précise le fils de Maier dans la biographie qu'il écrit sur son père: « *Soon the listening audience was estimated at five million hearers, and after just two months on the air, network newcomer Maier was receiving more mail than top secular shows as Amos 'n' Andy, or any other religious program in America* »⁴³. Au cours des trente-six semaines de la première année, Maier reçoit 57 000 courriers d'auditeurs, soit plus que tous les programmes sponsorisées par Conseil Fédéral des Églises (*Federal Council of Churches*) sur *Pulpit of the Air*⁴⁴.

Les années 1935 à 1950 sont des années d'expansion au cours desquelles l'émission entame sa diffusion à l'international. Dès 1940, une version en espagnol est diffusée en Équateur. Par la suite, un pasteur hispanophone est recruté pour l'animer. Jusqu'en 1939, l'émission ne couvre pas le Sud Profond ni l'Ouest inter-montagne, mais à partir de cette année-là, l'émission devient accessible à 75% du territoire ainsi qu'à 80% de la population luthérienne du pays⁴⁵. L'audience de l'émission atteint les vingt millions en 1948, et en 1953, *The Lutheran Hour* est diffusée dans plus de douze langues, dans plus de cinquante pays du globe. Bien qu'une grande partie de ses auditeurs se situent à l'extérieur des États-Unis, l'émission s'impose comme élément incontournable du paysage médiatique américain et accède au rang de plus grosse entreprise de radio religieuse commerciale, fait d'autant plus remarquable qu'elle est portée par une organisation de petite taille et s'adresse à une confession qui ne représente qu'1% de la population américaine⁴⁶.

Le grand talent oratoire de Maier, sa prosodie remarquable et, bien qu'elle soit invisible, sa gestuelle sont pour beaucoup dans le succès de l'émission:

⁴¹ Tona Hangen, "Man of the Hour: Walter A. Maier and Religion by Radio on the *Lutheran Hour*," in *Radio Reader: Essays in Cultural History of Radio*, ed. Michele Hilmes and Jason Loviglio (New York: Routledge, 2002), 113.

⁴² Hangen, "Man of the Hour," 118.

⁴³ « *Bientôt l'audience fut estimée à cinq millions d'auditeurs, et après deux mois seulement sur les ondes, Maier, le nouveau venu du réseau recevait plus de courrier que les émissions non-religieuses numéro 1 comme Amos 'n' Andy, ou que tout autre émission religieuse des États-Unis* ». Paul L. Maier, *A Man Spoke, a World Listened: The Story of Walter A. Maier* (Saint Louis, MO: Concordia Seminary, 1963), 119.

⁴⁴ Hangen, "Man of the Hour," 118.

⁴⁵ Hangen, "Man of the Hour," 118.

⁴⁶ Hangen, "Man of the Hour," 119.

The microphone becomes his audience, and to it, he delivers his discourse, pointing his finger at it in stern warning, raising clenched fists toward it as he calls for penitence and spiritual rebirth, shaking his head at it intensely, as though it were the most miserable of sinners. [...] There is no doubt that he means you, not some other fellow⁴⁷.

Grâce à Maier, la prédication s'invite donc dans les foyers. Une *mailing list* est également constituée, qui atteint les 325 000 noms en 1948⁴⁸. De grands rassemblements et meetings de masse dans de grandes salles ou dans des stades sont également organisés pour assurer la promotion de l'émission : le 3 octobre 1943, Maier parvient à réunir la plus grande audience, soit quelques 27 500 fidèles⁴⁹. Le positionnement politique de Maier est celui d'un anticommunisme farouche, non par opposition au collectivisme mais par hostilité à l'athéisme, au militarisme et aux persécutions religieuses qui y sont associés dans les pays d'Europe de l'Est⁵⁰.

L'impact positif majeur de *The Lutheran Hour* a été de rendre la communauté des conservateurs religieux visible à eux-mêmes, bien avant que le mouvement des évangéliques ne prenne forme et n'acquière une stature nationale : « *The Lutheran Hour helped broker a lasting sense of connectedness among evangelicals in general. When, as was his custom, Maier used the first person plural ("we need", "we believe", "we see in America today"), people were listening, nodding, and joining in an important act of imagining a community into existence* »⁵¹. L'émission semble donc remplir une fonction de communalisation des conservateurs religieux qui peuvent désormais se « retrouver » de manière quotidienne dans un lieu virtuel autour de Maier.

Après son décès en 1950, l'émission continue sa diffusion, présentée par différents révérends successifs, et parvient à survivre à son créateur : en 1956, *The Lutheran Hour* est la première émission radiophonique dans le classement Nielsen. Peu après, l'émission amorce son déclin car la majorité de chrétiens non-affiliés ou de non-croyants qui composent son audience la délaissent peu à peu, pour faire place à un auditorat composé

⁴⁷ « *Le micro devient son public et c'est à lui qu'il fait son discours, pointant le doigt vers lui en signe d'avertissement implacable, levant ses poings serrés vers lui tandis qu'il appelle à la pénitence et la renaissance spirituelle, lui exprimant sa désapprobation en secouant la tête avec intensité, comme s'il était le plus misérable des pécheurs. [...] Il ne fait aucun doute que c'est à vous qu'il s'adresse, et à personne d'autre* ». Hartzell Spence, "The Man of the Lutheran Hour," *Saturday Evening Post*, June 19th, 1948: 17. In Hangen, "Man of the Hour," 120-121.

⁴⁸ Hangen, "Man of the Hour," 123.

⁴⁹ Hangen, "Man of the Hour," 124.

⁵⁰ Hangen, "Man of the Hour," 125.

⁵¹ « *The Lutheran Hour a contribué à faire émerger parmi les évangélistes dans leur ensemble, le sentiment qu'ils étaient liés les uns aux autres. Quand, comme à son habitude, Maier utilisait la première personne du pluriel (« Il nous faut », « nous croyons », « nous voyons aux États-Unis aujourd'hui »), les gens écoutaient, hochaient la tête et participaient à l'acte important de faire exister une communauté par l'imagination* ». Hangen, "Man of the Hour," 126.

presqu'exclusivement de fidèles déjà affiliés à une église. Ainsi, bien que le programme survive et maintienne son audience, il perd en visibilité et se marginalise au sens premier du terme sous l'effet des changements du paysage médiatique. Maier fait donc la jonction entre un âge d'or de la radio où le nombre limité de stations produit un effet grossissant qui profite aux points de vue minoritaires et l'époque contemporaine où les évangéliques sont plus visibles mais moins influents.

A la fin des années quatre-vingt, *The Lutheran Hour* est toutefois l'émission radiophonique diffusée sous-licence hebdomadaire la plus écoutée des Etats-Unis⁵². Par la dimension novatrice de son format, sa position de niche dans le paysage médiatique, la taille de son audience, le rapport intime qu'établit son animateur avec les auditeurs et leur participation – bien qu'indirecte – à l'émission, ainsi que par sa longévité, *The Lutheran Hour* semble avoir jeté une partie des fondements de *The Rush Limbaugh Show*. La dimension polémique du talk-show radiophonique contemporain est cependant absente de *The Lutheran Hour*, et il faut attendre l'apparition du talk-show radiophonique dans sa version politique peu à peu après la Seconde guerre mondiale pour qu'elle en devienne une composante majeure.

Précisons d'emblée que s'il y a bien des précédents de talk-show radiophoniques politiques avant l'avènement de Limbaugh, aucun d'entre eux ne propose de parole à proprement dit « partisane ». La raison en est que jusqu'en 1987, les discussions politiques sur les ondes sont régies par la *Fairness Doctrine*, principe d'équité adopté en 1949 par la *Federal Communication Commission* (FCC), institution qui, outre sa fonction de régulation des supports techniques et d'allocation de licences de diffusion, a pour mission de promouvoir le pluralisme des points de vue et de satisfaire la visée éducative de la radiodiffusion. Jamais inscrite dans le *Communications Act* de 1934, la *Fairness Doctrine* est adoptée sous forme d'une « directive » après guerre. Elle confère aux exploitants de chaînes de radio et de télévision le statut de garants de l'équité dans le débat public. Concrètement, elle exige que lorsqu'une figure ou un courant politique fait l'objet d'une attaque, un temps de parole d'égale durée lui soit proposé sur le même média pour qu'il puisse réagir. En outre, elle garantit l'accès au plateau lors des périodes d'élection, notamment au niveau fédéral. On peut donc distinguer un premier âge du talk-show radiophonique politique qui commence à l'après-guerre et se termine en 1987, année de la révocation de la Doctrine.

Au cours de ce premier âge, le genre se développe principalement sous l'influence de deux figures radiophoniques majeures : Barry Gray et Joe Pyne. Si Maier définit les contours

⁵² Hangen, "Man of the Hour," 130.

du format conversationnel en l'utilisant comme une chaire électronique, Gray est proprement celui qui a mis le format au service du divertissement politique. Son émission est diffusée la nuit à partir de 1945 sur les ondes de la station locale WMCA, accessible dans la zone métropolitaine de New York. Évoquant la suspension temporaire de Gray en 1964, *The New York Times* décrit l'émission ainsi:

Mr. Gray conducted his program informally. The show was essentially a discussion program, and the guests included political figures, stars of the entertainment world, lawyers, bit players, strip-teasers, columnists, labor leaders and nearly anyone with a strong opinion on any subject.⁵³

L'émission est donc proprement un talk-show (« a discussion program ») dont le contenu ne se limite pas à la politique mais propose un panachage de sujets divers et laisse la parole à des invités de tout genre. Surtout, elle semble fonctionner grâce à l'expression d'opinions tranchées quel que soit le domaine (« nearly anyone with a strong opinion on a subject ») : la polémique constitue donc la base de son fonctionnement. Gray aussi apparaît comme une personnalité affirmée, comme l'indique le journaliste qui poursuit en décrivant l'animateur ainsi : « *He was also a man of strong opinion. WMCA made it a point to give him editorial independence [...]* »⁵⁴.

L'indépendance éditoriale évoquée ici semble renvoyer indirectement au parti-pris sociolibéral de Gray qui officie sur une radio dont le dirigeant, R. Peter Strauss, est le directeur de campagne du Parti démocrate pour l'État de New York⁵⁵. Ainsi, l'émission de Gray est suspendue momentanément en 1964 précisément pour cause d'infraction à la Doctrine. Lors d'un débat organisé entre Milton Eisenberg et Paul R. Screvane – représentant respectivement Kenneth B. Keating et Robert F. Kennedy, tous deux candidats au poste de sénateur de New York – l'animateur qualifie le premier d'« obséquieux » (*oily*)⁵⁶.

Ainsi, la discussion informelle, le parti-pris politique – fût-il sous-jacent et soumis à la réglementation fédérale – ainsi que la controverse définissent le talk-show radiophonique politique façon Barry Gray. Il est suivi sur ce point par Joe Pyne qui fait de l'attaque frontale

⁵³ « Mr. Gray animait son programme de manière informelle. L'émission était essentiellement une émission de discussion, et les invités comprenaient des figures politiques, des vedettes du monde du divertissement, des avocats, des acteurs de second rang, des strip-teaseuses, des chroniqueurs, des leaders syndicaux et quasiment quiconque ayant une opinion sur tout et n'importe quoi ». Martin Arnold, "WMCA Suspends Barry Gray as Unfair to Keating Assistant," *The New York Times*, November 4th, 1964.

⁵⁴ « Il était également un homme aux opinions tranchées. WMCA se fit un point d'honneur de lui donner de l'indépendance sur le plan éditorial ». Arnold, "WMCA Suspends Barry Gray."

⁵⁵ Warren Weaver Jr., "Keating, Kennedy Meet in Debate on Radio Program," *The New York Times*, October 31st, 1964.

⁵⁶ Martin Arnold, "WMCA Suspends Barry Gray".

le principe de base de *The Joe Pyne Show*, produit par WNBC et diffusé nationalement sur 176 stations de 9h à 10h : « *The wielder of the verbal fist is Joe Pyne, a 41-year-old interviewer who displays fondness for attacking the views of his guests and generating heated discussion* »⁵⁷. Les attaques de Pyne envers ses invités témoignent du peu de cas qu'il fait de la bienséance et de ce qui ne s'appelle pas encore le « politiquement correct ». Ainsi, il n'hésite pas à affubler du sobriquet d'« évêque désinhibé » (*swinging bishop*) un évêque invité à intervenir dans l'émission qui avoue avoir enfreint son vœu de célibat⁵⁸. Bien que très incisifs dans leurs propos, ni Gray, ni Pyne, ni aucun de leurs successeurs ne sont à même d'altérer de manière significative le climat d'opinion pendant le premier âge du talk-show radiophonique du fait de l'obligation d'égalité du temps de parole imposée par la Doctrine.

Après trente années d'existence, elle est en effet remise en question dès le début des années quatre-vingt, sous l'effet de la multiplication du nombre des fréquences conjuguée à l'hostilité de Ronald Reagan envers l'intervention de l'Etat dans des questions qu'il estime relever strictement du domaine des affaires. Considérée comme l'immixtion de l'État dans le contenu éditorial des diffuseurs, la Doctrine équivaut aux yeux de bon nombre d'acteurs de la sphère médiatique et politique à la violation des principes de libre expression et de liberté de la presse garantis par le Premier amendement de la Constitution. C'est à cette interprétation de la notion de liberté que souscrit Mark Fowler, nouveau président de la FCC nommé par Reagan, qui sonne alors l'hallali de la Doctrine (d'autant que l'argument pour la légitimer, celui de la « rareté des ondes » (*scarcity rationale*) tombe avec l'explosion multi médiatique des années quatre-vingt)⁵⁹.

La révocation est donc un évènement clef qui ouvre le second âge du talk-show radiophonique, ainsi que le confirme Harrison : « *American talk radio in the style that we think of as talk radio, really in my opinion, began in 1987. And the reason I say 1987 is because I consider the repeal of the Fairness Doctrine to have been one of the pivotal events that led to it* »⁶⁰. Libérées des contraintes administratives et bureaucratiques ainsi que des impératifs d'égal temps de parole, les stations de radio ont donc été en mesure, une fois la

⁵⁷ « *Le grand professionnel de la joute verbale est Joe Pyne, présentateur de 41 ans dont la grande passion est d'attaquer les opinions de ses invités et de provoquer des conversations houleuses* ». Val Adams, "Joe Pyne Wields a 'Fist' on Radio", *The New York Times*, March 8th, 1966.

⁵⁸ Jack Gould, "Joe Pyne's Electronic Peepshow", *The New York Times*, June 5th, 1966.

⁵⁹ Frau-Meigs, Qui a détourné le 11 septembre ?, 137-138.

⁶⁰ « *Le talk-show radiophonique américain tel que nous le concevons maintenant, selon moi, a vraiment commencé en 1987. Et la raison pour laquelle je dis 1987 c'est parce que je considère que la révocation de la Fairness Doctrine a été l'un des évènements clef qui en est à l'origine* ». Voir annexe n°8 « Entretien avec Harrison ».

doctrine abrogée, de proposer des espaces d'expression non-restreinte de parole politique partisane. Cette seconde période de l'histoire du talk radiophonique correspond à la domination des ondes par les radios qui émettent en FM – spécialisées dans les programmes musicaux –, au détriment de celles qui émettent en AM, qui peinent à se maintenir à flots. Plus globalement, l'arrivée de Limbaugh sur les ondes nationales est concomitante avec l'essor du format conversationnel dans tout le paysage médiatique américain et le développement du talk-show télévisé au tournant 1987-1988, sous l'effet secondaire de l'abrogation de la Doctrine qui a permis la libération et la diversification des contenus⁶¹.

L'affirmation du talk-show télévisé marque l'avènement de l'information sociale de longue durée (*soft news*), par opposition à l'information d'actualité (*hard news*), et amorce une tendance à la « scandalisation de la réalité » et la « prédation sur le fait divers »⁶², tendance que l'on retrouve chez Limbaugh. Enfin, c'est à partir des années 1980 également que s'amorce ce que Graeme Turner nomme le « tournant démotique »⁶³ : au lieu de jouer un rôle de *médiation* de l'identité des citoyens ordinaires afin de leur donner une plus grande visibilité, les médias les instrumentalisent pour jouer un rôle de *production* d'identités factices à des fins de rentabilité commerciale. Le talk-show semble bien s'inscrire dans cette logique.

Parce qu'il marque l'abrogation de la *Fairness Doctrine*, la libération de la parole partisane sur les ondes, et de ce fait, l'émergence d'un nouveau genre radiophonique, ainsi que l'essor de la FM au détriment de l'AM, le tournant 1987 – 1988 constitue le point de départ de l'analyse. De la même manière, le printemps 2010, présente également des enjeux à la fois politiques et médiatiques. Sur le plan politique, il correspond au lancement de la campagne des primaires en vue de l'élection de mi-mandat du 2 novembre 2010 dans un contexte d'antiétatisme, de mise en crise du pouvoir démocrate sous l'impulsion du *Tea Party Movement*, et par là, de regain de vitalité du mouvement conservateur. Le fait qu'un tel regain soit initié par une force externe aux institutions qui représentent le conservatisme semble constituer un tournant dans l'histoire du mouvement en ce qu'il laisse augurer d'une possible reconfiguration de sa structure interne. Sur le plan médiatique, c'est au printemps 2010 que s'intensifient les attaques des animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs contre le gouvernement Obama et la présidence démocrate de Nancy Pelosi à la Chambre des Représentants. Le printemps 2010 constitue donc le point d'aboutissement de la présente

⁶¹ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 148-149.

⁶² Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 148; 151.

⁶³ Turner, Graeme, *Ordinary People and the Media: the Demotic Turn* (London: Sage, Macmillan, 2010), 2-3.

recherche et d'une certaine manière la fin du 2^{ème} âge d'or de la radio (avant sa migration complète et en cours sur le support numérique).

L'appartenance du talk-show radiophonique conservateur au format « d'actualité-divertissement » (*infotainment programs*) est une des raisons pour laquelle il apparaît comme un objet médiatique non-identifié aux yeux du public français. C'est dans ce cadre conceptuel que la présente recherche inscrit l'analyse du genre car il présente des caractéristiques communes au format d'information et au format de divertissement. D'une part, l'actualité politique (*hard*) et sociétale (*soft*) constitue son matériau principal. Typiquement, les animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs prétendent présenter des informations « non-filtrées » (*unfiltered*), contrairement aux médias de référence au sein desquels les journalistes agissent en « filtres » (*gatekeepers*) de l'information qu'Oliver Boyd-Barrett décrit ainsi : « *Those individuals within a news organization who have key roles in reviewing and selecting from incoming news. [...] Such individuals [are] likely to have personal views, attitudes and idiosyncrasies which could help explain the selections they made* »⁶⁴.

Ainsi, certains journalistes (au sein des comités de rédaction) décident de la valeur informationnelle ou non des faits et événements que propose l'actualité du moment. Ils opèrent des choix parmi ceux-là en fonction de leurs « prédispositions » (*attitudes*) et opinions personnelles. À l'inverse, les animateurs de talk-shows affichent leur attachement à la vérité factuelle des informations qu'ils présentent et affirment rapporter l'information « telle quelle » sans la passer au crible de leur sensibilité propre ou du moins en étant affranchis des comités de rédaction. Le format constitue toutefois un média d'information spécifique car son contenu n'est pas constitué exclusivement de *hard news* et présente certaines caractéristiques des médias de divertissement. Les animateurs, qui ne sont pas des journalistes professionnels, déploient une stratégie discursive qui s'appuie sur l'humour, la satire et l'ironie et n'hésitent pas à traiter l'actualité sur le mode de la dérision. Des chansons parodiques visant à vilipender des figures politiques jugées hostiles au conservatisme ainsi que des montages sonores sont parfois utilisés en soutien au propos de l'animateur également.

Si une telle description établit l'appartenance du talk-show radiophonique conservateur au genre de l'actualité-divertissement, elle ne permet pas de saisir de façon nuancée le rapport

⁶⁴ « *Ceux des individus au sein d'un organe de presse qui occupent des fonctions clef dans le processus de passage en revue et de sélection des nouvelles qu'ils reçoivent. [...] Ces individus [sont] susceptibles d'avoir des opinions personnelles, des prédispositions et des traits de caractère propres qui pourraient expliquer les choix qu'ils ont opérés* ». Oliver Boyd-Barrett, "The Analysis of Media Occupations and Professionals," *Approaches to Media: a Reader* (London: Arnold, 1997), 271.

entre information et divertissement. La typologie des émissions d'actualités-divertissement que propose R. Lance Holbert dans son étude de 2005 fournit un cadre conceptuel plus précis à l'analyse comme le montre la figure 3⁶⁵.

Figure 4 – Typologie des émissions d'*infotainment*

A Typology for the Study of Entertainment TV and Politics

| | | | | | |
|-----------------------------|--|--|---|---|-------------------------------------|
| Political as Primary | | | | | |
| | | | Ent. Talk Show Interviews w/ Politicians | Fictional Political Dramas | Traditional Satire |
| Explicit | | | Soft News | Political Docudramas | Satirical Situation Comedies |
| | | | Entertainment Television Events | Reality-Based Programming/ Documentaries | Lifeworld Content |
| | | | Political as Secondary | | |
| | | | Implicit | | |

Son auteur la définit selon deux paramètres : l'importance du politique – prévalent (*primary*) ou secondaire (*secondary*) – et le degré d'affirmation du politique – explicite (*explicit*) ou implicite (*implicit*). Selon la typologie de Holbert, et ce bien qu'elle ne le mentionne pas en tant que tel, le talk-show radiophonique appartient à la catégorie des émissions d'actualité-divertissement dans lesquelles le commentaire politique est *prévalent* et *explicite*. Il s'agit d'un contenu politique qui n'a pas besoin de l'intervention de l'humour pour être exprimé et compris – le politique sert l'humoristique – au contraire de la satire traditionnelle dont le message politique est prévalent mais implicite car il a besoin de l'intervention de l'humour et de l'implication de l'audience pour émerger – l'humoristique sert le politique.

Sur le plan lexical, le terme *infotainment*, néologisme résultant de la fusion d'*information* et *entertainment*, ne va pas sans poser problème. Dans les pays francophones, aucune traduction validée par la communauté des chercheurs en communication ne semble avoir été adoptée, et le terme anglais est utilisé tel quel dans les publications en français. Toujours riche

⁶⁵ R. Lance Holbert, "A Typology for the Study of Entertainment Television and Politics," *American Behavioral Scientist* 49, n°3 (2005): 445.

en propositions de traductions de termes relevant du champ des sciences humaines, *Le Grand Dictionnaire Terminologique* en ligne de l'Université de Laval à Québec suggère quatre équivalents possibles au terme d'*infotainment* : « infoloisir », « actualité-spectacle », « information-divertissement » et « actualité-divertissement ». La première proposition a été écartée du fait de son emploi impropre du mot « loisir » qui ne désigne pas une activité divertissante mais le temps libre dont on dispose en dehors du travail. « Actualité-spectacle » n'a pas été retenue non plus du fait de la forte dimension dramatique au sens propre du terme du mot « spectacle », qui suggère un rapport à l'espace et au regard, et qui par là exclut les supports médiatiques non visuels. Outre qu'elle soit une traduction trop littérale, « information-divertissement » est problématique également car le terme d'information est trop vague, tout du moins dans le contexte de la présente étude dont l'objet est un genre médiatique qui s'appuie sur l'actualité politique et sociétale, un type bien précis d'information. La formulation « actualité-divertissement » fait ressortir de manière plus appropriée les deux composantes du concept d'*infotainment*, le traitement de l'actualité sur le mode du divertissement, et est retenue donc dans le cadre de cette analyse.

Quant aux animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs, du fait de leur position interstitielle entre journalisme et divertissement, et de leur fonction de commentateurs de l'actualité, ils sont ce que l'anglais désigne par le terme de *pundit* : « *a person who gives opinion in an authoritative manner usually through the mass media* »⁶⁶. Les *pundits* apparaissent comme ce que Mona Chollet, Olivier Cyran, Sébastien Fontenelle et Mathias Reymond⁶⁷ appellent des « éditocrates », terme que nous leur empruntons car, bien qu'il n'y ait pas de réel équivalent français au talk-show radiophonique conservateur américain, les animateurs de talk-shows ont en commun un certain nombre de caractéristiques avec les commentateurs français qui font l'objet de l'ouvrage. Sans formation universitaire théorique dans le domaine des sciences humaines ni champ de spécialité, ils n'hésitent pas à prendre des positions sur une multitude de sujets. Ces positions sont affirmées de manière tranchée, voire péremptoire. Enfin, tous prétendent tenir un discours qui va à contre-courant de la *doxa* sur les thèmes politiques et sociétaux, et se posent en pourfendeurs du politiquement correct. Enfin, le suffixe « -crate » – issu du grec « κρατος », le pouvoir, la

⁶⁶ « *Personne qui exprime son opinion de manière autoritaire, habituellement par le biais des médias de masse* ». <http://www.merriam-webster.com/dictionary/pundit>. Dernière consultation le 16 août 2012.

⁶⁷ Mona Chollet, Olivier Cyran, Sébastien Fontenelle et Mathias Reymond, *Les éditocrates : Ou Comment parler de (presque) tout en racontant (vraiment) n'importe quoi* (Editions La Découverte, 2009).

force – suggère l'idée que ces commentateurs se sont constitués en une sorte de classe dirigeante exerçant son influence sur leurs publics⁶⁸.

Le choix du talk-show radiophonique conservateur comme objet d'étude n'est pas nouveau. Depuis son affirmation dans les sphères politique et médiatique au début des années quatre-vingt-dix, il a fait l'objet d'une masse de travaux de recherche particulièrement volumineuse. La quasi-totalité est produite par des chercheurs nord-américains, un phénomène qui s'explique par la nature idiosyncrasique de ce genre médiatique spécifique aux États-Unis. Elle consiste en une majorité d'articles publiés dans des revues scientifiques, de rapports et de deux ouvrages majeurs. Y sont abordés les principaux aspects des talk-shows tels que les caractéristiques sociologiques des audiences, les facteurs qui président à l'écoute des émissions (*predictors*), les effets sur la connaissance politique des auditeurs et le renforcement de leurs prédispositions sur les questions de fond et de leurs opinions sur différentes figures et institutions (gouvernement, hommes et femmes politiques), ou encore l'impact du genre sur le vote et la participation politique.

Hofstetter et son équipe proposent en 1994 l'un des travaux fondateurs sur le talk-show radiophonique tel qu'il émerge sous l'égide de Limbaugh. Leur analyse du profil sociodémographique et sociologique des auditeurs montre que, contrairement aux idées reçues, les auditeurs des talk-shows radiophoniques en 1994 sont des participants actifs au débat national, dont le niveau de connaissance de la politique et le degré d'engagement dans la vie de la cité sont supérieurs aux non-auditeurs⁶⁹. Cet article montre ainsi que les auditeurs de talk-shows ne sont pas à la marge de la vie civique mais y sont bien pleinement impliqués. Richard Davis fournit une contribution essentielle en 1997. Il décrit le talk-show avec précision, le situe dans le paysage radiophonique et télévisuel américain et revisite les précédents au genre⁷⁰.

Les chercheurs de l'Annenberg School for Communication de l'Université de Pennsylvanie – dont Joseph N. Cappella et Kathleen Hall Jamieson, figures majeures sur le sujet – ont été les premiers à produire un rapport volumineux sur le talk-show radiophonique politique en abordant *The Rush Limbaugh Show* comparativement à d'autres talk-shows

⁶⁸ Tout au long de la présente recherche, le terme éditocrate est donc utilisé sans guillemets comme traduction de *pundits*.

⁶⁹ C. Richard Hofstetter, Mark C. Donovan, Melville R. Klauber, Alexandra Cole, Carolyn Huie and J. Toshiyuki Yuasa, "Political Talk Radio: A Stereotype Reconsidered", *Political Research Quarterly* 47, n°2 (1994): 467-479.

⁷⁰ Richard Davis, "Understanding Broadcast Political Talk," *Political Communication* n°14, (1997): 323– 332.

conservateurs et aux talk-shows modérés ou sociolibéraux en 1996⁷¹. Le rapport met en lumière des différences de contenu entre les divers types de talk-shows et souligne que Limbaugh évoque davantage les questions de politiques intérieures relatives à l'économie et aux affaires, contrairement à ses homologues conservateurs qui insistent plutôt sur les questions de politique internationale. Sur le plan des prédispositions et opinions des auditeurs, l'enquête montre que les auditeurs de Limbaugh sont dans l'ensemble plus favorables aux républicains et ont une perception plus négative de Clinton que les non-auditeurs. Par ailleurs, la confrontation du contenu réel des talk-shows radiophoniques politiques à la façon dont les médias les représentent, montre que le traitement médiatique de ces émissions exagère l'homogénéité de leur contenu, leur dimension polémique ainsi que leur influence sur le processus politique, en négligeant d'évoquer les moments où leur influence est nulle. Le second rapport de l'Annenberg Public Policy Center, en 1997, développe l'analyse de ces résultats en se concentrant plus précisément sur les conséquences de l'écoute des talk-shows sur les prédispositions et opinions des auditeurs⁷².

Stephen Earl Bennett s'est, quant à lui, penché sur les facteurs qui président à l'écoute des talk-shows⁷³, mais a surtout analysé l'impact du genre sur la connaissance qu'ont les auditeurs de la politique⁷⁴. Les enquêtes suivantes se sont intéressées aux prédispositions et opinions des auditeurs, ainsi qu'à l'importance qu'ils accordent à certaines questions de fond. David C. Barker, l'une des figures de proue de la recherche sur les talk-shows dont il a exploré un très grand nombre d'aspects, s'est penché abondamment sur la capacité du talk-show à influencer la perception de l'importance des sujets d'actualité chez les auditeurs. Dans ce domaine, son travail a porté sur la corrélation entre la fréquence avec laquelle certains sujets sont abordés et les dispositions des auditeurs sur ces sujets, notamment les débats sur la réforme de santé de 1993⁷⁵. Notons que l'exploration de la fonction d'*agenda setting* n'est pas l'apanage de Barker. D'autres chercheurs se sont intéressés à la question, notamment B.A.

⁷¹ Joseph N. Cappella, Kathleen H. Jamieson and Joseph Turow, *Call-In Political Talk Radio: Background, Content, Audiences, Portrayal in Mainstream Media, A report from the Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania* (Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania, 1996).

⁷² Joseph Cappella and Kathleen H. Jamieson, *An Experiment on Political Talk Radio: The Consequences of Exposure to Liberal, Conservative, and Two-sided Talk Radio, A Report of the Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania* (Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania, 1997).

⁷³ Stephen Earl Bennett, "Predicting Americans' Exposure to Political Talk Radio in 1996, 1998 and 2000," *The Harvard International Journal of Press/Politics* 7, n°9 (2002): 9-22.

⁷⁴ Stephen Earl Bennett, "Americans' Exposure to Political Talk Radio and Their Knowledge of Public Affairs," *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 46, n°1 (2002): 74-86; "Who listens to Rush Limbaugh's Radio Program and the Relationship Between Listening to Limbaugh and Knowledge of Public Affairs, 1994-2006," *Journal of Radio and Audio Media* 16 n°1 (2009):66-82.

⁷⁵ David C. Barker, "Rush to Action: Political Talk Radio and Health Care (un)Reform," *Political Communication*, n°15 (1998): 883-97.

Hollander et Michael Pfau et son équipe qui ont abordé le phénomène en observant son influence sur la perception qu'ont les auditeurs des institutions démocratiques et de l'État⁷⁶. R. Lance Holbert a, quant à lui, exploré l'impact de la fonction d'agenda sur l'opinion des auditeurs sur le président⁷⁷.

Cappella, spécialiste de psychologie sociale de la communication⁷⁸, a étudié principalement la façon dont l'écoute des talk-shows radiophoniques conservateurs façonne les prédispositions des auditeurs⁷⁹, notamment la manière dont ils perçoivent le dénouement de l'élection présidentielle⁸⁰ et leurs concitoyens, ainsi que la manière dont cette perception affecte la « confiance interpersonnelle » (*interpersonal trust*)⁸¹. Enfin, on doit à Cappella, à quatre mains avec Kathleen Hall Jamieson, un ouvrage qui aborde le phénomène du talk-show radiophonique conservateur de façon intégrée, c'est-à-dire dans son interaction avec les autres médias conservateurs tels que *Hannity & Colmes* sur Fox News et les pages éditoriales de *The Wall Street Journal*. Les auteurs y développent l'argument que ces médias forment un « establishment médiatique conservateur⁸² » qui joue le rôle d'une « chambre d'écho » isolant les auditeurs de toute possibilité d'être confrontés à des opinions dissonantes avec leur sensibilité politique et leurs prédispositions initiales sur les questions de fond.

Enfin, l'impact de l'écoute des talk-shows sur la participation politique a également retenu l'attention des chercheurs. Louis Bolce et son équipe ont écrit le premier article séminal sur la question en démontrant que, sans l'intervention de Limbaugh, l'intensité du raz-de-marée républicain de 1994 aurait été moindre. Ils soulignent par exemple que si les auditeurs *The Rush Limbaugh Show* avaient réparti leurs votes entre Démocrates et Républicains de façon similaire aux non-auditeurs, Ann Richards aurait été réélue gouverneur

⁷⁶ B. A. Hollander, "Talk radio: Predictors of use and effects on attitudes about government," *Journalism and Mass Communication Quarterly*, n°73 (1996): 102-113.; Michael Pfau, Patricia Moy, R. Lance Holbert, Erin A Szabo, Wei-Kuo Lin and Weivu Zhang, "The Influence of Political Talk Radio on Confidence in Democratic Institutions," *Journalism and Mass Communication Quarterly* 75, n°4 (1998): 730-745.

⁷⁷ R. Lance Holbert, "Political Talk Radio, Perceived Fairness, and the Establishment of President George W. Bush's Political Legitimacy," *Press / Politics* 9, n°3 (2004):12-27.

⁷⁸ Joseph N. Cappella "Message Effects: Theory and Research on Mental Models of Messages," Bradac, J. J. (Ed) *Message effects in Communication Science*. Sage Annual Reviews of Communication Research 17 (Newbury Park, CA: Sage Publications, 1989), 24-51.

⁷⁹ Gang Heong Lee and Joseph N. Cappella A, "The Effects of Political Talk Radio on Political Attitude Formation: Exposure versus Knowledge," *Political Communication* 18 (2000): 369-394.

⁸⁰ Joseph N. Cappella and Alice Hall, "The Impact of Political Talk Radio Exposure on Attributions about the Outcome of the 1996 U.S. Presidential Election," *Journal of Communication*, (2002).

⁸¹ Gang Heong Lee, Joseph N. Cappella & Brian Southwell, "The Effects of News and Entertainment on Interpersonal Trust: Political Talk Radio, Newspapers, and Television," *Mass Communication and Society* 6, n°4 (2003): 413-434.

⁸² Kathleen Hall Jamieson and Joseph N. Cappella, *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment* (Oxford & New York: Oxford University Press, 2008).

du Texas⁸³. Dans la même logique, David A. Jones a mis en lumière l'influence spécifique du talk-show sur les élections primaires⁸⁴. C'est toutefois Barker qui a le plus exploré le phénomène en démontrant que l'écoute de ces émissions augmente le potentiel d'efficacité – c'est-à-dire la perception qu'ils ont de leurs capacités à influencer sur le processus politique – des auditeurs conservateurs et modérés, mais provoque un effet dissuasif sur les auditeurs de tendance sociolibérale, ce qui écarte l'hypothèse selon laquelle les talk-shows provoqueraient un phénomène de conversion des auditeurs⁸⁵. Il s'est également concentré sur l'impact des talk-shows sur le vote entre 1994 et 1996⁸⁶. Certains de ses travaux ont enfin été regroupés et complétés dans son ouvrage de 2002 intitulé *Rushed to Judgment? Talk Radio, Persuasion and American Political Behavior*⁸⁷. Il y développe l'argument que le talk-show a un effet direct de mobilisation de l'auditorat conservateur en faveur du vote républicain, aspect qu'il a continué à approfondir par la suite⁸⁸.

Si cette masse de recherches sur les talk-shows radiophoniques conservateurs a permis d'analyser avec précision certains des aspects fondamentaux du phénomène, qu'ils soient relatifs à la nature du genre lui-même ou à ses effets sur le public, d'autres dimensions, pourtant essentielles, semblent ne pas avoir retenu l'attention des chercheurs et n'ont fait l'objet d'aucune étude. Ainsi, le talk-show radiophonique conservateur n'a jamais été envisagé dans sa dimension historique. Qu'il s'agisse d'articles ou d'ouvrages plus volumineux, les analyses conduites sur le sujet ont jusqu'à ce jour pris la forme d'études de cas circonscrites à un moment précis du temps. La genèse du phénomène, son ancrage dans la tradition communicationnelle des conservateurs depuis les années soixante et dans les vagues successives d'innovations technologiques en matière de communication politique ont complètement été négligés. Il en est de même pour l'impact de la déréglementation du secteur médiatique au cours du second mandat de Reagan sur l'essor du genre, ainsi que pour l'évolution de ce dernier depuis 1988. Ainsi, c'est toute l'historicité du phénomène qui semble avoir été ignorée par la recherche.

⁸³ Bolce et al., "Talk Radio and the 1994 Election."

⁸⁴ David A. Jones, "Political Talk Radio: the Limbaugh Effect on Primary Voters," *Political Communication* 15, (1998): 367-381.

⁸⁵ David C. Barker, "The Talk Radio Community: Non-traditional Social Networks and Political Participation", *Social Science Quarterly* 79, n°2 (1998): 273-286.

⁸⁶ David C. Barker, "Rushed Decisions: "Political Talk Radio and Vote Choice, 1994-6," *Journal of Politics* 61, n°2 (1999).

⁸⁷ David C. Barker, *Rushed to Judgment? Talk Radio, Persuasion and American Political Behavior* (New York: Columbia University Press, 2002).

⁸⁸ David C. Barker and Adam B. Lawrence, "Media Favoritism and Presidential Nominations: Reviving the Direct Effect Model," *Political Communication* 23, n°1 (2006).

La présente étude se propose donc d'interroger le contexte politique et médiatique dans lequel le format a émergé à la fin des années quatre-vingt. Elle dresse un état des lieux du conservatisme à la fin de la présidence de Reagan, et pour ce faire, analyse la déréglementation des contenus des émissions radiophoniques et télévisées engagée après 1987 afin de contextualiser la naissance du phénomène.

Ensuite, aucune étude ne s'est intéressée au rapport entre les talk-shows radiophoniques conservateurs et le contexte politique – particulièrement la couleur politique de la majorité au pouvoir –, ni sur la façon dont ce dernier influe sur les premiers. L'absence de travaux traitant de cet aspect est d'autant plus frappante que le talk-show conservateur se situe au centre des rapports de force politiques dont il est l'agent, par sa capacité à influencer sur la donne politique en mobilisant les auditeurs – lors d'échéances électorales ou au moment du vote de certaines lois jugées importantes par les conservateurs –, mais dont il subit également les aléas, dans la mesure où l'essor de ces programmes dépend de leur capacité à contester l'action du gouvernement fédéral, et surtout celle des sociolibéraux.

Genre médiatique partisan par excellence, le talk-show radiophonique conservateur a en effet connu son essor avec l'arrivée de Bill Clinton sur la scène politique nationale au début de l'année 1992. Cible quotidienne de Limbaugh et exutoire du mécontentement des auditeurs conservateurs, la présidence Clinton a proprement constitué un tremplin à *The Rush Limbaugh Show* et ses équivalents au niveau local. Plus récemment, ces programmes ont connu un regain de vitalité depuis le retour aux affaires des Démocrates suite aux élections de mi-mandat de novembre 2006 et l'élection d'Obama à la présidence. Les talk-shows conservateurs sont donc soumis aux variations de la vie politique autant qu'ils les influencent.

Cette recherche se propose donc d'examiner l'interaction des talk-shows radiophoniques conservateurs avec le contexte politique, en explorant l'impact du parti au pouvoir, qu'il s'agisse de l'exécutif ou du législatif, sur l'essor de ces programmes – particulièrement en termes d'audimat et d'impact sur l'auditorat – d'une part, et la manière dont ils tentent d'infléchir la conduite des affaires politiques, en analysant plus spécifiquement leur fonction d'agenda d'autre part. Par ailleurs, depuis l'essor de *The Rush Limbaugh Show* au début des années quatre-vingt-dix, les animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs entretiennent des liens avec les acteurs politiques, comme en témoignent le soutien apporté par Limbaugh à George H. W. Bush en 1992 et à Newt Gingrich en 1994 et 1995. Bien qu'elles semblent suggérer l'association inédite entre un média et une certaine classe de dirigeants politiques, ces relations ont également été oubliées de l'analyse. Cette recherche

s'attachera donc à explorer la nature de certains liens entre têtes de file du Parti républicain et animateurs de talk-show radiophoniques conservateurs.

Enfin, les études conduites jusqu'à présent se sont presque exclusivement concentrées sur Limbaugh : à l'exception du rapport produit par l'Annenberg School for Communication sur les talk-shows radiophoniques politiques en 1996, rapport qui distingue Limbaugh des autres talk-shows radiophoniques politiques, la quasi-intégralité des publications ne prend pas en compte la diversité du genre et l'envisage de façon monolithique. Sous l'influence de la domination écrasante de Limbaugh depuis ses débuts sur les ondes nationales, la multiplicité des émissions et des animateurs, et donc leur spécificité, ont été ignorées. Si au cours des années quatre-vingt-dix, aucune émission n'était en position de réellement concurrencer *The Rush Limbaugh Show* de façon propre à constituer un modèle différent, sous l'effet de la dérèglementation institutionnelle organisée par le *Telecommunications Act* de 1996, une nouvelle génération de talk-shows du même genre a émergé sur les ondes nationales, au début des années 2000 pour atteindre des scores d'audimat comparables à ceux de Limbaugh, vers la fin de la décennie. La présente thèse se propose donc de reconceptualiser le talk-show radiophonique conservateur en prenant en compte l'importance des nouvelles voix apparues au tournant du siècle.

Outre la définition du talk-show lui-même, certaines notions convoquées dans l'analyse doivent être définies. La notion de « conservatisme » se prête mal au jeu d'une définition stable tant il semble se dérober en fonction des contextes et des époques. George H. Nash, auteur de l'ouvrage de référence sur l'histoire intellectuelle du conservatisme américain, annonce cette difficulté dès les premières pages : « *I doubt that there is any single, satisfactory, all-encompassing definition of the complex phenomenon called conservatism, the content of which varies enormously with time and place. It may even be true that conservatism is inherently resistant to precise definition* »⁸⁹. L'impossible définition du conservatisme impose donc de faire d'emblée des choix théoriques. L'intention n'est pas de refaire l'histoire du conservatisme américain, entreprise qui n'aurait nullement sa place dans le cadre de notre étude, ni d'établir un catalogue des définitions possibles du conservatisme, encore moins de revenir sur ses racines anglaises en remontant jusqu'à la critique de la révolution française d'Edmund Burke en 1791. Dans le cadre de la présente recherche, nous

⁸⁹ « *Je doute qu'il existe une définition unique, satisfaisante, exhaustive du phénomène complexe que l'on nomme conservatisme, dont le contenu varie grandement en fonction du temps et du lieu. Il se peut même qu'il soit vrai que le conservatisme résiste de façon intrinsèque à une définition précise* ». George H. Nash, *The Conservative Intellectual Movement in America Since 1945*, 3rd ed. (ISI Books: Wilmington, Delaware, 2006).

entendons par « conservatisme » l'idéologie politique qui s'affirme aux États-Unis après la Seconde guerre mondiale tout au long du 20^{ème} siècle en réaction aux politiques héritées du New Deal dont le principe d'interventionnisme étatique constitue le paradigme central de la politique américaine jusqu'aux années quatre-vingt. Cette idéologie s'articule autour de trois principes que nous résumons ainsi: le retrait de l'État des affaires économiques par la réduction des prélèvements fiscaux et des programmes d'assistance, l'affirmation des valeurs morales et traditionnelles et l'opposition farouche au communisme qui implique de doter la défense d'un budget conséquent. Ces principes sont défendus par trois courants de pensée qui s'affirment dans l'immédiat après-guerre.

En premier lieu, les « libertariens » (*libertarians*) et « libéraux classiques » (*classic liberals*) – par opposition aux *liberals* à la Roosevelt, c'est-à-dire les sociolibéraux – défendent l'idée que l'interventionnisme étatique est incompatible avec la liberté individuelle. Dans *The Road to Serfdom*, ouvrage fondateur du courant libertarien, l'économiste viennois Friedrich Hayek affirme que la planification économique mène nécessairement à la dictature et que le triomphe du National-Socialisme en Allemagne est l'aboutissement naturel du régime socialisant qui a précédé⁹⁰. Hayek se défend toutefois d'être un partisan du laissez-faire économique et reconnaît au rôle de l'État des vertus certes limitées mais réelles⁹¹, au contraire de figures telles que Ludwig Von Mises ou Milton Friedman.

En second lieu, les « traditionnalistes » dénoncent quant à eux ce qu'ils perçoivent comme l'influence négative du progrès technologique sur la moralité et la spiritualité des citoyens. Ils prônent un retour du religieux dans la vie publique et personnelle, et travaillent au renouveau spirituel des États-Unis, à l'instar de Russell Kirk ou de Richard Weaver dont l'ouvrage *Ideas Have Consequences* paru en 1948⁹² est une mise en garde contre les dangers du rejet des valeurs chrétiennes. Weaver défend l'idée qu'il existe des vérités intemporelles indépendantes de l'homme, auxquelles ce dernier doit se conformer.

Enfin, les « anticommunistes » voient dans le communiste l'incarnation absolue de l'immoralité et prônent une position d'absolue fermeté à l'égard du bloc soviétique et des communistes américains. Ancien communiste lui-même, le journaliste Whittaker Chambers est l'un des pères fondateurs du conservatisme anticommuniste, courant dont il jette les bases

⁹⁰ Friedrich August Hayek, *The Road to Serfdom*, original text, University of Chicago, 1944 (London: Routledge/The University of Chicago Press, 2007), 70.

⁹¹ Nash, *The Conservative Intellectual Movement*, 5.

⁹² Richard Weaver, *Ideas Have Consequences* (Chicago: The University of Chicago Press, 1948).

dans son ouvrage *Witness* paru en 1952⁹³ dans lequel il dénonce l'activisme des communistes au sein du gouvernement américain et impute la crise morale que traverse le bloc occidental à l'influence du socialisme. James Burnham, ancien communiste également, complète la vision de Chambers en prônant la rupture avec la tradition isolationniste des États-Unis en faveur d'une politique étrangère interventionniste fondée sur la lutte contre le bloc soviétique. Ces trois tendances – rejet de l'interventionnisme étatique, retour aux valeurs traditionnelles et chrétiennes et anticommunisme – constituent les valeurs socles du conservatisme américain de l'après-guerre⁹⁴.

Pour le dire schématiquement pour les besoins de la présente étude, l'idéologie libertarienne constitue le socle de ce qui devient par la suite le « conservatisme économique et fiscal » (*fiscal conservatism*), le traditionalisme à la Weaver s'incarne lui dans le « conservatisme moral » (*moral conservatism*) que prônent les organisations de défense des valeurs traditionnelles sur le terrain, et l'anticommunisme de Chambers et Burnham fournit le fondement idéologique à ce qui prend la forme du « néoconservatisme » (*neoconservatism*) à partir des années soixante-dix. Ces trois tendances fusionnent pour former ce que Justin Vaïsse désigne comme le « conservatisme nouveau »⁹⁵ à partir de 1955, année de la fondation de la revue conservatrice *The National Review* par William F. Buckley. C'est sur les pages de la *Review* et sous les plumes de Chambers, Burnham, Weaver, Buckley et Kirk, qui y contribuent tous avec plus ou moins de régularité, que s'opère la fusion des trois courants et qu'émerge peu à peu le conservatisme nouveau.

Nulle figure politique n'a semble-t-il mieux incarné les valeurs du conservatisme que Reagan qui, vingt années après que *The National Review* eut commencé à leur faire prendre corps dans une idéologie précisément définie, leur offre une chance de pouvoir s'incarner dans des politiques concrètes. Au milieu des années soixante-dix, Reagan s'impose comme une figure incontournable du mouvement conservateur, pour en devenir la tête de file incontestée par son accession à la Maison Blanche en janvier 1981. Personnalité charismatique et aux qualités tribunitiennes sans égal – on le surnomme « le Grand Communicant » (*The Great Communicator*) –, il ne se contente pas de veiller à la bonne marche des affaires du pays, mais incarne une Amérique ayant retrouvé confiance en elle-même, ce qui lui vaut la loyauté indéfectible de l'establishment des médias conservateurs, et

⁹³ Whittaker Chamber, *Witness* (Washington, D.C.: Regnery Gateway, 1952).

⁹⁴ Justin Vaïsse, *Le mouvement néoconservateur aux États-Unis. Le second âge du néoconservatisme à travers l'histoire de la Coalition for a Democratic Majority et du Committee on the Present Danger, 1972 – 1992* (thèse dirigée par Pierre Mélandri, Institut d'Études Politiques de Paris, 18 novembre 2005), 79-83.

⁹⁵ Vaïsse, *Mouvement néoconservateur*, 76.

de Limbaugh en particulier: « *Reagan [...] was a leader precisely because of his ability, based on the strength of his personality, to make people feel good about themselves and their country, which motivated them to seek accomplishment and achievement beyond that which they felt themselves capable of* »⁹⁶. Bien au-delà de son talent politique, c'est sa capacité à incarner l'état d'esprit conquérant et la « philosophie du possible » (*can-do mentality*), si spécifiques aux Etats-Unis, qui séduit les conservateurs, et au-delà, une grande partie de l'électorat américain.

Dès sa tentative de remporter la nomination républicaine en 1976, Reagan parvient à fédérer autour de lui les organisations conservatrices de terrain (*conservative grassroots organizations*) – y compris celles promouvant les valeurs morales et religieuses – base dont il s'arroge le soutien pendant la campagne de 1980 et grâce à laquelle, en partie, il se fait élire. Malgré son peu de ferveur religieuse et le nombre restreint de mesures prises pour affirmer les valeurs morales et traditionnelles, l'anticommunisme farouche de Reagan suffit à atténuer le mécontentement de la base conservatrice religieuse et lui en assure le soutien tout au long de ses deux mandats⁹⁷. De la même façon, si certains Républicains de la Chambre adoptent, sous l'égide de Gingrich, des prises de position de plus en plus radicales, ils ne s'opposent jamais à lui frontalement, ainsi que le confirme Mel Steely, biographe de Gingrich : « *While Newt had his own reservations about the administration he still appreciated what it, and the president, offered for the conservative agenda* »⁹⁸. Ainsi, Reagan parvient-il à assurer l'unité du mouvement conservateur au sein du Parti républicain, et malgré quelques revers politiques – telle la reconquête de la majorité au Sénat par les Démocrates suite aux élections de mi-mandat de novembre 1986 – sa capacité à incarner les valeurs conservatrices n'est jamais remise en cause au cours des huit années passées à exercer la fonction suprême.

C'est sous l'angle de la représentation politique qu'est réévaluée la présidence Reagan en préambule de l'analyse, et plus particulièrement le degré d'adéquation des politiques mises en

⁹⁶ « *Reagan était un leader du fait même de la capacité que lui conférait sa forte personnalité à renvoyer aux gens une bonne image d'eux-mêmes et de leur pays, ce qui les poussait à mener à bien des choses et à les accomplir bien au-delà de ce dont ils se sentaient eux-mêmes capables* ». Rush Limbaugh, 'Ronald Reagan: Setting Things Straight', *The Way Things Ought To Be*, (New York : Simon & Schuster, 1992), 282.

⁹⁷ Courtwright note à cet égard que l'augmentation du budget de la défense par Reagan, corollaire de son anticommunisme, fut un facteur de cohésion entre la Maison Blanche et les organisations religieuses de terrain: « *[Reagan's] telling the Joint Chiefs to spend whatever it took to make America unassailable and 'our men and women proud to wear their uniforms again' was music to their [i.e. the religious conservatives'] ears* ». David Courtwright, *No Right Turn: Conservative Politics in a Liberal America* (Harvard University Press: Cambridge, Massachusetts, 2010), 152.

⁹⁸ « *Si Newt avait ses propres réserves quant à l'Administration, il appréciait ce que celle-ci ainsi que le président apportaient à l'ordre du jour conservateur* ». Mel Steely, *The Gentleman from Georgia* (Macon, Georgia: Mercer University Press, 200), 144.

œuvre avec les fondamentaux du conservatisme, en s'appuyant sur la proposition de David Courtwright selon laquelle les trente années de domination conservatrice de la politique ne sont pas parvenues à remodeler la culture américaine selon ces fondamentaux⁹⁹. Ceux des conservateurs les plus militants de l'époque contemporaine, et plus spécifiquement les animateurs de talk-shows radiophoniques, entretiennent une perception erronée de Reagan en invoquant le Président et son héritage politique de façon quasi systématique lorsqu'il s'agit de dénoncer des politiques qui n'obéiraient pas strictement aux fondamentaux du conservatisme, ou au contraire de défendre celles qui s'y conformeraient¹⁰⁰. Or, bien qu'il émerge sur la scène nationale grâce à une rhétorique conservatrice radicale et parvienne à se faire élire par des organisations de terrain qui participent de cette tendance, l'examen des politiques mises en œuvre par Reagan et de son approche de la conduite des affaires, surtout en matière de politique internationale et de rapport au bloc soviétique, montre qu'il a gouverné dans les faits comme un conservateur modéré. La présente étude s'appuie donc sur la prémisse que la « révolution conservatrice » que Reagan aurait amorcée et que décrivent les historiens¹⁰¹ s'est moins produite sur le plan législatif, exécutif ou diplomatique, que sur celui du discours et des idées, et qu'à ce titre, elle est surtout une « révolution rhétorique », comme le suggère Courtwright :

As he recedes into history, Reagan resembles one of those era-defining figures, like Thomas Jefferson or Andrew Jackson, whose influence on the political culture was as important as what they did in office. [...] Reagan managed to challenge, as ever before, the assumptions behind [the] Great Society liberalism. To an unusual degree, Reagan's career was about ideas.¹⁰²

Ce postulat de la révolution reaganienne comme révolution rhétorique sert de cadre à l'analyse.

Le départ de Reagan en 1989 prive le mouvement conservateur de sa force centripète. D'une part, il laisse un vide rhétorique et représentationnel au sein du mouvement : si George H.W. Bush apparaît comme son successeur légitime et remporte haut la main l'élection contre

⁹⁹ Courtwright, *No Right Turn*.

¹⁰⁰ La comparaison que fait Hannity de l'action d'Obama avec celle de Reagan dans son émission du 14 avril 2010 est un exemple parmi une pléthore de la mythification du 40^{ème} président à l'œuvre dans les talk-shows radiophoniques conservateurs : « *I'm a Reagan conservative. Everything from cutting taxes, dropping the top marginal rates... Do you realize that Obama is Reagan in reverse? We're going from, you know, a 35% tax rate and we're gonna go up to 53%. [...] We're going away from "peace through strength", "trust but verify", "there's an evil empire", "Mr.-Gorbachov-tear-down-this-wall"... you know, it's literally the antithesis of what Reagan did* ».

¹⁰¹ Notamment de ce côté-ci de l'Atlantique, Guy Sorman, *La Révolution Conservatrice américaine* (Paris : Fayard, 1984).

¹⁰² Courtwright, *No Right Turn*, 151.

le candidat démocrate Michael Dukakis¹⁰³, il est loin de posséder la verve et le charisme de son prédécesseur. D'autre part, le départ de Reagan révèle des dissensions de plus en plus visibles au sein du mouvement, dissensions que Bush ne parvient pas à réconcilier – quand il n'en est pas la cause lui-même – et dont la crise que provoquent les négociations sur l'élaboration du budget 1991 est un exemple particulièrement éclairant. Celle-ci résulte tout autant de l'accord entre Bush et la majorité démocrate à la Chambre que de la manière dont les détails de cet accord ont été rendus publics. Conscientes de la nécessité impérieuse de réduire le déficit, les deux parties parviennent à s'accorder sur une augmentation des recettes fiscales pour l'exercice 1991. Ne souhaitant pas se voir imputer à eux seuls la responsabilité de cette augmentation, les Démocrates font savoir à Bush, par l'intermédiaire du président de la Chambre (*speaker*) Thomas S. Foley, qu'ils n'apporteront pas leur soutien au budget sans qu'il n'accepte de faire un geste pour montrer qu'il assume autant que les Démocrates l'augmentation des impôts. La présentation brillante du *speaker* le 26 juin 1990 convainc le président, ainsi que le directeur du budget de la Maison Blanche (*White House Budget Director*), Richard G. Darman, qui insère l'expression « augmentations des recettes fiscales » (*tax revenue increases*) dans la déclaration que Bush est censée faire lors de l'annonce de l'accord sur le budget¹⁰⁴.

En accréditant l'idée qu'une hausse des prélèvements fiscaux est nécessaire, Bush rompt l'engagement historique pris lors de la convention républicaine de 1988 de ne pas augmenter les impôts. Son consentement à augmenter les prélèvements fiscaux deux ans plus tard constitue donc une entorse historique aux canons de la politique économique du conservatisme nouveau. La promulgation du budget 1991 par la signature de *l'Omibus Budget Reconciliation Act of 1990* est une rupture fondatrice. En actant le renoncement à l'orthodoxie fiscale, pourtant l'un des piliers de la doctrine du conservatisme nouveau, il signe la fin de l'alignement, fût-il d'apparence, de l'establishment républicain sur l'orthodoxie conservatrice. Il en résulte également une double perte pour le Président Bush : celle de sa crédibilité au sein du mouvement conservateur autant que celle de sa popularité auprès des Américains.

Le débat autour du budget 1991 constitue un indicateur fort de l'état du conservatisme américain après le départ de Reagan : il signe la mise en crise du mouvement sur les plans idéologique (faut-il sacrifier un principe fondamental du conservatisme – la baisse des impôts

¹⁰³George Herbert Walker Bush fut élu Président des Etats-Unis en s'arrogeant 53,4% du vote populaire et le soutien de 426 grands électeurs.

¹⁰⁴Andrew Rosenthal, "3 Little Words: How Bush Dropped His Tax Pledge," *The New York Times*, June 29th, 1990: A1.

– pour en satisfaire un des objectifs principaux – la réduction du déficit ?), organisationnel (quelle figure pour incarner le leadership du mouvement ?) et stratégique (faut-il rechercher le consensus avec les Démocrates ?). Ainsi, ce qui est désigné par le « conservatisme de l’après-Reagan » désigne le conservatisme – en tant que doctrine et mouvement politique – après le départ de Reagan de la Maison Blanche, et plus précisément à partir de la signature du budget de 1991 par Bush à l’automne 1990. Le terme désigne donc un conservatisme en crise, en butte à de fortes divisions internes entre conservateurs modérés et radicaux et dépourvu de leader incontesté en mesure de l’incarner.

Si l’avènement de Gingrich suite au raz-de-marée républicain au Congrès en 1994 est un indicateur fort de la persistance des idées conservatrices, la situation de « cohabitation » (*divided Government*) avec Clinton qui contraint les Républicains à travailler avec lui, est un frein de taille à la mise en place de politiques qui soient en accord avec les fondamentaux du conservatisme nouveau. De plus, bien que Gingrich se montre pugnace et agressif dans l’exercice de ses fonctions de *speaker* et tienne la dragée haute à l’Administration Clinton, il n’a pas l’étoffe de Reagan, et suite à l’épreuve de force à laquelle donnent lieu les négociations du budget 1996, il est bien vite sommé par les conservateurs réalistes – dont le sénateur Bob Dole qui souhaite préserver ses chances d’une victoire à la présidentielle de 1996 – de modérer ses excès rhétoriques. Lassé par le jeu politique, il renonce à la présidence de la Chambre en 1999. Quant à George W. Bush, si son arrivée sur la scène politique puis son élection à la Maison Blanche ont pu le faire apparaître pour un temps comme un leader de l’envergure de Reagan, son bilan est tellement décrié qu’il est une figure dont aucun conservateur n’ose se réclamer.

Le terme de « conservatisme post-Reaganien » a été écarté car il suggère l’idée d’un contexte politique dans lequel les débats politiques ne se centrent plus autour de paradigmes définis par l’orthodoxie conservatrice reaganienne. Or ces paradigmes survivent à Reagan et demeurent centraux dans le débat politique. Le manque de recul historique nous interdit de trancher la question de savoir si l’élection d’Obama marque ou non l’entrée dans « l’ère post-Reagan », une thèse que semble défendre Sean Wilentz dans son ouvrage *The Age of Reagan : a History (1974-2008)* dans lequel il affirme, sans doute imprudemment, qu’en 2008 l’ère Reagan touche à sa fin¹⁰⁵. Le regain du conservatisme sur le terrain sous la forme de la révolte fiscale qu’incarne le *Tea Party Movement* semble être un avertissement qu’il faut se garder de sonner trop vite le glas de l’ère Reagan.

¹⁰⁵ Sean Wilentz, *The Age of Reagan: a History (1974-2008)* (New York: Harper Perennial, 2008), ix.

La décision de Bush d'augmenter les impôts malgré son attachement aux valeurs du conservatisme paraît relever d'une volonté d'aboutir à un consensus avec la majorité démocrate à la Chambre, et tend à suggérer que son approche de l'exercice du pouvoir et sa conception des finalités de ce dernier le classent parmi les conservateurs modérés. Ainsi, après le départ de Reagan, il semble que les enjeux ne relèvent pas tant de questions thématiques – conservatisme fiscal et économique / conservatisme moral et culturel – que des débats entre partisans du consensus et radicaux. C'est cette dichotomie qui doit donc déterminer la typologie du conservatisme propre à l'analyse de l'influence des talk-shows radiophoniques conservateurs sur le conservatisme de l'après-Reagan.

Le paradigme défini par Sam Tanenhaus dans *The Death of Conservatism*¹⁰⁶ s'impose comme outil critique plus adéquat. Selon l'auteur, depuis sa résurgence dans les années soixante, le conservatisme américain comprend deux sensibilités très nettement identifiées : « conservatisme burkien » (*Burkean conservatism*) d'un côté, et ce qu'il désigne comme « conservatisme de mouvement » (*movement conservatism*) de l'autre. La première sensibilité est portée par des hommes et des femmes ayant une conception de la politique définie par une certaine forme de réalisme politique, l'adhésion à la nécessité du consensus et la foi en l'intervention raisonnée de l'État, dans la lignée des positions d'Edmund Burke dans ses *Reflections on the Revolution in France*¹⁰⁷. La seconde est incarnée par des hommes et femmes dont l'action politique a pour objectif la refonte de la société par la mise en application stricte et rigoureuse des principes du conservatisme : il s'agit donc d'un conservatisme « orthodoxe ». Tant sur le plan rhétorique que stratégique, leur approche de l'exercice du pouvoir est radicale : ils ne reconnaissent aucune vertu positive à l'intervention de l'État dans les domaines économique et social – ils rejettent l'héritage sociolibéral du New Deal et de la Grande Société – et se considèrent les garants de l'orthodoxie du conservatisme. Tanenhaus définit le conservatisme de mouvement comme « revanchard » (*revanchist*)¹⁰⁸ sur le plan culturel en ce qu'il défend le retour aux valeurs morales d'avant la « Nouvelle Politique » (*New Politics*) des années soixante. Le conservatisme de mouvement, par opposition au « conservatisme du statu quo » ou burkien est donc par essence révolutionnaire car il prône un changement radical de la société dans les domaines économique, social, religieux et culturel tout à la fois. En cela, on ne peut que constater avec Paul Edward Gottfried que le conservatisme de mouvement a davantage en commun avec les

¹⁰⁶ Sam Tanenhaus, *The End of Conservatism* (New York: Random House; 2009).

¹⁰⁷ Edmund Burke, *Reflections on the Revolution in France* (New York: Oxford University Press, 1999).

¹⁰⁸ Tanenhaus, *End of Conservatism*, 20.

révolutionnaires français de la trempe des « Exagérés » du début des années 1790¹⁰⁹, qu’avec les conservateurs à la Edmund Burke : « *The legacy of Edmund Burke and of nineteenth century conservatives had given way to a preoccupation [...] with “abstract universals,” and this fateful turning has led to an association of American conservatism with certain eighteenth-century French revolutionaries* »¹¹⁰. Ainsi, le terme de « conservatisme orthodoxe-révolutionnaire », qui n’est oxymore qu’en apparence, est donc préféré à « conservatisme de mouvement » parce qu’il suggère plus nettement l’idée du changement total des fondements de la société comme finalité de l’action politique (dimension révolutionnaire) par le strict respect des canons du conservatisme (dimension orthodoxe)¹¹¹. C’est donc à la dichotomie conservatisme réaliste / conservatisme orthodoxe-révolutionnaire que renvoie le « paradigme de Tanenhaus » au cours de l’analyse.

Dans la logique de ce paradigme, la thèse utilise le terme de « conservateurs orthodoxes-révolutionnaires » pour désigner la génération de Républicains activistes qui a émergé en marge de la « Révolution reaganienne », mais sans pour autant s’en démarquer, tout au long des années quatre-vingt. En plus d’être révolutionnaire sur le plan politique, revancharde sur le plan culturel et orthodoxe sur le plan idéologique, cette nouvelle génération recourt à une stratégie de la confrontation directe avec l’adversaire démocrate pour fédérer les Républicains à la Chambre et reconquérir le pouvoir suite aux élections de mi-mandat de novembre 1994. Gingrich, successivement numéro deux de la minorité à la Chambre (*House Minority Whip*) de 1989 à 1995, puis *speaker* de 1995 à 1999, est une figure emblématique du conservatisme orthodoxe-révolutionnaire, comme l’illustre la stratégie d’attaque frontale à laquelle il n’a eu de cesse de recourir pour créer la polémique et décrédibiliser les Démocrates à la Chambre au cours de ses dix mandats de représentant¹¹².

¹⁰⁹ Les « Exagérés » sont des Révolutionnaires français radicaux qui considèrent que la révolution ne peut être menée à son terme qu’en faisant valoir des revendications extrêmes.

¹¹⁰ « *L’héritage d’Edmund Burke et des conservateurs du XIXème siècle a cédé la place à un intérêt [...] pour des ‘principes universels abstraits’, et ce tournant funeste a donné lieu à l’assimilation du conservatisme américain à certains révolutionnaires français du XVIIIème siècle* ». Paul Gottfried, *Conservatism in America: Making Sense of American Right* (New York: Palgrave, 2007) xii.

¹¹¹ L’étiquette « conservatisme missionnaire » aurait été une option possible mais elle a été écartée car, si elle suggère bien l’idée de conquête du terrain politique, elle ne rend pas la notion du changement radical de la société comme but à atteindre.

¹¹² À titre d’exemples de cette stratégie de la confrontation directe, on citera l’altercation, en 1984, entre Gingrich et le Démocrate Tip O’Neil, Président de la Chambre, ou encore la mise en place d’une « fonction de surveillance » (*oversight function*) par Joseph Gaylord, conseiller politique de Gingrich, de façon à mettre en examen chaque membre de l’Administration Clinton “*indict the Clinton administration*”, in Stephen M. Gillon, *The Pact : Bill Clinton, Newt Gingrich, and the Rivalry that Defined a Generation* (Oxford : Oxford University Press), 173.

Sur le plan de la communication, le contournement des médias de référence pour cibler les médias résiduels et émergents est une des caractéristiques cardinales des conservateurs orthodoxe-révolutionnaires. Dans le sillage de Richard Viguerie¹¹³ qui systématise l'utilisation du « publipostage » (*direct mail*) dans les années soixante et soixante-dix dans le cadre de campagnes de mobilisation de l'électorat conservateur, les tenants du conservatisme orthodoxe-révolutionnaire font très tôt usage des médias alternatifs pour contourner les médias de référence d'information qui, tenus par « la norme d'objectivité » du journalisme, n'offrent pas d'espace à la représentation de vues politiquement marquées. Cette stratégie est adoptée dès le milieu des années quatre-vingt, comme lors de la campagne de déstabilisation du Président de la Chambre Jim Wright en 1987 suite à la révélation d'un contrat de publication lucratif dont ce dernier aurait bénéficié. Lorsque le Comité d'Éthique de la Chambre (*House Ethics Committee*) refuse d'enquêter sur une infraction possible au code de déontologie, Gingrich se tourne vers la chaîne parlementaire C-SPAN pour faire connaître ce qu'il considère comme de la complaisance de la part du comité à l'égard de Wright. L'affaire prend une proportion telle qu'elle contraint ce dernier à démissionner.

Sur le plan politique, l'analyse s'appuie sur le postulat que, bien qu'avant 1994 certains Républicains à la sensibilité proche du conservatisme orthodoxe-révolutionnaire exercent des fonctions importantes au sein des différents pouvoirs, leur nombre ne leur permet pas d'infléchir la conduite des affaires de manière significative¹¹⁴. Ce n'est qu'au moment du raz-de-marée républicain de 1994 au Congrès que les conservateurs orthodoxes-révolutionnaires arrivent réellement aux affaires en nombre important et se trouvent en position de mettre en place des politiques qui soient en accord avec les fondamentaux de la doctrine conservatrice. Cette thèse s'appuie donc sur le présupposé que jusqu'en 1994 il existe une tension entre la dimension orthodoxe-révolutionnaire du discours des Républicains conservateurs et la ligne plutôt réaliste qu'ils suivent lorsqu'ils sont au pouvoir, quand ils ne cèdent pas à la tentation

¹¹³ Ardent conservateur et ancien ouvrier de la région de Houston au Texas, Richard A. Viguerie est le père du publipostage politique qu'il met au service des organisations conservatrices de terrain dès 1965 en créant *The Richard A. Viguerie Company*. En dix ans, il devient la figure centrale du mouvement conservateur, position qui lui permet de se faire le gardien de l'orthodoxie conservatrice et de faire infléchir la position du parti républicain. Dans les années soixante-dix, il contribue avec Paul Weyrich à l'émergence de la Nouvelle Droite dont l'action sur le terrain et dans les arcanes de Washington permet de mobiliser l'électorat conservateur lors de l'échéance de 1980 en faveur de Ronald W. Reagan.

¹¹⁴ Citons parmi eux William Simon, Ministre de l'Économie et des Finances (*Treasury Secretary*) de Richard Nixon et Gerald Ford de mai 1974 à janvier 1977, qui fut aussi président de la très conservatrice John M. Olin Foundation, David Stockman, représentant de la 4^{ème} Circonscription du Michigan et Directeur du Bureau de la Gestion et du Budget (*Director of the Office of Management and Budget*) de Reagan entre 1981 et 1984, ou encore Strom Thurmond, sénateur de Caroline du Sud réputé pour ses positions pro-ségrégationnistes.

du *Big Government Conservatism* – qui consiste à utiliser l’appareil d’État pour solder l’héritage du New Deal – comme ce fut le cas pendant la présidence de George W. Bush¹¹⁵.

Cette recherche se propose de retracer l’histoire des talk-shows radiophoniques conservateurs aux Etats-Unis de 1988 à 2010 pour lui rendre sa place dans l’histoire politique américaine des dernières décennies en revisitant les tensions qui parcourent le Parti républicain. Elle défend la thèse qu’en proposant, dès l’été 1988, une tribune nationale à l’expression d’un discours conservateur jusqu’alors non représenté dans les médias de référence, le talk-show radiophonique conservateur a, d’une part, constitué un puissant instrument de contestation, et que d’autre part, malgré son statut de média de niche, il a joué un rôle historique dans la reconquête du pouvoir par les Républicains aux élections de mi-mandat de 1994 – et dans une moindre mesure, à l’élection générale de 2000, année à partir de laquelle il se diversifie. S’il connaît un déclin relatif suite à la victoire d’un nouveau président conservateur, il retrouve son dynamisme à partir de 2007 avec le retour aux affaires des Démocrates, un phénomène qui culmine en 2010 au moment des élections de mi-mandat.

Dans un premier temps, le contexte politique et médiatique de la résurgence du conservatisme dans les années soixante est revisité pour situer le talk-show radiophonique dans la tradition communicationnelle du mouvement conservateur, et défendre l’idée que l’émergence du phénomène en tant que force politique au début des années 1990 constitue « le deuxième rendez-vous des conservateurs avec les médias alternatifs »¹¹⁶. Ce phénomène s’inscrit dans une tradition de ciblage des médias alternatifs propre au mouvement conservateur, initiée par Viguerie et Phyllis Schlafly¹¹⁷ dès le milieu des années soixante par l’utilisation du publipostage, instrument au rôle crucial dans l’organisation de la base conservatrice. La présente recherche défend l’argument qu’à l’instar du publipostage, c’est le statut de média alternatif du talk-show radiophonique qui a rendu ce dernier particulièrement pertinent dans la stratégie de contournement des médias de référence dominants réactivée par

¹¹⁵ Justin Vaïsse, « George W. Bush a-t-il trahi, tué ou transfiguré le conservatisme américain ? », *Vingtième Siècle* 97 (janvier-mars 2008).

¹¹⁶ L’expression « rendez-vous avec les médias alternatifs » s’inspire de la formule de Reagan en conclusion d’une intervention télévisée en soutien à la campagne du candidat républicain Barry Goldwater, diffusée le 27 octobre 1964 sur la chaîne NBC, discours canonique de l’histoire politique américaine désigné traditionnellement par le titre “A Time to Choose”. Après avoir défendu la nécessité d’un retour aux fondamentaux du conservatisme, Reagan déclara: “*You and I have a rendezvous with destiny.*”

¹¹⁷ Mère de famille Catholique et avocate de l’Illinois, Phyllis Schlafly est une activiste conservatrice engagée dès le début des années soixante dans une action de mobilisation de l’électorat conservateur pour faire contrepoids à l’appareil du parti républicain dans la désignation des candidats à la présidence. À partir de 1972, elle met en place une opération de mise en échec de l’Equal Rights Amendment voté au Congrès mais qui doit encore obtenir la ratification de deux tiers des états. Armée de son réseau de femmes activistes, de sa lettre d’information mensuelle *The Phyllis Schlafly Report* et de sa pugnacité, elle parvient à faire enterrer le projet.

les Républicains conservateurs au début de la décennie 1990. En effet, il a opéré comme un canal de transmission directe de leur message, court-circuitant ainsi la fonction de « filtres » que jouent les journalistes de la grande presse écrite et audiovisuelle. L'examen de l'histoire du conservatisme depuis les années soixante vise également à montrer que les vives tensions entre conservateurs modérés et radicaux au sein du Parti républicain – prémisses de l'analyse du rôle du talk-show radiophonique conservateur – ne sont pas un phénomène récent mais apparaissent très tôt dans la seconde moitié du 20^{ème} siècle.

Toujours dans un souci de contextualisation, la recherche se concentre ensuite sur l'analyse de l'environnement médiatique américain afin d'en dégager la spécificité sur les plans institutionnel, réglementaire et logistique, ainsi que dans le domaine des pratiques journalistiques. Elle se focalise en particulier sur la « norme d'objectivité » (*objectivity norm*) qui règle le mode de fonctionnement de la presse de référence et musèle à sa manière le discours conservateur ainsi que sur la Fairness Doctrine – qui jusqu'en 1987 réglemente l'expression des opinions à la radio et la télévision. Les conséquences de son abrogation dans un contexte de déréglementation reaganien préparent le terrain pour l'avènement d'une parole partisane au niveau national, phénomène nouveau dans les médias américains,

Dans un deuxième temps, la recherche se propose d'analyser les phases et cycles du talk-show conservateur dans son âge d'or ainsi que les figures de ses éditocrates dominants. Il s'agit d'établir que le contournement des médias de référence par le talk-show s'est opéré en tandem avec l'élite républicaine au moyen d'une « relation spéciale » qui s'est nouée au cours de la campagne présidentielle de 1992 et renforcée très nettement au cours du premier mandat de Bill Clinton. Si elle a fluctué tout au long de la période – les phases de proximité entre animateurs et dirigeants politiques alternant avec des phases de distanciation –, elle constitue une coopération entre un parti politique et un média tout à fait inédite dans l'histoire politique américaine du second 20^{ème} siècle.

Afin de définir ces phases, la recherche s'appuie sur Rush Limbaugh comme figure principale et fondatrice du genre puis se concentre sur l'émergence de nouveaux animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs d'envergure nationale au tournant du siècle. Depuis l'avènement de *The Rush Limbaugh Show* sur les ondes nationales au début des années 1990, le nombre de talk-shows radiophoniques conservateurs qui abordent l'actualité sous l'angle conservateur a augmenté de manière constante : en 2011, on en dénombre plus d'une centaine distribués « sous licence » (*syndication*) au niveau national et plusieurs milliers au niveau local. Les événements politiques de l'année 2001 – retour des Républicains

à la tête de l'exécutif et attentats du 11 septembre – coïncident en effet avec les débuts de la diffusion sous licence au niveau national de *The Laura Ingraham Show* et de *The Sean Hannity Show*. Les taux d'audience de *The Savage Nation*, diffusé sous licence à partir de 1999, connaissent quant à eux un saut quantitatif très net à cette même époque.

Dans un dernier temps, la forme et le contenu du talk-show radiophonique sont explorés afin de mettre en évidence les modalités de la contestation conservatrice. La thèse se concentre donc sur l'analyse du dispositif et la rhétorique des talk-shows à proprement parler, en se focalisant sur ceux qui ont façonné le genre et sa notoriété. Sans ignorer qu'il appartient au genre de l'actualité-divertissement, le talk-show radiophonique conservateur est abordé comparativement aux médias d'information de référence. En effet, non seulement l'actualité politique constitue la base des discussions, mais les animateurs se placent systématiquement en concurrence avec les journalistes de façon à les discréditer, notamment par l'accusation de parti-pris sociolibéral. Ainsi cette approche permet-elle de mettre en lumière la façon dont le talk-show radiophonique conservateur se démarque de ces médias d'information et impose ses propres pratiques discursives.

Celles-ci se manifestent par le traitement de la politique et de l'actualité depuis l'angle du conservatisme : là où les médias d'information de référence adoptent une perspective de neutralité, le talk-show radiophonique conservateur se positionne très nettement comme média d'information partisan. En affranchissant l'animateur des contraintes et normes du journalisme traditionnel – considérées comme celles de l'élite –, il rétablit l'autorité discursive de celui qui transmet l'information, lui permettant ainsi d'affirmer qu'il sert l'intérêt des citoyens ordinaires.

Afin d'objectiver le plus scientifiquement possible l'examen de ce discours partisan complexe, la recherche utilise l'analyse de contenu à partir d'un corpus d'émissions des quatre animateurs parmi les plus écoutés (Limbaugh, Hannity, Savage et Ingraham). L'examen de ce discours conservateur populiste permet d'évaluer l'importance quantitative des différentes thématiques du conservatisme ainsi que celle des figures politiques et médiatiques qui sont ciblées par les animateurs ainsi que la manière dont ceux-ci les qualifient. À partir de cette analyse, la thèse propose une typologie des talk-shows conservateurs, qui rend compte de leur travail de profondeur pour le renouveau du conservatisme libertariens aux Etats-Unis, tant dans ses dimensions économiques que morales.

Afin de sélectionner les animateurs qui constituent l'objet de l'analyse, six critères de sélection ont été retenus : les scores d'audience réalisés, la capacité de l'animateur à influencer l'opinion publique et à susciter la polémique, la visibilité dans les médias de référence, la capacité de l'émission à inaugurer un nouvel aspect du genre, la position de l'animateur dans l'establishment médiatique conservateur et enfin, la cooptation ou non de l'émission par l'establishment politique conservateur. Sur la base de ces critères, *The Rush Limbaugh Show*, *The Sean Hannity Show*, *The Savage Nation* et *The Laura Ingraham Show* se révèlent pertinentes pour l'analyse. Le facteur du genre a motivé l'inclusion d'Ingraham car elle offre un contrepoint intéressant à la truculence et la volonté d'affirmer une virilité exacerbée qui semble propre au talk-show radiophonique conservateur à la Limbaugh. Dans le même ordre d'idée, la position marginale de Savage par rapport à l'establishment républicain et la nébuleuse Fox News a également été considérée comme importante pour rendre compte de l'étendue de la sphère radiophonique conservatrice. Enfin, malgré ses taux d'audience importants et le succès qu'il rencontre, *The Glenn Beck Program* n'a pas été retenu, en partie parce que son contenu trop peu structuré rend sa segmentation très difficile mais aussi du fait de son inscription relativement tardive dans une radiosphère conservatrice déjà bien établie.

Par ailleurs, si les quatre animateurs sélectionnés occupent le devant de la scène du paysage médiatique américain, d'autres ont un impact moindre, bien qu'ils soient également diffusés à l'échelle nationale. Malgré leur contribution au succès du genre, la présente étude se concentre sur un corpus limité de talk-shows radiophoniques conservateurs diffusés nationalement car ce sont eux qui en ont écrit l'histoire et qui ont contribué à engager la résurgence du conservatisme dans les médias de référence, ordinairement réfractaires à des prises de position politiquement trop marquées. Les programmes locaux ainsi que ceux de moindre importance ne sont donc évoqués qu'occasionnellement dans le développement sur l'histoire du talk-show radiophonique conservateur et leur contenu rhétorique et leur influence propre ne font pas l'objet d'une analyse systématique. Fournir une analyse scientifiquement recevable de l'importance de chacun des talk-shows nationaux serait par ailleurs une entreprise irréalisable dans la mesure où ils sont bien trop nombreux. Même les enquêtes nationales utilisées pour l'analyse de la sociologie des publics, utilisées en appoint de l'analyse de contenu, ne ciblent que les plus importants d'entre eux.

La façon dont les corpus principal et secondaire ont été définis répond à la fois aux besoins méthodologiques de l'analyse de contenu et de l'analyse historique et politique. Pour satisfaire à l'impératif de maniabilité des sources primaires, respecter la représentativité des

tendances conservatrices et fournir un examen du talk-show radiophonique conservateur en régime médian, ce corpus est constitué d'émissions des quatre animateurs, diffusées en 2010 à un moment de l'année sans événements rituels ni fête nationale¹¹⁸. L'analyse quantitative est donc conduite sur les enregistrements audio des cinq épisodes de *The Rush Limbaugh Show*, *The Sean Hannity Show*, *The Laura Ingraham* et *The Savage Nation* diffusés la semaine du 12 au 16 avril 2010. Vingt heures d'émission ont donc été découpées en 1 400 segments d'analyse, un ordre de grandeur permettant un degré de significativité statistique tout à fait satisfaisant (Voir annexe n°20 « Instrument de codage »).

Le panel des émissions retenues pour l'analyse historique et politique n'a pas pu être tiré au hasard de l'univers entier des archives de chaque émission. Résultat d'un tâtonnement aux résultats parfois heureux, il a été constitué au coup par coup, tout en répondant à certaines exigences (repérage de certaines émissions des débuts de Limbaugh, émissions ayant fait l'objet de controverses historiques, émissions citées par des personnalités de l'époque ayant répondu à un entretien). La constitution du corpus d'épisodes diffusés antérieurement à 2007 s'est avérée plus compliquée car il n'existe aucun centre dédié à l'archivage systématique des programmes radiophoniques de discussion politique. L'accès aux archives audio des émissions de Limbaugh, Hannity, Ingraham et Savage s'est révélé particulièrement problématique de ce fait par contraste aux archives vidéo des journaux télévisés des grandes chaînes hertziennes (ABC, CBS, NBC et PBS) et câblées (Fox News et CNN) que certains départements d'études en médias – principalement *The Vanderbilt TV News Archives* à l'Université de Vanderbilt à Nashville dans l'Etat du Tennessee¹¹⁹ – archivent quotidiennement de façon systématique.

Le site internet de la chaîne parlementaire câblée C-SPAN permet de visionner les épisodes de *The Rush Limbaugh Show* des 1^{er} juin 1990, 3 novembre 1992 et 18 février 1994 ayant fait l'objet d'une diffusion multi-support (*simulcast*) sur les ondes nationales et sur C-SPAN. Le logiciel *Audacity* a permis d'en faire des captations audio. Enfin, *The Museum of Broadcast Communication* de Chicago dans l'Illinois nous a fourni une copie des épisodes du 19 avril 1994 (la première heure seulement) et du 25 janvier 1995 (première et deuxième

¹¹⁸ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: an Introduction to its Methodology*, 2nd ed. (Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., 2004).

¹¹⁹ *The Vanderbilt TV News Archives* enregistre et archive quotidiennement les journaux du soir et les met à disposition du public dans ses locaux moyennant un forfait à l'heure. Les journaux de CNN et de CBS peuvent être visionnés en ligne en accédant au site de l'Université de Vanderbilt depuis une université partenaire. Le grand public peut quant à lui accéder librement au déroulé de chaque journal sur le site, et ce, depuis n'importe quel endroit du globe.

heure). Ces cinq épisodes complètent le corpus d'émissions de *The Rush Limbaugh Show* et nourrissent l'analyse diachronique du programme de 1990 à 2010. Les notes prises sur l'épisode du 16 janvier 1992 disponible en écoute au *Paley Center for Media* (anciennement *The Museum of Television and Radio*) de la ville de New York (dont il n'a pas été possible d'obtenir de copie) complète l'étude qualitative pour la période des années 1990. L'accès à une collection d'épisodes de *The Rush Limbaugh Show* enregistrés tout au long de l'année 1996 dans le cadre des premières études d'envergure conduites sur le phénomène des talk-shows radiophoniques conservateurs a quant à lui été possible grâce à l'obtention d'une bourse Fulbright en 2009. Le séjour a permis de passer une année en tant que chercheur invité (*Visiting Fellow*) à l'Annenberg School for Communication de l'Université de Pennsylvanie, pour se former aux méthodologies de l'analyse de contenu par les spécialistes du domaine, pour valider avec eux le corpus et bénéficier de leurs données quantitatives sur les publics des talk-shows conservateurs.

Pour procéder à la contre-vérification des données de l'analyse quantitative et tester certaines des hypothèses sur l'histoire des talk-shows et de leur relation spéciale avec certains membres du parti républicain, le corpus se compose également d'une série d'entretiens avec des personnalités importantes de l'establishment conservateur. En effet, certains aspects des talk-shows radiophoniques conservateurs, notamment leur rôle dans la stratégie de communication des Républicains ou leur impact sur celle des Démocrates, sont difficiles à explorer sur la seule base des archives audio ou des articles de presse disponibles. Ainsi, lors du séjour à l'Annenberg School for Communication, des entretiens ont été conduits avec des figures politiques ou médiatiques susceptibles d'éclairer l'analyse par le témoignage qu'elles apportent sur le phénomène (Voir annexes n°3 à n°8).

L'histoire du talk-show radiophonique conservateur depuis l'avènement de *The Rush Limbaugh Show*, l'évolution du genre ainsi que son positionnement dans l'écosystème médiatique ont pu être abordés lors d'un entretien téléphonique avec Michael Harrison, ancien animateur de radio et surtout rédacteur en chef de la revue trimestrielle *Talkers Magazine* — qui sert également de corpus secondaire, en tant que mine d'informations sur le sujet (Voir annexe n°8 « Entretien avec Harrison »).

L'avènement du genre dans les années 1990 est étroitement lié à l'action engagée par les Républicains à la Chambre pour faire émerger une majorité, stratégie qui aboutit au raz-de-marée des élections de mi-mandat de novembre 1994 et permit à Gingrich de devenir

Président de la Chambre. Les entretiens avec Joseph Gaylord¹²⁰, conseiller politique en chef (*Political Chief Advisor*) de Gingrich entre 1982 et 1997, et Tony Blankley¹²¹, son porte-parole (*Press Secretary*) entre 1990 et 1997 et actuel rédacteur en chef de *The Washington Times*, deux figures de premier plan de l'establishment républicain des années 1990, fournissent un éclairage précieux sur l'importance des talk-shows radiophoniques conservateurs dans la stratégie de reconquête du pouvoir par les Républicains à la Chambre. Aucune suite favorable n'a en revanche été donnée aux demandes répétées pour obtenir un entretien avec Gingrich lui-même, ainsi qu'avec Arne Christenson, son chef de cabinet (*Chief of Staff*).

Ensuite, l'étude du rôle des talk-shows radiophoniques conservateurs dans la stratégie médiatique du gouvernement de George W. Bush est quant à elle étayée par un échange avec Taylor Gross¹²², directeur radio de la Maison Blanche (*White House Radio Director*) entre 2000 et 2005. Les demandes d'entretien avec le porte-parole de la Maison Blanche entre 2003 et 2006, Scott McLellan n'ont quant à elles pas abouti.

L'ascension du président Clinton sur la scène politique nationale – en tant que candidat aux primaires démocrates d'abord et Président ensuite – et son impact sur l'essor de *The Rush Limbaugh Show* par l'effet de repoussoir qu'elle a produit, est explorée lors d'un échange avec Richard Strauss¹²³, directeur radio de la Maison Blanche (*White House Radio Director*) entre 1993 et 1996. George Stephanopoulos, ancien conseiller politique en charge de la stratégie (*Senior Advisor for Policy and Strategy*) de William J. Clinton a décliné la demande d'entretien à cause du contrat qui le lie à la chaîne hertzienne ABC sur laquelle il intervient en tant que commentateur politique – notamment dans *World News with Diane Sawyer* – le journal télévisé du soir, ainsi qu'en tant que co-animateur de *Good Morning America* depuis janvier 2010. De la même manière, malgré des échanges de courriel avec son cabinet, aucun rendez-vous n'a pu être fixé avec James Carville, consultant politique auprès de Clinton pendant la campagne de 1992 et les deux mandats du 42^{ème} Président.

Enfin, les effets du genre sur la participation politique des auditeurs, et plus particulièrement sur leur potentiel d'efficacité, ont été abordés au cours d'un entretien

¹²⁰Entretien du 2 novembre 2009 (14h00), conduit à *American Solutions*, 1425 K Street, NW Suite 750, Washington, D.C 20005. Voir annexe n°3, « Entretien avec Joseph Gaylord ».

¹²¹Entretien du 28 janvier 2010 (14h00), conduit à *Edelman*, International Square Building 1875 K Street, NW Suite 900, Washington, D.C 20006. Voir annexe n°4 « Entretien avec Tony Blankley ».

¹²²Entretien du 28 janvier 2010 (15h30), conduit à *The Herald Group, LLC*, 1120 G Street, NW Suite 600, Washington, D.C 20005. Voir annexe n°5 « Entretien avec Taylor Gross ».

¹²³ Entretien du 19 mars 2010 (11h00), conduit à *Strauss Radio Strategies*, The National Press Building, 529 14th Street, NW Suite 1163, Washington, D.C 20045. Voir annexe n°7 « Entretien avec Richard Strauss ».

téléphonique avec l'ancien Représentant à la Chambre du 5^{ème} district du Texas, John W. Bryant¹²⁴. L'évocation du rejet, en octobre 1994, d'un projet de loi visant à réformer le cadre législatif du lobbying fournit une étude de cas de la capacité du genre, sous l'égide de Limbaugh dans un environnement médiatique où les médias partisans sont peu représentés, à mettre en échec, en mobilisant les citoyens de sensibilité conservatrice, un projet de loi dont tout indiquait qu'il s'apprêtait à être voté sans difficultés.

Pour finir, différentes sources journalistiques sont utilisées pour analyser l'évolution du genre tout au long de la période tant dans sa dimension politique que médiatique. Outre les grands titres de la presse quotidienne – tels que *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal* ou encore *The Washington Times*, dont les articles sont archivés sur la base de données *Newsbank Access World News* –, les principaux magazines d'actualité politique (*Times Magazine* et *Newsweek*) et les publications conservatrices comme *The National Review* et le mensuel *Talkers Magazine*, magazine qui traite de l'actualité des talk-shows radiophoniques, qu'ils soient politiques ou non, propose quantité d'informations sur les émissions, leurs animateurs, les taux d'audience ainsi que leur implantation sur le territoire, et chronique leur évolution depuis 1990. Aucune institution n'archive le magazine de manière régulière depuis son lancement et seulement quatre institutions d'enseignement supérieur aux Etats-Unis recensent une partie des numéros. L'Annenberg School for Communication archive le magazine depuis janvier 2004 : pour ces années, la consultation s'est faite sans aucun problème. La bibliothèque de Pensacola Christian College en Floride recense tous les numéros de décembre 2000 à janvier 2004 et autorise dans certains cas la consultation à distance.

D'un point de vue méthodologique, la spécificité du talk-show radiophonique conservateur – support médiatique à contenu politique ayant joué un rôle dans l'histoire des Etats-Unis au cours des trois dernières décennies – impose une approche interdisciplinaire intégrée et complexe de type « quali-quantitatif » combinant à la fois des apports qualitatifs et quantitatifs. Elle requiert que l'on recoure à des méthodes d'analyse relevant à la fois des champs de l'histoire, des sciences politiques et des sciences de la communication car le genre se situe à la croisée de ces trois domaines scientifiques.

¹²⁴ Entretien téléphonique du 27 avril 2010 (15h00), conduit depuis l'*Annenberg School for Communication*, University of Pennsylvania, 3620 Walnut Street, Philadelphia, Pennsylvania 19104. Voir annexe n°6 « Entretien avec John Bryant ».

Dans ses deux premières parties, la recherche adopte une approche principalement historique afin de mettre en lumière le rôle du talk-show radiophonique conservateur dans l'essor du conservatisme de l'après-Reagan. Une telle approche ne permet toutefois pas à elle seule de prendre la pleine mesure du phénomène. Phénomène avant tout médiatique, les talk-shows radiophoniques conservateurs imposent que l'on réfléchisse à leur spécificité en tant que format de diffusion (la façon dont le dispositif radiophonique crée un horizon d'attente), que genre médiatique (la façon dont ils génèrent leur contenu) ainsi qu'au rapport qu'ils induisent avec leur cible. La présente analyse fait donc appel à certaines des théories de la communication (théorie des dispositifs, des effets des médias et de la participation du public dans les médias) ainsi qu'à des outils propres au champ de la communication politique, tant pour l'analyse de contenu, doublée d'une analyse de discours, que pour la mise en lumière de l'influence du talk-show radiophonique conservateur sur l'ordre du jour médiatique et politique (la fonction d'agenda de la presse).

Dans sa dernière partie, l'analyse du fonctionnement des émissions convoque des approches plus quantitatives. Le concept de « dispositif » est utilisé de façon à décrypter la spécificité des talk-shows radiophoniques conservateurs dans ce domaine. Il s'agit d'établir s'il existe un seul type de dispositif ou si chacune des émissions définit son dispositif propre. Pour ce faire, la recherche s'appuie sur la synthèse théorique du concept de dispositif que propose Appel et son équipe¹²⁵, ainsi que sur l'exploration du dispositif radiophonique proposée par Patrick Charaudeau¹²⁶. Le statut des appelants au sein du dispositif apparaît ambivalent et tend à suggérer qu'ils sont davantage instrumentalisés qu'invités à proposer une parole authentique. L'exploration de cet aspect convoque la théorie des trois dispositifs d'octroi de la parole de Christophe Deleu¹²⁷ – parole forum, parole divan, parole documentaire – pour avancer l'argument que, dans le cas des talk-shows radiophoniques américains, l'intervention de l'appelant constitue une « parole caution ». L'analyse développe ce concept en exploitant la théorie de la conversation telle que la définit Krippendorff¹²⁸. En ultime analyse, l'instrumentalisation de la parole de l'auditeur s'inscrit dans le cadre théorique du « tournant démotique » développé par Graeme Turner, qui suggère que la

¹²⁵ Violaine Appel, Hélène Boulanger et Luc Massou (dir.), *Les dispositifs d'information et de communication : concepts, usages et objets* (Bruxelles : De Boeck, 2010).

¹²⁶ Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique : La construction du miroir social* (Paris : Éditions Nathan Université, 1997).

¹²⁷ Deleu, *Les Anonymes à la radio*.

¹²⁸ Klaus Krippendorff, "Conversation: Possibilities of its Repair and Descent into Discourse and Computation," *Constructivist Foundations* 4, n° 3 (2009).

participation de l'appelant dans les talk-shows sert surtout à valoriser le point de vue de l'éditocrate¹²⁹.

L'analyse a alors recours au *National Annenberg Election Survey* (NAES) pour étudier de manière diachronique les caractéristiques sociodémographiques des auditeurs de talk-shows radiophoniques conservateurs ainsi que les variables indépendantes (*predictors*) de l'écoute de ces émissions¹³⁰. Très peu d'études existent sur le sujet et la majorité d'entre elles explorent ces aspects à des moments ponctuels de l'histoire récente. L'exploration diachronique des caractéristiques sociodémographiques des auditeurs est rendue difficile par le fait qu'il n'existe qu'un nombre limité d'enquêtes quantitatives portant spécifiquement sur ces derniers. Bon nombre de ces aspects sont toutefois envisagés avec précision dans l'enquête transversale avec renouvellement de panel (*rolling cross-sectional survey*) menée par l'Annenberg Public Policy Center de l'Université de Pennsylvanie, de loin la plus complète. Conduit tous les quatre ans depuis 2000 pendant toute l'année qui précède l'élection présidentielle, le *National Annenberg Election Survey* (NAES) permet d'isoler avec précision et avec un certain degré de validité statistique les auditeurs de talk-shows radiophoniques politiques¹³¹, ce qui permet d'isoler un certain nombre de caractéristiques relatives à leur consommation médiatique, affiliation politique, participation politique, potentiel d'efficacité, ou encore relatives à leur opinion de certaines figures. Conduit sur une période de plus d'une année avec renouvellement quotidien du panel, le NAES permet en outre de mettre en lumière l'évolution longitudinale des caractéristiques sociodémographiques de l'audience des différentes émissions faisant partie du corpus de la thèse.

Par ailleurs l'exploration de l'hypothèse selon laquelle la révolution reaganienne est avant tout de nature rhétorique, incite à se concentrer sur l'analyse de contenu quantitative du discours des émissions, menée à la fin de l'analyse historique. Cette méthodologie spécifique consiste en l'exploration systématique, objective et quantitative de certaines caractéristiques

¹²⁹ Graeme, *Ordinary People and the Media*.

¹³⁰ Voir les trois articles de Stephen Earl Benett, "Predicting Americans' Exposure to Political Talk Radio in 1996, 1998 and 2000, *The Harvard International Journal of Press/Politics* 7, No.9 (2002); "Americans' Exposure to Political Talk Radio and Their Knowledge of Public Affairs", *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 46, n°1, (2002) et "Who listens to Rush Limbaugh's Radio Program and the Relationship Between Listening to Limbaugh and Knowledge of Public Affairs, 1994-2006", *Journal of Radio and Audio Media* 16, No.1 (2009), ainsi que celui de B. A. Hollander, "Talk radio: Predictors of use and effects on attitudes about government", *Journalism and Mass Communication Quarterly* 73, (1996).

¹³¹ Par exemple, le NAES de 2004 pose la question suivante, "Which radio hosts or radio program would you say you listen to most often?", et permet au répondant de choisir parmi 27 émissions et animateurs, outre Limbaugh. Hannity et Savage sont compris dans la liste ; Ingraham a été incluse dans l'enquête de 2008.

d'un message. Dans son ouvrage sur la méthodologie de la recherche en sciences humaines, Russell K. Schutt envisage l'analyse de contenu comme un « sondage »¹³² conduit non pas sur un ensemble d'individus, mais sur un contenu communicationnel, que les spécialistes de la méthode ont pour coutume d'appeler « texte » quel que soit son support – texte écrit, enregistrement audio, segment vidéo ou encore pages web. Ce sondage s'effectue par une série de questions auxquelles correspondent des réponses à choix fixes, établies en amont à partir d'une « lecture flottante » (*open-ended analysis*) du message. Il en résulte la production de données quantitatives permettant de mesurer l'importance de certaines caractéristiques du message.

Dans le cadre de cette étude, la grille de réponses a été élaborée à partir de la confrontation des catégories proposée par l'étude conduite par Conway, Grabe et Grives en 2007¹³³ sur l'émission *The O'Reilly Factor* diffusée sur Fox News, à la lecture flottante d'épisodes de *The Rush Limbaugh Show*, *The Sean Hannity Show*, *The Savage Nation* et *The Laura Ingraham Show*, lecture qui a permis d'adapter les catégories développées par les premiers au contenu des émissions. Il en résulte une dizaine de catégories, qui reflètent l'alignement des thématiques des éditorocrates à la doxa conservatrice qu'ils contribuent à élaborer et diffuser, dont notamment « *The US Constitution, Democracy and political freedom* », « *The individual, individual initiative, personal responsibility and self-reliance* » ou encore « *Nativism (US European ethnic and cultural heritage)* » (Voir annexe n°20 « instrument de codage »).

L'unité d'analyse choisie consiste en une séquence thématique d'une minute trente en moyenne. Le relevé des données s'effectue sur un large corpus de ces unités d'analyse, toutes extraites de 20 épisodes de quatre des cinq talk-shows conservateurs qui font l'objet du corpus principal. Pour des raisons de fiabilité de l'instrument de codage, la collecte des données est effectuée par deux personnes indépendantes (*independent coders*) et non par le concepteur de l'instrument lui-même. 10% du corpus sont codés en double aveugle au cours d'une phase de test afin de tester la fiabilité de l'instrument, fiabilité évaluée par le coefficient « Krippendorff Alpha » qui mesure le degré d'accord entre les deux codeurs¹³⁴. Ce coefficient est compris entre 0 et 1. Vu la complexité de l'instrument de codage, on considère qu'un α de 0,7 minimum est un indicateur suffisant du niveau de fiabilité des résultats. L'instrument de

¹³² Russell K. Schutt, *Investigating the Social World: the Process and Practice of Research*, 6th ed. (Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 2009), 471.

¹³³ Mike Conway, Maria Elizabeth Grabe & Kevin Grieves, "Villains, Victims and the Virtuous in Bill O'Reilly's 'No-Spin Zone': Revisiting World War Propaganda Techniques," *Journalism Studies* 8, n°2 (2007).

¹³⁴ Krippendorff, *Content Analysis*, 221.

codage est modifié et affiné pendant la phase de test jusqu'à ce qu'un coefficient satisfaisant soit atteint. Les 90% des segments restant sont ensuite repartis entre les deux codeurs (Voir annexe n°20 « Instrument de codage »).

Le format des talk-shows radiophoniques conservateurs a une incidence significative sur la façon dont leur contenu est structuré. Trois aspects sont pertinents à cet égard. En premier lieu, ces émissions sont diffusées quotidiennement sauf le week-end, et les animateurs se font peu souvent remplacer : le rythme de diffusion est donc particulièrement soutenu. Ensuite, une fois soustraits les pauses commerciales et décrochages locaux, l'animateur doit remplir environ une heure trois-quarts de temps d'antenne. En dernier lieu, la structure interne des émissions est par conséquent très flottante : au contraire de leurs homologues télévisuels tels *Hannity* et *The O'Reilly Factor* sur Fox News du côté conservateur, ou *Countdown with Keith Olberman* et *The Rachel Maddow Show* sur MSNBC du côté socio-libéral, les émissions de talk-shows radiophoniques ne sont pas structurées selon des frontières syntaxiques ou thématiques précises. À l'exception des interventions des appelants¹³⁵, les émissions ne proposent pas de rubriques dans la veine des « Talking Points » de Bill O'Reilly ou de « Worst Person in the World » de Keith Olberman. De la même manière, tandis que les séquences thématiques des talk-shows télévisés ont des frontières sémiotiques très nettes (encarts, insertions photographiques), l'animateur enchaînant les thèmes de façon structurée, les animateurs de talk-shows radiophoniques ont tendance à suivre le flot de leur pensée et ont pour coutume de digresser d'un sujet à l'autre. Sauf dans le cas des émissions qui ouvrent ponctuellement leurs ondes à des intervenants extérieurs (spécialistes, hommes et femmes politiques, et autres leaders associatifs) comme c'est le cas de *The Laura Ingraham Show* et *The Sean Hannity Show*, il n'existe pas à proprement parler de conducteur précis du déroulé de l'émission.

Si la rubrique « Talking Points » au début de *The O'Reilly Factor* constitue une unité d'analyse naturelle aux frontières syntaxiques très nettes, dans le cadre de la présente étude, l'absence de rubriques et de séquences aussi clairement délimitées rend le découpage des émissions en unités d'enregistrement particulièrement délicat, mais révélateur de la prise de parole des éditorocrates en lui-même. Si l'on peut délimiter des passages au cours desquels un sujet et des acteurs spécifiques sont évoqués, des références à d'autres sujets et d'autres acteurs y sont bien souvent insérées. Le découpage en unités est donc un obstacle de taille

¹³⁵ Les extraits d'émissions radio ou TV interpolés dans les propos de l'animateur ne constituent pas des rubriques en tant que telles. Elles appartiennent au flot du discours de ce dernier.

érigé sur le chemin de l'analyse en tout début de course. Cette difficulté a été résolue en intervenant à deux niveaux : en s'adaptant à la prosodie du discours de l'animateur – en s'appuyant sur les silences notamment – pour rendre le découpage cohérent d'une part, et en définissant des « consignes de codage » (*coding instructions*) très précises, affinées tout au long de la phase de la phase de test d'autre part afin de permettre un codage en double aveugle spécifique d'une analyse de contenu scientifiquement menée.

Une centaine d'unités ont été extraites de chacune des 20 émissions sélectionnées pour l'analyse et l'intégralité de ces émissions a été exploitée pour le découpage, y compris les rares passages où l'animateur aborde des questions qui ne sont pas de nature politique. Chaque unité a été découpée de façon à ce qu'au moins un acteur y soit évoqué et qualifié par l'animateur dans le cadre d'une thématique relevant du conservatisme. Par ailleurs, aucune unité n'excède 2,30 minutes ni ne dure moins de 30 secondes, la durée moyenne des 1 417 unités retenues s'élevant à 1,30 minutes environ (Voir annexe n°18 « Description du protocole de l'analyse de contenu » et aussi annexe audio sur CD)¹³⁶.

La mise en place de ce montage méthodologique complexe et de ce corpus d'émissions observées par le biais de l'analyse de contenu et du dispositif médiatique permet d'examiner avec précision la manière dont les éditocrates des talkshows conservateurs ont pu disputer le contrôle de l'ordre du jour aux personnalités politiques et aux médias de référence depuis le début des années 1990. Elle permet de prendre position sur le tournant démotique et de complexifier la lecture de ce phénomène à un moment de son histoire caractérisé par la conjonction et l'alignement d'une vision politique et d'un média spécifique. En cela la thèse tente d'apporter des éclairages plus larges sur le rôle des médias dans le changement de l'opinion, tout en nuancant la portée de cette influence.

¹³⁶ Ce travail a pu être réalisé grâce au soutien financier du centre de recherche CREW de l'Université Paris 3 – Sorbonne Nouvelle, ainsi qu'au soutien méthodologique fourni par l'École de communication d'Annenberg, notamment des professeurs Klaus Krippendorff et Michael Delli Carpini.

PARTIE 1

—

CONTEXTES D'EMERGENCE ET DE DEVELOPPEMENT

CHAPITRE 1

-

L'ÉMERGENCE DU CONSERVATISME MODERNE ET LA RÉVOLUTION CONSERVATRICE INACHEVÉE

En proposant *The Rush Limbaugh Show* sur les ondes nationales à l'été 1988, Limbaugh invente le talk-show radiophonique conservateur. Ce faisant, il crée un genre médiatique singulier qui emprunte aux formats existants tout en s'en démarquant fortement. L'émergence fulgurante de ce nouveau genre, ainsi que la rapidité avec laquelle il s'impose comme force politique et médiatique de premier ordre au tournant des années quatre-vingt-dix, sont proprement inédits dans l'histoire des médias américains du second 20^{ème} siècle, tout comme le sont la spécificité de son mode opératoire et son rapport à la sphère politique. Ces deux caractéristiques ne sont toutefois pas l'exclusivité du talk-show radiophonique tel que le modèle Limbaugh à la fin des années quatre-vingt ; elles sont également communes au publipostage, outil de communication « réinventé » par Viguerie en 1965 et utilisé à grande échelle à partir de cette même année.

À l'instar du publipostage, le mode opératoire du talk-show radiophonique conservateur s'inscrit dans une stratégie de contournement des médias traditionnels de masse, vus comme hostiles aux idées conservatrices, à des fins de communication directe vers les citoyens. En outre, média ouvertement partisan conçu comme instrument de promotion idéologique, il entretient des liens très étroits avec la classe politique conservatrice, de la même manière que le publipostage avait été mis au service des candidats conservateurs du *Grand Old Party (GOP)* – autre nom du Parti républicain – dès l'élection de mi-mandat de 1966¹³⁷. L'émergence du talk-show radiophonique conservateur prend donc sa source dans la tradition de communication que les organisations conservatrices de terrain adoptent à partir du milieu des années soixante.

En tant que force politique, le talk-show radiophonique conservateur s'appuie sur deux développements majeurs de l'histoire politique de l'après-guerre, d'une part, les changements que connaissent le Parti démocrate et le sociolibéralisme au cours de la seconde moitié des années soixante et, d'autre part, la réémergence du conservatisme. Les années soixante constituent un tournant fondateur dans l'histoire politique du pays : elles correspondent à l'apogée du sociolibéralisme et au début de son déclin tout à la fois. La mutation des fondements idéologiques du sociolibéralisme ainsi que les changements culturels et sociétaux – parfois excessifs – qui en découlent, ont affecté très profondément les États-Unis. Au milieu des années soixante, ces changements aiguillonnent les tenants de l'idéologie conservatrice renaissante et permettent à cette dernière de s'incarner dans des actions de terrain concrètes. Aujourd'hui encore, ils continuent à servir de points de cristallisation à la contestation

¹³⁷ Richard A. Viguerie, *The New Right: We're Ready to Lead* (Falls Church, VA: Caroline House, 1981).

conservatrice. Leur étude est donc indispensable pour comprendre la résurgence conservatrice et les expériences républicaines de la seconde partie du 20^{ème} siècle, et saisir le rôle des médias conservateurs dans ces processus.

L'essor de ce nouveau genre radiophonique s'appuie par ailleurs sur la réémergence du conservatisme dans l'opinion ainsi que dans les accomplissements de la « révolution reaganienne », tout autant qu'il puise son dynamisme dans les faiblesses et les apories de cette dernière et dans la conviction que le tournant conservateur n'a pas été pris intégralement : c'est dans l'interstice de cette révolution conservatrice inachevée que ce nouveau genre prend son essor et trouve sa légitimité politique et médiatique. Le talk-show radiophonique conservateur est donc le fruit de l'histoire du conservatisme du second 20^{ème} siècle, d'autant que, courant politique minoritaire dans les années soixante, le conservatisme ne se conçoit pas sans les stratégies de sa propre médiation ni les moyens de sa mise en œuvre. À cet égard, le constat général des observateurs de la droite chrétienne, très justement résumé par Paul Apostolidis dans un essai de 2002, peut tout à fait être généralisé au mouvement conservateur dans son ensemble :

Although evangelical and fundamentalist theology and cultural norms are defiantly antimodern, religious conservatives have adeptly used modern communications technologies to spread their version of the gospel. They have also adjusted to technological innovations with quickness, vigor and even a sense of fascination with the news.¹³⁸

Si la dimension « antimoderne » du conservatisme est certainement sujette à caution, la capacité du mouvement conservateur à utiliser les nouvelles technologies de communication est une de ses caractéristiques majeures incontestables. On peut même pousser plus loin le constat d'Apostolidis tant il apparaît que les conservateurs ont fait davantage que s'adapter aux nouvelles technologies : comme en témoignent le publipostage et le talk-show radiophonique, ils ont souvent été pionniers en la matière. Ainsi, idéologie et communication sont consubstantiels l'un à l'autre dans le conservatisme et l'on ne peut faire l'économie d'évoquer l'un sans parler de l'autre. Un retour sur la résurgence de l'idéologie dans les années soixante— moment de l'histoire où il n'est qu'un mouvement de terrain (*grassroots*

¹³⁸ « Bien que la théologie et les normes culturelles fondamentalistes et évangéliques défient la modernité, les conservateurs religieux ont fait un usage habile des technologies de communication modernes pour diffuser leur version de l'évangile. Ils se sont aussi adaptés aux innovations technologiques avec rapidité, vigueur, voire avec un sentiment de fascination pour l'information ». Paul Apostolidis, "Scanning the 'Stations of the Cross': Christian Right Radio in Post-Fordist Society," in *Radio Reader: Essays in Cultural History of Radio*, ed. Michele Hilmes and Jason Loviglio (New York: Routledge, 2002), 461.

movement) sans réelle envergure nationale ni tribune d'expression de grand public – jusqu'à sa reconquête du pouvoir politique par le biais de Reagan, est donc nécessaire pour resituer le phénomène du talk-show conservateur sur les plans politique, idéologique et stratégique. Le suivi des parcours de Viguerie et Schlafly, respectivement concepteur de la stratégie de contournement des médias traditionnels et organisatrice des militants conservateurs sur le terrain, permet de retracer l'histoire du conservatisme depuis sa résurgence après la seconde guerre mondiale. Il offre également la possibilité de mettre en lumière la filiation entre le mode opératoire du publipostage et celui du talk-show radiophonique, tous deux outils de médiation directe avec la base.

1.1. L'organisation de la Nouvelle Droite et la dynamique sous-jacente à l'élection de Ronald W. Reagan (1968-1980)

1.1.1. Présidence Johnson, Nouvelle Gauche et éclatement du Centre Vital: l'apogée puis l'essoufflement du consensus sociolibéral

De Roosevelt aux années soixante, la politique du Parti démocrate est définie par deux paradigmes : interventionnisme étatique dans la conduite des affaires économiques du pays, et anticommunisme farouche concrétisé par une politique d'« endiguement » (*containment*) du bloc soviétique sur le plan des relations internationales. L'idéal keynésien d'une réglementation raisonnée des politiques fiscale et monétaire au service de la prospérité matérielle incarné par la politique du New Deal dès 1933, le soutien modéré au combat pour les droits civiques ainsi que la lutte contre le communisme forment jusqu'alors le « consensus sociolibéral » (*liberal consensus*). Idéal centriste porté par la « coalition du New Deal » composée de démocrates de centre-gauche, de républicains modérés et de grands syndicats de cols bleus, il constitue le paradigme idéologique autour duquel s'organisent le débat et l'action politique. Arthur M. Schlesinger le désigne par la métaphore du « centre vital » (*Vital Center*), titre d'un ouvrage qu'il écrit en 1949¹³⁹.

Au tournant des années soixante, une nouvelle forme de gauche commence toutefois à émerger en dehors du périmètre idéologique de ce centre vital. Elle prend appui sur les mutations culturelles qui se sont opérées au cours de la décennie précédente sous l'effet notamment du mouvement *Beat*, porteur de valeurs opposées à celles du consensus sociétal et culturel des d'Eisenhower et qui, dès les années soixante, trouvent un écho grandissant sur les campus et catalysent la contestation des étudiants contre l'ordre établi. Fédéré en 1959 autour

¹³⁹ Arthur M. Schlesinger, *The Vital Center: the Politics of Freedom* (Boston, MA: Riverside Press, 1949).

de la *Students for a Democratic Society (SDS)*, le mouvement de la contestation étudiante adopte le « Manifeste de Port Huron » (*Port Huron Statement*) en 1962, document fondateur écrit par Tom Hayden qui établit de nouveaux paradigmes idéologiques autour desquels vont se centrer le débat et l'action politiques au cours de la décennie. Catalysée notamment par l'engagement des États-Unis au Vietnam et la lutte pour les droits civiques, la contestation étudiante définit une « contre-culture » : outre le rejet de la domination des grandes sociétés capitalistes et de l'armée, et la dénonciation des essais nucléaires, le mouvement étudiant prône la libération de l'individu des contraintes de la morale dominante ainsi que le rejet des idéaux bourgeois du travail, de la compétition et de la réussite matérielle, et affirme le droit à la jouissance. Fait notable, le manifeste de 1962 ne fait aucunement référence au rôle de la classe ouvrière qui constitue pourtant l'assise populaire du consensus sociolibéral¹⁴⁰. Le *Free Speech Movement (FSM)*, qui voit le jour à l'Université de Berkeley en 1964¹⁴¹, apporte une contribution essentielle à la contestation étudiante qui par ailleurs s'agrège à d'autres éléments contestataires de diverses tendances – anarchistes, écologistes, féministes, figures importantes de la lutte pour les droits des noirs ou encore homosexuels activistes – pour former un mouvement plus large désigné par le terme de « Nouvelle Gauche » (*New Left*)¹⁴².

Sur le plan de la politique étrangère, les tenants de la Nouvelle Gauche rejettent l'anticommunisme viscéral qui caractérise le consensus sociolibéral et le Centre Vital. Ils défendent une position conciliatrice avec le bloc communiste et s'opposent à la guerre de manière virulente. Sur le plan des droits civiques, ils s'impliquent de manière soutenue dans la lutte pour l'égalité des droits et les campagnes de déségrégation. Forces centripètes du mouvement, la SDS et le FSM plaident avec virulence en faveur d'une refonte intégrale des valeurs sur lesquelles repose la société américaine. Elles portent à l'avant-scène du débat politique le rapport du citoyen à la démocratie – toutes deux prônent la mise en place d'une démocratie participative qui donnerait au citoyen la possibilité d'intervenir à tous les stades

¹⁴⁰ “Port Huron Statement of the Students for a Democratic Society, 1962”, *Links to Resources for Students for a Democratic Society (SDS) and related groups and activities* <http://coursesa.matrix.msu.edu/~hst306/documents/huron.html>

¹⁴¹ Le *Free Speech Movement* est un mouvement étudiant qui se forme de manière spontanée et informelle à l'Université de Californie à Berkeley en octobre 1964, suite à l'interdiction absolue décrétée par la présidence de prendre la parole publiquement pour évoquer des sujets ayant trait à des affaires extérieures au campus. C'est la campagne menée par des étudiants en faveur de l'inscription massive des noirs sur les listes électorales après les *Freedom Rides* de l'été précédent qui suscite l'intransigeance de la présidence. Suite à l'arrestation musclée de l'ancien étudiant Jack Weinberg pour avoir participé à une réunion d'une association noire sur le campus, les étudiants organisent un mouvement de contestation pacifique, point de départ de la contestation étudiante dans tout le pays. Voir Pierre Mélandri, *Histoire des États-Unis contemporains* (Bruxelles, Belgique : André Versailles Éditeur, 2008), 498.

¹⁴² Wilentz, *Age of Reagan*, 22-24.

du processus décisionnel –, la défense de l'environnement, les questions des libertés individuelle et sexuelle, et de la place des femmes dans la société, autant de thèmes qui s'imposent peu à peu au Parti démocrate pour finir par en constituer la « nouvelle politique » (*New Politics*)¹⁴³. L'émergence de la Nouvelle Gauche remet donc fortement en cause le consensus sociolibéral, ainsi que son incarnation politique dans la coalition du New Deal, et donne lieu à un débat d'un nouveau genre au sein du Parti démocrate entre les héritiers de la tradition sociolibérale newdealiste d'un côté, et les partisans de la *new politics* et les acteurs de la contestation étudiante de l'autre.

Les luttes frontales entre les deux factions redéfinissent le sociolibéralisme et en dernière analyse, l'identité du Parti démocrate : sous l'influence de la Nouvelle Gauche, celui-ci prend un tournant radical qui l'éloigne de l'idéal de modération qui caractérisait le Centre Vital. Aux yeux des acteurs de la Nouvelle Gauche, ce sont les étudiants et les minorités et non plus la classe ouvrière qui constituent l'avant-garde: les travailleurs des classes inférieures, stuporeux et endoctrinés, ne sont plus à même de mener la lutte. De plus, il ne s'agit plus de simplement garantir le progrès social pour les masses, comme c'était le cas dans la période de la Grande Dépression, mais de mener des luttes nouvelles pour le bénéfice de l'individu, dans un cadre de prospérité nouveau. C'est donc contre ce qu'elle considère comme l'arrière-garde sociolibérale et la coalition des syndicats et des cols bleus que la Nouvelle Gauche va lancer son assaut. Plus favorable à Hubert Humphrey, elle tient la dragée haute à l'administration Lyndon B. Johnson jusqu'à l'arrivée au pouvoir de Richard M. Nixon.

L'administration Johnson permet pourtant de grandes avancées sur la plupart des fronts. Afin de « *faire prendre de la hauteur à la vie de notre nation et [...] faire progresser notre civilisation américaine* », objectif affiché de la Grande Société¹⁴⁴, en 1965 le président étend les prérogatives de l'État fédéral aux domaines de l'éducation (création du *Head Start Program* à destination des élèves de maternelle), de la culture (fondation des *National Endowment for the Arts* et *National Endowment for the Humanities*) et surtout de la santé par la mise en place de deux dispositifs d'envergure, *Medicaid* et *Medicare*. Sur le plan des droits civiques, l'administration fait voter le *Civil Rights Act* en juillet 1964 et le *Voting Rights Act* l'été suivant, rendant illégales les discriminations à l'embauche et au vote sur la base de l'appartenance ethnique et les tests d'alphabétisme. La présidence de Johnson marque donc le

¹⁴³ Vaïsse, *Le mouvement néoconservateur*, 94.

¹⁴⁴ “[...] *elevate our national life, and to advance the quality of our American civilization*”, Lyndon B. Johnson, ‘Great Society’ Speech, delivered at the University of Michigan, May 22nd, 1964. Richard D. Heffner (Ed.) *A Documentary History of the U.S.* (Penguin Books: New York, 1991), 342-44.

recentrage des Démocrates autour des politiques de rattrapage des droits des groupes minoritaires jusque-là à la marge du processus politique, rattrapage désormais reconnu sous le paradigme intégrateur des « politiques d'identité » (*identity politics*) auxquels les conservateurs répondent plus tard par les « politiques de moralité » (*morality politics*).

Ce paradigme se vérifie également sur le plan judiciaire à travers les décisions de la Cour suprême d'Earl Warren qui reconnaît des droits nouveaux à différents groupes de la société américaine : après la suppression de la prière à l'école en 1962, la cour complexifie la procédure en cas de poursuites pour obscénité en 1964, légalise la contraception en 1965 et accorde les bénéfices de l'application régulière de la loi (*due process*) aux criminels en 1967. L'ensemble de ces mesures ne fait qu'entretenir les tensions entre tenants de la Nouvelle Gauche qui les trouvent insuffisantes, et les partisans du Centre Vital qui voient en elles une dérive dangereuse et le dévoiement du consensus sociolibéral¹⁴⁵.

La fin des années soixante marque donc l'essoufflement du consensus sociolibéral et des démocrates. À l'approche de l'élection présidentielle de 1968, la situation du président Johnson est pour le moins délicate. D'une part, le consensus sociolibéral est sévèrement remis en cause et l'idéal keynésien se voit désavoué par les faits. Les promesses à moitié tenues de la Grande Société suscitent la déception : sous-financé et mal géré, le programme de relance sociale du président Johnson semble inefficace à résoudre les problèmes auxquels doivent faire face les États-Unis. S'il est parvenu à soutenir le boom économique, il a aussi provoqué la hausse de l'inflation et du chômage. D'autre part, Johnson doit désormais faire face à une hostilité sans merci envers son engagement dans la guerre du Vietnam. L'intervention américaine stimule la gauche sociolibérale qui étend son influence au-delà du cercle des intellectuels pour atteindre l'*establishment* démocrate également, au sein duquel elle est incarnée par Eugene McCarthy et Robert F. Kennedy qui font dissension et dont le président doit essuyer les coups de semonce.

Ce dernier doit par ailleurs faire face à l'hostilité grandissante du pays et de la classe politique – à l'intérieur comme à l'extérieur de son propre camp – contre la déségrégation, question qui s'affirme comme le paramètre central du dialogue politique au cours de la deuxième moitié des années soixante. Enfin, il ne parvient pas à raviver la confiance des citoyens dans les politiques interventionnistes et dans l'État Providence. Pire, il s'en attire les foudres par l'hypertrophie galopante de l'État que provoquent les politiques de la Grande

¹⁴⁵ Vaïsse, *Mouvement néoconservateur*, 93.

Société. À la veille des élections de 1968, il semble que les avancées sociales permises par Johnson soient en train de susciter un ressentiment des citoyens n'ayant d'égal que l'ampleur des mesures qui ont été nécessaires à leur réalisation, une situation que résumant les historiens John Micklethwait et Adrian Wooldridge :

Many of the Great Society programs were undoubtedly laudable, but even the best policies can have unintended consequences. The programs built up a dynamic of their own, throwing up bureaucratic empires, and stoking white resentment. And they relentlessly dragged the Democratic Party ever further from its centrist roots, swelling the coalition of the fed-up that had voted for Goldwater.¹⁴⁶

Nixon voit dans cet essoufflement du sociolibéralisme l'occasion de modeler une nouvelle majorité républicaine qui agrégerait les blancs du Sud, les Catholiques du Nord ainsi que les cols bleus déçus par les Démocrates et hostiles aux politiques d'intégration raciale. Son action s'inscrit dans une perspective à long terme : il s'agit de remplacer la coalition du New Deal par une coalition républicaine susceptible de redéfinir les paradigmes politiques de manière durable. Le candidat malheureux de 1960 durcit le ton sur la question vietnamienne mais sa position trop modérée sur le salaire minimum et la « discrimination positive » (*affirmative action*) aliène la frange conservatrice radicale du parti incarnée par Reagan qu'il parvient de justesse à mettre en défaut lors de la convention nationale républicaine de 1968. Au cours de son premier mandat, il s'emploie à rallier la frange de l'électorat ayant soutenu la candidature de George Wallace, Gouverneur de l'Alabama, lors de l'élection de 1968. Bien qu'elle lui eût coûté des voix, elle apparaît aux yeux de Nixon comme une phase intermédiaire dans le transfert des blancs du Sud et de la classe ouvrière du Nord vers le GOP.

De manière ironique, ce sont les politiques du New Deal qui, conjuguées aux divisions entre Démocrates sociolibéraux de la vieille tradition newdealiste et Démocrates de la Nouvelle Gauche, provoquent indirectement l'essoufflement du consensus sociolibéral au tournant de la décennie soixante-dix. En permettant aux classes moyennes d'améliorer leur niveau de vie, les politiques sociolibérales mises en place depuis les années 1930 provoquent un exode suburbain de grande ampleur. Désormais installées en grande banlieue (*suburbs*), les classes moyennes forment un corps électoral d'un genre nouveau : de moins en moins sensibles aux problèmes urbains, elles expriment un certain scepticisme envers les bienfaits

¹⁴⁶ « Bon nombre des mesures sociales de la Grande Société étaient sans nul doute louables mais mêmes les meilleures politiques peuvent avoir des conséquences imprévues. Les mesures mirent en mouvement leur propre dynamique, enfantèrent des empires de bureaucratie et entretenirent la flamme du ressentiment des blancs. Et elles firent grossir les rangs de la coalition des mécontents qui avaient voté pour Goldwater ». John Micklethwait and Adrian Wooldridge, *The Right Nation: Conservative Power in America* (New York: Penguin, 2004), 64.

de l'interventionnisme étatique et méprisent les vieilles machines électorales. Ce changement démographique est un facteur de taille par le poids politique croissant du Sud et de l'Ouest, régions où se trouvent les déçus du sociolibéralisme. Comme le rappellent Mickelthwait et Wooldridge: « *This was a period when the footsoldiers in the South and the West gradually became a more unified army, when the intellectuals began to shape policy and when demography continued to drag America in a Southwestern direction* »¹⁴⁷. Ainsi, les classes moyennes de ces régions se désolidarisent peu à peu du Parti démocrate qui se retrouve aux mains des nouveaux sociolibéraux de la Nouvelle Gauche. Ces derniers font table rase de la hiérarchie traditionnelle du parti et revoient les règles de désignation des délégués censés confirmer le candidat démocrate à la suite des primaires : la convention nationale démocrate de 1972 est un fiasco complet. Le sénateur George McGovern, pourtant vainqueur à maintes reprises au cours de sa carrière dans le Dakota du Sud, état de forte tradition républicaine, est battu à plate couture par Nixon qui s'assure une réélection confortable.

1.1.2. Renaissance intellectuelle, reconquête du terrain et émergence de la Nouvelle Droite

1.1.2.1. Le renouveau intellectuel du conservatisme

Les transformations que subit le sociolibéralisme au cours des années soixante, transformations que les conservateurs perçoivent comme des dérives, contribuent largement à éperonner la résurgence du conservatisme américain au cours du second 20^{ème} siècle. Les changements sociétaux qui s'affirment au cours de la décennie, entérinés par les politiques d'identité mises en place par l'administration Johnson, constituent autant de points d'appui au renouveau du conservatisme porté par les organisations de terrain. À partir du milieu des années soixante, elles se fédèrent peu à peu en une large coalition que Viguerie contribue à catalyser, et qui engage une contre-révolution en réaction aux poussées de la contre-culture. Toutefois, ce renouveau est avant tout un renouveau intellectuel stimulé par l'opposition aux politiques du New Deal qui fait émerger une réflexion sur le conservatisme, à l'initiative d'intellectuels tels que William F. Buckley, Irving Kristol ou encore Elliot Cohen. Elle nourrit un débat très dense relayé par des publications conservatrices qui apparaissent dès 1945 avec la publication de *Commentary*¹⁴⁸.

¹⁴⁷ « *C'est à ce moment que les fantassins du Sud et de l'Ouest s'organisent progressivement en une armée unie, que les intellectuels commencent à définir leur politique et que la démographie continue de faire prendre à l'Amérique le chemin du Sud* ». Micklethwait and Wooldridge, *Right Nation*, 64.

¹⁴⁸ Vaïsse, *Mouvement néoconservateur*, 122.

Le renouveau du conservatisme ne doit pas être confondu avec ce qu'on désigne par « néo-conservatisme », comme le font bien souvent les journalistes français qui emploient l'un pour l'autre, désignant les conservateurs américains de l'époque contemporaine comme des « néoconservateurs ». Contrairement aux derniers qui sont issus du sociolibéralisme – voire parfois du marxisme –, les premiers sont issus de la fusion de trois traditions intellectuelles distinctes : les « traditionalistes », comme Russell Kirk et Richard Weaver notamment, qui défendent une vision antimoderne de la société et vilipendent le progrès technologique responsable selon eux du déclin spirituel du pays ; les libertariens, défenseurs du libre-échange et pourfendeurs de l'interventionnisme étatique et des politiques économiques keynésiennes, tels Friedrich Hayek et Milton Friedman, et les anticommunistes comme Whittaker Chambers et James Burnham¹⁴⁹.

C'est la publication *The National Review*, créée en 1955 par William F. Buckley Jr., qui opère la fusion de ces trois traditions, impulsant ainsi une nouvelle dynamique intellectuelle au conservatisme. C'est précisément cette démarche de « fusionisme » (*fusionism*)¹⁵⁰ qui confère son statut à la revue. Ancien étudiant de Yale, Buckley garde un goût amer de son passage à l'université dont les professeurs, tous acquis aux fondamentaux du consensus sociolibéral, excluent du champ des discussions acceptables les idées qui n'y seraient pas conformes et considèrent avec mépris les croyances religieuses de leurs étudiants¹⁵¹.

The National Review exerce une influence cruciale sur le renouveau conservateur à plusieurs titres. En premier lieu, elle constitue un véritable forum de débats sur le conservatisme : c'est principalement sur ses pages que se dessine le corps de doctrine du nouveau conservatisme¹⁵². En second lieu, le magazine en définit les frontières en expurgant les éléments extrémistes tels les libertaires radicaux rejetant la morale judéo-chrétienne – Ayn Rand entre autres –, les anticommunistes aux tendances antisémites, notamment ceux qui s'expriment dans *The American Mercury*, et enfin les intellectuels gravitant autour de la *John Birch Society*, groupe ultraconservateur créé par Robert Welch en 1958 dont les positions idéologiques trahissent un anticommunisme paranoïaque et une tendance au racisme. En définissant ces tendances comme inacceptables, Buckley donne à *The National Review* les moyens d'asseoir sa crédibilité intellectuelle et lui permet de s'adresser à un lectorat, certes, très instruit mais modéré politiquement. Enfin, le magazine apporte une dimension

¹⁴⁹ Vaïsse, *Mouvement néoconservateur*, 79-80.

¹⁵⁰ Vaïsse, « George W. Bush a-t-il trahi le conservatisme américain ? ».

¹⁵¹ William F. Buckley, *Man and God at Yale* (Washington, D.C.: Henry Regnery Company, 1951).

¹⁵² Le renouveau intellectuel du conservatisme n'est pas l'objet de la présente étude. Aussi nous limitons-nous à n'évoquer que deux revues parmi la quinzaine qui émerge à partir de 1955.

internationaliste au conservatisme, jusque-là isolationniste comme en témoigne l'opposition du sénateur Robert Taft – principal représentant du conservatisme au sein du GOP au milieu du siècle – à l'entrée en guerre des États-Unis en 1941. Le repositionnement internationaliste du conservatisme sous l'effet de *The National Review* est un des apports de la composante anti-communiste de la revue, incarnée par James Burnham. Il s'oppose à la position de conciliation avec le bloc communiste défendue par les républicains réalistes et constitue la ligne directrice de la politique étrangère suivie par Reagan vingt-cinq ans plus tard¹⁵³.

Les nouveaux conservateurs qui gravitent autour de *The National Review* sont en opposition avec les néoconservateurs, qui à l'époque sont encore des sociolibéraux de Guerre Froide, et dont ils se méfient, considérant que toute allégeance sociolibérale porte en elle le ferment communiste. Les néoconservateurs quant à eux considèrent que les conservateurs de la *Review* sont en décalage avec la réalité socio-économique du pays et observent avec stupéfaction la nostalgie qu'ils semblent nourrir pour un âge d'or perdu. Eux se sentent au contraire à l'aise dans l'époque et sont partisans de l'innovation technologique. Ainsi, les nouveaux conservateurs constituent un courant minoritaire et singulier dans le paysage politique des années cinquante, et ce d'autant plus que le sociolibéralisme est l'idéologie dominante au sein des partis démocrate et républicain.

Dix ans plus tard, Daniel Bell et Irving Kristol créent *The Public Interest*, deuxième publication conservatrice d'envergure à destination d'un public intellectuel et érudit. La revue traite des questions de politique intérieure exclusivement, plus particulièrement la politique sociale ; les questions de politique étrangère n'y sont pas traitées. Convaincus que les échecs du fascisme et du marxisme ont sapé l'ambition intellectuelle de transformation de la société, Bell et Kristol souhaitent reconquérir cet idéal en proposant une revue qui délégitime l'idéologie et la pensée préconçues. L'objectif de *The Public Interest* est très justement résumé par Justin Vaïsse :

Alimenter la réflexion sur les politiques publiques en offrant des articles approfondis sur les principaux aspects de la vie sociale des États-Unis, en évitant les idées toutes faites, les clichés et les approches sentimentales ou idéologiques [et] chasser les discours mal informés, voire absurdes sur les grands sujets du moment [...]¹⁵⁴.

Initialement favorables à un certain degré d'intervention étatique à qui ils reconnaissent certaines vertus lorsqu'elle est opérée de façon juste et rationnelle, les penseurs de *The Public Interest* définissent au fil de leurs articles un programme d'action technocratique. Ils y

¹⁵³ Vaïsse, *Mouvement néoconservateur*, 81.

¹⁵⁴ Vaïsse, *Mouvement néoconservateur*, 98.

expriment leur foi dans la technique et les sciences sociales (sociologie, statistiques, ou encore économétrie) pour résoudre les problèmes des sociétés, et sont convaincus que la réforme vient de l'intérieur d'un État qui serait composé de savants, de techniciens et d'universitaires : leur idéal de gouvernement est celui d'un gouvernement d'experts et de scientifiques.

Si en 1966 Kristol approuve, non sans certaines réserves, les décisions prises par Johnson dans le cadre de *The Great Society*, la dissection mathématique du réel, son exploration scientifique rigoureuse et quantitative ainsi que l'attachement aux faits font très vite naître la désillusion. Face à la complexité du réel, les intellectuels de *The Public Interest* perdent foi en la capacité du savoir scientifique à changer les choses. La revue amorce ainsi un tournant conservateur deux années après sa création : à partir de 1967, elle met en garde sur les limites de l'intervention étatique et de l'ingénierie sociale. C'est au printemps de cette même année que Patrick Moynihan, sociologue démocrate et ancien assistant du ministre du travail sous Kennedy et Johnson, y souligne l'échec de la « Guerre contre la pauvreté » (*War on Poverty*) engagée par Johnson.

Pour les intellectuels de *The Public Interest*, la sphère culturelle constitue la première limite aux politiques sociales, devant le constat que l'éthique bourgeoise du travail et de l'effort n'est pas partagée par tous, y compris les plus défavorisés. La revue se focalise donc de plus en plus sur les obstacles qui font échouer les mesures sociales, à savoir le manque d'instruction, le délabrement de l'environnement familial et « la loi des conséquences imprévues » (*the law of unintended consequences*), telle la rupture de la cellule familiale causée par les subventions versées aux mères célibataires et la crise du logement qui résulte du contrôle des loyers¹⁵⁵. Le numéro de septembre 1971, intitulé « The Limit of Social Policy », résume la direction prise par la revue. Dès lors, la revue articule une critique politique très cohérente de l'intervention sociale et défend l'idée que la capacité de l'État pour réformer la société est limitée. Elle exprime donc une certaine hostilité à l'égard de l'État paternaliste en dénonçant le fait qu'il crée des attentes qu'il ne peut pas satisfaire mettant ainsi en danger l'équilibre du pays. Enfin, elle développe l'argument que l'obstacle à l'intervention de l'État se trouve dans la crise de la culture et des valeurs. *The Public Interest* amorce donc un repositionnement idéologique en 1967 en réaction à l'évolution du sociolibéralisme vers la

¹⁵⁵ Vaïsse, *Mouvement néoconservateur aux États-Unis* 103. La loi des conséquences prévues est une idée d'Adam Smith reprise par Robert K Merton aux États-Unis.

gauche au cours des années soixante et à l'ascendant que prend la frange radicale de la Nouvelle Gauche sur le Parti démocrate pendant la décennie.

1.1.2.2. Affirmation des tensions entre républicains conservateurs et *Rockefeller Republicans* au début des années soixante

En parallèle au renouveau intellectuel du conservatisme, on voit apparaître au tournant des années soixante les premières tensions visibles entre les républicains modérés de l'establishment du parti – les « Républicains à la Rockefeller » (*Rockefeller Republicans*) – et les républicains conservateurs opposés au New Deal, partisans d'un conservatisme beaucoup plus radical et plus en phase avec la base conservatrice qui commence à se structurer sur le terrain. Ces derniers développent un discours sur la nécessité d'un retour aux fondamentaux du conservatisme et se lancent dans une campagne de dénonciation des républicains modérés, considérés comme partisans du statu quo et jugés trop conciliants avec la majorité au Congrès.

L'effort qu'ils engagent alors pour repositionner le Parti républicain sur une base idéologique conservatrice est une tâche d'envergure. En effet, outre le retour des démocrates à la Maison Blanche, l'élection présidentielle de 1960 confirme surtout l'incapacité du Parti républicain à faire approuver les idées conservatrices par le suffrage universel. Huit ans plus tôt, l'élection de 1952 lui avait, certes, permis de regagner le contrôle de l'exécutif mais elle avait surtout assuré une certaine continuité au consensus sociolibéral. Républicain modéré acquis aux fondamentaux du New Deal et du keynésianisme, Dwight Eisenhower est loin d'incarner les valeurs du conservatisme tel que le conçoit l'aile droite émergente du Parti républicain, qui s'était alors rangée derrière la candidature du sénateur Robert A. Taft. En 1960, celle-ci prend fortement ombrage de l'accord conclu entre Nixon et les républicains modérés sous l'influence de Nelson Rockefeller, accord que Viguerie désigne comme « the infamous midnight pact of Fifth Avenue »¹⁵⁶, et qui ne fait que marginaliser le candidat une fois l'élection perdue. Ainsi, la dichotomie conservateurs orthodoxes-révolutionnaires / conservateurs réalistes s'affirme dès le tournant des années soixante. Elle constitue un des paradigmes fondamentaux de l'histoire du Parti républicain depuis.

Suite à la défaite de Nixon, c'est le gouverneur de l'état de New York, Nelson Rockefeller, qui s'impose à la tête de l'establishment du Parti républicain. Héritier de la famille d'industriels du même nom, il est l'archétype du républicain de la côte Est. Centriste

¹⁵⁶ « L'infâme pacte nocturne de la Cinquième Avenue ». Viguerie, *New Right*, 50.

de tendance sociolibérale, il est la bête noire des républicains conservateurs qui, à l'approche de l'échéance de 1964, se rangent derrière le sénateur de l'Arizona, Goldwater. Fait notable, on compte une femme parmi les figures de proue de la frange conservatrice radicale du Parti républicain. Originaire de la ville d'Alton dans l'Illinois, catholique, avocate et mère de famille, Phyllis Schlafly prend la tête d'un mouvement qui vise à mettre en échec les républicains à la Rockefeller et à faire nommer Goldwater à la candidature républicaine. Le parcours de Schlafly pour imposer l'orthodoxie conservatrice au Parti républicain permet de prendre la mesure des divisions entre modérés et révolutionnaires au sein du GOP. Son exploration confirme l'évolution de la dichotomie entre conservateurs réalistes/modérés et conservateurs radicaux/révolutionnaires.

Conservatrice convaincue et ardente défenseuse des valeurs traditionnelles, Schlafly s'implique sur tous les fronts. Vice-présidente du chapitre de l'Illinois de la *National Federation of Republican Women (NFRW)*, elle est également directrice de recherche à la *Cardinal Mindszenty Foundation* de Saint Louis dans le Missouri¹⁵⁷ et animatrice de l'émission de radio hebdomadaire, *America, Wake Up*. Lors de la précédente élection présidentielle, elle s'était déjà prononcée en faveur du sénateur de l'Arizona pour le poste de colistier de Nixon en le décrivant de façon très flatteuse lors du congrès annuel de la NFRW: « *He's a man of fine principles and a good vote getter* »¹⁵⁸. Au lendemain de la défaite des républicains, elle avait été nommée membre du comité pour la reconstruction du GOP de l'Illinois, organisation regroupant différentes figures républicaines dont l'objectif était de lui donner un nouveau souffle: « *[...] to toughen Republican fiber and enlist the efforts of citizens who wish to contribute to the party* »¹⁵⁹.

En 1964, elle est plus que décidée à rallier une majorité de républicains à la candidature de Goldwater en qui elle voit un candidat susceptible de proposer un projet qui se distingue vraiment de celui du candidat démocrate. L'objectif est d'enrayer la logique dans laquelle s'enferme le parti et qui consiste, depuis l'accès de Franklin D. Roosevelt à la Maison Blanche, à ne présenter que des candidats acquis au fondamentaux du New Deal et du consensus sociolibéral, et donc incapables de marquer leur différence par rapport au candidat démocrate.

¹⁵⁷ La *Cardinal Mindszenty Foundation* est la branche catholique romaine de la *Christian Anti-Communist League*. Fred Schlafly, l'époux de Phyllis siège au conseil d'administration de la fondation, financée en partie par *Evershap and Shick*, numéro 1 du matériel de rasage dans les années soixante. Voir Donald Janson, "Right Wing Groups Gain Drawing Financial Aid," *The New York Times*, June 28th, 1965.

¹⁵⁸ « *Il est un homme de principes et en position de recueillir beaucoup de voix* ». Marie Smith, "Rockefeller is G.O.P Ladies' No.2 Choice," *The Washington Post*, April 1st, 1960.

¹⁵⁹ « *Durcir la fibre républicaine et enrôler les citoyens souhaitant mettre leurs efforts au service du parti* ». Robert Howard, "47 Appointed to Strengthen Illinois G.O.P.," *The Chicago Daily Tribune*, January 25th, 1961.

Pour Schlafly, la candidature de Barry Goldwater permettrait enfin au Parti républicain de proposer « *un choix et non un écho* », *A Choice, Not An Echo*, titre du livre qu'elle publie au printemps 1964 pour soutenir la candidature du sénateur de l'Arizona¹⁶⁰. Outre les charges qu'elle porte contre le sociolibéralisme et ses dérives et la mise en garde faite au lecteur sur les dangers d'un possible mandat de Johnson, elle réserve l'essentiel de ses piques à la frange modérée du Parti républicain (Voir annexe n°1 « *A Choice not an Echo* »).

Le livre est une longue diatribe contre l'appareil républicain de la côte Est dont elle dénonce la mainmise sur le parti et sur le processus de nomination des candidats à la présidentielle depuis 1940. Selon elle, en refusant de donner la nomination à un candidat républicain capable d'engager un débat sur les questions de fond essentielles, ceux qu'elle nomme les « *faiseurs de roi* » se rendent coupables de connivence avec les démocrates : « *The secret kingmakers have made common cause with the Democrats who have had everything to gain and nothing to lose if Republicans made a weak campaign* »¹⁶¹. L'objectif est donc de permettre que le Parti républicain se repositionne sur des bases idéologiques conservatrices pour s'extraire du Centre Vital et de le contraindre à se montrer beaucoup plus combatif à l'égard du Parti démocrate en affirmant sa différence sur les questions importantes. De plus, en adoptant une position très clairement anti-establishment, Schlafly contribue avec son livre à préparer le terrain à la « *stratégie sudiste* » (*southern strategy*) qu'engage Nixon lors de l'élection suivante.

Il s'agit donc de désigner un candidat qui fasse jeu égal avec le candidat démocrate. Convaincue que Rockefeller n'est pas du tout à la hauteur de la tâche, elle enjoint les Républicains à réfléchir à la personnalité la plus à même de remporter le match contre le président sortant : « *The question for Republicans in 1964 is, at this crucial point in American history, will we send in our bat boy? Or will we send in our Babe Ruth—a man who is not afraid or forbidden to take a good cut at all the major issues of the day?* »¹⁶² La nomination d'un candidat capable de prendre ces questions à bras le corps permettrait par ailleurs de redonner son dynamisme à la vie politique en offrant la possibilité d'une vraie concurrence: « *Free competition has been the secret of America's greatness. [...] Like trials, political*

¹⁶⁰ Phyllis Schlafly, *A Choice Not an echo: the Inside Story of How American Presidents are Chosen* (Père Marquette: Alton, Illinois; 1964).

¹⁶¹ « *Les faiseurs de roi de l'ombre ont fait cause commune avec les démocrates qui ont tout à gagner et rien à perdre à ce que les républicains mènent une campagne molle* ». Schlafly, *Choice Not an Echo*, 26.

¹⁶² « *La question qui se pose aux républicains en 1964 est de savoir, à ce moment crucial de l'histoire de l'Amérique, si nous allons envoyer notre ramasseur de balle ou l'un de nos mousquetaires, un homme qui n'a pas peur – ou à qui l'on n'interdit pas – de prendre les questions de fond du moment au revers* ». Schlafly, *Choice Not an Echo*, 28.

campaigns should be competitive and adversarial »¹⁶³. La notion sous-jacente à l'argumentation est que la frange sociolibérale/modérée du Parti républicain a rendu le fonctionnement des élections présidentielles contraire à l'esprit américain.

Court et facilement lisible – il est à peine plus long qu'une centaine de pages –, *A Choice Not An Echo* constitue pendant les primaires de 1964 l'outil de campagne principal des républicains conservateurs qui le distribuent à la sortie des meetings des concurrents de Goldwater, comme lors de celui de Nelson Rockefeller à Anaheim le 20 mai 1964¹⁶⁴. Le livre connaît un tel succès que le secrétaire national du Parti démocrate intervient auprès de la commission électorale (*Fair Campaign Practices Committee*) pour que celle-ci exige du Parti républicain de désavouer le livre de Schlafly¹⁶⁵.

Dans un contexte politique dominé par la pensée sociolibérale, la stratégie la plus probante pour attirer l'attention de l'électorat semble être celle qui consiste à développer un propos polémique et aborder de front son adversaire. En publiant *A Choice Not An Echo*, Schlafly donne ainsi le ton à l'approche communicationnelle des républicains conservateurs pour la campagne de 1964 et au-delà et se révèle pionnière dans l'art de créer la controverse. En attaquant les modérés, elle formalise également un des principes directeurs de la stratégie politique des républicains conservateurs : les charges lancées contre les « *me, too Republicans* », ceux des républicains acquis aux fondamentaux du New Deal, préfigurent les salves de Limbaugh, Savage et Ingraham à l'encontre de ceux qu'ils considèrent comme les « *RINOS* », les « *Republicans In Name Only* », c'est-à-dire ceux qui ne sont que des « républicains de papier ». Par son homophonie avec *rhinoceros*, l'acronyme suggère que ces Républicains sont en quelque sorte les « mammouths » du GOP.

Pour finir, très impliquée sur le plan de la communication, elle se montre particulièrement active également sur le plan de la stratégie politique. Après la sortie du livre, elle porte ses efforts sur une tactique visant à constituer une majorité de délégués conservateurs à la Convention Nationale des Républicains prévue le 13 juillet suivant à San Francisco. Pour cela, elle se fait élire déléguée le 14 avril et enjoint les membres de la *Federation of Republican Women* de l'Illinois à faire de même le mois d'après¹⁶⁶. Son action semble porter ses fruits puisque lors de la convention républicaine, l'aile dure du parti est adoubee, les

¹⁶³ « *La libre concurrence est le secret de la grandeur américaine. [...] Tout comme les procès, les campagnes politiques devraient être concurrentielles et adversatives* ». Schlafly, *Choice Not an Echo*, 28-29.

¹⁶⁴ Carl Greenberg, "Rockefeller Lays Water 'Hijack' to Goldwater," *Los Angeles Times*, May 21st, 1964: 2.

¹⁶⁵ "GOP Urged to Repudiate 'Hate' Books," *Los Angeles Times*, October 9th, 1964: 7.

¹⁶⁶ "Mrs. Schlafly Will Address G.O.P Women," *Chicago Tribune*, May 18th, 1964: 12.

républicains modérés sont temporairement mis en échec et Rockefeller quitte la scène sous les huées des partisans républicains de la frange ultra-droitière du GOP.

L'élection présidentielle de 1964 demeure toutefois une épreuve douloureuse pour l'establishment républicain. D'une part, la nomination du sénateur de l'Arizona confirme la difficulté des républicains modérés à maintenir leur influence sur le parti : ces derniers regardent avec consternation l'ascendant que prend la frange radicale sur le GOP, certains allant jusqu'à refuser de soutenir Goldwater, comme Rockefeller par exemple. D'autre part, la victoire écrasante de Johnson – qui doit, certes, beaucoup au traumatisme causé par l'assassinat de Kennedy – indique également que les idées conservatrices peinent à trouver un écho favorable auprès de l'électorat qui ne semble pas prêt à faire confiance à une personnalité conservatrice aussi radicale que Goldwater. Enfin, sur le plan de la communication, l'élection de 1964 permet aux conservateurs de faire le constat amer du peu de crédit et donc du peu de couverture que leur accordent les médias traditionnels qui, quand ils se résolvent à s'intéresser à eux, ne le font que pour les fustiger. Alors secrétaire de l'organisation *Young Americans for Freedom*, Viguerie déplore l'hostilité des médias traditionnels à l'endroit des conservateurs: « *The Goldwater campaign stripped us of any delusions that we could get a fair shake from the establishment's mass media* »¹⁶⁷.

L'heure semble donc être à la morosité au sein du parti de l'éléphant. Pour autant, les républicains les plus conservateurs refusent de jeter l'éponge et poursuivent leur action pour faire infléchir la ligne directrice du parti vers les valeurs socles du conservatisme. Parmi eux, Schlafly se montre plus que déterminée à remettre les troupes en selle pour permettre à la frange conservatrice du GOP de prendre le contrôle du parti et c'est sur le front de la stratégie politique qu'elle va de nouveau concentrer ses efforts. En mai 1967, elle présente sa candidature à la présidence de la NFRW dont les quelques 500 000 membres pèsent de tout leur poids dans le processus de désignation du candidat républicain lors des conventions. Lors des élections de mi-mandat de 1966, les femmes républicaines avaient largement contribué au gain des 47 sièges à la Chambre et des 3 sièges au Sénat, ainsi qu'aux victoires dans les assemblées locales¹⁶⁸. Elle est opposée à Gladys O'Donnell, républicaine modérée de Long Beach en Californie, qui déclare se présenter en tant que tant que « garden variety

¹⁶⁷ « *La campagne de Goldwater nous a définitivement débarrassés des illusions que nous pouvions avoir quant à la possibilité d'être traités équitablement par les médias de masse de l'establishment* ». Richard A. Viguerie, "Conservative Test a New Secret Weapon", *America's Right Turn: How Conservatives Used New and Alternative Media to Take Power* (Chicago, IL: Bonus Books Inc., 2004), 87-88.

¹⁶⁸ Bill Henry, "Ladies in a Hassle," *The Los Angeles Times*, May 3rd, 1967.

Republican »¹⁶⁹. L'élection à la fonction de présidente de la NFRW et la campagne qui la précède fournissent un exemple typique des tensions qui traversent le Parti républicain au milieu des années soixante : la crainte des modérées que Schlafly gagne la présidence de la fédération et qu'elle puisse ainsi se trouver en position de faire nommer un conservateur radical lors de la convention rend l'atmosphère des débats électrique. En mars, la commission de désignation de la présidente de la NFRW choisit Gladys O'Donnell, ce que Schlafly s'empresse de dénoncer : « *Another attempt by the New York liberals to purge from office those who wholeheartedly supported Senator Goldwater in 1964* »¹⁷⁰. La désignation d'O'Donnell faisant l'objet d'une contestation, le choix de la nouvelle présidente est donc soumis au vote des groupes membres de la Fédération lors du Congrès biennal de la NFRW, prévu les 5 et 6 mai dans la capitale fédérale.

Pendant la campagne, l'affrontement est sans merci. Le camp de Schlafly profite du flou de la procédure de vote pour multiplier le nombre de voix en sa faveur¹⁷¹. De façon à discréditer l'establishment républicain, Schlafly n'hésite pas non plus à accuser O'Donnell d'avoir menti dans sa lettre d'information en affirmant que Ray C. Bliss, président du RNC, soutenait sa candidature par crainte de l'influence néfaste que pourrait exercer Schlafly¹⁷². Du côté des partisans de Gladys O'Donnell, on tente de convaincre Schlafly de retirer sa candidature au prétexte que, mère de famille, elle ne serait pas en mesure de consacrer l'intégralité de son temps à sa fonction, et son refus affiché d'emménager dans le logement de fonction de la NFRW à Washington laisse planer le doute quant à son investissement dans la tâche¹⁷³. Le spectre de la dissension plane sur les débats, chacune menaçant de quitter la NFRW avec ses troupes, et les membres de premier rang de la Fédération se rallient à O'Donnell par peur des divisions.

Début mai, c'est Gladys O'Donnell qui remporte la présidence de la NFRW 1 910 voix contre 1 494 ; Schlafly est défaite. S'ensuit alors une tentative de mettre en cause le camp de la présidente nouvellement élue en l'accusant d'avoir contribué à des irrégularités dans le

¹⁶⁹ "A 'garden variety Republican' who wants the party to move away from 'emotional politics'." "Two Bandy Charges in Race to Head G.O.P. Women," *The New York Times*, May 3rd, 1967.

¹⁷⁰ « Une tentative de plus de la part des sociolibéraux de New York d'expurger les postes à responsabilité de ceux qui ont apporté un soutien sans réserve au sénateur Goldwater en 1964 ». Thomas J. Foley, "GOP Women's Leaders Trade Verbal Blows," *The Los Angeles Times*, March 9th, 1967: 6.

¹⁷¹ "Mrs. Schlafly's friends have been conducting a vigorous campaign, not only in public but behind the scenes, including an effort to take advantage of a technicality in the voting rules by splitting larger groups in the federation where she has strong support into several smaller groups and thus getting additional votes." Bill Henry, "Ladies in a Hassle."

¹⁷² *The New York Times*, May 3rd, 1967

¹⁷³ Bill Henry, "Ladies in a Hassle."

déroulement du vote, notamment en faisant venir des bus entiers de femmes pour les faire voter en faveur d'O'Donnell alors qu'elle n'étaient pas habilitées à participer au vote¹⁷⁴. Schlafly contraint le secrétaire national du RNC à prendre parti pour l'une des deux factions en demandant un audit de la campagne, ce qui lui est refusé. Sa démarche n'était cependant pas destinée à obtenir la révision du vote mais à alerter l'opinion publique sur les irrégularités du vote : « *In making the complaint to Bliss, Mrs. Schlafly said she did not expect him to change the election, but wanted to focus public opinion on the alleged irregularities* »¹⁷⁵. Ce faisant, Schlafly inaugure là encore un des modes opératoires des conservateurs révolutionnaires : l'essentiel de la démarche ne réside pas dans l'obtention du résultat affiché mais dans l'opération de communication qu'elle constitue et qui permet de donner de la visibilité au conservatisme tout en mettant l'adversaire dans la difficulté. En cela la démarche de Schlafly annonce une fois encore les opérations mises en place par Limbaugh dans les années quatre-vingt-dix à deux mille, opérations fondées sur la même logique.

Le double échec de 1967 confirme à Schlafly que l'avenir du conservatisme se joue pour lors en dehors de l'appareil républicain, même s'il faut garder l'objectif de le faire changer. À cet égard, elle déclare : « *Promised to fight for her brand of conservative candidates, particularly for the presidential nomination* »¹⁷⁶. La NFRW irrémédiablement sous le contrôle des modérés, elle en fait sécession à l'été 1967. Toutefois, elle fait montre d'une grande habileté et d'une certaine finesse : au lieu de demander à ses soutiens de quitter la Fédération, elle encourage les clubs de femmes républicaines membres du NFRW qui la soutiennent à ne payer à la Fédération que la cotisation minimum et à envoyer le reste à l'*Eagle Trust Fund* qu'elle crée pour l'occasion¹⁷⁷. En août 1967, *The New York Times* estime que, s'il est suivi, l'appel de Schlafly pourrait parvenir à détourner 45 000 dollars des coffres de la Fédération vers des actions de soutien aux candidats républicains au niveau local dont le projet obéit aux canons du conservatisme moderne, et non plus aux candidats soutenus par l'establishment républicain traditionnel¹⁷⁸. Elle se montre donc stratège politique virulente, capable de mettre en échec les institutions du GOP au nom de la pureté idéologique. En parallèle, elle lance sa

¹⁷⁴ Marie Smith, "Election Loser Asks GOP Probe," *The Washington Post*, May 9th, 1967: C1.

¹⁷⁵ « *En portant plainte auprès de Bliss [le secrétaire du RNC], Mme Schlafly a affirmé qu'elle ne s'attendait pas à ce qu'il change le vote, mais qu'elle souhaitait attirer l'attention de l'opinion publique sur les irrégularités présumées* ». "GOP Chairman Refuses Election Probe," *The Washington Post*, May 11th, 1967: D2.

¹⁷⁶ « *Se battre pour les candidats qui incarnent son style de conservatisme, particulièrement lors de la nomination du candidat à la présidentielle de 1968* ». "Phyllis is Still Fighting; Publishing Own Newsletter," *The Washington Post*, August 12th, 1967: B11.

¹⁷⁷ Warren Weaver Jr., "Defeated Leader Sets Up a Rival Group for Republican Women", *The New York Times*, August 9th, 1967.

¹⁷⁸ Weaver Jr., "Defeated Leader Sets Up a Rival Group."

lettre d'information mensuelle, *The Phyllis Schlafly Report*, un journal de quatre pages dont le premier numéro qui paraît ce même mois porte une charge virulente contre la position de l'administration Johnson sur le canal de Panama¹⁷⁹.

Écartée de l'appareil républicain au niveau national, Schlafly retrouve son énergie grâce à la victoire de la candidate conservatrice Angela Lombardi au poste de présidente de la *California Federation of Republican Women* par 1 066 voix contre 942 au mois d'octobre¹⁸⁰, qui achève de la convaincre que le conservatisme est bien en train de gagner du terrain surtout au niveau local. La victoire de Lombardi s'inscrit dans un mouvement d'expansion du conservatisme dans l'état de Californie, gouverné depuis janvier 1967 par Ronald W. Reagan et dont les *Young Republicans*, *Republican Assembly* et *United Republicans of California* élisent également des dirigeants issus de la frange conservatrice du parti. Elle reprend donc son travail de mobilisation des femmes sur le terrain et, en février 1968, convoque ses troupes à l'*Eagle Conference of Republican Women*, congrès destiné à établir une stratégie qui permette à la frange conservatrice du GOP de prendre le contrôle du parti lors de la Convention Nationale des Républicains à Miami au mois d'août suivant. Elle y convie le sénateur de Caroline du Sud Strom Thurmond ainsi que John M. Ashbrook, représentant de l'Ohio et président de l'*American Conservative Union* (ACU). Le premier enjoint les femmes de l'auditoire à travailler sur le terrain à la désignation d'un candidat qui incarne au mieux les principes du conservatisme : à ses yeux, seul Reagan correspond à ce profil. Le second les encourage à briguer des postes de déléguées à la convention de Miami de manière à désigner le candidat dont les idées seraient le plus en phase avec les canons du conservatisme, quitte à ce que leur démarche se fasse sans l'accord du parti, précisant que c'est la démarche que Schlafly et lui-même sont en train d'adopter¹⁸¹.

C'est donc vers l'action de terrain et l'organisation des troupes à la base que Schlafly oriente ses efforts à partir de 1967, une année dont les échéances électorales au sein du Parti républicain la convainquent que l'appareil national du GOP est encore à la solde des modérés, tout autant qu'ils la persuadent paradoxalement que le conservatisme gagne du terrain parmi la population et commence à se structurer, mais dans les institutions au niveau local. Ainsi, si le parti doit prendre le virage conservateur et présenter un candidat susceptible de réellement proposer « un choix, et non un écho », ce sont les conservateurs sur le terrain qui sont à même

¹⁷⁹ *The Washington Post*, August 12th, 1967: B11.

¹⁸⁰ "A Conservative Heads a California Group of GOP Women," *The New York Times*, October 14th, 1967.

¹⁸¹ Donald Janson, "Strategy Shaped by Conservatives," *The New York Times*, January 16th, 1968.

de rendre cela possible, quitte à en faire dissension ou à se lancer dans la course à la délégation en faisant cavalier seul.

Les quatre années qui correspondent au mandat de Johnson en tant que président élu (1965-1969) sont donc des années charnières pour la droite américaine : c'est à ce moment que se creuse de manière visible le fossé entre conservateurs modérés et révolutionnaires au sein du Parti républicain et que ces derniers prennent la pleine mesure de la nécessité d'organiser leurs troupes à la base et en dehors des institutions du parti pour parvenir à faire entendre leur voix. Ainsi Schlafly refuse-t-elle de se représenter au poste de présidente de la NFRW en avril 1969 après la prise de pouvoir de Nixon¹⁸². C'est enfin au début de cette période qu'elle est rejointe par un allié de taille dans la conquête de l'opinion et du pouvoir en la personne de Viguerie, instigateur du premier rendez-vous des conservateurs avec les médias alternatifs par le développement du publipostage politique grâce auquel ils obtiennent leurs premières victoires significatives la décennie suivante.

1.1.2.3. Le « premier rendez-vous » des conservateurs avec les médias alternatifs : le publipostage et l'unification de la Nouvelle Droite (1965-1980)

Si Viguerie reste interdit devant le traitement que réservent les médias traditionnels aux républicains conservateurs pendant la campagne présidentielle de 1964, il refuse toutefois de se laisser gagner par la morosité : « *We didn't waste time [...] trying to convince the media that we were really good guys; instead we concentrated on guerilla warfare—on ways to get around the establishment media* »¹⁸³. En fondant l'entreprise de publipostage politique *The Viguerie Company* en janvier 1965, il pose les fondements d'une stratégie de contournement des médias traditionnels qui constitue le facteur central de la résurgence du conservatisme sur le terrain et préfigure la stratégie médiatique des Républicains au cours des deux dernières décennies du 20^{ème} siècle, à savoir l'utilisation de la chaîne parlementaire C-SPAN dans les années quatre-vingt et du talk-show radiophoniques dans les années quatre-vingt-dix.

Au début des années soixante, le publipostage est une activité déjà bien développée dans le secteur du commerce. Il permet aux entreprises de vendre leurs produits directement au consommateur. Sur le plan politique, il a déjà été expérimenté à l'occasion des élections de mi-mandat de 1950 pour soutenir la candidature du sénateur Taft et des présidentielles de

¹⁸² "Mrs. Schlafly: Count Me Out", *The Washington Post*, April 16th, 1969.

¹⁸³ « *Nous n'avons pas perdu de temps [...] à tenter de convaincre les médias que nous étions vraiment de bons gars; au lieu de cela, nous nous sommes concentrés sur la guérilla de terrain, sur des façons de contourner les médias de l'establishment* ». Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 88.

1952 pour promouvoir celle d'Eisenhower. Dans les deux cas, les candidats font appel aux services de Walter H. Weintz, responsable du publipostage au *Reader's Digest*. Lors de sa campagne de réélection de 1950, le sénateur Taft se trouve en situation difficile du fait du passage de la loi Taft-Hartley qui réduit de façon significative le pouvoir des syndicats, eux-mêmes bien décidés à mettre Taft en échec. Au lieu de tenter de défendre le bien-fondé de sa loi dans les médias traditionnels, stratégie qui revenait indirectement à proposer une tribune aux syndicats, le sénateur décide de le faire directement auprès des citoyens : quelques centaines de milliers de lettres sont ainsi envoyées aux cols bleus des métropoles industrielles de l'Ohio. Au final, la stratégie assure à Taft sa réélection et permet de lever trois millions de dollars qui contribuent au remboursement des frais de campagne¹⁸⁴.

C'est une révélation pour Weintz et son équipe qui prennent conscience du potentiel de la démarche qu'ils viennent de tester : la stratégie de contournement des médias traditionnels permet non seulement de remporter la victoire, mais semble également offrir une garantie de retours financiers. L'expérimentation menée par Weintz établit les fondations sur lesquelles Viguerie bâtit plus tard son empire: « *This is the first documented case in American political history in which direct mail was used to bypass the establishment (in this instance the union bosses) and go directly to constituents (the union workers themselves), producing a victory based on conservative principles* »¹⁸⁵. L'analyse que propose Viguerie du succès de l'opération peut être complétée par un autre commentaire : la réélection du sénateur Taft est certainement aussi le premier exemple d'une opération de communication ayant permis de faire voter un segment de l'électorat contre son intérêt de classe, phénomène que le talk-show radiophonique a permis d'amplifier par la suite à partir du milieu des années quatre-vingt-dix. Le coup de maître de 1950 est renouvelé lors de l'élection présidentielle de 1952. Cette fois-ci, l'équipe de Weintz teste la réceptivité des électeurs à une dizaine de thématiques dont chacune fait l'objet d'une lettre diffusée à une dizaine de milliers d'exemplaires. Les retours font ressortir l'intérêt vif des électeurs pour la politique étrangère, comme en témoigne le succès de la lettre intitulée « *Êtes-vous prêt à voter oui pour que l'on continue à cajoler les Russes ?* » à laquelle les électeurs répondent deux fois et demi plus qu'aux autres¹⁸⁶. C'est donc la politique étrangère qu'Eisenhower choisit comme thème principal de sa campagne et

¹⁸⁴ Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 89.

¹⁸⁵ « *C'est le premier cas attesté de l'histoire des Etats-Unis dans lequel le publipostage a été utilisé pour court-circuiter l'establishment (dans le cas présent, les leaders syndicaux) et s'adresser directement aux administrés (les travailleurs syndiqués eux-mêmes), et au final, remporter une victoire sur la base de valeurs conservatrices* ». Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," *America's Right Turn*, 89.

¹⁸⁶ Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 90.

la lettre prônant une position de fermeté à l'égard de la Corée, diffusée massivement, permet au candidat républicain de recevoir quelques 300 000 petites contributions de citoyens. L'élection de 1952 constitue donc un tournant dans l'histoire du conservatisme et dans l'histoire électorale du pays. D'une part, elle marque une rupture dans le système de financement : c'est la première fois qu'une campagne politique est pour la majeure partie financée par des petits dons¹⁸⁷. Avant 1952, les candidats financent leurs campagnes grâce à une poignée de contributeurs très fortunés. D'autre part, le principe du test en amont des thématiques de campagne auprès de l'électorat jette les bases du marketing politique moderne, fondé sur l'observation méticuleuse de l'opinion publique. Pour autant, il faut attendre 1964 pour que l'expérience de 1952 soit renouvelée, une situation étonnante que Viguerie explique par le peu d'intérêt pour les organisations de terrains jusqu'alors : « *The party under Eisenhower and Nixon was oriented toward the establishment, not toward a grass-roots base* »¹⁸⁸. Les lourdeurs d'appareil qui pèsent encore sur le GOP dans les années cinquante lui empêchent donc de prendre la balle du publipostage au bond.

Quand Viguerie fait ses débuts en politique au niveau national en tant que comptable des *Young American for Freedom* (YAF) à l'automne 1961, le chargé de communication de l'organisation de la jeunesse conservatrice, Marvin Liebman, lui donne comme ordre de mission le redressement de la comptabilité. Méfiant envers l'appareil du GOP, Viguerie prend vite la mesure du potentiel que présente le publipostage. Peu intéressé par les questions de doctrine, il se plonge alors dans l'étude minutieuse des techniques de vente de produits par correspondance pour les appliquer au conservatisme, expérience qu'il détaille dans son livre de 2004 :

Plenty of young conservatives were boning up on conservative philosophy, and many others were studying the techniques of political organization. Nobody, as far as I could tell, was studying how to sell conservatism to the American people. I knew I was never going to be a conservative intellectual, so for a period of a few years I didn't read the growing number of conservative books that were being published, and I barely looked at *National Review* or *Human Events*. Time was too precious. I decided to spend every spare moment intensively studying commercial direct mail, so I could apply those techniques to political nonprofit groups.¹⁸⁹

¹⁸⁷ Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 23.

¹⁸⁸ « *Le parti sous Eisenhower et Nixon était orienté vers l'establishment, pas vers les organisations de terrain* » Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 91.

¹⁸⁹ « *Un grand nombre de conservateurs étaient plongés dans l'étude intensive de la philosophie conservatrice, d'autres étudiaient les techniques de l'organisation politique. Personne, d'après ce que je pouvais en dire, n'étudiait comment on pouvait vendre le conservatisme aux Américains. Je savais que je ne serais jamais un intellectuel conservateur, ainsi pendant une période de quelques années, je n'ai pas lu les livres sur le conservatisme qu'on publiait en nombre croissant, et je regardais à peine *National Review* ou *Human Events*. Le*

Les quatre années du mandat Kennedy-Johnson sont donc des années de formation pour Viguerie, qui façonne la technique du publi-postage politique et l'utilise pour lever des fonds pour l'organisation, proposer l'abonnement à *The New Guard*, le magazine des YAF et stimuler les adhésions. L'approche de l'échéance de 1964 et la préparation du terrain pour la campagne de Goldwater sont l'occasion de définir un principe fondamental de la stratégie de communication des conservateurs : le ciblage de questions uniques. L'opération de levée de fonds pour la YAF dans le cadre de la précampagne des primaires républicaines commence sous de mauvais auspices : l'électorat semble ne pas faire confiance à des jeunes républicains qu'il juge certainement trop inexpérimentés pour peser dans la désignation du candidat représentant le GOP. Viguerie décide de changer de stratégie en recentrant le message sur l'action que mènent les YAF sur les campus :

We were a bunch of teenagers and twenty-something-year-old kids, after all, and the older conservatives with money couldn't be convinced that we had the electoral expertise to make a difference. Besides, there were plenty of other groups that were working the Goldwater pitch, and could do so more convincingly. On the other hand, we were able to convince older conservatives to help us do our work on campuses. We were fighting the radical SDS, the liberals and the communists on college campuses, and that was something older conservatives perceived we could do better than anyone else. [...] That was our brand. That was our market.¹⁹⁰

La stratégie la plus payante est donc celle qui consiste à ne mobiliser le récipiendaire qu'autour d'une seule et même question à la fois, un principe adopté par les autres organisations conservatrices de terrain au cours des années soixante-dix, surtout les organisations religieuses ou celles qui défendent les valeurs traditionnelles. Pour lors, les YAF ne ciblent que les questions relevant du champ politique, en particulier de la lutte contre le communisme, préoccupation première des conservateurs pendant les années soixante.

La constitution des listes de citoyens susceptibles de réagir favorablement au message des YAF est un autre aspect important des années de formation de Viguerie : il ne suffit pas de savoir calibrer son message efficacement, encore faut-il savoir à qui l'adresser. Le jeune

temps était trop précieux. Je décidai de passer chaque seconde de mon temps libre à étudier intensément le publi-postage commercial de façon à appliquer ces techniques aux groupes politiques à but non-lucratif. Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 94

¹⁹⁰ « Nous étions une bande d'adolescents et de gamins dans leur vingtaine, après tout, et on ne pouvait pas convaincre ceux des conservateurs plus âgés qui avaient de l'argent que nous avions une connaissance des campagnes électorales susceptible de faire la différence. Qui plus est, il y avait plein d'autres groupes qui tentaient de vendre Goldwater et qui étaient en mesure de le faire de manière autrement plus convaincante. D'un autre côté, nous étions effectivement capables de convaincre les conservateurs plus âgés de nous aider à faire le travail que nous conduisions sur les campus. Nous combattons la radicalité de la SDS, les sociolibéraux et les communistes sur les campus universitaires, et ça, les conservateurs plus âgés pouvaient le percevoir comme quelque chose que nous étions en mesure de faire mieux que quiconque. [...] C'était ça notre marque de fabrique. C'était ça notre marché ». "Conservatives Test a New Secret Weapon," 96.

activiste expérimente donc un autre principe, celui de la location de listes d'adresses aux organisations conservatrices de terrain. Dans les premiers temps, Viguerie peine à faire accepter cette idée qui paraît aussi saugrenue qu'elle est à l'époque avant-gardiste. Ses partenaires privilégiés sont *The National Review*, qui accepte de lui louer ses fichiers d'anciens abonnés, et Marvin Liebman, qui lui prête une liste de plus de 50 000 donateurs. Une fois que l'organisation est parvenue à constituer des listes assez touffues, elle les reloue au magazine dans le cadre de ses appels d'abonnement. Sur le long terme, la location réciproque des listes d'adresses s'est avérée être la force centripète des organisations conservatrices de terrain et le catalyseur de la Nouvelle Droite.

Après être passé premier secrétaire de l'organisation, il en démissionne en janvier 1965 pour créer sa propre entreprise de publipostage avec les YAF pour seul client. La campagne de Goldwater est une aubaine pour le jeune activiste. À l'époque, les candidats à des fonctions fédérales ont l'obligation de consigner les nom et adresse des personnes faisant un don de plus de cinquante dollars. Les fichiers sont ensuite transmis au service administratif de la Chambre des représentants ; il est possible de les consulter librement. Avec l'aide d'une équipe d'une dizaine de personnes, Viguerie parvient à recopier à la main quelques 12 500 noms des 15 000 consignés sur les fichiers de campagne du candidat républicain malheureux et double ainsi la taille de sa liste de donateurs conservateurs potentiels¹⁹¹. Une fois *The Viguerie Company* sur les rails, son influence et la taille de ses fichiers ne cesse de croître, et ce exponentiellement, car chaque nouveau client, en même temps qu'il bénéficie des listes de l'entreprise, met également les siennes à disposition. L'entreprise devient ainsi progressivement l'élément centralisateur de la multitude des organisations conservatrices qui commencent à bourgeonner à l'époque, comme le souligne Viguerie : « *Tout comme le libre-échange a développé l'économie de façon spectaculaire dans la seconde moitié du 20^{ème} siècle, de la même façon mon « marché commun » des noms de conservateurs a développé l'univers du conservatisme* »¹⁹².

Ni organisateur de terrain, ni idéologue, ni homme politique, Viguerie exerce une influence cruciale dans le développement du conservatisme car il permet de décloisonner les différentes organisations conservatrices parmi lesquelles on compte l'*American Security Council* et la *World Anti-Communist League* – la lutte contre le communisme est alors la préoccupation majeure des conservateurs – mais également l'*American Conservative Union* et

¹⁹¹ Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 100.

¹⁹² Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 102.

le *National Right-to-Work Committee*. Enfin, Viguerie s'engage aussi dans la défense du Deuxième amendement en prêtant main forte aux *Gun Owners of California*, *Gun Owners of America* et la *National Rifle Association*. Plus tard, au cours du premier mandat de Nixon, Schlafly recourt au publipostage pour initier un mouvement de contestation de ce qu'elle considère comme « la politique d'apaisement » de Henry Kissinger à l'égard du bloc communiste.

De 1965 à 1977, *The Viguerie Company* exerce un quasi-monopole sur le publipostage conservateur. Wyatt Stewart et Steve Winchell, deux collaborateurs de Viguerie, rompent le monopole en 1977, l'un en acceptant de travailler pour le Comité de Campagne des Législatives (*Congressional Campaign Committee*) du Parti républicain, l'autre en créant sa propre entreprise de publipostage et en répondant favorablement aux sollicitations du premier suite au refus de Viguerie qui souhaite « *demeurer libre de critiquer le GOP et tirer le parti vers la droite* »¹⁹³. Entre 1977 et 1980, les deux comparses parviennent à multiplier par 8 le nombre de noms de donateurs républicains et se positionnent ainsi en concurrents sérieux de *The Viguerie Company*, bien que cette dernière se tienne à l'écart du Parti républicain dont elle désapprouve certaines prises de position qu'elle juge trop molles et travaille quasi exclusivement pour des organisations conservatrices. Il n'en demeure pas moins qu'au moment d'entrer dans la décennie des années quatre-vingt, grâce au Parti républicain, le mouvement conservateur semble remis en selle.

L'intérêt majeur du publipostage réside dans ce qu'il permet de déployer une stratégie de contournement des appareils médiatique, politique et entrepreneurial tout à la fois. En premier lieu, il permet le contournement de l'appareil médiatique traditionnel dominé selon les conservateurs par l'idéologie sociolibérale. Média alternatif, le publipostage leur donne une voix dans le débat national dont ils se sentent mis au ban par des médias qui leur sont hostiles. En cela, il constitue un outil d'« incorporation à la vie de la cité » (*enfranchisement*)¹⁹⁴ d'une frange de la population qui se perçoit comme en étant traditionnellement exclue, désormais en position d'infléchir l'ordre du jour de la politique nationale. Outil d'information, le publipostage est surtout conçu comme le média de l'action des conservateurs¹⁹⁵ car il permet

¹⁹³ “*I wanted to be free to criticize the GOP and keep pulling the party to the right.*” Viguerie, “*Conservatives Test a New Secret Weapon*,” 104.

¹⁹⁴ NDT : Pour la traduction de ‘*enfranchisement*’, nous proposons l’expression « d’incorporation à la vie de la cité » car les termes proposés par différents dictionnaires – tels « admission au suffrage » ou « octroi du droit de vote » – semblent inadaptés au contexte présent. Il ne s’agit pas d’affirmer que le publipostage donne accès au suffrage mais de défendre l’idée qu’il donne un certain poids aux idées conservatrices en permettant aux conservateurs de faire infléchir certaines prises de décisions.

¹⁹⁵ Viguerie, “*Conservatives Test a New Secret Weapon*,” 108-109.

d'inciter les citoyens à prendre part au combat politique en les informant des batailles à livrer ainsi que des élections auxquelles des candidats conservateurs participent. Il fonctionne donc comme un instrument de promotion des événements et échéances politiques décisives pour la cause conservatrice. Avantage de taille, il permet aussi la réduction du coût des campagnes, voire leur autofinancement dans certains cas, puisqu'une lettre adressée à la bonne personne donne lieu à un don dans la plupart des cas, contrairement aux publicités télévisées et radiophoniques qui coûtent cher et n'assurent pas nécessairement un retour sur investissement. Enfin, élément essentiel, le publipostage permet à la résurgence du conservatisme de passer inaperçue du grand public et des médias traditionnels :

Direct mail gave conservatives a way to bypass the liberal "gatekeepers" at the liberal mass media [who] decided what was news, and what wasn't. Conservative issues would not pass the test, and conservative leaders and organizations were news only when they could be ridiculed or otherwise used to liberal advantage.¹⁹⁶

Ainsi, en ne ciblant que le segment de la population susceptible de réagir favorablement, le publipostage présente le double avantage d'optimiser l'effort de communication car il évite de gaspiller les ressources communicationnelles et de rendre le message invisible à ceux qui y seraient potentiellement hostiles :

Part of the reason that the growing movement escaped notice for so long was because of the medium primarily responsible for promoting that growth. Media scholars often refer to [traditional media] to explain historical events, but those media showed little of the uprising when it came under way. In fact, direct mail [...] did more than any other medium to build the movement.¹⁹⁷

Le publipostage permet donc aux conservateurs de prendre de court l'établissement républicain, les démocrates et les libéraux tout à la fois parce qu'il a fait de la réémergence du conservatisme un phénomène souterrain, ignoré des appareils politiques et médiatiques traditionnels tout au long des quinze années précédant l'élection de Reagan.

¹⁹⁶ « Le publipostage a donné aux conservateurs une façon de court-circuiter les 'filtres de l'information' des médias sociolibéraux [qui] décidaient de ce qui constituait ou non de l'information. Les questions relevant du conservatisme ne passaient jamais la barre et les dirigeants et organisations conservateurs ne présentaient de valeur informative que lorsqu'ils pouvaient être ridiculisés ou alors utilisés à l'avantage des sociolibéraux ». Viguier, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 109.

¹⁹⁷ « Le fait que l'ampleur croissante du mouvement soit passée inaperçue pendant si longtemps s'explique en partie par le média qui l'a rendue possible. Les chercheurs en communication font souvent référence aux [médias traditionnels] pour expliquer les événements historiques. Toutefois, ces médias ont peu montré cette montée en puissance du conservatisme au moment où elle était en train de se produire. En fait, le publipostage a contribué à la construction du mouvement plus que tout autre média ». James Brian McPherson, *The Conservative Resurgence and the Press: the Media's Role in the Rise of Right* (Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 2008), 135.

En second lieu, grâce au travail de Richard Viguerie, les conservateurs radicaux sont en mesure de s'affranchir du Parti républicain tout en travaillant à en prendre le contrôle. Disposant désormais d'un média alternatif efficace, ils ont toute latitude pour contourner les appareils politiques locaux et imposer les candidats qu'ils souhaitent voir gagner. Selon Viguerie, l'appareil républicain a pour coutume de sélectionner des candidats qui, en échange de soutien financier et logistique, prêtent une allégeance tacite au GOP dont ils se doivent de respecter la ligne idéologique. Pour les conservateurs révolutionnaires, l'appareil républicain génère donc des candidats inoffensifs et consensuels : « *At that time, the standard nomination and selection procedure was for a potential candidate to be vetted by his local hierarchy [...]. By then, this potential candidate would be tamed, or perhaps "neutered" is the better word, and would pose no threat to the party hierarchy* »¹⁹⁸. Ainsi, pour l'inventeur du publipostage politique, l'appareil du Parti républicain « stérilise » ses candidats, métaphore animale qui, en creux, fait du candidat soutenu par les organisations conservatrices de terrain un animal politique « entier », capable de s'affirmer comme dominant dans un jeu politique où le candidat soutenu par l'appareil républicain n'est qu'un matou docile. Par ailleurs, les conservateurs sont en position de tenir la dragée haute aux élus une fois ceux-ci en fonction, en mettant au jour ceux qui seraient susceptibles de tenir un double discours en fonction du public auquel ils s'adressent¹⁹⁹.

Enfin, grâce au publipostage, les conservateurs sont en mesure également de contourner le monde des affaires grâce aux dons des citoyens qui permettent l'autofinancement des campagnes. Le glissement du centre de gravité du jeu politique des sociolibéraux vers les conservateurs pendant la décennie soixante-dix entraîne, entre autres, la réallocation du soutien des grandes entreprises des démocrates vers les républicains. Grâce au publipostage, les conservateurs sont donc parvenus, sur le long terme, à arrimer le monde des affaires à l'aile droite du GOP en rendant le conservatisme rentable.

Le publipostage présente enfin l'avantage colossal de produire un effet très concret sur le scrutin. D'une part, il permet au candidat républicain jugé digne d'être soutenu de s'assurer le vote d'une plus grande part de l'électorat conservateur que les médias traditionnels, d'autre part, il place le candidat républicain en position de rallier jusqu'à 5% des électeurs de l'adversaire démocrate. Il s'agit alors de cibler les électeurs ne prenant traditionnellement pas

¹⁹⁸ « À cette époque, la procédure de sélection et de nomination consistait en l'examen soigneux et l'habilitation d'un candidat potentiel par sa hiérarchie locale [...]. À ce moment-là, le candidat potentiel était apprivoisé, ou peut-être que « stérilisé » est le mot adéquat, et ne présentait aucune menace pour la hiérarchie du parti ». Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 114.

¹⁹⁹ Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 118-119.

part au vote ou votant démocrate mais susceptibles de changer leur allégeance de manière ponctuelle sur une question précise. Le publipostage déclenche donc un phénomène de transfert marginal, en érodant une partie infime de l'électorat démocrate mais souvent décisive dans l'issue des élections.

En corollaire du publipostage, les conservateurs déploient une stratégie de mobilisation de l'électorat sur des questions à intérêt spécifique (*single issues*), c'est-à-dire des questions qui, prises individuellement, dépassent les clivages traditionnels entre les partis et sont susceptibles de rallier le pourcentage décisif d'électeurs non-républicains. Cela provoque un changement majeur dans le rapport du Parti républicain à l'électorat car désormais ce dernier se fluidifie pour se recomposer au sein de coalitions qui se forment de façon *ad hoc* autour de questions uniques²⁰⁰. Le publipostage et le ciblage de questions uniques induisent donc une certaine flexibilité du jeu politique sur le terrain et remettent en question les démarcations traditionnelles entre partis. Les questions à intérêt spécifique qui rendent le clivage possible appartiennent aux domaines de la morale, des valeurs traditionnelles et de la culture. Ainsi, les thèmes de la prière à l'école, de l'avortement, du droit des homosexuels et du rôle des sexes sont ravivés et instrumentalisés à partir des années soixante-dix²⁰¹, pour donner les « morality politics » – visant à supplanter « identity politics » – et les « culture wars »²⁰².

Après les échéances politiques de la fin des années soixante, c'est à Schlafly que l'on doit la première victoire incontestée du publipostage au début des années soixante-dix. En couplant son utilisation à celle du téléphone, elle parvient à mettre en échec la ratification de l'amendement à la Constitution sur l'égalité des droits, l'*Equal Rights Amendment* (ERA). Très laconique dans sa formulation, l'ERA dispose que l'égalité des droits ne saurait être refusée ou limitée par le gouvernement fédéral ou les États sur la base du sexe et confère au Congrès le pouvoir de mettre en application les dispositions de l'amendement par une législation idoine²⁰³. Il est voté par une majorité écrasante de 354 à 23 à la Chambre en octobre 1971, puis au Sénat (84 à 8) en mars 1972²⁰⁴, avec le soutien des démocrates sociolibéraux et de certains conservateurs échaudés par l'épreuve de force du passage du *Civil*

²⁰⁰ Viguerie, "Conservatives Test a New Secret Weapon," 35.

²⁰¹ Mickelthwait and Wooldridge, *Right Nation*, 80-83.

²⁰² Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*.

²⁰³ "1. Equality of rights under the law shall not be denied or abridged by the United States or by any State on account of sex.; 2. The Congress shall have the power to enforce, by appropriate legislation, the provisions of this article; 3. This amendment shall take effect two years after the date of ratification". Projet d'amendement consultable sur le site de la Chambre des représentants, *Constitutional Amendments NOT Ratified*, <http://www.house.gov/house/Amendnotrat.shtml>

²⁰⁴ "Phyllis Schlafly Uses Alternative Media to Stop ERA," *America's Right Turn*, 137.

Rights Act de 1964 dont ils étaient ressortis affaiblis. Suite au vote de l'amendement au Congrès, le processus de ratification par les états est lancé avec une rapidité telle qu'un an après seulement, 30 états sur les 38 requis l'ont ratifié. À cette époque, tout semble donc indiquer que la ratification de l'ERA est chose acquise.

Dès le passage de l'amendement au Congrès, Schlafly lance une offensive contre l'ERA en tirant la sonnette d'alarme sur ce qu'elle considère les dangers cachés d'un amendement en apparence anodin. À partir de février 1972, chaque numéro de sa lettre d'information mensuelle *The Phyllis Schlafly Report*, distribuée à quelques 3 000 abonnés, est consacré en partie à la dénonciation des méfaits de l'ERA. Tout au long des 100 numéros qui suivent, soit pendant plus de huit ans, les abonnés à la lettre se voient présenter des exposés méticuleux des menaces que fait peser l'amendement sur l'équilibre de la famille. Parmi celles-ci, Schlafly insiste sur la possible participation des femmes à la conscription, la fermeture des droits à la retraite des veuves, l'ouverture du mariage aux homosexuels et le financement de l'avortement par l'État fédéral²⁰⁵. Quand elle lance l'assaut contre l'*Equal Rights Amendment*, le combat semble perdu d'avance tant le dispositif communicationnel dont dispose Schlafly est dérisoire : «*In regard to alternative media [...] when we got into the ERA fight all we had was the telephone and The Phyllis Schlafly Report* »²⁰⁶. Le lectorat de la lettre d'information est certes très limité ; il est cependant composé d'éléments les plus dynamiques et les plus impliqués dans la vie de la cité, et surtout les plus dévoués à la cause conservatrice. Il s'agit principalement de femmes activistes dont bon nombre ont été au côté de Schlafly lors de la campagne qu'elle a menée en 1967 pour le poste de présidente de la *National Federation of Republican Women*. Grâce au zèle de ses abonnées, elle parvient à faire connaître sa cause auprès des législateurs des différents états afin qu'ils rejettent la ratification de l'amendement dans leurs assemblées. C'est celle de l'Oklahoma qui donne à Schlafly sa première victoire en rejetant l'amendement 52 à 36 le 29 mars 1972²⁰⁷.

En septembre 1972, elle fonde le mouvement STOP ERA à St Louis (Missouri) lors d'une convention qui réunit une petite centaine de femmes originaires de 30 états. Si Viguerie est l'éminence grise et l'homme d'affaires à succès, Schlafly est la femme de terrain qui met en pratique la (ré) invention du publi-postage par le premier. Elle développe en effet une stratégie

²⁰⁵ Viguerie, "Phyllis Schlafly Uses Alternative Media to Stop ERA," 138.

²⁰⁶ « *Pour ce qui est des médias alternatifs [...] quand nous nous sommes lancées dans le combat contre l'ERA, tout ce dont nous disposions, c'était le téléphone et The Phyllis Schlafly Report* ». Viguerie, "Phyllis Schlafly Uses Alternative Media to Stop ERA," 139.

²⁰⁷ "Oklahoma House Rejects Equal Rights Amendment," *The New York Times*, April 30th, 1972.

communicationnelle sans égale par l'élaboration d'un répertoire argumentaire (*argument repertoire*) simple et maniable dont elle arme les activistes du mouvement :

I laid down the party line on how to argue ERA, and how to debate it. And then everybody who wanted to defeat it pretty soon saw that my arguments were reliable and effective, as opposed to other arguments that other people would think of, like "God wants you" or "the UN plot", or something like that.²⁰⁸

Il s'agit d'ancrer l'opposition à l'amendement dans des considérations d'ordre pratique et de montrer la façon dont il est susceptible d'affecter le quotidien des femmes, en évitant de rentrer dans des arguments théoriques et abstraits. Elle se fait la conseillère en communication de la femme au foyer pour en faire un porte-parole de la cause, entraîné à la prise de parole dans les médias et au formatage du discours conservateur²⁰⁹.

À l'origine, STOP ERA constitue un mouvement plutôt informel sans réelle structure ni hiérarchie autres que les présidentes des branches locales établies dans les états où l'amendement est susceptible d'être ratifié. De plus en plus convaincue que la lutte contre l'ERA ne constitue qu'une partie infime d'un mouvement latent de plus grande envergure, en 1975, Schlafly transforme STOP ERA en *The Eagle Forum*, organisation pour la promotion des valeurs traditionnelles plus large et dont l'action s'étend au-delà de la mise en échec de l'amendement qui ne constitue d'ailleurs plus une menace dans bon nombre d'états. C'en est encore une toutefois dans l'Illinois dont l'assemblée organise une audience sur la ratification le 27 avril 1976. L'opération de protestation populaire qu'orchestre l'organisation constitue un tour de force sans précédent : à cette occasion, les troupes de Schlafly parviennent à sensibiliser les associations religieuses à leur cause. D'ordinaire peu enclins à s'engager politiquement ou même à prendre part aux élections – jusqu'aux années soixante-dix, les ministres du culte ont tendance à sensibiliser leurs ouailles à l'importance du salut personnel et non à l'action collective²¹⁰ –, leurs membres ont peu à peu rallié *The Eagle Forum* dans son combat. Outre le fait d'être parvenue à faire s'engager politiquement les organisations religieuses et les églises – phénomène qui marque un réel tournant dans la structuration de la Nouvelle Droite dans son ensemble –, Schlafly engage un processus de décroisement

²⁰⁸ « J'ai défini la ligne à suivre dans la manière de présenter les arguments contre l'ERA et la façon de débattre la question. Et alors, tous ceux qui voulaient mettre en échec l'amendement ont vu très vite que mes arguments étaient fiables et efficaces, contrairement à d'autres que certains avaient pu trouver, comme "Dieu a besoin de vous" ou "le complot des Nations Unies," ou des choses dans ce genre ». Viguerie, "Phyllis Schlafly Uses Alternative Media to Stop ERA," 139.

²⁰⁹ Micklethwait & Wooldridge, *Right Nation*, 81.

²¹⁰ Micklethwait & Wooldridge, *Right Nation*, 84.

confessionnel en ralliant les différentes dénominations protestantes à un combat engagé initialement par des catholiques et des juifs.

Le combat pour faire dérailler le processus de ratification de l'ERA marque non seulement le succès du publipostage – *The Phyllis Schlafly Report* a joué un rôle essentiel dans la structuration de la coalition opposée à l'amendement – mais il fait également la preuve que la stratégie de ciblage des questions uniques s'avère particulièrement efficace pour contourner l'obstacle que constituent les allégeances idéologiques et faire émerger des coalitions regroupant des individus de confessions et d'affiliations politiques très diverses. La stratégie ayant permis de faire échouer la ratification de l'ERA met l'accent sur l'objectif à atteindre et fait disparaître les lignes idéologiques, ce qui permet à chacun de rejoindre le combat sans crainte d'être incongru, comme le résume très justement Schlafly elle-même : « *I let people support my cause for the reason of their choice* »²¹¹. C'est précisément cette stratégie qui permet au conservatisme de devenir plus qu'un mouvement de terrain et de lui faire pénétrer les arcanes washingtoniennes par le biais des organisations de la Nouvelle Droite.

1.1.2.4. Structuration de la Nouvelle Droite

Le terme de « Nouvelle Droite » renvoie au phénomène de structuration, au début des années soixante-dix, des organisations conservatrices de terrains et des *think tanks* conservateurs washingtoniens en une coalition de grande envergure prônant une forme de conservatisme radical et activiste, mis en œuvre par des méthodes agressives et ciblées. Il s'agit d'une « *explosion de nouvelles organisations conservatrices, agressives et efficaces, qui ont mis de côté leurs différends et leurs jalousies et travaillent ensemble à conquérir un électorat plus large* »²¹². Cette coalition émerge sous l'effet catalyseur du publipostage politique, utilisé à grande échelle dès le milieu des années par Viguerie.

Dans son article “New Right” écrit pour *The Encyclopedia of American Conservatism* Raymond Wolters défend l'idée de trois temps forts dans l'histoire de la Nouvelle Droite. Très certainement influencé par l'article “The New Right : Its Face and Future” écrit par l'activiste Lee Edwards en 1962 dans la revue des YAF, *The New Guard*, l'auteur désigne par « Première Nouvelle Droite » le moment du renouveau intellectuel du conservatisme dans les années cinquante. Le moment de la « Deuxième Nouvelle Droite » correspond aux années soixante-dix, décennie durant laquelle le mouvement à proprement parler se structure. Quant à

²¹¹ « *Je laisse les gens soutenir ma cause pour la raison de leur choix* ». Viguerie, “Phyllis Schlafly Uses Alternative Media to Stop ERA,” 144.

²¹² “The New Right Network”, *The Washington Post*, January 29th, 1978: A14.

la « Troisième Nouvelle Droite », elle renverrait plus globalement aux défenseurs des valeurs traditionnelles²¹³. L'approche de Wolters suggère qu'il y aurait une continuité dans l'histoire de la coalition, tout n'étant qu'affaire d'intensité dans l'action qu'elle mène. C'est cette approche que semble adopter également Mokhtar Ben Barka dans son ouvrage de 1999 dont le titre *La Nouvelle Droite américaine : des origines à l'affaire Lewinsky*²¹⁴ définit la Nouvelle Droite comme un phénomène qui se poursuit au-delà de la présidence Reagan jusqu'au tournant du 21ème siècle. S'il existe une certaine filiation entre les cercles conservateurs intellectuels des années cinquante et la Nouvelle Droite des soixante-dix, ainsi qu'entre cette dernière et les conservateurs des années quatre-vingt-dix, la périodisation – au demeurant très floue – proposée par Wolters ainsi que l'idée d'une coalition perdurant dans l'après-Reagan comme l'entend Ben Barka ne sont pas totalement satisfaisantes.

Bien que Lee Edwards désigne le bourgeonnement de la pensée intellectuelle conservatrice par « nouvelle droite » dans son article de 1962, le conservatisme qui émerge au milieu des années cinquante sous l'égide de William F. Buckley n'a rien à voir avec le mouvement qui se structure sur le terrain autour de Viguerie, Schlafly et Weyrich dans les années soixante-dix. La Nouvelle Droite se différencie de la droite américaine traditionnelle principalement par l'objectif qu'elle se fixe – l'exercice du pouvoir – et les moyens mis en œuvre pour l'atteindre – la conquête de l'opinion sur le terrain par une stratégie de mobilisation agressive. Comme le résume très justement Scoffs Lyn Nofziger, collaborateur de longue date de Reagan et membre de son premier cabinet, « *les membres de la Vieille Droite étaient des orateurs et des pamphlétaires. Ils auraient préféré partir en fumée plutôt que gagner. La Nouvelle Droite, elle, s'est attelée à un objectif plus pragmatique, celui d'accomplir des choses* »²¹⁵.

Ainsi, l'action des conservateurs à cette époque se centre sur la critique du consensus sociolibéral ainsi que l'élaboration de paradigmes sociétaux différents, mais leur activisme demeure limité, voire inexistant. Même au cours de la période où Schlafly se lance à l'assaut du Parti républicain au milieu des années soixante, elle ne dispose pas d'un appareil de conquête de l'opinion semblable à celui de la Nouvelle Droite dans les années soixante-dix. Par ailleurs, la notion de Nouvelle Droite renvoie à un dispositif de conquête du pouvoir des conservateurs dans un contexte dans lequel la pensée sociolibérale définit les paradigmes

²¹³ Raymond Wolters, "New Right", in *American Conservatism: an Encyclopedia*, Bruce Frohnen (Ed.) (Wilmington, Delaware: ISI Books, 2006), 624-26.

²¹⁴ Mokhtar Ben Barka, *La Nouvelle Droite américaine: des origines à l'affaire Lewinsky* (Editions du Temps-Domaine Anglo-Saxon, 1999).

²¹⁵ "The Newest Right," *The Emporia Gazette*, October 4th, 1977, Issue No. 80: 4.

politiques et confère aux conservateurs le statut de minoritaires. L'affirmation progressive de Reagan comme tête de file du Parti républicain, son accession à la Maison Blanche et les huit années de sa présidence recentrent le jeu politique autour de paradigmes conservateurs. De ce fait, la coalition de la Nouvelle Droite a tendance à relâcher ses liens au cours des années quatre-vingt. Enfin, si la Nouvelle Droite jouit d'une solide implantation à Washington et développe des réseaux au Congrès, elle entretient des liens très problématiques et complexes avec le GOP dont elle souhaite demeurer indépendante. À cet égard, dès les premières années de la nouvelle présidence républicaine, Viguerie se montre particulièrement critique de l'action de Reagan.

Dans les années quatre-vingt, la césure entre l'establishment conservateur au pouvoir et les réseaux d'organisation de terrain est donc très visible. Au contraire, dans l'après-Reagan, toute l'action de Newt Gingrich consiste à fusionner ces deux factions dans une sorte de « projet de panconservatisme ». L'émergence de la Nouvelle Droite en tant que coalition structurée a lieu au début des années soixante-dix, et bien que les têtes de file du mouvement demeurent très actives tout au long des décennies suivantes, la coalition se délite dès le milieu des années quatre-vingt. L'émergence de la Nouvelle Droite est indissociable du publipostage politique et de la figure de Viguerie car c'est en travaillant à bâtir son industrie qu'il façonne le réseau des petites organisations conservatrices de terrain.

Par ailleurs, le publipostage permet également d'élargir le mouvement conservateur de terrain aux *think tanks* Washingtoniens qui émergent dès les premières années de la décennie soixante-dix. Toutefois, si Richard Viguerie assure la communication des organisations naissantes de la Nouvelle Droite et contribue à lever des fonds en leur faveur, leur financement est surtout pris en charge par le réseau de la philanthropie conservatrice qui émerge au tournant des années soixante-dix. Il est constitué de cinq fondations de grande envergure établies par des familles d'industriels hostiles aux politiques de la Grande Société qu'elles décident de mettre à mal en formant un contre-establishment pour recentrer le pays sur les valeurs socles du conservatisme, et pour ce faire, apportent leur soutien financier à des projets universitaires ou militants au coup par coup. Elles bénéficient du statut d'« organisation à but non lucratif » (*non-profit organization*) et à ce titre, du régime fiscal 501(c)(3) qui leur permet d'être exonérées d'impôts. « Les Cinq Grands » de la philanthropie conservatrice sont *The Adolph Coors Foundation*, *The Richard Mellon Scaife Foundation*,

*The Koch Foundation, The Lynde and Harry Bradley Foundation et The John Olin Foundation*²¹⁶.

La plus importante d'entre elles et la première à avoir été créée est *The Adolph Coors Foundation*²¹⁷, dont le fondateur éponyme est un brasseur du Colorado, dirigeant d'une entreprise désormais numéro un sur le marché de la bière. Piqué au vif par un mémorandum dénonçant les assauts portés au capitalisme par l'establishment sociolibéral²¹⁸, Joseph Coors, héritier et dirigeant de l'empire familial, jette les bases de l'édifice washingtonien de la Nouvelle Droite en janvier 1971 en créant un institut de recherche en sciences politique, *Analysis and Research Inc.*, avec l'aide de son conseiller Jack Wilson et de Weyrich, ancien journaliste, assistant du sénateur du Colorado Gordon Allot et « *le Lénine du conservatisme social : un révolutionnaire avec un talent rare pour l'organisation* »²¹⁹. En 1973, devant l'échec du projet, qui ne parvient pas à attirer des soutiens assez nombreux, Weyrich et Coors établissent *The Heritage Foundation* (HF), *think tank* dont l'objectif est de produire de l'expertise politique, et *The Committee For the Survival of a Free Congress* (CFSFC), organisation censée mener des actions de communications auprès des élus. *The Coors Company* apporte à HF un fond de roulement de 250 000 dollars pour sa première année d'activité.

Weyrich est alors une figure politique dont les allégeances idéologiques sont pour le moins sujettes à caution. Personnage qui incarne la frange catholique de la Nouvelle Droite, il ne cache pas seulement son admiration pour le Père Charles Coughlin mais entretient également des liens avec le Bavarois Franz Josef Strauss, dirigeant du gouvernement de Bavière et membre actif d'un parti politique regroupant d'anciens nazis²²⁰. Weyrich assure alors la liaison entre l'équipe de Strauss et certains membres de l'aile droite du Parti républicain au Congrès, tels les représentants Philip Crane et Edward J. Derwinski²²¹. C'est là un autre point de divergence entre la Nouvelle Droite et les cercles intellectuels des années cinquante : contrairement à William F. Buckley qui avait fermé la porte de *The National Review* aux conservateurs antisémites et aux sympathisants de la John Birch Society, Weyrich

²¹⁶ Micklethwait & Wooldridge, *The Right Nation*, 77-79

²¹⁷ La philanthropie conservatrice n'est pas l'objet de cette recherche, aussi nous limitons-nous à une brève évocation d'une seule fondation. Le choix de *The Adolph Coors Foundation* s'impose par le rôle pionnier qu'elle a joué dans l'établissement des organisations les plus importantes de la Nouvelle Droite au début des années soixante-dix. Voir Frau-Meigs dans *médiamorphoses* pour une liste et une analyse de ces fondations... + Vaisse

²¹⁸ Micklethwait & Wooldridge, *The Right Nation*, 78.

²¹⁹ Micklethwait & Wooldridge, *The Right Nation*, 81.

²²⁰ Russ Bellant, *The Coors Connection: How Coors Family Phylanthropy Undermines Democratic Pluralism* (Boston, MA: South End Press, 1991), 2.

²²¹ Bellant, *The Coors Connection*, 2.

trouve ces derniers parfaitement fréquentables. La Nouvelle Droite semble donc ouverte à toutes les sensibilités conservatrices dès lors qu'elles souhaitent rejoindre et contribuer activement à la coalition des anti-sociolibéraux.

Sous l'égide de Weyrich, *The Heritage Foundation* se montre particulièrement active dans la production de recommandations dans l'optique d'un retour des républicains à la Maison Blanche. En 1980, elle produit un rapport à destination de l'équipe de transition de Reagan, *Mandate For Leadership*, prônant le démantèlement d'un certains nombres d'agences gouvernementales et l'augmentation du budget de la défense. Bon nombre des rédacteurs du rapport sont ensuite recrutés dans le cabinet de Reagan. Fidèle de Reagan depuis la convention républicaine de 1968, Joseph Coors établit une sorte de « cabinet parallèle » (*kitchen cabinet*) qui établit ses bureaux dans les étages de l'Executive Office Building²²². Plus tard, au moment où le talk-show radiophonique s'affirme comme média de prédilection des conservateurs dans les années quatre-vingt-dix, *The Heritage Foundation* s'emploie à établir et nourrir des liens avec la sphère des animateurs de radio. Ainsi, Limbaugh est invité à prendre la parole lors du « Paul Weyrich Roast », banquet de célébration des vingt-cinq années d'activisme conservateur du créateur du *think tank* qui se tient le 1^{er} avril 1991 dans les locaux de la fondation²²³. Depuis les années deux mille, cette dernière organise également le *New Media Seminar* qui réunit la fine fleur du talk-show radiophonique conservateur.

C'est autour de *The Heritage Foundation* et de *The Committee For the Survival of a Free Congress* que se structurent les autres composantes de la Nouvelle Droite. Si cette dernière fait la preuve d'une force de frappe sans précédent à partir du milieu des années soixante-dix, son mode de structuration n'est pas nouveau. De l'aveu de Weyrich lui-même, il est tout simplement modelé sur les organisations sociolibérales : « *[The liberals] orchestrated [...] legislation in a very impressive way, each group playing its role—producing a study in time for the debate, drafting an amendment, planting stories. I saw how easily it could be done, with planning and determination, and decided to try it myself* »²²⁴. Après tout, « *si votre*

²²² Bellant, *The Coors Connection*, 10.

²²³ «Roasting the Righest of the Right; Conservatives Turn Out For Tough Guy Weyrich,» *The Washington Post*, April 2nd, 1991.

²²⁴ « *[Les sociolibéraux] orchestraient [...] le passage de la législation de façon très impressionnante, chaque groupe jouait son rôle – l'un produisant une étude à temps pour le débat, l'autre rédigeant un amendement ou organisant la fuite d'informations. J'ai vu la facilité avec laquelle cela pouvait être mené avec de l'organisation et de la détermination, et décidai de m'y essayer moi-aussi* ». Viguerie, 129.

*ennemi dispose de systèmes d'attaque qui fonctionnent et qu'il vous tue avec, vous avez intérêt à vous doter d'un système d'attaque à vous »*²²⁵.

Ainsi, il va s'atteler à répliquer et optimiser le système organisationnel des sociolibéraux : le CFSFC est modelé sur le *National Committee for an Effective Congress*, affilié au Parti démocrate, et le *Conservative Caucus*, dont il confie la direction à Howard Phillips et qui voit le jour en 1974, est copié sur le *Democrats' Common Cause*. Enfin, le *National Conservative Political Action Committee* (NCPAC) établi par John (Terry) Dolan en 1975 a pour but de contrer l'influence du *Committee on Political Education*, organe dépendant du syndicat AFL-CIO. NCPAC est le premier « comité d'action politique » (*Political Action Committee, PAC*) conservateur d'envergure à voir le jour suite au passage de l'*Election Reform Act of 1974* qui réforme la législation sur les contributions. La loi vise à empêcher qu'un petit groupe de donateurs puisse donner de larges sommes aux partis politiques, comme ce fut le cas en 1972, année où 153 gros donateurs ont fourni 20 millions de dollars à la campagne de Nixon²²⁶. Dès 1974, les PAC et autres *advocacy groups* fleurissent en masse pour compléter l'édifice de la Nouvelle Droite. Entre 1974 et 1986, le nombre de PAC passe de 600 à plus de 4 000. La plupart ont pour objet la défense du libre-échange si bien qu'en 1981, la moitié des PAC représente le monde des affaires²²⁷.

La force de frappe des PAC est colossale car, organisations à but non lucratif, elles permettent aux intérêts privés de soutenir les candidats conservateurs tout en défiscalisant une partie importante de leurs bénéfices. Surtout, les PAC permettent d'attaquer l'adversaire démocrate d'un candidat républicain sans que ce dernier ne puisse en être tenu responsable. Autrement dit, les PAC sont les faiseurs de basses œuvres du GOP, ce que Terry Dolan reconnaît sans ambages :

Groups like ours are potentially very dangerous to the political process. We could be a menace, yes. [...] We could say whatever we want about an opponent of a Senator Smith and the Senator wouldn't have to say anything. A group like ours could lie through their teeth and the candidate it helps stay clean.²²⁸

²²⁵ "If your enemy has weapons systems working and is killing you with them, you'd better have weapons systems of your own". Micklethwait & Wooldridge, *Right Nation*, 82.

²²⁶ Mélandri, *Histoire des États-Unis contemporains*, 620.

²²⁷ Mélandri, *Histoire des États-Unis contemporains*, 626.

²²⁸ « Des groupes comme le nôtre représentent un danger potentiel pour le processus politique. Nous pourrions représenter une menace, en effet. [...] Nous pourrions dire tout ce que nous voulons d'un adversaire du sénateur Untel et le sénateur n'aurait besoin de rien dire. Un groupe comme le nôtre pourrait mentir effrontément sans que le candidat qu'il soutient ne soit entaché ». Myra McPherson, "The New Right Brigade," *The Washington Post*, Aug. 10th, 1980: F1.

Avec *The Heritage Foundation* et Weyrich, *The Viguerie Company* constitue le centre névralgique de ces organisations dont Viguerie organise le financement dès leur création par le biais de son dispositif de publipostage. La FCF et NCPAC sont les bénéficiaires principaux des services de Viguerie²²⁹. Celui-ci impose des conditions drastiques à l'aide qu'il apporte en exigeant un droit de regard sur le choix des candidats que les organisations soutiennent. Ainsi, force centripète de la Nouvelle Droite, il parvient, une fois celle-ci structurée, à demeurer la figure incontournable à l'ascendant supérieur à celui de Weyrich, comme le confirme Alan Crawford : « *Viguerie has the whole piece of cake [...]. You can't tell Viguerie what to do. He is the master of his ship, and if you're going to tie your dinghy to it, you go where he goes* »²³⁰. L'influence du maître du publipostage s'exerce donc non seulement dans la mobilisation de l'opinion publique mais également dans la sélection des candidats aux fonctions électives. C'est d'ailleurs la maison des Viguerie à McLean en Virginie qui devient le quartier général de la Nouvelle Droite. Les chefs de file du mouvement s'y retrouvent tous les mercredis pour un petit-déjeuner de travail.

Ainsi, dès les élections de mi-mandat de 1974, première échéance politique dans laquelle la Nouvelle Droite joue un rôle important – le *Committee For the Survival of a Free Congress* lève 421 248 dollars dont il redistribue 194 000 à des candidats lors de la campagne de 1974. Les candidats républicains sont ainsi liés à l'appareil de la Nouvelle Droite qui se trouve en position d'infléchir dans une certaine mesure la politique du Congrès. Elle entretient cependant des rapports problématiques, voire conflictuels, à l'appareil républicain dont elle se méfie tout autant qu'elle souhaite le conquérir. Même pendant les deux mandats de Ronald Reagan, la Nouvelle Droite s'emploie à maintenir une certaine distance entre elle-même et l'establishment. Aussi n'y a-t-il jamais eu fusion entre l'appareil du Parti républicain et la Nouvelle Droite, la dernière travaillant sans cesse à faire infléchir le premier tout en protégeant son indépendance.

Le mode opératoire de la Nouvelle Droite est l'élément qui la différencie principalement de ce que ses tenants désignent par le terme de « Vieille Droite » (*Old Right*). Les acteurs de la Nouvelle Droite n'ont cure de la victoire sur le plan du débat : ce qu'ils visent c'est la victoire dans les urnes. Pour cela, ils déploient un dispositif particulièrement efficace de

²²⁹ Viguerie, 129; Bellant, *Coors Connection*, 16.

²³⁰ « *Viguerie se taille la part du lion [...]. Vous ne pouvez pas dire à Viguerie ce qu'il faut faire. Il est seul maître à bord de son navire, et si vous y attachez votre youyou, vous allez là où il va* ». Allan Crawford, *Thunder on the Right* (New York: Pantheon, 1980), 55.

mobilisation des citoyens qui permet de mettre à l'avant-scène du débat certaines questions ignorées des grands médias et de faire investir par le GOP puis élire par les citoyens, des candidats qui défendent sans concessions les fondamentaux du conservatisme. Enfin, les tenants de la Nouvelle Droite se montrent plus combatifs et plus rapides dans les actions qu'ils mènent, actions qui s'enchaînent à un rythme effréné.

L'âge d'or de la Nouvelle Droite est sans conteste la période 1977-1981. C'est dans les années charnières du mandat de Jimmy Carter que la coalition accélère son déploiement, intensifie son action et remporte des victoires cruciales. La controverse autour de la restitution du canal de Panamá, fin 1977, fournit à la coalition une occasion de montrer toute sa force de mobilisation. Face à l'inertie de Bill Brock, secrétaire du Comité National Républicain, incapable d'utiliser les fonds levés par son organisation pour soutenir une opération nationale d'opposition au traité que Jimmy Carter s'apprête à signer, les tenants de l'aile droite du Parti républicain, dont le représentant Phil Crane, se tournent vers Viguerie pour lever les 50 000 dollars nécessaires au succès de l'opération. Au lieu de la somme initialement prévue, *The Richard A. Viguerie Company* parvient à lever plus du double, démontrant ainsi la capacité de la Nouvelle Droite à prendre la tête de l'opposition aux démocrates à la différence d'un establishment républicain qui se montre apathique face aux enjeux. Un tel activisme semble porter ses fruits puisque les élections de mi-mandat permettent à vingt-cinq candidats républicains et dix-huit démocrates conservateurs soutenus par la Nouvelle Droite de remporter des sièges de représentant à la Chambre. L'action de la Nouvelle Droite permet aussi aux républicains conservateurs de remporter deux victoires inattendues : celles de Gordon Humphrey et de Roger Jepsen au poste de sénateur du New Hampshire et de l'Iowa respectivement. Selon Viguerie, en novembre 1978 « *la Nouvelle Droite atteint sa majorité pour de bon* »²³¹.

En 1979, la Nouvelle Droite étend le champ de son action à la frange religieuse de l'électorat conservateur en prêtant main forte à Jerry Falwell pour la création de *The Moral Majority*. Prédicateur baptiste du Sud, Falwell est une figure majeure du fondamentalisme chrétien. Outre sa ferveur religieuse, sa compréhension des processus de communication fait de lui un homme de média sans égal dans son domaine. Dans les années soixante, son émission *Old Time Gospel Hour* est diffusée sur plus de 500 radios à travers le pays. Si jusqu'au début des années soixante-dix son message est exclusivement non-politique, la

²³¹ "That November, the New Right really came of age." Viguerie, *The New Right: We're Ready to Lead* (Falls Church, VA: The Viguerie Company, 1981), 71.

législation de l'avortement par la Cour suprême en 1973 lui fait prendre conscience du nécessaire engagement politique des chrétiens. Au moment où elle s'engage dans la campagne des présidentielles de 1980, la Nouvelle Droite peut donc compter sur le soutien des fondamentalistes chrétiens que Falwell mobilise par le biais de médias traditionnels tout autant qu'alternatifs. En effet, outre son émission de radio, il utilise également la télévision en achetant du temps d'antenne pour diffuser des spots publicitaires et publie mensuellement *The Moral Majority Report*. Par ailleurs, le fax lui permet d'être en prise directe avec les églises de la nation dont les ministres du culte reçoivent *The Falwell Confidential Report* qui leur fournit des « éléments de langage » (*talking points*) destinés à étayer leurs sermons. C'est en 1979 également que Morton C. Blackwell crée *The Leadership Institute*, institution qui complète le dispositif de conquête de la Nouvelle Droite en y ajoutant la formation des hommes et femmes politiques à l'exercice du pouvoir. La mission de *The Leadership Institute* est « d'identifier, recruter, former et placer des conservateurs dans les sphères politique, gouvernementale et médiatique »²³². Ainsi, en 1979, la Nouvelle Droite parachève son édifice.

Outre la mobilisation des conservateurs sur le terrain, une partie de son action consiste, par le biais de ses comités d'experts, à développer un discours sur les valeurs socle de la société américaine, valeurs dont le mouvement conservateur serait le dépositaire, afin d'en inscrire l'action dans une sorte de continuité historique avec le conservatisme des origines des États-Unis et ainsi légitimer son action. Force est de constater cependant que le conservatisme révolutionnaire tel que le modèle la Nouvelle Droite à partir des années soixante-dix a peu à voir avec le conservatisme Burkien, ce que rappelle Paul Edward Gottfried dans sa relecture du conservatisme moderne : « *The conservative movement's appeal to values has protected it from looking more deeply at [...] its lack of connection to an older and more genuine conservatism [...]* »²³³. La convocation des « valeurs » est donc instrumentalisée pour maintenir l'illusion de la continuité du mouvement conservateur, tout en défendant l'idée d'une Amérique éternelle dont il serait précisément le défenseur contre les assauts d'un sociolibéralisme aussi malveillant qu'illégitime car incompatible avec les valeurs des États-Unis.

²³² “*The Leadership Institute's mission is to identify, recruit, train and place conservatives in politics, government and media.*” <http://www.leadershipinstitute.org/>, *Leadership Institute* homepage, as accessed on November 26th, 2006.

²³³ « *La convocation des valeurs par le mouvement conservateur l'a protégé de la nécessité de regarder de plus près son absence de filiation avec un conservatisme plus ancien et plus authentique* ». Paul Gottfried, *Conservatism in America: Making Sense of American Right* (New York: Palgrave, 2007), x.

1.1.3. L'affirmation du conservatisme révolutionnaire dans l'élite républicaine et l'émergence de Ronald W. Reagan

1.1.3.1. Structuration politique du conservatisme révolutionnaire pendant l'administration Ford (automne 1974 – janvier 1977)

Si au milieu des années soixante-dix, le conservatisme révolutionnaire conquiert peu à peu l'opinion, il gagne aussi les sphères de l'establishment républicain et l'administration Gerald Ford particulièrement devient le théâtre de querelles entre révolutionnaires et réalistes. À cette époque, les dirigeants de l'establishment du Parti républicain ne sont plus en phase avec leur base. Paradoxalement, c'est au moment où les idées conservatrices connaissent un écho particulièrement favorable auprès de l'électorat que le parti semble être le plus impopulaire. En avril 1975, *The New York Times* rapporte que si 68% de l'électorat se définit comme conservateur, entre 18% et 23% seulement affirme son soutien au GOP²³⁴. À cet égard, le parti de l'éléphant est dans une situation similaire à celle du parti de l'âne : tous deux semblent subir de plein fouet le phénomène de radicalisation idéologique qui met en crise leurs fonctionnements respectifs. Par ailleurs, par trop associé au scandale du Watergate et à Nixon, le Parti républicain pâtit d'une image particulièrement désastreuse auprès de l'électorat.

Succédant à Nixon après sa démission, Gerald Ford entreprend de réconcilier le pays avec lui-même et de lui rendre foi en ses dirigeants après l'épisode du Watergate. Républicain modéré, le nouveau président entend gouverner au centre. Or, dans les coulisses de son administration, conservateurs réalistes et conservateurs révolutionnaires se livrent à des passes d'armes sans merci. Les desseins centristes de Ford sont ainsi très vite mis à mal par une faction de fidèles de Nixon qui s'oppose dès le départ au nouveau locataire de la Maison-Blanche et travaille sans relâche pour imposer un ordre du jour en phase avec les fondamentaux du conservatisme. L'opposition de la frange droitière du gouvernement Ford s'exprime de manière indirecte : elle s'effectue par des attaques continues à l'encontre du Secrétaire d'État Henry Kissinger, systématiquement remis en cause pour son réalisme, en matière de politique intérieure comme extérieure, considéré par trop timide et manquant de pugnacité. Ainsi, pendant l'intermède de l'administration Ford, les rapports de force entre conservateurs réalistes et révolutionnaires se reconfigurent. Comme le confirme Sean Wilentz, les deux factions s'engagent dans une lutte pour la redéfinition de l'identité du Parti républicain dont l'issue s'est avérée déterminante pour la politique américaine tout au long de

²³⁴ Nick Thimmesch, "What the Right Thinks Of Mr. Ford," *The New York Times*, April 13th, 1975.

la fin du 20^{ème} siècle : « *The Ford administration was torn by competing ideologies and political agendas. Its tribulations would leave a lasting mark on the next thirty years of American history* »²³⁵. Au-delà des sphères de la Maison Blanche, la droite républicaine – ainsi que Reagan qu’il rebute tout particulièrement – perçoit Ford comme un président falot et sans envergure et l’observe avec un certain désarroi.

Trop peu préparé à sa nouvelle tâche, Ford estime qu’il est essentiel d’assurer la continuité avec l’administration précédente : il décide de maintenir dans leurs fonctions autant de partisans de Nixon que possible²³⁶. Les deux équipes ne parviennent toutefois pas à se fondre en une seule et le nouveau président échoue à imposer la cohésion à son cabinet. Sous Ford, la Maison Blanche est donc aux mains de factions dont la priorité n’est pas de servir le président mais de prendre le dessus l’une sur l’autre. Les débats enflammés autour du choix du vice-président ne font qu’ajouter à la discorde. Alors que George H.W. Bush s’impose comme le favori du Parti républicain, bien qu’il soit peu connu du grand public, le choix de Ford se porte sur Nelson Rockefeller dont la stature nationale est reconnue de tous. L’annonce de cette décision en septembre 1974 déclenche la fureur de l’aile droite du GOP qui, conjuguée à l’opposition farouche des Démocrates sociolibéraux au Congrès – notamment Bella Abzug, la représentante du district de Manhattan à la Chambre –, fait traîner les auditions sur plusieurs mois. La confirmation très tardive de Rockefeller au poste de vice-président humilie Ford et aliène définitivement les Républicains conservateurs.

Les conséquences politiques des déchirements entre réalistes et révolutionnaires ne tardent pas à se faire sentir : aux élections de mi-mandat de 1974, les Démocrates retrouvent une majorité confortable et le réalignment engagé par Nixon en est ainsi momentanément entravé. Dépitée, l’aile dure du GOP se laisse convaincre par Reagan de la nécessité d’une candidature alternative lors des élections suivantes.

La discorde se fait sentir également dans les questions économiques. Alors que la crise, momentanément occultée par le scandale du Watergate, reprend de l’ampleur – le choc pétrolier affecte très durement le secteur de l’automobile et fait augmenter fortement le chômage –, Ford se retrouve pris entre les tirs croisés de son Secrétaire au Trésor William Simon, favorable à une politique conservatrice d’interventionnisme étatique très limité, et du

²³⁵ « *L’administration Ford était déchirée par des idéologies et des ordres du jour politiques concurrents. Les péripéties qu’elle a connues allaient marquer très fortement l’histoire de l’Amérique des trente années qui suivirent* ». Wilentz, *Age of Reagan*, 28.

²³⁶ Henry Kissinger, Secrétaire d’État, James Schlesinger, Secrétaire à la Défense, William Simon, Secrétaire au Trésor, ainsi que Roy Ash, Kenneth Cole et le Général Haig sont ainsi renouvelés dans leurs fonctions respectives. Wilentz, *Age of Reagan*, 32.

président du Comité des Conseillers à l'Économie (*Council of Economic Advisers*), Allan Greenspan, dont les positions sont plus modérées et pragmatiques. Conscient que la crise économique doit constituer la priorité de son mandat, Ford propose une politique de rigueur fiscale afin de faire baisser l'inflation. Dans son discours sur l'état de l'union de janvier 1975, il annonce une augmentation de l'impôt sur le revenu ainsi que des coupes dans les dépenses sociales²³⁷. Il lance également une campagne de lutte contre l'inflation qui malgré son intitulé prometteur – *Whip Inflation Now*, dont l'acronyme est WIN, soit « gagner » en anglais – connaît un échec cuisant et se trouve la risée de l'aile droite du GOP qui prend davantage ses distances par rapport à la Maison Blanche et intensifie ses critiques à l'égard de la politique de Ford. Fin 1975, le projet de loi prévoyant une baisse permanente de la fiscalité est l'occasion d'une nouvelle passe d'armes entre révolutionnaires et modérés au sein de l'administration Ford. Les Républicains proposent un projet de réductions fiscales de 28 milliards assorties de coupes dans les programmes d'assistance du même montant. Le Congrès démocrate, qui vote le projet sans les coupes, se voit opposer le veto du Président. La nouvelle loi de réductions fiscales moindres votée par la suite donne lieu à un affrontement direct entre Simon, qui prône la résistance absolue aux desseins des Démocrates, et Greenspan, qui voit dans la loi un compromis acceptable. La signature de la loi par Ford intensifie l'ire de l'aile droite à son endroit.

Pris en étau entre deux forces antagonistes, le président Ford peine à tirer son épingle d'un jeu politique qu'il ne semble pas maîtriser. Depuis sa position sur le déficit, jugée trop molle, jusqu'à sa réticence à soutenir le régime de Thieu au Vietnam, en passant par les nominations à des postes clef de figures considérées par trop modérées, voire comme des suppôts du sociolibéralisme, – comme celles d'Edward Levi au poste de garde des sceaux (*Attorney General*) ou de Charles Goodell au *Clemency Program*²³⁸ – les décisions du président ne font que nourrir les foudres de l'aile droite du parti. C'est plus particulièrement la recherche du consensus avec la majorité démocrate au Congrès, démarche considérée inacceptable par les tenants du conservatisme révolutionnaire, qui fait pleuvoir les critiques.

²³⁷ Wilentz, *Age of Reagan*, 37.

²³⁸ Annoncé le 16 septembre 1974 par le Président Ford, le *Clemency Program* a pour objet l'examen des cas d'objection de conscience pendant la guerre du Vietnam. Les objecteurs de conscience n'ayant pas encore fait l'objet de sanction se voient imposer 24 mois de service civil obligatoire. Ceux ayant déjà été sanctionnés peuvent prétendre à l'examen de leur dossier par le Clemency Review Board, composé de neuf membres nommés par le président. L'objectif du *Clemency Program* est la réconciliation du peuple américain et la « *restauration essentielle de l'unité des Américains* » (*the restoration of the essential unity of the Americans*) après le traumatisme du Vietnam. "President Gerald R. Ford's Remarks Announcing a Program for the Return of Vietnam Era Draft Evaders and Military Deserters." September 16, 1974. *Ford Presidential Library*.

Les plus virulentes émanent principalement de la presse conservatrice. Ainsi, le rédacteur en chef de la revue *Human Events*, Allan H. Ryskind, fustige Ford en déclarant au printemps 1975 : « *He draws one line, and when Congress steps across, he falls back and draws another. How can we accept that?* »²³⁹ William Rusher, rédacteur en chef de *The National Review*, s'engage quant à lui dans une opération visant à convaincre Reagan d'attaquer Ford frontalement et de considérer sérieusement la possibilité d'une candidature lors des primaires suivantes. Les membres de sa propre administration ne sont pas en reste non plus : ceux des conservateurs qui s'étaient montrés plutôt réservés à l'égard de la modération de Nixon mais sans jamais le mettre en défaut publiquement, n'hésitent pas à critiquer ouvertement son successeur. Pour finir, sur le plan purement stratégique, Ford semble incapable de prendre la mesure de la résurgence conservatrice sur le terrain. Il n'engage aucune stratégie pour capitaliser sur les acquis de la campagne de 1972, première échéance électorale ayant permis au GOP de s'arroger une large part du vote conservateur et de fédérer les déçus de l'expérience sociolibérale – les Catholiques, les cols bleus du Sud profond et les partisans de Wallace.

Le paroxysme de la crise économique et sociale dans la ville de New York à l'automne 1975 place définitivement le Président dans une situation de porte-à-faux par rapport aux factions qui minent son administration. La détérioration des services de la ville ainsi que la mauvaise qualité de vie font de la New York du début des années soixante-dix l'allégorie de l'échec du sociolibéralisme nouveau style. L'intensification de la crise au mois d'octobre 1975 place le vice-président au centre d'un nouveau conflit entre révolutionnaires et modérés. Insensibles aux demandes d'aide financière pressantes de la part du vice-président, le Secrétaire d'État au Trésor William Simon et le Chef de Cabinet du Président Donald Rumsfeld donnent l'impression de vouloir causer la perte de Rockefeller en étouffant New York. À la mi-octobre 1975, ce dernier formule une ultime demande d'assistance financière à laquelle le Président et son Chef de Cabinet opposent leur refus et provoquent ainsi la rupture de ban entre Rockefeller et Ford. Le soutien financier que le Président se résigne à apporter dans la foulée des initiatives prises par l'État et la ville permet à cette dernière de sortir de la crise mais le fait apparaître comme « une girouette » (*flip-flopper*). Au final, en alimentant le conflit entre révolutionnaires et modérés, la crise de New York achève d'isoler le président de

²³⁹ « *Il fixe une limite et quand le Congrès la franchit, il recule et en fixe une autre. Comment pouvons-nous accepter cela ?* ». "President Gerald R. Ford's Remarks."

l'aile dure du Parti républicain, qui le considère comme un traître, mais également de ses alliés modérés et de ses rares appuis démocrates au Congrès²⁴⁰.

Au milieu de l'année 1975, les tenants du conservatisme révolutionnaire – à l'intérieur comme à l'extérieur de l'administration Ford – engagent une réflexion sur l'opportunité de rechercher une stratégie d'expression du conservatisme à l'extérieur du GOP. Peu à peu, l'idée d'un troisième parti s'affirme comme une solution envisageable pour bon nombre de conservateurs, tels William Rusher qui n'hésite pas à nourrir le débat sur la question. C'est Viguerie qui se montre le plus catégorique dans ses déclarations : « *The Republican Party is dead. We should say the proper pray, give it a decent funeral and rally another party* »²⁴¹. Au moment où s'ouvre la saison des primaires pour la désignation des candidats des deux grands partis au début de l'année 1976, Gerald Ford est donc un président décrédibilisé aux yeux des Américains et de son propre camp, lui-même en proie à des divisions entre les factions révolutionnaire et modérée, au coude à coude pour dominer l'ordre du jour du GOP. La virulence des conservateurs révolutionnaires est telle que la candidature naturelle de Ford en tant que Président sortant est mise à mal par le défi lancé par Reagan qui, soutenu par l'aile droite du parti, contraint Ford à un duel de primaires. Censé remporter la nomination haut la main, ce dernier doit livrer un combat acharné pour contrer les victoires de Reagan dans les états du Sud et des Plaines. Au final, il gagne la nomination d'une courte tête en remportant 27 états et en s'arrogeant 53, 29% du vote populaire. Ainsi, après s'être déployé sur le terrain depuis la fin des années soixante, en 1976 le conservatisme est en passe de s'affirmer également au sein de l'appareil républicain.

1.1.3.2. Les derniers feux du sociolibéralisme

Comme par un effet de vases communicants, l'essor croissant du conservatisme dans l'opinion se fait en parallèle au naufrage de l'idéologie sociolibérale qui connaît ses derniers feux pendant le mandat de Jimmy Carter. Les facteurs de la crise du sociolibéralisme sont tout à la fois d'ordre démographique, économique, politique et culturel.

Sur le plan structurel, le pays connaît une mutation démographique qui prend la forme d'une baisse du taux de natalité et de l'augmentation du nombre de personnes âgées, population plus sensible aux idées conservatrices. Les mutations sont aussi d'ordre économique : au tournant des années quatre-vingt, l'augmentation du secteur tertiaire au

²⁴⁰ Wilentz, *Age of Reagan*, 40-41.

²⁴¹ « *Le Parti républicain est mort. Nous devrions dire l'éloge funèbre de circonstance, lui donner des funérailles décentes et nous rallier à un autre parti* ». "President Gerald R. Ford's Remarks."

détriment du secteur de l'industrie, qui subit une perte de 2 millions d'emplois de cols bleus entre 1980 et 1982, reconfigure la structure des secteurs de production²⁴². Ces mutations technologiques affaiblissent grandement les syndicats puisqu'elles touchent les secteurs où ces derniers sont le plus fortement implantés. À cela s'ajoute l'achèvement du processus de restructuration de l'électorat engagé par Richard Nixon au début de la décennie, par le transfert vers le GOP des classes ouvrières et classes moyennes inférieures, électorat traditionnel du Parti démocrate.

En réaction aux politiques d'identité qui provoquent parmi les blancs de condition modeste le sentiment d'être abandonnés, cette frange de la population tourne le dos au Parti démocrate et rallie le Parti républicain. Considéré comme le moteur de la prospérité depuis les années 1930, à partir des années soixante-dix, l'État est mis « au banc des accusés »²⁴³. Les politiques héritées du New Deal et de la Grande Société s'essouffent et sont fortement remises en cause : le programme d'aide aux familles élevant un enfant avec des difficultés (*Assistance to Family with Dependent Children*) ainsi que les politiques de l'État Providence sont accusés de promouvoir une « culture de la pauvreté »²⁴⁴. Par ailleurs, le *busing* et la discrimination positive (*affirmation action*), héritage des années Kennedy/Johnson, sont dénoncées comme l'immixtion indue du pouvoir fédéral dans les affaires des états fédérés, auxquelles elles sont autant d'obstacles illégitimes. Enfin, l'action de la Nouvelle Droite sur le terrain aiguillonne l'hostilité à l'humanisme séculier et permet aux valeurs traditionnelles et morales de regagner du terrain.

Sur le plan conjoncturel, le président Jimmy Carter ne parvient pas à redorer le blason du sociolibéralisme ni à contrer les assauts des conservateurs sur le terrain. Figure politique locale sans lien avec les arcanes de Washington, il est étranger à l'élite politique fortement entachée et décrédibilisée par l'affaire du Watergate. Or, ce qui constitue sa force majeure pendant la campagne de 1976, s'avère être une grande faiblesse pendant l'exercice de son mandat. Sa mauvaise connaissance des dynamiques parlementaires lui cause de grandes difficultés dans le maniement du processus législatif et l'empêche d'obtenir le passage des lois qu'il présente au Congrès où les Démocrates ont la mainmise. Le soutien de ces derniers n'est pas acquis au président malgré leur identité de vues, ce qui grippe fortement le processus

²⁴² Mélandri, *Histoire des États-Unis*, 633.

²⁴³ Nous empruntons ici l'expression de Pierre Mélandri dans son ouvrage *Histoire des États-Unis contemporains*, 630.

²⁴⁴ Lewis, Oscar "The Culture of Poverty." In Gmelch et al. (Eds) *Urban Life* (Waveland Press, 1966); Lewis, Oscar, "Culture of Poverty." In Daniel P. Moynihan, *On Understanding Poverty: Perspectives from the Social Sciences* (New York: Basic Books, 1969): 187–220.

législatif²⁴⁵. Enfin, les modifications apportées au fonctionnement des commissions de la Chambre par l'accroissement du pouvoir des sous-commissions affaiblissent grandement la capacité des présidents de commission à peser dans la prise de décision, ce qui ralenti d'autant l'action du Congrès. Ainsi, si les Démocrates sont vivement critiqués pour leur action au sein de l'exécutif, ils le sont également pour le désordre législatif qu'ils semblent avoir causé à la Chambre.

1.1.3.3. La campagne de Reagan de 1980 et le rôle de la Nouvelle Droite

Outre la machine de guerre que la Nouvelle Droite met à sa disposition, Ronald W. Reagan bénéficie aussi d'un point d'appui essentiel dans la position de faiblesse dans laquelle se trouvent les démocrates. La reconfiguration du contexte électoral est un autre facteur en faveur. La fin des années soixante-dix marque la confirmation du déclin de la fidélité aux partis sous le double effet de l'affaiblissement des grands syndicats qui met à mal la machine électorale démocrate, et de la mobilisation de l'électorat de façon ponctuelle par la Nouvelle Droite autour de questions à intérêt spécifique qui, provoque une plus grande volatilité de l'électorat. En parallèle, au cours de la décennie, le désintérêt des Américains pour la vie politique s'accroît fortement, un phénomène qui se manifeste par l'augmentation du taux d'abstention qui atteint un niveau de 47% en 1980. L'abstention favorise principalement les classes aisées et instruites, plus à même de saisir les enjeux du processus électoral, ainsi que la frange la plus radicale de l'électorat, qui se tient en ordre de marche grâce à l'action du tandem Viguerie/Weyrich²⁴⁶.

À ce contexte politique en mutation, se conjuguent les changements radicaux dans la manière dont se conduisent les campagnes présidentielles où la communication par la télévision et la primauté de l'image prennent toute leur place : il ne s'agit plus tant de proposer un programme politique solide et à même de relever les enjeux, il s'agit de « vendre » le candidat à grand renfort de marketing comme on vendrait un produit de consommation. La campagne des républicains en 1980 consiste donc à « conditionner le candidat », tout comme les communicants de la Maison Blanche s'attachent par la suite à « conditionner la présidence » pour reprendre le concept de Kathleen Hall Jamieson dans son ouvrage de 1982, *Packaging the Presidency*²⁴⁷.

²⁴⁵ Wilentz, *Age of Reagan*, 45.

²⁴⁶ Mélandri, *Histoire des États-Unis contemporains*, 651.

²⁴⁷ Kathleen Hall Jamieson, *Packaging the Presidency: a History and Criticism of Presidential Campaign Advertising*, (New York: Oxford University Press, 1996).

Le tournant des années quatre-vingt marque en effet l'affirmation de la télévision comme médium dominant et source d'information première des Américains, ce qui induit un rapport différent du citoyen à l'information et donc au candidat. Parce qu'elle permet une forme de « dialogue en vis-à-vis » entre les téléspectateurs et les figures qu'elle met en lumière, la télévision inscrit le rapport entre les premiers et les derniers dans la sphère de l'intime et porte l'accent sur les personnes au détriment des idées qu'elles défendent. Ainsi, l'affirmation de la télévision provoque un changement de taille dans le traitement médiatique des candidats : l'accent est porté sur les personnes (*character*) au détriment des questions de fond (*issue*)²⁴⁸. La campagne présidentielle de 1980 marque donc l'amorce du phénomène de personnalisation de la politique. Ensuite, la structure même des journaux télévisés favorise un traitement épisodique des campagnes électorales, qui met l'accent sur l'anecdotique, le circonstanciel et le factuel, au détriment du traitement thématique et l'exploration fouillée des sujets, ainsi que la mise en contexte des questions abordées²⁴⁹. Enfin, le fonctionnement des réseaux hertziens qui obéit à la loi de la concurrence place ces derniers dans une course à l'audimat qui implique le recours à un cadrage des campagnes qui met l'accent sur la compétition entre les candidats (*conflict frame*), leur positionnement dans la course et leurs chances de gagner (*horserace*) plutôt que sur leur programme²⁵⁰. Sur le long terme, ce changement implique la nécessité de recourir à des campagnes de communication plus longues et plus coûteuses : si en 1980, une campagne sénatoriale coûte un million de dollars, ce chiffre triple en 1986²⁵¹.

Ainsi, à la veille de l'élection de 1980, Ronald W. Reagan dispose d'une base conservatrice en ordre de marche grâce au travail de terrain des organisations de la Nouvelle Droite, et énergisée par la rhétorique révolutionnaire d'un candidat qui promet de tourner pour de bon la page du consensus sociolibéral. Toutefois, à cause du fort taux d'abstention, Reagan n'est élu que par 28% des électeurs potentiels seulement, et en grande partie par la droite chrétienne radicale dont la position sur l'ERA et l'IVG est différente de celle du reste de des États-Unis²⁵².

²⁴⁸ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 208.

²⁴⁹ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 209.

²⁵⁰ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 209.

²⁵¹ Mélandri, *Histoire des États-Unis*, 626.

²⁵² Mélandri, *Histoire des États-Unis*, 626.

1.2. La déception du 1er mi-mandat Reagan : révolution conservatrice ou conservatisme pragmatique ? (1981-1983)

1.2.1. Ni conservatisme économique, ni conservatisme moral : du Reaganisme comme art de botter en touche

En dépit de la rhétorique révolutionnaire de Reagan et des efforts de ses partisans et héritiers pour entretenir l'idée d'une « révolution conservatrice » ou d'une « révolution reaganienne » (*Reagan Revolution*), le bilan du 40^{ème} président après huit années passées à la Maison Blanche apparaît fortement en décalage avec les intentions affichées initialement. Il semble que le président n'ait tenu ses engagements ni sur le front de la réforme de l'État Providence, ni sur celui des politiques de moralité alors même qu'il a été élu grâce à l'activisme infatigable des réseaux de la Nouvelle Droite et des organisations de défense des valeurs morales.

Il faut dire qu'il se heurte bien vite à la réalité de l'exercice du pouvoir, car s'il est élu très largement, le Congrès ne lui est pas acquis entièrement : suite à l'élection générale de 1980, si les républicains reprennent le contrôle du Sénat, la Chambre est toujours dominée par une majorité démocrate. Malgré l'arrivée de jeunes représentants dynamiques et prêts à en découdre – dont Gingrich qui entame son second mandat en tant que représentant du 6^{ème} district de Géorgie – la minorité républicaine est constituée de modérés. Reagan débute donc son mandat de Président dans un contexte de semi cohabitation, une réalité politique qui infléchit largement ses décisions, même si les Américains sont enthousiastes suite à son élection.

Dès la période de transition entre l'administration Carter et la nouvelle administration républicaine, les tenants de la Nouvelle Droite commencent à exprimer des réserves quant aux nominations prochaines du nouveau président. Les rumeurs qui commencent à circuler dans les arcanes de Washington au sujet de la nomination potentielle de figures comme Henry Kissinger et George Schultz font blêmir les conservateurs révolutionnaires, tel Viguerie, qui voyaient dans Reagan l'espoir du renouveau : « *Sure I expected to see an occasional liberal in there but the names we're seeing now do make us nervous. It looks like it might be old home week for the Nixon-Ford administration* »²⁵³. Par ailleurs, le choix de l'équipe de transition de privilégier les compétences et les qualités de gestion au détriment de la fidélité à Reagan et de

²⁵³ « *Bien sûr que je m'attendais à voir un occasionnel sociolibéral là-dedans mais les noms qu'on commence à voir nous rendent vraiment fébriles. Il semble qu'il pourrait y avoir des retrouvailles pour l'administration Nixon-Ford* ». Nicholas Lemann, "New Right: Unsettled by Its Man," *The Washington Post*, November 19th, 1980: A1.

la ferveur idéologique dans le recrutement désarçonne les conservateurs purs et durs, à l'instar de John D. Lofton, rédacteur en chef de *The Conservative Digest* : « *When I look, I don't see the hard-core Reaganites around Reagan. There are even moments when I wonder how much of a hard-core Reaganite Reagan is* »²⁵⁴. À la veille d'être investi président des États-Unis, Reagan suscite déjà le scepticisme de ceux qui ont contribué à sa victoire et qui voient en lui l'incarnation du dirigeant conservateur idéal.

Sur le plan économique, la nomination au poste de directeur de l'*Office of Management and Budget* de David Stockman – la seule qui, avec celle de Jeane Kirkpatrick et James Watt, trouve grâce aux yeux de Viguerie²⁵⁵ – augurait de changements radicaux dans la conduite des politiques économiques. Ardent conservateur fiscal, Stockman considère que l'État est l'ennemi à abattre car selon lui la fiscalité trop lourde freine la production de richesses : en cela, Stockman est l'archétype du partisan de la « politique économique de l'offre » (*supply-sider*)²⁵⁶. Conservateur révolutionnaire, il abhorre le consensus et le statu quo. Dans son livre de 1986, il dénonce les prises de position trop frileuses de Reagan: « *My attitude was that revolutionaries don't cut deals, they cut heads* »²⁵⁷.

Malgré le manque d'unanimité dans le soutien à la théorie de l'offre – le chef de cabinet James Baker, le directeur de campagne Martin Anderson et Allan Greenspan se montrent très sceptiques et mettent en garde le président sur son impact limité sur le secteur des affaires²⁵⁸ – Stockman se met au travail pour la légitimer en en démontrant l'effet positif sur la croissance. Il établit pour cela des prévisions de relance économique très optimistes. La politique économique et fiscale de Reagan est également largement influencée par Jack Kemp, co-auteur d'un projet de loi, *The Kemp-Roth Bill*, prévoyant la réduction de l'impôt fédéral de 27% sur trois ans.

Il ne parvient toutefois pas à obtenir du président les coupes qu'il juge nécessaire dans les dépenses et le programme économique présenté dans le discours que Reagan prononce devant le Congrès réuni en session commune (*joint session*) le 14 février 1981 n'est pas à la hauteur

²⁵⁴ « *Quand j'y regarde de près, je ne vois aucun Reaganien pur et dur autour de Reagan. Il y a même des moments où je me demande jusqu'à quel point Reagan [lui-même] est un Reaganien pur et dur* ». Lemann, "New Right."

²⁵⁵ Rachelle Patterson, "Reaganites Left Out in the Cold?" *The Boston Globe*, January 29th, 1981.

²⁵⁶ Le terme *supply-sider* n'a pas d'équivalent français hormis cette périphrase un peu lourde : le terme « théoriciens de l'offre », proposé parfois ne nous paraît pas tout à fait opportun dans ce contexte car les *supply-siders* ne sont pas les pères fondateurs de la théorie mais les partisans. Aussi choisissons-nous d'employer le terme tel quel pour le reste de notre étude.

²⁵⁷ « *Mon opinion est que les révolutionnaires ne négocient pas d'accords, ils coupent des têtes* ». David Stockman, *The Triumph of Politics: Why the Reagan Revolution Failed* (New York: Harper and Row, 1986), 118.

²⁵⁸ Wilentz, *Age of Reagan*, 140.

des attentes du jeune conseiller : seulement 41,4 milliards de réduction des dépenses publiques qui, si elles affectent 83 programmes sociaux, ne visent que les moins coûteux, et 30% seulement de réductions fiscales. Le budget de la défense est considérablement augmenté mais aucune réduction significative des dépenses de l'État Providence n'est engagée²⁵⁹. Enfin, Reagan annonce également que le projet de loi permettra de renflouer le déficit en 3 ans et d'engranger des excédents dès l'année 1984. Ces mesures sont mises en application par l'*Economic Recovery Tax Bill of 1981*, élaboré sur la base du projet de loi Kemp-Roth et promulgué le 13 août 1981.

Fin 1981, l'enthousiasme de l'élection semble perdurer, tant à Washington qu'à travers le pays. Les sondages sont très favorables au président dont l'action est saluée par l'opinion, et qui bénéficie d'un large soutien populaire, surtout depuis la tentative d'assassinat à laquelle il a échappé en mars. Par ailleurs, les Américains lui savent gré d'avoir mis en place autant de points de son projet en si peu de temps. Si les « Cent jours » d'état de grâce que chaque président connaît traditionnellement après son élection lui sont refusés par l'establishment conservateur, ils lui sont en revanche accordés par les Américains

Toutefois, les prévisions optimistes de Stockman se révèlent très vite complètement erronées. À la nécessité de revoir très à la hausse les projections du déficit – augmentation de 300 milliards de dollars par an²⁶⁰ – s'ajoute l'envol des taux d'intérêt, le taux de chômage atteint son seuil le plus élevé depuis la Grande Dépression avec 9,7% de la population sans emploi et les faillites de petites et moyennes entreprises augmentent à un rythme presque deux fois plus rapide qu'en 1980²⁶¹. Le président est contraint de se rendre à l'évidence : le pays est entré dans une récession que la réforme fiscale et les coupes budgétaires n'ont pas permis d'éviter. Le 3 septembre 1982, Reagan revient sur les réductions fiscales votées l'année précédente en promulguant le *Tax Equity and Fiscal Responsibility Act of 1982* (TEFRA), « la hausse d'impôts en une fois la plus importante de l'histoire des États-Unis » selon Richard Darman, l'assistant de James Baker²⁶².

Rétrospectivement, l'envergure des mesures annoncées lors du discours de février 1981 semble donner le ton de la politique économique de Reagan tout au long de son mandat : si les impôts son bel et bien réduits, la réforme de fond de l'État Providence, cheval de bataille du candidat Reagan en 1980 – et même depuis la campagne pour le poste de gouverneur de

²⁵⁹ Courtwright, *No Right Turn*, 145.

²⁶⁰ Wilentz, *Age of Reagan*, 146.

²⁶¹ Wilentz, *Age of Reagan*, 147.

²⁶² “The greatest single tax hike in American history.” Wilentz, *Age of Reagan*, 148.

Californie en 1966 – n’a pas été menée. Le « régime de prélèvements fiscaux-dépenses » (*tax-and-spend regime*) dénoncé par Reagan et les conservateurs depuis la Grande Société n’est pas démantelé, il est remplacé par un « régime d’emprunts-dépenses » (*borrow-and-spend regime*) qui grève le déficit en des proportions historiques. En deux ans, le 40^{ème} président augmente le déficit plus de deux fois et demie, en passant de 79 milliards en 1981 à 212 milliards en 1983²⁶³. L’année d’après, il revient sur une partie des réductions fiscales et en 1983, il augmente les prélèvements du régime de retraite (*social security*) et de couverture médicale vieillesse (*medicare*) effectués à la source. Au global, les prélèvements restent peu ou prou les mêmes. Les 5% de la tranche supérieure des plus riches bénéficient pleinement des réformes fiscales de l’ère Reagan : leurs revenus annuels passent de 120 000 dollars à 148 000 dollars entre 1979 et 1989²⁶⁴. Les réductions fiscales accordées à cette tranche de la population sont financées par des emprunts massifs à l’étranger : si en 1981, les États-Unis détiennent 141 milliards de dollars de la dette étrangère, en 1985 au contraire 111 milliards de leur dette est détenue par d’autres pays²⁶⁵.

Afin de maintenir la cohésion de la coalition conservatrice, Reagan porte ses efforts sur deux aspects de la politique intérieure en livrant une double guerre contre le crime et la drogue. Sur le plan de la criminalité, il renouvelle l’expérience menée en Californie et met en place un dispositif pénal lourd nécessitant un financement conséquent. Outre la réhabilitation de la peine de mort, déclarée inconstitutionnelle en 1972, l’administration Reagan apporte son soutien à des politiques visant à faciliter l’emprisonnement des délinquants juvéniles si bien que le nombre de mineurs incarcérés augmente de 50% entre 1979 et 1999²⁶⁶. Par ailleurs, elle porte tous ses efforts sur la nomination de juges conservateurs acquis à la cause du président et hostiles à « l’activisme judiciaire » des juges de l’ère sociolibérale. En 1986, un tiers des juges fédéraux a été nommé par l’administration Reagan²⁶⁷. Ainsi, dans les années quatre-vingt, les États-Unis sont en passe de devenir un « pays de l’ordre public » (*law-and-order country*). La fermeté du président sur les questions de criminalité apporte toute sa légitimité au discours sur la responsabilité personnelle et lui assure le soutien de la base conservatrice.

Le deuxième front sur lequel Reagan porte ses efforts est celui de la lutte contre la consommation de drogues. La généralisation de la consommation de stupéfiants parmi la

²⁶³ Courtwright, *No Right Turn*, 146.

²⁶⁴ Courtwright, *No Right Turn*, 146.

²⁶⁵ Courtwright, *No Right Turn*, 148.

²⁶⁶ Courtwright, *No Right Turn*, 156.

²⁶⁷ Courtwright, *No Right Turn*, 159.

jeunesse – en 1979, deux tiers des lycéens affirment avoir déjà pris des drogues – provoque une réaction parmi les classes moyennes blanches qui créent *Families in Action*, une organisation prônant la tolérance zéro en matière de consommation de drogue et qui s'engage dans une guerre contre la décriminalisation de l'usage de stupéfiants. C'est ainsi que l'administration lance la « Guerre contre la drogue » (*War on Drug*) sous la houlette de la première dame dont la réponse « dites simplement 'non' » (*just say 'no'*)²⁶⁸ à un groupe d'écolier qui lui demandait ce qu'il fallait répondre à quelqu'un qui propose de la drogue, est à l'origine d'un foisonnement de *Just-Say-No Clubs* sur tout le territoire américain. Il faut dire que la consommation de cocaïne est florissante : en 1985, vingt-cinq millions d'Américains reconnaissent en avoir pris²⁶⁹. La mort du jeune basketteur Len Bias à l'âge de vingt-deux ans au printemps 1986 provoque la réaction quasi instantanée du Congrès qui passe l'*Anti-Drug Abuse Act* au mois de juillet. L'essentiel de la loi consiste en un durcissement de la répression de la consommation de drogue par l'emprisonnement systématique des détenteurs de stupéfiants.

1.2.2. Insatisfaction de la base conservatrice de la Nouvelle Droite et de certains Républicains à la Chambre

Sur le plan des valeurs morales, Reagan a fait très peu pour tenir les promesses faites à la Nouvelle Droite et à la droite religieuse. À cet égard, son mandat débute sous de mauvais auspices, tant les réactions à la nomination de Sandra D. O'Connor au poste de juge de la Cour suprême sont vives. Jugée bien trop sociolibérale du fait principalement de son soutien à l'ERA, elle s'attire l'ire des organisations de la droite religieuse. L'un de ses principaux représentants, le président de la Commission Nationale du Droit à la Vie (*National Right to Life Committee*), Dr. J.C. Wilke, dénonce le reniement des engagements pris par le Parti républicain lors de la convention d'investiture : « *O'Connor's appointment represents a repudiation of the Republican platform pledge [...]. This appointment is a grave disappointment to the pro-life nationwide* »²⁷⁰.

Par ailleurs, Howard E. Phillips, président du *Conservative Caucus* au Congrès affirme sans ambages que le geste de Reagan a fortement endommagé le capital politique du président

²⁶⁸ *President Reagan and First Lady's Address to the Nation*, September 14th, 1986.

²⁶⁹ Courtwright, *No Right Turn*, 161.

²⁷⁰ « *La nomination d'O'Connor constitue la repudiation de l'engagement contenu dans la plateforme républicaine [...]. Cette nomination est une sérieuse déception pour les anti-avortement à travers le pays* ». O'Connor Bill Petterson, "Reagan Choice for Court Decried by Conservatives but Acclaimed by Liberals," *The Washington Post*, July 8th, 1981: A7.

et que ce dernier va devoir se passer du soutien de la Nouvelle Droite : « *The President is going to be suffering a degree of political influenza from which he will not easily recover. It will be a costly fight with people who have been his most faithful supporters. [...] We're going to be redirecting our efforts somewhere else now* »²⁷¹. Il faut dire que c'est la génération du baby-boom qui constitue désormais la majeure partie de l'électorat. Si Reagan était parvenu à s'en arroger le soutien « *réconciliant l'élan de libération de l'individu des années soixante avec l'aubaine du libre-échange des années quatre-vingt* »²⁷², il a conscience que cette frange de l'électorat qui a connu la libération sexuelle est beaucoup plus tolérante que les soutiens de la Nouvelle Droite sur les questions de morale. Comme le remarque à juste titre Nicholas Lemann de *The Washington Post* :

The passion that truly motivates the New Right is a moral one that is magic with segments of the electorate but doesn't translate well into government policy. New Right leaders talk most animatedly about restoring "values" to American life in the form of required school prayer, a constitutional ban on abortions and getting sex out of the movies and television—not reforms likely to be at the top of any president's list of things to do.²⁷³

Il semble donc qu'il faille voir dans la tendance du président Reagan à ignorer les questions relevant de la morale la conscience d'un intérêt politique bien compris. À cet égard, les discussions auxquelles donnent lieu les préparatifs du discours sur l'État de l'Union de 1987 illustrent le peu de cas que fait Reagan des organisations de défenses des valeurs traditionnelles. Aux conseillers du Président qui se désolent de voir Nancy Reagan caviarder un passage sur l'avortement, cette dernière leur oppose une fin de non-recevoir en déclarant : « *I don't give a damn to the pro-lifers* »²⁷⁴. Comme le résume Weyrich, les conservateurs qui entourent Reagan se montrent frileux sur les questions relatives à la morale :

Ce que je n'avais pas compris en 1981 c'était que les conservateurs, quand on en venait aux nombreuses questions de culture, allaient prendre leurs jambes à leur cou et quitter

²⁷¹ « *Le président s'apprête à souffrir d'une très forte grippe politique dont il ne se remettra pas aisément. Il va y avoir un combat coûteux avec ceux qui ont été ses plus fidèles soutiens [...]. Nous allons porter nos efforts ailleurs désormais* ». Fred Barbash, "Conservatives Feud in Wake of O'Connor Choice," *The Washington Post*, July 9th, 1981: A1.

²⁷² "reconcile the self-liberating impulses of the 1960s with the free-market opportunities of the 1980s", Courtwright, *No Right Turn*, 150.

²⁷³ « *La passion qui anime véritablement la Nouvelle Droite est une passion morale qui envoute certains segments de l'électorat mais est difficile à traduire en politiques gouvernementales. Les dirigeants de la Nouvelle Droite parlent de manière très exaltée de restituer ses « valeurs » à la vie américaine sous la forme de la prière obligatoire à l'école, de l'inscription dans la constitution de l'interdiction de l'avortement et de la disparition du sexe des films et de la télévision, autant de réformes peu susceptibles de figurer en haut de la liste des choses que le président doit faire* ». Lemann, "New Right."

²⁷⁴ « *Je n'ai rien à faire des pro-avortements* ». "Not Extinct," *The Economist*, July 13th, 1991.

la pièce en hurlant. Ils n'avaient pas grand-chose dans le ventre concernant ces questions²⁷⁵.

À l'instar des conservateurs fiscaux, partisans de coupes importantes dans les dépenses publiques et de réductions fiscales, il semble donc que la droite religieuse soit la grande oubliée des deux mandats de Reagan. Il y a donc une différence de taille entre les conservateurs révolutionnaires de la base et les conservateurs au pouvoir dont ils ont permis l'élection mais qui n'ont pas concrétisé les espoirs suscités pendant la campagne. Le mouvement conservateur apparaît donc animé de forces parfois contradictoires et défini par une tension entre la radicalité du discours et les contraintes de la pratique du pouvoir.

1.2.3. Le véritable héritage Reaganien : une révolution rhétorique

Figure politique qui s'affirme sur la scène nationale et fait campagne sur une plateforme conservatrice révolutionnaire, Ronald W. Reagan est un président qui gouverne en conservateur réaliste. Le ton moral et affirmé de ses discours, la très grande confiance en lui-même qui en émane ainsi que sa foi indéfectible dans le pays et ses possibilités trouvent un écho très favorable auprès de la base conservatrice. Depuis son arrivée sur la scène politique à l'occasion du défi lancé au président Gerald Ford lors des primaires républicaines de 1976, Reagan joue un rôle crucial de porte-parole de la libre entreprise et d'apologiste des grandes entreprises et de leur quête de la richesse.

Toutefois, au moment de quitter la Maison Blanche, l'héritage qu'il laisse est loin d'être celui de la révolution conservatrice qu'escomptaient ses soutiens sur le terrain et à Washington : son action n'a pas résulté dans la mise en place effective d'un dispositif législatif susceptible de redéfinir la société selon les canons du conservatisme économique et moral. Son bilan politique doit plutôt être évalué sur la base de sa contribution essentielle à la remise en cause des fondements idéologiques du sociolibéralisme sur les plans économique, social et culturel. Reagan a donc joué un rôle crucial sur le plan des idées en relançant le débat sur le juste rôle de l'État dans une société démocratique et libérale. La vraie révolution Reaganienne est donc une « révolution rhétorique » dans la mesure où le 40^{ème} président a fortement contribué à changer les paradigmes du débat politique : après son passage à la Maison Blanche, l'héritage idéologique et rhétorique du New Deal est définitivement soldé et aucun candidat démocrate à la fonction suprême ne pourra plus faire campagne sur la base d'un programme sociolibéral se revendiquant comme tel. Ainsi, William J. Clinton se

²⁷⁵ Courtwright, *No Right Turn*, 166.

présente aux Américains fin 1991 comme un « Nouveau Démocrate » (*New Democrat*) et le terme *liberal* est banni jusqu'au lexique des démocrates eux-mêmes. Enfin, la révolution rhétorique engagée par Reagan permet au conservatisme d'acquérir sa légitimité ainsi qu'une forte visibilité, et de s'installer durablement au centre du jeu politique : c'est désormais autour des paradigmes du conservatisme que s'organisent le débat et l'action politique.

Malgré le peu de changements sur les fronts de la politique économique et des questions morales, l'assurance de son discours ainsi que la crédibilité solide que lui confère son bilan en matière de politique étrangère légitiment son action auprès des Américains et assoient son statut de tête de file du mouvement conservateur. À ce titre, il est une figure incarnant l'entrée dans une nouvelle ère, qui a davantage redéfini la culture politique que changé concrètement la société. Lors d'une réunion fin 1988, à Newt Gingrich qui lui exprime son mécontentement devant le nombre de réformes n'ayant pas été conduites, Reagan répond : « *Well, some things you're just going to have to do after I'm gone* »²⁷⁶.

1.3. Affirmation d'un conservatisme révolutionnaire à la Chambre à partir de 1982

1.3.1. Emergence d'un conservatisme radical parmi les Républicains de la Chambre

En parallèle à la « révolution reaganienne » qui se met en marche, émerge une nouvelle génération de jeunes représentants républicains à l'esprit volontariste et réformateur, qui ne souffrent pas du syndrome de désarroi post-Watergate dont semble être frappée une grande partie des membres plus âgés de l'establishment républicain. Élu à la Chambre en novembre 1978, Newt Gingrich s'affirme en dirigeant de cette frange nouvelle du GOP qu'il fédère au sein de l'*Opportunity Conservative Society* (COS), « *un groupe informel de membres de la Chambre partageant les mêmes convictions* »²⁷⁷. Fondé sur la base du *Project Majority Task Force* de 1979²⁷⁸, l'année de l'élection de Gingrich à la Chambre, le groupe est créé en 1982. Il compte parmi ses membres principaux les représentants Vin Veber du Minnesota, Jack Kemp de New York ainsi que les sénateurs Trent Lott du Mississippi et Mack Mattingly, compagnon d'armes de Gingrich en Géorgie. Si le groupe est porté par l'arrivée de Reagan au pouvoir, les membres de la COS entendent bien affirmer leur indépendance envers la nouvelle

²⁷⁶ « *Eh bien, il y a certaines choses que vous allez tout bonnement devoir accomplir après que je serai parti* ». Steven Hayward, *The Age of Reagan* (New York: Crown Forum), 2009.

²⁷⁷ « *An informal group of like-thinking House members.* » David S. Broder, « *Opening GOP Minds,* » *The Washington Post*, October 23rd, 1983.

²⁷⁸ Le *Project Majority Task Force*, élaboré par Kemp et Gingrich, édicte pour la première fois la nécessité pour les républicains de regagner la majorité à la Chambre et pose les bases d'une stratégie pour y parvenir.

administration et se posent en observateurs critiques de son action. Ainsi, quand la COS commence à faire connaître son action à partir de 1983, le journaliste David S. Broder note que le groupe est composé de « *conservateurs d'une génération plus jeune que la loyauté à Ronald Reagan ne rend pas aveugle au fait que le monde est en train de changer d'une manière que le président et ses contemporains sont à peine en mesure de reconnaître* »²⁷⁹.

Sous la direction de Gingrich, et en coopération avec Mattingly au Sénat, la COS entend engager le renouveau de la société américaine en réhabilitant, grâce au progrès technologique, les valeurs traditionnelles, valeurs qui constituent selon lui le socle de l'expérience américaine. Le jeune représentant de Géorgie définit ainsi son projet : « *We are in fact building a new America around a new statement, a statement that traditional American values work and when combined with advanced technology will allow us to build a conservative opportunity society* »²⁸⁰. Au fond, le propos de Gingrich contient l'essentiel du projet des conservateurs depuis la résurgence du conservatisme nouveau dans les années soixante : il s'agit de refondre la société américaine dans son entier sur la base de ce qui serait les valeurs « éternelles » de l'Amérique en utilisant l'innovation technologique. Ce faisant, il donne également la preuve irréfutable qu'il est un conservateur révolutionnaire. D'ailleurs, le projet de la COS est pétri des idées défendues par la Nouvelle Droite. Dès 1980, il engage un travail acharné pour repérer et recruter des candidats républicains acquis à sa conception du conservatisme et en position de mettre en échec des représentants démocrates sortants, effort qu'il intensifie à partir de 1986, année où il prend la direction de GOPAC, une organisation dédié à la formation des cadres républicains²⁸¹. Paradoxalement, le GOP subit cette année-là de lourdes pertes à l'occasion des élections de mi-mandat dont Mack Mattingly ressort battu.

Le cœur de doctrine de la COS est constitué par les fondamentaux du Reaganisme – baisse des impôts, coupes dans les programmes de l'état providence, équilibre du budget, hausse du budget de la défense, prière à l'école et opposition à l'avortement. Bien décidé à contribuer à la mise en œuvre de ces principes par son activisme législatif, Gingrich s'attaque

²⁷⁹ “*Younger-generation conservatives whose loyalty to Ronald Reagan does not blind them to the fact that the world is changing in ways that he and his contemporaries can hardly reckon.*” Broder, “Opening GOP Minds.”

²⁸⁰ « *Nous sommes en fait en train de construire une nouvelle Amérique autour d'un postulat nouveau, le postulat que les valeurs américaines traditionnelles fonctionnent et que lorsqu'elles seront combinées avec les avancées technologiques, elles nous permettront de construire une société conservatrice des possibles* ». Mel Steely, *The Gentleman from Georgia* (Macon, GA: Mercer University Press, 2000).

²⁸¹ « *A new generation of Republican leaders is out there. And it's GOPAC's mission to promote them as they champion the conservative ideas and policies that will create jobs and address the challenges our communities face. Since 1978, GOPAC has been searching the ranks of state and local governments for promising Republican leaders, and giving them the education and financial support they need to lead America* ». “About GOPAC”, <http://www.gopac.org/about/>; dernière consultation le 23 septembre 2012.

au dossier épineux du système de retraite (*social security*) et présente plusieurs projets de loi dans ce sens. Au final, son action échoue et lui attire les foudres des démocrates autant que celles de son propre camp, y compris celles de Jack Kemp. Fort de cette expérience, il évite avec soin de mettre cette question en débat par la suite²⁸². Ce n'est qu'en 1997 qu'il s'y intéresse de nouveau mais cette fois-ci de manière secrète et bipartite en tandem avec Clinton, projet qui est mis en échec une nouvelle fois par le scandale Lewinski²⁸³. Attaché à la réforme de l'armée, Gingrich se montre très actif au sein de *The Military Reform Caucus*, groupe parlementaire qui compte Dick Cheney et Gary Hart parmi ses membres et dont l'action vise à restituer à l'armée son prestige perdu ainsi qu'à la doter de moyens plus conséquents. Enfin, sous la houlette de Duncan Hunter, représentant de la Californie, la COS s'empare de la prière à l'école, sujet dont le président Reagan avait fait un de ses chevaux de bataille mais pour lequel il montre trop peu d'âpreté au combat aux yeux de Gingrich. Ainsi, lors des *special orders*, Hunter organise un débat sur une proposition d'amendement à la constitution instituant le droit à la méditation à l'école²⁸⁴.

Si la jeune génération du GOP à la Chambre est particulièrement stimulée par l'arrivée de Reagan à la Maison Blanche, elle entretient un rapport au 40^{ème} président pour le moins ambivalent. Au départ, Gingrich se montre très enthousiaste à son égard car il incarne un grand nombre des valeurs auxquelles il est fortement attaché et, à l'instar du représentant de Géorgie, il a une conscience accrue que la communication est un élément consubstantiel à l'action politique :

Newt was delighted with Ronald Reagan, who personified so many of the things in which Newt believed. Reagan was clearly the heir to Barry Goldwater as leader of the conservative cause. His affable manner and ease of communication with the American people would go a long way for the Reagan Revolution. [...] The Republican Party had to connect with the conservative movement as it never had before.²⁸⁵

Malgré le soutien affiché à Reagan, Gingrich s'emploie très vite à jouer le rôle de la mauvaise conscience conservatrice du président en lui rappelant son engagement envers l'orthodoxie

²⁸² Steely, *Gentleman from Georgia*, 155.

²⁸³ Le projet de réforme du système des retraites, entrepris secrètement par Gingrich et Clinton lors de réunion informelles à la Maison Blanche est révélé par Steven M. Gillon en 2008. Steven M. Gillon, *The Pact: Bill Clinton, Newt Gingrich and the Rivalry that Defined a Generation* (New York: Oxford University Press), 2008.

²⁸⁴ Marguerite Sullivan, "School prayer proposal pushed by Hunter in House," *Evening Tribune*, March 16th, 1984.

²⁸⁵ « Newt était ravi par Ronald Reagan qui incarnait tant de ce en quoi croyait Newt. Reagan était sans conteste l'héritier de Barry Goldwater dans le rôle de tête de file de la cause conservatrice. Son affabilité et l'aisance avec laquelle il communiquait avec le peuple américain allaient contribuer beaucoup à la Révolution Reaganienne [...]. Il fallait que le Parti républicain soit en phase avec le mouvement conservateur comme jamais auparavant ». Steely, *Gentleman from Georgia*, 131.

conservatrice dès lors que l'action du 40^{ème} président en dévie. Les discussions autour du budget de 1982 et l'opposition de Gingrich est l'exemple le plus frappant de la façon dont ce dernier entend jouer ce rôle. Largement infléchi par l'influence des démocrates de la Chambre, le budget que présente l'administration Reagan en 1982 est refusé par la minorité républicaine. La COS prend la tête du mouvement d'opposition à la proposition et milite auprès des représentants du GOP pour qu'ils la rejettent. Gingrich se lance quant à lui dans un tour de force médiatique visant à mettre le président en défaut : au cours de l'été 1981, il apparaît partout sur les chaînes hertziennes et câblées. Dans l'hémicycle, il enjoint ses collègues à rejeter le projet de loi en déclarant : « *You, the Members of the People's House, are the country's last stronghold against mistaken policy* »²⁸⁶. Outre le reniement d'un des principaux engagements des campagnes de 1976 et 1980, Gingrich voit dans la proposition du président le piétinement d'un des fondamentaux de la doctrine des conservateurs révolutionnaires : « *Newt, though a great admirer of President Reagan, was not about to go back on the most consistent plank in all his campaign platforms: the need for tax cuts* »²⁸⁷. Par son opposition au budget de 1982 et son désaveu de l'action de l'exécutif, Gingrich montre sans ambiguïté qu'il se pose en protecteur de l'orthodoxie républicaine et que l'administration Reagan va devoir s'accommoder de sa présence.

Outre son rôle de gardien des canons du conservatisme, dès son arrivée au Congrès, toute l'action de Gingrich vise à donner une envergure nationale à l'élection des représentants. Pour ce faire, il s'attèle à convaincre le chef de la minorité républicaine Robert Michel de définir un projet commun que tous les candidats républicains porteraient dans leurs circonscriptions. Dès 1980, il convainc Michel d'organiser une conférence de presse sur les marches du Capitole pour dévoiler le programme des candidats républicains aux législatives²⁸⁸, démarche qui préfigure l'opération de communication autour du *Contract With America* lors de la campagne de l'élection de mi-mandat de 1994.

²⁸⁶ « *You, les Membres de la Chambre du Peuple, êtes le dernier rempart du pays contre les erreurs de la politique* ». Steely, *Gentleman from Georgia*, 145.

²⁸⁷ « *Newt, bien que fervent admirateur du président Reagan, n'était pas près de revenir sur ce qui avait été un volet constant de tous ses projets électoraux : la nécessité de baisser les impôts* ». Steely, *Gentleman from Georgia*, 139.

²⁸⁸ Steely, *Gentleman from Georgia*, 127.

1.3.2. Projet à long terme : faire émerger une majorité républicaine à la Chambre

Les tentatives successives de nationaliser l'élection législative répondent à l'objectif à long terme que se fixe Gingrich lorsqu'il prend ses fonctions de représentant : travailler à l'émergence d'une majorité républicaine au Congrès, seule condition selon lui pour éviter au pays de connaître le désastre²⁸⁹. Sa tentative infructueuse de faire plier l'administration sur le budget en 1982 lui fait toutefois prendre la pleine mesure des pesanteurs institutionnelles qui empêchent parfois jusqu'au président lui-même de mener à bien son projet de révolution initiale.

Conscient qu'il ne peut exercer d'influence directe ni sur la Maison Blanche ni sur le Président, il reconsidère sa stratégie de promotion de l'orthodoxie conservatrice. Après la débâcle du budget, il acquiert la conviction que c'est par le biais de la COS qu'il pourra infléchir les politiques républicaines. Il s'emploie donc à développer le groupe en recrutant de nouveaux membres parmi les républicains de la Chambre et apporte son soutien à ceux avec lesquels il se sent en phase sur le plan idéologique et stratégique. Surtout, l'échec de 1982 l'échaude et lui montre que l'opposition directe à l'administration doit être absolument proscrite. Ainsi, il renonce à la critique frontale et adopte une stratégie de contournement : « *He saw no purpose in directly opposing President Reagan or other party leaders. He thought it would be much better to enlarge his own forces and conquer by indirection* »²⁹⁰.

Son objectif est donc désormais de faire de la COS la plateforme de l'action des conservateurs révolutionnaires : il s'agit de s'en servir de levier pour influencer le Parti républicain et l'exécutif dans la conduite des affaires, mettre en défaut les démocrates et surtout engager la conquête de la Chambre. Ce faisant, il s'inspire de l'action de Richard Nixon auprès duquel il prend conseil en 1983 sur les questions de stratégie. Tous deux partagent l'analyse que le GOP se complaît dans son statut de minoritaire. Autre point commun avec Nixon, Gingrich voit les réformes sur le long terme : « *Like Nixon, Newt thinks in terms of decades, he forces the implementation of grand strategies, and he has an overarching, if often inexplicable, perspective based on long studies of government and the human condition* »²⁹¹. La démarche

²⁸⁹ Steely, *Gentleman from Georgia*, 117.

²⁹⁰ « *Il ne voyait aucun intérêt à s'opposer frontalement au président Reagan ou aux autres dirigeants du parti. Il pensait qu'il était plus opportun de développer ses propres forces et de mener la conquête par des voies détournées* ». Steely, *Gentleman from Georgia*, 151.

²⁹¹ « *Comme Nixon, Newt pense en décennies, il pousse à la mise en œuvre de grandes stratégies, et il a une vision globale, quoique souvent inexplicable, nourrie d'études approfondies de l'État et de la condition humaine* ». Steely, *Gentleman from Georgia*, 164.

qu'il engage en 1982 avec la COS répond donc à une vue à long terme de la politique et marque le début d'un projet censé se déployer sur plusieurs années.

1.3.3. Promotion agressive de la *Conservative Opportunity Society* : de la controverse comme stratégie de communication

La stratégie qu'engagent Gingrich et ses collègues pour promouvoir la COS s'inscrit pleinement dans la tradition conservatrice initiée par Schlafly et Viguerie. Elle s'appuie d'une part sur l'orchestration minutieuse et la mise en scène spectaculaire de polémiques impliquant la majorité démocrate à la Chambre : il s'agit de dénoncer ce que les membres de la COS perçoivent comme la tendance de la majorité démocrate à systématiquement étouffer les débats sur les questions importantes aux yeux des républicains, tendance qui, au final, rend la conduite des affaires parlementaires totalement stérile selon eux. Cette stratégie se fonde d'autre part sur une approche de communication directe vers les administrés par le biais de la chaîne parlementaire C-SPAN. C'est donc une stratégie qui, à l'instar de celle de Viguerie, recourt au contournement des grands médias pour mettre en défaut l'adversaire et promouvoir son propre ordre du jour.

La stratégie est orchestrée soigneusement par Gingrich qui confie à chacun de ses hommes une mission spécifique. C'est au représentant de Pennsylvanie Robert Walker, vieux briscard de la Chambre, qu'incombe la mission d'endosser le rôle d'homme de main de la COS. Il s'emploie à ralentir le processus législatif en organisant la contestation de la prérogative des démocrates à déterminer l'ordre du jour, tactique que certains représentants désignent par « les Guérillas de Gingrich » (*Gingrich's Guerillas*) : « *He has become the point man for a relentless campaign of parliamentary guerrilla warfare waged by a corps of ardent GOP conservatives who are challenging the majority Democrats' right to set the legislative agenda* »²⁹². Il joue donc le rôle de la mouche du coche de façon à agacer et irriter les démocrates en permanence, allant jusqu'à faire intentionnellement obstruction à des votes d'ordinaire rapidement expédiés, dont un portant sur une résolution non contraignante demandant au gouvernement sud-africain de ne pas exécuter des prisonniers noirs. Toute l'action de Walker consiste à exprimer la contestation par l'obstruction : il se veut « *objecteur de la minorité contre le consentement unanime* » (*minority objector of unanimous consent*)²⁹³.

²⁹² « *Il est devenu le porte-parole d'une campagne incessante de guérilla parlementaire livrée par un escadron de fervents conservateurs du GOP qui remettent en cause le droit de la majorité démocrate à décider de l'ordre du jour législatif* ». T.S. Reid, « 'Minority Objector' Conscientiously Flays Foes with House Rules, » *The Washington Post*, March 21st, 1984.

²⁹³ Reid, « 'Minority Objector' ».

De la même manière, Daniel E. Lungren, membre de la COS lui aussi, est rentré dans l'histoire en devenant le premier représentant depuis 1962 à s'opposer au « consentement unanime » (*unanimous consent*) sur la non-teneur du *Calendar Wednesday*. Le code de procédure de la Chambre prévoit que les projets de loi n'ayant pas été approuvés par la Commission des Règlements (*Rules Committee*) puissent être mis à l'ordre du jour. Le *Calendar Wednesday* est par tradition évacué de l'ordre du jour car le règlement implique des lourdeurs de procédure lorsqu'un projet est mis à la discussion de cette manière²⁹⁴. Simple formalité, les représentants donnent chaque semaine leur consentement unanime à la non-teneur du *Calendar Wednesday*. De façon à contraindre les démocrates à accepter de débattre de projets de loi qu'ils avaient jusqu'alors choisi d'ignorer, Lungren refuse de donner son consentement. En provoquant ces débats, le représentant de Californie compte forcer les démocrates à prendre officiellement position sur des questions brûlantes impliquant un positionnement partisan. De l'aveu de Lungren lui-même : « *We want to force members of Congress to go on record on these issues of importance to the American people [...]. We're trying to construct votes that will force them to take a stand* »²⁹⁵. En d'autres termes, les membres de la COS cherchent à faire sortir le loup du bois en forçant les démocrates à se montrer tels qu'ils sont.

La stratégie de promotion de l'action de la COS n'est pas non plus sans une certaine dimension théâtrale. En témoigne la mise en scène à laquelle donne lieu l'énième refus de la majorité en mars 1984 de porter l'un des projets républicains à l'ordre du jour. Dans l'optique de dénoncer la tendance des démocrates à systématiquement étouffer les initiatives républicaines (ce qui en anglais se dit *bottle up*, soit « mettre en bouteille ») les membres du COS organisent une conférence de presse au cours de laquelle ils brandissent une bouteille contenant tous les projets de loi que les démocrates ont refusé de porter au vote²⁹⁶. Afin de donner de la visibilité à leur activisme, les républicains de la Chambre recourent donc à la mise en scène. Là encore, à l'instar de Schlafly, la COS ne se fait aucune illusion quant au résultat des opérations qu'elle mène dans l'hémicycle car celles-ci finissent toujours par

²⁹⁴ “The Legislative Process on the Senate Floor: An Introduction” www.senate.gov/CRSReports/crs-publish.cfm?pid=%26*2D4Q%5CK3%0A; dernière consultation 13 octobre 2011.

²⁹⁵ « *Nous voulons forcer les membres du Congrès à s'exprimer publiquement sur ces questions qui sont importantes aux yeux des Américains [...]. Nous essayons de provoquer des votes qui les forceront à prendre une position ferme* ». Marcus Stern, “Young conservatives make waves at every chance on House floor,” *The Daily Breeze*, April 16th, 1984.

²⁹⁶ Stern, “Young conservatives make waves.”

échouer. Toutefois, le temps qu'y passent les républicains à batailler est autant de temps passé à occuper le devant de la scène sous l'œil des caméras.

L'impact de la campagne de communication continue de la COS est en effet amplifié par l'utilisation intensive de la chaîne parlementaire C-SPAN. Établie en 1979 à l'initiative de l'industrie de la câblodistribution mais conçue comme un service public, la chaîne *Cable-Satellite Public Affairs Network* a pour mission de faire accéder pleinement les citoyens au processus politique en lui donnant davantage de visibilité, notamment par la retransmission en direct des débats tenus dans l'hémicycle²⁹⁷. Gingrich, qui a une conscience particulièrement accrue de la nécessité d'utiliser les moyens modernes de communication, livre une guerre de communication constante. Il utilise donc C-SPAN de façon à relayer le message de la COS et retransmettre en direct son action dans l'hémicycle :

Popular support had to be galvanized [...]. Technology and the mass media seemed to be the answer [...]. Newt became a supporter of widespread computer usage. He stepped up his press exposure. He began to open lines to the rising talk-show explosion that would shortly produce a series of conservative shows [...] that would reach out to Americans and allow them to carry on a conversation as to the country's direction. Newt and his conservative colleagues helped lead that discussion through the regular media and especially through the use of C-SPAN in statements from the floor and in 'special orders' following the end of business each day. It would be difficult to overestimate the impact these efforts had as hundreds of thousands turned in to C-SPAN around the country and millions listened to the talk-shows.²⁹⁸

Ainsi, Gingrich comprend très tôt la nécessité de communiquer directement en direction des citoyens. C-SPAN lui permet de désenclaver les arcanes du pouvoir de Washington et de forcer symboliquement la « ceinture » (*beltway*) qui entoure la capitale fédérale pour faire connaître la réalité du processus législatif à la Chambre.

Sa stratégie s'avère payante : les retransmissions en direct sur C-SPAN des harangues républicaines à l'endroit des démocrates suscitent les réactions de milliers de citoyens à travers le pays, comme le confirme Walker lui-même : « *All of a sudden, I'm getting dozens and dozens of letters a week, from districts all over the country. You know, an awful lot of*

²⁹⁷ Mel Steely, *Gentleman from Georgia*, 131.

²⁹⁸ « Il fallait galvaniser le soutien populaire [...]. Il semblait que la technologie et les médias de masse fussent la réponse [...]. Newt devint partisan de l'utilisation massive de l'ordinateur. Il intensifia son exposition médiatique. Il commença à créer des liens avec les talk-shows dont l'explosion retentissante allait bientôt engendrer une série de programmes conservateurs [...] permettant d'établir le contact avec les Américains qui pouvaient ainsi participer au débat sur la direction que devait prendre le pays. Newt et ses collègues conservateurs aidèrent au déroulement de ce débat par le biais des médias traditionnels et particulièrement celui de C-SPAN lors d'allocutions depuis l'hémicycle et pendant les *special orders* qui se tenaient quotidiennement après l'ordre du jour. Il serait difficile de surestimer l'impact de telles actions quand des centaines de milliers de citoyens à travers le pays se branchaient sur C-SPAN et que des millions écoutaient les *talk-shows* ». Mel Steely, *Gentleman from Georgia*, 131.

people are paying attention »²⁹⁹. L'utilisation de la chaîne parlementaire permet donc à la COS de construire une base populaire qui apporte son soutien à l'action de la minorité républicaine. La réaction de Walker à l'annonce que les démocrates comptent bien répondre aux membres du COS dans l'hémicycle et en direct devant les caméras de C-SPAN résume tout l'objectif des jeunes Turcs de la minorité : « *This is great! What we've done is, we've gotten some attention* »³⁰⁰.

Ainsi, Gingrich apparaît non seulement comme un conservateur orthodoxe-révolutionnaire qui s'est fixé comme objectif de refonder la société américaine selon les principes fondamentaux du conservatisme, mais également comme une figure politique ayant pleinement compris que la maîtrise des médias et des technologies de communication est un facteur essentielle dans la réalisation de son projet. À la fin des années 1980, il apparaît donc que la reconquête de la Chambre par les Républicains ne pourra pas se faire sans un dispositif de communication efficace. Si les années quatre-vingt lui offre des occasions de fourbir ses armes, c'est dans les années quatre-vingt-dix qu'il instrumentalise l'appareil médiatique au pour le mettre au service de son projet de reconquête.

²⁹⁹ « *Tout à coup, je reçois des dizaines et des dizaines de lettres par semaine provenant de circonscriptions à travers tout le pays. Vous savez, il y a un sacré paquet de gens qui suivent* ». Reid, "Minority Objector'."

³⁰⁰ « *C'est très bien! Ce que nous avons fait c'est que nous sommes parvenus à attirer l'attention* ». Reid, "Minority Objector'."

CHAPITRE 2

-

LA FIN DE LA FAIRNESS DOCTRINE EN 1987: UN TOURNANT DANS L'ENVIRONNEMENT MÉDIATIQUE

Si l'émergence du talk-show radiophonique conservateur est le fruit des changements politiques d'envergure engagés au cours de la décennie, elle est aussi celui des mutations qui s'opèrent dans le secteur des télécommunications et des médias au cours des années quatre-vingt. Sous la pression du marché et avec le concours des pouvoirs législatif et exécutif, on assiste à la reconfiguration du système médiatique américain qui se manifeste par une double transition. En premier lieu, la décennie des années quatre-vingt est celle d'une accélération de la maturation technologique des supports électroniques – télévision par le câble et le satellite – et de leur multiplication. Le talk-show radiophonique conservateur émerge ainsi à la charnière entre « l'ère hertzienne » – marquée par un environnement médiatique³⁰¹ relativement stable, structuré autour de la domination de la télévision hertzienne d'une part –, et ce que Markus Prior désigne comme « l'ère post-hertzienne » (*post-broadcast era*)³⁰² d'autre part. Cette dernière se caractérise par la segmentation de l'offre médiatique sous l'effet de l'essor de la câblodistribution au détriment de la télévision hertzienne, par la réémergence de la radio, à la fin des années quatre-vingt-dix, par le développement de l'Internet, avec comme conséquence la fragmentation des publics³⁰³.

Sur le plan de la réglementation, la décennie des années quatre-vingt est en second lieu celle de la transition d'un modèle mixte fondé sur l'intervention de l'État dans le secteur privé des télécommunications en vue de satisfaire à l'obligation de service public, vers un modèle dérèglementé, affranchi de cette obligation. Cette double mutation contribue à la mise en crise des normes et codes du journalisme américain ainsi qu'à la résurgence dans les médias de discours plus nettement partisans – à laquelle le talk-show radiophonique conservateur contribue largement –, non sans incidence sur les publics, la construction de leurs représentations du monde et leur engagement civique.

³⁰¹ On entend par environnement médiatique l'ensemble des médias accessibles au public en un lieu et temps donnés. Cette accessibilité est fonction (1) de la disponibilité d'infrastructures technologiques et de (2) la volonté des individus d'utiliser ces infrastructures quand elles existent. Markus Prior, *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections* (Cambridge University Press, 2007), 9.

³⁰² Prior, *Post-Broadcast Democracy*, 9.

³⁰³ Prior, *Post-Broadcast Democracy*, 10.

2.1. Spécificité du système médiatique américain

2.1.1. Le système médiatique américain comme archétype du modèle « libéral nord-atlantique »

La spécificité du système médiatique américain et sa relation au politique constituent un paramètre essentiel de l'analyse du talk-show radiophonique conservateur car ils ont rendu possible des évolutions institutionnelles et législatives qui en ont favorisé l'émergence. La comparaison avec le système médiatique français permet de mieux saisir le cadre dans lequel émerge le talk-show radiophonique conservateur car elle met en exergue certaines des propriétés spécifiques du système américain. L'appréhension de ces propriétés est essentielle car le nouveau genre radiophonique s'est développé en s'appuyant sur certaines de ces propriétés tout en en rejetant d'autres.

Dans leur étude comparative des systèmes médiatiques des pays occidentaux, David C. Hallin et Paolo Mancini proposent trois modèles : le modèle « libéral nord-atlantique » (*Liberal or North Atlantic model*) qui prédomine au Royaume-Uni, en Irlande et aux États-Unis, le modèle « corporatiste démocratique » (*Democratic Corporatist Model*) qui prédomine dans les pays d'Europe du Nord, et le modèle « méditerranéen polarisé » (*Mediterranean or Polarized Model*), spécifique aux pays de l'Europe méditerranéenne. Ils sont établis selon quatre critères fondamentaux : (1) le développement d'un marché des médias et d'une presse de masse, (2) le rôle de l'État, (3) le degré de professionnalisation et (4) le degré d'« adéquation politique » (*political parallelism*)³⁰⁴. Une telle modélisation permet d'appréhender les caractéristiques dominantes de chacun des systèmes médiatiques, abordé par les auteurs comme un ensemble de médias interconnectés fonctionnant de manière organique, et non comme des ensembles statiques homogènes. En outre, elle offre un outil permettant de saisir les relations systémiques sous-jacentes aux différents systèmes médiatiques.

En introduction de leur étude, Hallin et Mancini notent que le modèle libéral nord-atlantique a fait l'objet d'un plus grand nombre de tentatives de conceptualisation que les autres modèles, et qu'il a souvent été abordé comme la norme idéale tant sur le plan des pratiques journalistiques que sur celui des dynamiques institutionnelles. Par contraste, leur travail s'inscrit dans une approche d'analyse empirique des développements historiques propre à chaque système – en tant qu'institution ancrée dans un cadre politique, sociétal et

³⁰⁴ Daniel C. Hallin and Paolo Mancini, *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* (Cambridge University Press, 2004), 21.

culturel spécifique –, et non dans une approche normative³⁰⁵. L'approche comparative permet d'évaluer l'impact des structures institutionnelles sur les valeurs socles propres aux médias des sociétés occidentales, telles que le pluralisme, l'ouverture et l'indépendance, ainsi que la précision et l'exhaustivité de l'information.

Dans la modélisation de Hallin et Mancini, le système médiatique américain jouit d'un statut non problématique : il constitue l'archétype du modèle libéral nord-atlantique³⁰⁶. Celui de la France est en revanche plus ambigu. L'influence marquée de la sphère politique sur les médias français ainsi que les liens historiques que ces derniers entretiennent avec ceux des pays d'Europe méditerranéenne – comme le suggère l'exportation du modèle de la presse française en Italie et dans la péninsule ibérique par les invasions napoléoniennes – l'assimilent au modèle méditerranéen. Il occupe toutefois une position intermédiaire au sein de cette catégorie car il n'en présente pas toutes les caractéristiques.

Dans les pays d'Europe méditerranéenne (Italie, Espagne, Portugal, France et Grèce), le développement des institutions libérales (industrie capitaliste et démocratie politique) s'est effectué plus tard que dans les pays d'Europe du Nord. Elles ne s'y sont affirmées qu'après de longues luttes politiques qui parfois se sont poursuivies au 20^{ème} siècle. Héritage de cette particularité historique, l'éventail politique est beaucoup plus large dans ces pays que dans ceux d'Europe du Nord – d'où le terme de « pluralisme polarisé » – et des relations existent entre la sphère politique et les médias qui sont différentes des pays d'Europe du Nord. Typiquement, dans le modèle méditerranéen, les médias ont eu une fonction d'expression idéologique et de mobilisation politique ; ils ont souvent été partie prenante dans les conflits politiques. Ils sont également marqués par un faible développement commercial qui implique une plus forte dépendance à l'égard de l'État, des formations politiques, de l'Eglise et de mécènes privés, ainsi qu'un degré de professionnalisation et une autonomie moindres.

Au contraire, dans les systèmes médiatiques appartenant au modèle libéral nord-atlantique, la presse commerciale s'est développée relativement tôt avec une aide de l'État très limitée, et s'est affirmée au point de marginaliser les rares supports médiatiques affiliés aux formations politiques, aux syndicats et aux confessions religieuses. Les médias d'information écrits et électroniques ont développé un style journalistique particulier ainsi qu'une tradition de neutralité politique, à l'exception de la Grande Bretagne. Dans ces quatre pays, le journalisme jouit également d'un très fort degré de professionnalisation. De la même

³⁰⁵ Hallin and Mancini, *Comparing Media Systems*, 12.

³⁰⁶ Hallin and Mancini, *Comparing Media Systems*, 198.

façon, l'Irlande exceptée, la diffusion commerciale (*commercial broadcasting*) y a joué un rôle plus important que dans le reste de l'Europe continentale, tout comme la diffusion publique (*public broadcasting*), et ce, à l'exception des États-Unis³⁰⁷.

Le moment de l'histoire où se développe une presse de masse – premier critère de la modélisation proposée par Hallin et Mancini – est un facteur clef dans la constitution des systèmes médiatiques. Dans la majorité des cas, ce phénomène intervient fin du 19^{ème} / début du 20^{ème} siècle. Aux États-Unis, le développement de l'économie de marché pendant l'ère jacksonienne et l'affirmation des classes sociales qui y sont liées ont beaucoup stimulé le développement de la presse. D'un modèle de société libérale mercantile pétrie des valeurs aristocratiques héritées de la tradition britannique, les États-Unis entament la transition vers un modèle de « démocratie égalitaire de marché » (*egalitarian market democracy*) fondée sur une participation accrue des citoyens à la vie économique et civique indépendamment de l'appartenance de classe³⁰⁸.

La presse voit dans cette nouvelle donne sociale l'occasion d'élargir son lectorat et engage pour ce faire un processus de démocratisation qui se manifeste par des changements à deux niveaux. En premier lieu, les journaux et gazettes repositionnent leur contenu sur des sujets en rapport avec les préoccupations des citoyens ordinaires, désormais impliqués davantage dans la vie économique et sociale du pays. Jusque-là accessibles uniquement aux élites, les journaux s'adressent dès lors à l'ensemble des citoyens, changement facilité par l'utilisation progressivement généralisée du télégraphe à partir des années 1840³⁰⁹.

De façon à exploiter pleinement le potentiel de cette nouvelle technologie, les journaux new-yorkais mettent en commun leurs dispositifs logistiques de collecte de l'information et créent, en 1848, l'organisation *Associated Press (AP)* qui recueille l'information sur tout le territoire américain et la transmet à chaque journal membre. C'est à ce moment de l'histoire du journalisme que se fait jour le concept de « nouvelles » (*news*)³¹⁰. En second lieu, la nécessité d'attirer un plus large lectorat provoque un relâchement des affiliations partisans qui, si elles demeurent, exercent une influence moindre sur le contenu éditorial et diminuent leur contribution financière. Il en résulte ainsi un changement de la structure économique des

³⁰⁷ Hallin and Mancini, *Comparing Media Systems*, 31.

³⁰⁸ Michael Schudson, *Discovering the News: A Social History of American Newspapers* (New York: Basic, 1978), 44.

³⁰⁹ Finalisé par Morse en 1838, le télégraphe est mis en service pour la première fois en 1843 grâce à l'octroi par le Congrès d'un budget de 30 000 dollars pour établir la ligne Washington-Baltimore. Schudson, *Discovering the News*, 34-35.

³¹⁰ Schudson, *Discovering the News*, 22.

journaux qui, outre l'abonnement, dégagent désormais principalement leur recette de la publicité et de leurs ventes par l'abaissement du prix du journal de six à un penny de manière à le rendre plus accessible également sur le plan financier. Si la révolution industrielle accélère le développement de la presse, les journaux américains connaissent une augmentation très forte de leur lectorat à la fin des années 1920, décennie où le droit de vote est étendu aux femmes et à tous les hommes de race blanche, indépendamment du statut social³¹¹.

Les effets de la démocratisation précoce de la société américaine sur sa presse écrite se ressentent encore à l'époque contemporaine. Elle implique en effet une distinction entre les deux systèmes quant à la nature du journal, sa relation au lectorat et son rôle dans le processus de communication sociale et politique. En Europe méditerranéenne, les journaux proposent un contenu sophistiqué et politisé et s'adressent à une petite élite urbaine, instruite et active politiquement : ils sont donc impliqués dans un processus de débat horizontal entre élites. Au contraire, le journal d'Europe du Nord ou américain s'adresse à un lectorat de masse pas nécessairement engagé politiquement et la négociation y est verticale entre l'élite et les citoyens. Par ailleurs, l'importance de la presse et de son implantation dans les habitudes des citoyens détermine les schémas de consommation des médias d'information électroniques : là où la presse est moins implantée, la consommation de télévision et de radio est plus élevée, comme c'est le cas dans bon nombre de pays méditerranéens comme la Grèce qui détient le record du nombre d'heures passées devant la télévision³¹².

Par opposition au système médiatique français, l'intervention de l'État dans la gestion des supports techniques de télécommunications – deuxième critère – est beaucoup moindre aux États-Unis mais pas inexistante. Elle est assurée par la *Federal Communications Commission* (FCC) qui exerce la fonction d'allocation des licences de radio et télédiffusion ; bien que non négligeable, son rôle dans la gestion des contenus est cependant moindre. Contrairement à la Cour suprême qui garantit le modèle du *free press* par sa fonction d'arbitrage dans les contentieux liés à la presse écrite, la FCC intervient dans les questions relevant de la culture de l'écran à laquelle la radiodiffusion est associée³¹³. C'est le *Radio Act of 1927* qui signe l'acte de naissance de la Commission – elle est alors créée sous le nom de *Federal Radio Commission* (FRC). Elle se voit assigner un rôle de réglementation du secteur des

³¹¹ Hallin and Mancini, *Comparing Media Systems*, 204.

³¹² Hallin and Mancini, *Comparing Media Systems*, 24.

³¹³ Divina Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ? Journalisme, information et démocratie aux États-Unis* (Bruxelles : De Boeck, 2006), 118.

télécommunications, avec l'impératif de servir « *l'intérêt, la commodité et la nécessité publics* »³¹⁴. Le *Communications Act of 1934*, qui remplace la loi de 1927, renomme la FRC *Federal Communications Commission* dont elle étend et précise les prérogatives. La section 303 dispose que la FCC devra promulguer les règlements propres à satisfaire les provisions de la loi en matière de réglementation des supports et des contenus³¹⁵ : son rôle consiste à promulguer des sortes de décrets d'application de la législation relative aux télécommunications. La loi de 1934 a constitué jusqu'en 1996 le socle de la réglementation de l'industrie des télécommunications.

Pour satisfaire l'impératif de service public établi par la loi de 1927 et confirmé par celle de 1934, la FCC crée deux modèles de réglementation du secteur des télécommunications : le *common carrier* et le *public trustee*. Le premier s'applique aux services de télécommunications et aux médias de diffusion, c'est-à-dire aux services établissant les infrastructures nécessaires à la transmission des signaux, désignés également sous le terme de « transporteurs ». C'est par ce statut que l'état, par le biais de la FCC, réglemente le secteur privé des télécommunications et organise le service public de l'information pour que soit garanti l'« accès universel » (*public access*) aux services de télécommunications. On entend par « accès universel » le droit des citoyens à accéder aux infrastructures de télécommunications mais il est sans obligation de couverture territoriale (notamment dans les zones d'accès difficile ou dans les zones commercialement pauvres). La notion d'accès universel ne concerne aucunement les contenus diffusés par le biais de ces infrastructures et ne doit pas être confondue avec celle de « service universel » (du modèle français et méditerranéen). Ces dernières sont régies par des règlements, accords-cadres et directives dont l'application est elle-même assurée par des *public utility commissions* au niveau local³¹⁶.

Depuis la mise en place du *Telecommunications Act of 1996*, le statut de *common carrier* est assorti de nouvelles règles d'obligation de transport (*must-carry rules*) – les premières sont mises en place par le *Cable Act* de 1984 – visant à réduire les monopoles locaux des transporteurs et à stimuler la concurrence. Ces règles obligent les transporteurs à offrir aux

³¹⁴ Le *Communications Act of 1934* dispose que l'intervention de l'État par le biais de la FCC dans la réglementation du secteur des télécommunications – qu'il s'agisse des supports techniques ou des contenus – est mandatée par “*public interest, convenience and necessity*”, expression récurrente, particulièrement dans les sections 303 (*Powers and Duties of the Commission*) et 307 (*Licenses*).

³¹⁵ 47 U.S.C §303 Powers and Duties of the Commission (1934).

³¹⁶ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 118.

entreprises locales concurrentes des accords d'interconnexion et de segmentation du réseau ainsi qu'à leur concéder un droit de passage ainsi que des compensations réciproques³¹⁷.

Le statut de *public trustee* s'applique quant à lui aux services d'information et aux médias de diffusion, c'est-à-dire aux services produisant des contenus. Le *Communications Act of 1934* attribue aux ondes radio et hertziennes le statut de bien public : elles sont la propriété des citoyens. Leur exploitation par des opérateurs privés implique donc un certain nombre d'obligations d'intérêt public, et les licences d'exploitation sont concédées à certaines conditions. Ainsi la FCC est-elle envisagée comme une institution garante de l'intérêt public et dont le rôle est de veiller à ce que les droits du public priment sur ceux des exploitants³¹⁸. Bien que confirmée par l'arrêt de la Cour suprême *Red Lion Broadcasting Co., Inc. v. Federal Communications Commission* de 1969³¹⁹, cette notion n'a jamais été définie précisément et se trouve donc vulnérable à toutes sortes d'interprétations. Du fait d'un tel manque de clarté, sa mise en œuvre est parfois soumise au recours au pouvoir judiciaire au niveau local. Quoi qu'il en soit, c'est de l'obligation qui lui incombe de servir l'intérêt public que la FCC tire ses prérogatives en matière de réglementation des contenus, prérogatives que confirme la Cour suprême en 1943³²⁰. L'intervention de la Commission dans les contenus de diffusion s'opère sur le mode du consensus par le biais d'accords et de règlements avec les diffuseurs, à l'exception des cas précis où elle se trouve expressément mandatée par le Congrès pour imposer certaines interdictions ou obligations³²¹.

Caractéristique spécifique du système médiatique libéral nord-américain, la presse présente un niveau de professionnalisation – troisième critère avancé par Hallin et Mancini – beaucoup plus élevé que la presse française. Bien que constituée en tant que profession dans les années vingt selon des normes et codes spécifiquement édictés et ratifiés – la norme d'objectivité en constitue le pilier central –, le processus de professionnalisation du journalisme américain s'amorce dès la fin de la première moitié du 19^{ème} siècle. À l'origine, les journalismes américain et français sont pourtant semblables : pendant la période coloniale – surtout à partir du conflit autour du *Stamp Act* de 1765 qui oppose la couronne aux colons – jusqu'aux premières décennies de la jeune république, le traitement objectif des événements est loin de constituer une préoccupation pour les gazettes et journaux américains. Ils

³¹⁷ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*,

³¹⁸ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre*, 120.

³¹⁹ *Red Lion Broadcasting Co. V. FCC*, 395 U.S. 367 (1969).

³²⁰ *National Broadcasting Co. V. United States*, 319 U.S. 190 (1943)

³²¹ Ces interdictions et/ou obligations portent sur les questions relatives à la décence, à la publicité pour le tabac ou l'alcool, ou encore la classification des émissions violentes ou à caractère érotique ou pornographique.

fonctionnent alors comme des forums d'expression partisane à la solde des différents courants politiques, et se livrent à des joutes rhétoriques sans merci pour défendre la figure ou le courant politique auquel ils sont affiliés. Ce système d'affiliation partisane leur permet en sus de dégager des revenus substantiels et d'assurer très aisément leur survie. À cette époque, la retranscription de discours politique, le pamphlet ou l'article polémique constituent la base des contenus de la presse, contenus essentiellement à destination des élites.

La mutation du modèle de la presse américaine vers une plus grande professionnalisation s'effectue en trois temps à partir de l'ère jacksonienne, qui marque la première étape de la transition vers le modèle de la presse objective. Les changements sociétaux qui s'engagent à l'époque et la mise en commun de leurs ressources par les journaux contribuent à cette mutation. Ce mode de fonctionnement ainsi que la spécificité technologique du télégraphe ne sont pas sans incidence sur la formulation des dépêches qui doivent être rédigés en des termes le plus neutre possible de façon à être utilisables par tous les journaux, quelle que soit leur tendance politique. D'autre part, l'émergence du « *penny press* » au tournant de la décennie 1840 – moins dépendante des organisations politiques et dont les contenu et prix sont plus accessibles – marque la première étape vers le modèle de la presse objective, même si le sensationnalisme et l'adhésion partisane demeurent les valeurs dominantes.

Le deuxième tournant majeur est pris à la fin des années 1890. La révolution industrielle fait émerger une élite d'un genre nouveau : urbaine et tournée vers les activités du secteur secondaire, elle exige un traitement de l'information plus neutre et dénué du sensationnalisme qui caractérise la presse jusque lors. Les pratiques et approches journalistiques sont alors revues de manière à être en phase avec la culture de la classe industrielle dominante, peu intéressée par les querelles partisanses : « *As in the Jacksonian era, so in the 1890s, changes in the ideals of journalism did not translate technological changes into occupational norms so much as make newspaper ideals and practices consonant with the culture of dominant social classes* »³²². La décennie des années 1890 coïncide également avec l'Ère Progressiste pendant laquelle émerge une prise de conscience de la condition sociale et économique des masses laborieuses qui se traduit par une lutte contre la domination des intérêts économiques et des ploutocraties locales. Les journalistes prennent part à cet effort en révélant la corruption de l'État et en dénonçant les abus des machines politiques locales. Pour ce faire, ils définissent

³²² « *Tout comme pendant l'ère jacksonienne, dans les années 1890, ce ne sont pas tant les changements dans les idéaux du journalisme qui se sont traduits par des changements dans les normes professionnelles que les idéaux journalistiques qui se sont adaptés à la culture des classes dominantes* ». Schudson, *Discovering the News*, 5.

une méthode pseudo-scientifique pour collecter, consigner et rendre public les événements importants de l'actualité.

Ce nouveau type de journalisme, désigné par le terme de « journalisme moderne » se veut indépendant des formations politiques, neutre dans le traitement de l'information, inquisitif et idéologiquement non-partisan. Il s'appuie sur une conception des faits et événements comme étant évidents par eux-mêmes et une conception de la vérité résumée par les spécialistes du journalisme John Merrill and S. Jack Odell : « *the correspondence between what we say and the facts [...]* »³²³.

Un tel changement dans la manière de concevoir le fait et la vérité définit une finalité nouvelle du journalisme : il s'agit de servir non plus les intérêts des partis politiques mais celui du public. La dernière décennie du 19^{ème} siècle marque donc l'affranchissement définitif de la presse des formations politiques et du pouvoir aux niveaux locaux et fédéraux, et si la profession n'a pas encore édicté la norme d'objectivité en tant que telle, elle professe un fort attachement à l'absence de parti-pris politique dans l'exercice de sa tâche. Cette approche nouvelle du journalisme permet enfin à la presse de satisfaire sa visée commerciale : en se défaisant des partis-pris idéologiques et des allégeances aux formations politiques, elle peut répondre aux besoins de l'élite industrielle tout en servant l'intérêt des classes laborieuses et sans confusion avec la communication commerciale des relations publiques.

La période de l'entre-deux guerre est le dernier moment clef dans le processus de maturation des codes, normes et pratiques discursives du journalisme américain. La Première guerre mondiale provoque un changement radical dans la perception du réel par les journalistes. Si jusqu'alors les faits étaient tangibles et évidents par eux-mêmes, la découverte a posteriori du dispositif de propagande de guerre fait émerger la prise de conscience chez les journalistes que l'actualité et les faits qu'ils avaient relatés avaient été « construits » par des entités parti-prenantes telles que l'État ou l'industrie de l'armement. Ce que l'on désigne par « le réel » ne préexiste pas à son appréhension par l'individu. Fruit de conventions définies selon des critères établis et acceptés par la communauté, le réel est appréhendé au travers de « filtres socialement construits »³²⁴. Il en résulte la nécessité de définir des codes et normes destinées à protéger les journalistes des possibles tentatives de manipulation du pouvoir, dont le principe d'objectivité dans la collecte de l'information constitue le principe central. C'est

³²³ « *La correspondance entre ce que l'on dit et les faits* ». John Merrill and S. Jack Odell, *Philosophy and Journalism* (New York: Longman, 1983), 70.

³²⁴ Schudson, *Discovering the News*, 6.

en 1920 qu'aboutit le long processus de professionnalisation du journalisme américain par la constitution du journalisme en profession autour de la norme d'objectivité.

Dans le cas de la France, l'absence d'une telle norme professionnelle s'explique par le fait que le journalisme français subit la double influence des sphères littéraire et politique³²⁵. D'une part, dans un pays de forte tradition littéraire, la production journalistique constitue un genre mineur souvent méprisé des gens de lettres depuis la fin du 19^{ème} siècle. Le métier de journaliste ne constitue donc pas une fin en soi : il est prisé par celles et ceux qui aspirent à devenir auteurs par la suite, et ne constitue qu'une étape provisoire dans une carrière littéraire dont l'aboutissement est la pratique de genres littéraires considérés comme majeurs tels que le roman, la dramaturgie ou la poésie. Il n'existe donc que peu de journalistes et reporters en tant que tels. Ainsi, la pratique journalistique en France depuis les débuts de la presse est traditionnellement le fait d'auteurs et gens de lettres, parfois reconnus de leurs pairs pour leur talent de romancier, essayiste ou dramaturge. À titre d'exemple, le journal *Paris Soir* compte 29 écrivains confirmés employés à différents postes en 1938³²⁶.

D'autre part, la presse française se caractérise depuis ses débuts par un degré élevé d'adéquation avec le pouvoir et les courants et partis politiques. Outre les gens de lettres, eux-mêmes souvent très fortement engagés politiquement, les figures et penseurs politiques contribuent au contenu des grands journaux nationaux, ce qui laisse peu de place aux journalistes de profession et reporters, qui de toute façon font figure de seconds couteaux dans la presse nationale. De plus, le pouvoir exerce une coercition tout à la fois légale, administrative et économique sur les journaux qui vivent sous la menace permanente de la censure ; ils sont contraints d'obtenir l'autorisation officielle des autorités pour publier et se doivent d'acquitter des droits sur leur publication³²⁷. La quantité et la nature de ce qui peut être publié fait donc l'objet de grandes restrictions. Ainsi, le manuel de bonne pratique à destination des journaux édité à la fin des années dix-huit-cent soixante définit 269 critères qu'ils doivent respecter pour échapper aux poursuites³²⁸.

La structure économique et le financement des journaux américains sont donc différents de ceux d'Europe méditerranéenne qui ne sont pas toujours profitables sur le plan économique et qui ont souvent bénéficié du soutien financier de formations politiques. En corollaire, la presse d'Europe méditerranéenne, et a fortiori la presse française, sont marquées

³²⁵ Jean K. Chalaby, "Journalism as an Anglo-American Invention", *European Journal of Communication* (1996), 311.

³²⁶ Chalaby, "Journalism as an Anglo-American Invention," 313.

³²⁷ Chalaby, "Journalism as an Anglo-American Invention," 318.

³²⁸ Chalaby, "Journalism as an Anglo-American Invention," 319.

par un degré d'adéquation politique plus élevé – dernier critère proposé par Hallin et Mancini –, là où aux États-Unis, les journaux ont été une tradition d'indépendance financière et sont plus profitables, et s'affranchissent davantage sur le plan institutionnel, du pouvoir politique. Le degré d'adéquation politique est également fonction de la territorialisation des marchés, c'est-à-dire le rapport entre l'importance de la presse nationale par rapport à la presse locale. Dans les pays où la presse a une forte tradition nationale, les journaux ont tendance à être davantage politisés tandis que dans ceux où la tradition locale est importante peuvent se développer des questions d'intérêt spécifique loin des plateformes contraignantes des partis.

2.1.2. La mutation de l'écosystème médiatique : les années quatre-vingt et le début de la transition de « l'ère hertzienne » à « l'ère post-hertzienne »

C'est au milieu des années quatre-vingt que se reconfigurent les rapports de force entre les différents médias de l'écosystème médiatique américain et que s'opère la transition de « l'ère hertzienne », marquée par la domination des trois grands réseaux³²⁹ de télévision terrestre, ABC, NBC et CBS, à « l'ère post-hertzienne », caractérisée par le déclin de ces derniers au profit de l'avènement de la télévision câblée et du satellite, et en corollaire, par la segmentation de l'offre médiatique³³⁰. Une analyse de cette reconfiguration s'impose car c'est au moment où elle s'engage que le talk-show radiophonique conservateur fait son entrée dans l'environnement médiatique par le lancement de *The Rush Limbaugh Show*. De plus, une telle reconfiguration n'est pas sans effets sur l'implication des citoyens dans la politique ni sur le processus démocratique dans son ensemble. À cet égard, Marcus Prior démontre dans son ouvrage de 2005 que l'augmentation de l'offre médiatique affecte négativement la connaissance des citoyens de l'actualité politique ainsi que leur participation au vote, et accentue la polarisation politique de l'électorat³³¹.

Dans son article de 2005, James G. Webster désigne cette transition par la dichotomie *old media environment/new media environment*³³². Ce choix sémantique apparaît problématique à deux titres. D'une part, la portée des épithètes « *old* » et « *new* » est ambiguë : ils sont susceptibles d'être interprétés comme s'appliquant au nom « *media* » seul et non au groupe

³²⁹ Un réseau de télévision est une organisation qui distribue des programmes télévisés à ses stations affiliées (ou à des chaînes qui choisissent d'en diffuser une quantité importante de manière régulière et continue) de façon à ce que ces émissions puissent être diffusées par toutes les chaînes au même moment. Joseph Turow, *Media Today: an Introduction to Mass Communication* (New York: Routledge; 2009), 516.

³³⁰ Prior, *Post-Broadcast Democracy*, 9-15.

³³¹ Prior, *Post-Broadcast Democracy*, 9-15.

³³² James G. Webster, "Beneath the Veneer of Fragmentation: Television Audience Polarization in a Multichannel World," *International Communication Association* (2005).

nominal « *media environment* ». Dans ce cas, l'expression *old media environment* renverrait à un environnement médiatique composé de « médias anciens » par opposition à des médias « nouveaux » ou « novateurs ». La dichotomie de Webster revêt donc une certaine dimension péjorative. D'autre part, elle fait partie du langage codé qu'utilisent les chroniqueurs et journalistes conservateurs pour opposer les médias traditionnels aux médias partisans, et accuser les premiers de parti-pris sociolibéral³³³ et de filtrage de l'information susceptible d'être pertinente pour une audience conservatrice. À leurs yeux, ces « médias anciens » que constituent les médias traditionnels ne s'acquittent pas correctement de leur tâche contrairement aux « nouveaux médias » qui transmettent une information qui n'est pas passée au tamis des normes et codes professionnels de journalistes associés à l'élite, et qui de ce fait est en phase avec les individus ordinaires.

Dans ce langage codé, les talk-shows radiophoniques conservateurs sont systématiquement assimilés à la catégorie des « nouveaux médias ». À cet égard, Ingraham parle des médias traditionnels comme des « médias préhistoriques » (*dinosaur media*)³³⁴. Quant à Limbaugh, lors d'une diffusion de *The Rush Limbaugh Show* en simultané sur la chaîne C-SPAN en 1990, il résume l'objectif de son émission ainsi : « *To keep people at the cutting edge of social evolution* »³³⁵. Enfin, les séminaires dédiés au format du talk-show radiophoniques qu'organise annuellement le périodique *Talkers Magazine* en partenariat avec *The Heritage Foundation* sont intitulés « *The New Media Seminars* ».

L'utilisation de la dichotomie *old media/new media* constitue donc un choix sémantique axiologique reflétant la vision conservatrice de la vie politique, qui assimile le sociolibéralisme à l'archaïsme et le conservatisme à la modernité. Par ailleurs, outre sa dimension péjorative, la dichotomie de Webster ne permet pas de saisir ce qui différencie « le nouvel environnement médiatique » de « l'ancien ». Aussi une nouvelle terminologie s'impose-t-elle. À partir du choix sémantique de Marcus Prior qui utilise l'expression de « démocratie post-hertzienne » (*post-broadcast democracy*), la dichotomie « ère hertzienne / ère post-hertzienne » (*broadcast era/post-broadcast era*) semble plus opératoire que celle de Webster en ce qu'elle est idéologiquement neutre et désigne clairement la fin de la domination des réseaux hertziens sur l'environnement médiatique comme la force sous-jacente à la transition d'une ère à l'autre.

³³⁴ *The Laura Ingraham Show*, 7 avril 2010.

³³⁵ « *Maintenir les gens à la pointe de l'évolution sociale* ». *The Rush Limbaugh Show*, 1^{er} juin 1990.

L'ère hertzienne, caractérisée par un environnement médiatique stable structuré autour des trois grands réseaux ABC, CBS et NBC – désignés communément comme « Les Trois Grands » (*The Big Three*) – et composé d'un nombre de supports limité, s'ouvre au début des années cinquante avec la montée en puissance de la télévision au détriment de la radio. En 1955, 64,5% des foyers américains possèdent un poste de télévision ; cette proportion atteint 88,8% en 1961. En comparaison, plus de 99% déclarent posséder au moins un poste de télévision en 2009³³⁶. Les années soixante-dix constituent indubitablement l'apogée de cette ère. En 1970, la télévision est allumée six heures par jours en moyenne dans les foyers américains, et la capacité de choisir les programmes est restreinte car la plupart d'entre eux ne reçoivent qu'une demi-douzaine de chaînes en moyenne, une dizaine au maximum³³⁷. Ce chiffre passe à 33 en moyenne en 1990³³⁸. L'information constitue l'essentiel de la consommation médiatique des téléspectateurs et $\frac{3}{4}$ de ceux qui ont leur télévision allumée regardent le journal d'information du soir des grands réseaux qui s'arrogent la quasi-intégralité du temps passé devant l'écran (*viewing time*) en créneau de pointe (*prime-time*), soit 90% en 1977³³⁹.

L'importance des chaînes câblées est quant à elle limitée et leur accessibilité est également restreinte malgré l'émergence en 1976 des chaînes Home Box Office (HBO) et Atlanta UHF-TV, lancée par Ted Turner. En 1970, seuls 6% des foyers américains reçoivent des chaînes câblées³⁴⁰ ; en 1978 la proportion est passée à 17%³⁴¹. Toutefois, HBO et UHF-TV amorcent un processus de développement du câble et le début de la décennie des années quatre-vingt voit la naissance de trois grandes chaînes : Nickelodeon, destiné à un public d'enfants, Music Television (MTV) à destination des adolescents et jeunes adultes, et surtout la chaîne d'information en continu Cable News Network (CNN). L'ère hertzienne est donc caractérisée par un certain degré de concentration de l'audience autour des « trois grands », par l'importance marginale du câble, ainsi que par une consommation télévisuelle des téléspectateurs plutôt homogène du fait de l'offre médiatique restreinte.

Le domaine de la radio est quant à lui marqué depuis les années soixante par l'émergence des stations de radio diffusant en « modulation de fréquence » (*frequency modulation* ou FM), au détriment de celles diffusant en « modulation d'amplitude », (*amplitude modulation* ou

³³⁶ Turow, *Media Today*, 506.

³³⁷ Prior, *Postbroadcast Democracy*, 1.

³³⁸ Webster, "Beneath the Veneer of Fragmentation," 367.

³³⁹ Webster, "Beneath the Veneer of Fragmentation," 366.

³⁴⁰ Prior, *Postbroadcast Democracy*, 1.

³⁴¹ Turow, *Media Today*, 510.

AM). Les diffuseurs ont très vite pris la mesure du potentiel de la FM : outre sa meilleure qualité sonore comparativement à l'AM, elle présente l'avantage incontestable d'être évolutive sur le plan technologique. Contrairement à l'AM, elle peut continuellement être modernisée. Pour ne pas perdre leurs parts de marché, les radiodiffuseurs font massivement la demande de licences FM pour y dupliquer leurs programmes diffusés en AM. Par ailleurs, la saturation du secteur de la radio AM est telle qu'à la fin des années soixante, la FCC n'octroie plus de licences sur cette fréquence. En 1965, sous la pression des radiodiffuseurs, la Commission impose une règle de non-duplication des programmes : les diffuseurs ont alors l'interdiction de proposer les mêmes programmes en AM et en FM. Ainsi, les détenteurs de licence FM se trouvent contraints de développer des programmes spécifiques pour se différencier des stations AM. Du fait de l'excellente qualité sonore de la FM, ils se spécialisent principalement dans les formats musicaux.

La FM prend ainsi son véritable essor au début des années soixante-dix et se généralise au cours de la décennie. Si en 1972 elle ne parvient à s'arroger que 28% de l'audience dans les 40 premiers marchés radiophoniques, contrairement à l'AM qui attire 78% de cette même audience, le rapport est inversé en 1990³⁴². La popularité des nouvelles stations FM a pour effet de ventiler l'audience sur un nombre plus élevé de stations. Au cours des années quatre-vingt, sous l'effet de la multiplicité grandissante de l'offre, les diffuseurs radiophoniques décident d'adopter la stratégie du *narrowcasting*, c'est-à-dire le ciblage des publics par format. La finalité est de déterminer une niche susceptible d'attirer une large part d'audience de façon à répondre au besoin des annonceurs et ainsi s'assurer des revenus publicitaires suffisants. C'est ce que souligne le consultant en stratégie de radiodiffusion Jon Coleman : « *As the [audience] pie gets thinner and thinner, it's not so much whether you have ten thousand listeners at any given time [but] what's the difference between [stations] A, B, C and D* »³⁴³. La différenciation semble donc être le maître mot dans le secteur de la radio dans les années quatre-vingt. Enfin, si le format musical demeure le format de prédilection des stations FM, il est divisé en sous-formats établis en fonction de paramètres sociodémographiques tels que l'âge, le sexe et l'appartenance ethnique.

³⁴² Turow, *Media Today*, 432.

³⁴³ « *À mesure que le gâteau [de l'audience] devient de plus en plus petit, la question n'est pas tant de savoir si vous avez dix-mille auditeurs à tel moment [mais] que ce qui différencie les [stations] A, B, C et D* ». Joseph Turow, *Breaking Up America: Advertisers and the New Media World* (Chicago: University of Chicago Press, 1997), 100.

Cet essor de la FM se fait au détriment de l'AM dont la part d'audience a chuté à 41% en 1981³⁴⁴. Selon la modélisation du cycle de vie des médias que propose Divina Frau-Meigs, la radio de fréquence AM dans les années quatre-vingt a donc le statut de « média résiduel ». Dans *Médiamorphoses américaines*³⁴⁵, Frau-Meigs définit trois phases dans l'évolution des supports médiatiques : phase émergente, phase dominante et phase résiduelle. La phase émergente est celle du développement d'un support médiatique à la marge de la société par des groupes d'innovateurs ; la phase dominante se caractérise par l'exploitation à grande échelle du format sur un modèle entrepreneurial ; la phase résiduelle se définit quant à elle par de faibles coûts d'exploitation et un moindre contrôle social résultant précisément de la perte du statut de média dominant, ce qui permet à des groupes minoritaires ou à la marge de la société d'investir le support. Frau-Meigs la définit ainsi : « *La phase résiduelle tend à compenser le déclin par une reprise participative, par des groupes minoritaires et pluralistes qui peuvent profiter de la baisse des coûts et du contrôle social pour affirmer leur identité communautaire* »³⁴⁶. Ainsi, au moment du lancement de *The Rush Limbaugh Show* en 1988, la radio AM est dans sa phase résiduelle du fait de l'essor croissant de la modulation de fréquence. Le format « information » – auquel appartient le talk-show radiophonique conservateur –, moins sensible à la qualité de transmission saisit l'occasion que crée la désertion des grandes ondes par les auditeurs pour se réapproprier la fréquence.

Malgré certains changements sensibles, le secteur de la presse écrite demeure quant à lui plutôt stable. Le nombre total des journaux quotidiens nationaux décline sensiblement entre 1980 et 1990, passant de 1 745 à 1 611, mais sans réelle incidence sur la taille du lectorat : le tirage annuel pour la totalité des journaux enregistre une hausse de 126 000 numéros en passant de 62 202 000 à 62 328 000 exemplaires quotidiens³⁴⁷.

C'est à partir de 1990, année où les parts de marché des chaînes câblées et satellites dépassent celles des trois chaînes hertziennes, comme le montre graphique 1, que s'amorce la reconfiguration de l'environnement médiatique.

³⁴⁴ Turov, *Media Today*, 432.

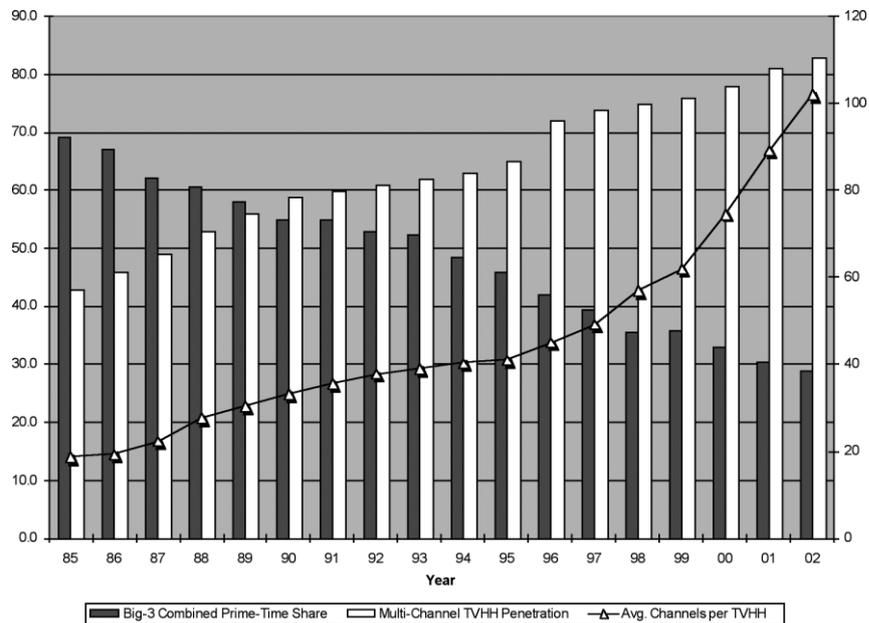
³⁴⁵ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, chapitre 2.

³⁴⁶ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 65.

³⁴⁷ Turov, *Media Today*, 313.

Figure 5

Fragmentation de l'audience de la télévision entre 1985 et 2002



Source: Webster (2005), 368.

L'année 1989-1990 marque en effet l'érosion de l'audience des réseaux hertziens au profit de celle des chaînes câblées. Fait remarquable, ce processus d'érosion s'amorce un an après une accélération marquée de la hausse du nombre moyen de chaînes disponibles par foyer en 1987-1988. Le même phénomène se produit en 1996 : le saut quantitatif très net dans l'augmentation du temps d'audience que s'arrogent les chaînes câblées est précédé d'une accélération de la hausse du nombre de chaînes par foyer en 1995.

Caractéristique majeure de l'ère post-hertzienne, cette triple tendance – déclin du temps d'audience des chaînes hertziennes presque proportionnellement à l'augmentation du temps d'audience des chaînes câblées et à la hausse du nombre moyen de chaînes par foyer – s'affirme tout au long des décennies suivantes, si bien qu'au début du 21^{ème} siècle la télévision hertzienne a perdu son statut de média dominant aux Etats-Unis (au profit d'internet). Si en 1985 les *Trois Grands* s'arrogent 69,3% du temps total passé devant les écrans, ce pourcentage est divisé par plus de deux en presque 20 ans : il chute à 29% en 2003³⁴⁸. De plus, sans compter les magazines d'information diffusés en créneau de pointe, les Américains regardent quatre heures mensuelles de programmes d'information sur les chaînes hertziennes en moyenne pour cinq heures mensuelles de ces mêmes programmes sur les

³⁴⁸ Webster, "Beneath the Veneer of Fragmentation," 368.

chaînes câblées ; moins d'un cinquième de l'ensemble des foyers américains regarde les journaux d'information quotidienne des chaînes hertziennes³⁴⁹.

Selon les chiffres de Nielsen de 2003, entre les réseaux câblés et les chaînes satellites, 80% des foyers américains reçoivent d'autres chaînes que les seuls trois grands réseaux hertziens: la quasi-totalité des foyers américains ont accès à 100 chaînes de télévision en moyenne³⁵⁰, tous modes d'entrée confondus, sur leurs 2,6 postes de télévision en moyenne³⁵¹. Par ailleurs, il existe 339 réseaux câblés au niveau national en 2004³⁵². En 2007, le nombre total de chaînes s'élève à 1 400, et plus de 80% des stations de télévision locales sont affiliées à un réseau hertzien ou câblé³⁵³. Fait notable, Fox a rejoint les trois réseaux hertziens d'origine en termes de taille de l'audience – principalement sous l'effet de la poussée de Fox News – si bien que l'expression consacrée est désormais les « Quatre Grands » (*The Big Four*)³⁵⁴. Leur impact dans la coordination de la distribution des émissions est central. Malgré le foisonnement multichaîne qui caractérise l'environnement médiatique américain du 21^{ème} siècle, la télévision de l'ère post-hertziennne est donc un secteur particulièrement concentré, conséquence du relâchement des règles relatives à la propriété des supports médiatiques que permet le *Telecommunications Act of 1996* par la levée des limites au nombre de chaînes que peut posséder un même réseau.

La loi de 1996 n'est pas sans effets non plus sur le secteur de la radio. Avant 1996, la FCC limite à une station AM et une station FM le nombre de radios qu'un même diffuseur peut posséder sur un marché donné. La loi lève cette restriction et permet qu'un même diffuseur puisse posséder jusqu'à huit stations sur un marché de grande taille et jusqu'à cinq sur un marché de petite taille, sans imposer de limite au nombre total de radios sur l'ensemble du territoire. De grands groupes de radiodiffusion propriétaires d'un nombre élevé de stations émergent alors, tels que Clear Channel, Cumulus, Citadel ou Viacom. La loi déclenche donc un phénomène de concentration du secteur de la radiodiffusion. Ainsi, tout comme le secteur de la télévision, celui de la radiodiffusion présente la double caractéristique du foisonnement – on recense plus de 12 000 stations en 2007³⁵⁵ – et de l'hyper-concentration. Enfin, le

³⁴⁹ Prior, *Postbroadcast Democracy*, 2.

³⁵⁰ Webster, "Beneath the Veneer of Fragmentation," 367

³⁵¹ Prior, *Postbroadcast Democracy*, 2.

³⁵² Webster, "Beneath the Veneer of Fragmentation," 367

³⁵³ Turow, *Media Today*, 516.

³⁵⁴ Turow, *Media Today*, 516.

³⁵⁵ Turow, *Media Today*, 432.

Telecommunications Act of 1996 accentue le ciblage des publics par thème : on recense plus de 40 formats d'émissions radio en 2007³⁵⁶.

La presse écrite subit elle aussi les effets de la reconfiguration de l'environnement médiatique. Si le nombre total de journaux quotidiens décroît de manière significative – il en existe 1 611 quotidiens en 1990 et 1 437 en 2006 –, la taille du lectorat accuse une baisse encore plus importante et le tirage passe de 62 328 000 à 52 329 000 numéros annuels au cours de cette même période, soit une perte de 9 999 000 lecteurs en un quart de siècle³⁵⁷. Là encore, l'année 1996 marque une accélération de la baisse du lectorat : de 58 193 000 en 1995, le nombre de journaux quotidiens vendus descend à 56 983 000 en 1996³⁵⁸, soit une perte de 1 210 000 lecteurs en un an. Ces chiffres tendent à suggérer une corrélation entre l'augmentation du nombre de chaînes de télévision et la diminution du lectorat de la presse américaine. Ainsi, il semble que la transition de l'ère hertzienne à l'ère post-hertzienne s'effectue également par l'empiètement de la télévision sur la presse écrite. Cette dernière semble toutefois bénéficier de la généralisation de l'Internet qui lui donne un second souffle, à partir de 2001. Le cas de *The New York Times* illustre ce phénomène de manière particulièrement éclairante : en 2005, le journal enregistre un tirage papier quotidien d'1,1 millions mais la version en ligne est consultée par 1,7 millions de visiteurs uniques³⁵⁹. La presse écrite semble donc se redynamiser par le transfert du support papier vers le support numérique³⁶⁰.

2.1.3. Impact de la segmentation de l'offre médiatique : fragmentation et polarisation croissante des publics

L'hyper-segmentation de l'offre médiatique entraîne deux conséquences de taille : l'audience se fragmente par types de médias mais se polarise autour de formats spécifiques. La fragmentation consiste en un processus de ventilation plus large du public sur les différents médias, phénomène qui entraîne la réduction de l'audience moyenne par chaîne.

Du fait de l'offre médiatique restreinte de l'ère hertzienne, les téléspectateurs sont exposés à un type d'information relativement homogène puisqu'ils sont limités dans leurs

³⁵⁶ Turow, *Media Today*, 437.

³⁵⁷ Webster, "Beneath the Veneer of Fragmentation," 366

³⁵⁸ Turow, *Media Today*, 311.

³⁵⁹ Prior, *Postbroadcast Democracy*, 2.

³⁶⁰ L'environnement médiatique se caractérise également par la diversité des marchés au niveau local, leur disparité géographique, le degré de pénétration des compagnies de câblodistribution, ainsi que le profil socio-économique des audiences, qui sont autant de facteurs déterminants dans les schémas de consommation médiatique, la réceptivité à l'information et donc dans l'influence sur les publics. Ces éléments constituent des paramètres décisifs mais il ne nous appartient pas de les développer ici.

possibilités de choix : ils sont en d'autres termes exposés peu ou prou aux mêmes contenus. Ce phénomène, que Gurevitch désigne par le terme « exposition forcée » (*forced exposure*)³⁶¹, permet aux citoyens de développer des représentations partagées de la vie politique et du monde qui les entoure, ce qui selon l'auteur contribue positivement à la citoyenneté. Au contraire, la multiplicité de l'offre médiatique fait disparaître le phénomène d'exposition forcée et permet au téléspectateur de laisser s'affirmer une inclination plus naturelle, celle de l'« exposition sélective » (*selective exposure*). Ce concept renvoie à l'idée que la confrontation de l'individu à un contenu médiatique contraire à sa sensibilité politique ou à ses opinions produit un effet de « dissonance cognitive » (*cognitive dissonance*). Pour réduire cet effet, l'individu a tendance à éviter de se confronter à ces contenus et à ne s'exposer qu'à des matériaux qui soient en adéquation avec ses préférences. Le public est donc reconfiguré en des communautés d'intérêt spécifique – les *issue publics* selon la terminologie de Gurevitch³⁶² – qui ne se confrontent jamais à des points de vue différents du leur. Ainsi, disparaît avec l'ère post-hertzienne le forum central de délibération citoyenne que constituent les journaux d'informations des chaînes hertziennes et les grands titres de la presse nationale, véritable centre de gravité informationnel. Il laisse place à des tirs croisés d'opinions et de points de vue, ainsi qu'à des affirmations et des mises en cause auxquels aucun droit de réponse ne peut être opposé, ce qui va favoriser l'essor du talk-show radiophonique conservateur.

Ainsi, les mutations de l'environnement médiatique ont une importance cruciale parce qu'elles impliquent la perte d'un centre de gravité informationnel fonctionnant selon les normes d'une profession associée à l'élite. Elles rendent caduc l'un des éléments majeurs de la cristallisation de la contestation véhiculée sur les talk-shows radiophoniques conservateurs. Comment légitimer la contestation contre « les médias de l'élite » dès lors que ce centre de gravité éclate ? En outre, l'hyper segmentation et la multiplication de l'offre médiatique signifient l'augmentation de la concurrence, y compris celle d'autres supports dédiés à l'expression du conservatisme, dont de nouveaux talk-shows radiophoniques au tournant des années deux mille. Tout au long de la période, *The Rush Limbaugh Show* subit la perte d'un double monopole : celui de l'expression du conservatisme dans les médias de grande portée sous l'effet de l'affirmation de Fox News, puis celui du format du talk-show conservateur avec

³⁶¹ Michael Gurevitch, Stephen Coleman and Jay G. Blumler, "Political Communication: Old and New Media Relationships", (pp.164-181); p.167. In Elihu Katz (ed.), *The End of Television? Its impact on the World (So Far)*, The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences (Vol. 625, No.1) September 2009.

³⁶² Gurevitch et al., "Political Communication: Old and New Media Relationships," 170.

l'apparition d'autres émissions d'envergure semblable à celle de Limbaugh, elles-mêmes contraintes de se démarquer du père fondateur du genre. Ces évolutions accentuent le ciblage des publics par format et posent la question des stratégies de différenciation des formats entre eux. Comment cultiver sa singularité dans un environnement médiatique hyperconcurrentiel ? Les évolutions de l'environnement médiatique au cours des années quatre-vingt-dix et deux mille ne sont donc pas sans influencer sur le contenu des programmes. Ainsi, la reconfiguration de l'environnement médiatique est un paramètre essentiel de l'analyse du talk-show radiophonique conservateur car elle influence les stratégies de contestation et de différenciation du format.

2.2. Codes, normes et pratiques de la presse et des médias électroniques américains : la neutralité comme principe cardinal

Le talk-show radiophonique conservateur constitue un format d'information hybride. Si l'actualité – principalement l'actualité politique – fournit l'essentiel de son contenu, il n'appartient pas pour autant à la catégorie des émissions exclusivement informationnelles (*hard news programs*). À cet égard, le *Cable and Broadcasting Yearbook* le classe, certes, dans la catégorie des programmes d'information mais l'assimile au format *news/talk*, non au format *news*. De la même manière, si la typologie proposée par Holbert le place dans la catégorie d'émissions où l'information occupe une place centrale, le talk-show radiophonique conservateur appartient au genre de l'actualité-divertissement. Il se démarque donc des émissions exclusivement informationnelles dont il constitue un sous-format. Ainsi, parce qu'il présente des caractéristiques communes aux formats « actualités » et « discussion » tout à la fois, une analyse des normes et codes des médias d'information (grande presse écrite et médias électroniques) ainsi que des émissions de discussion politique est nécessaire pour dégager les caractéristiques des normes et codes propres au talk-show radiophonique conservateur.

Dans les deux domaines, information ou débats, ces normes et codes obéissent au principe de neutralité. Dans le premier, il s'exprime par la norme d'objectivité, pratique discursive et norme professionnelle adoptée par les journalistes dans les années 1920 et, comme la désigne Frau-Meigs, « règle d'airain » respectée par la profession depuis lors³⁶³. Dans le second, il se traduit par l'équilibre des points de vue dans les débats sur les questions

³⁶³ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 66.

d'intérêt public dont la FCC est garante jusqu'en 1987, ainsi que par l'emploi de précautions stylistiques et oratoires.

2.2.1. La norme d'objectivité (*objectivity norm*) : la neutralité comme pratique discursive du journalisme américain

Le fort degré de professionnalisation du journalisme américain se traduit par l'adhésion au principe « d'objectivité » autour duquel le journalisme s'est constitué en tant que profession dans les années 1920. La « norme d'objectivité » est adoptée à la fois comme principe méthodologique et scientifique guidant les journalistes dans l'exercice de leur métier, et norme professionnelle qui distingue le journalisme des autres métiers de communication et lui confère sa crédibilité auprès du public et de la classe politique. Depuis l'entre-deux guerres, le respect de la norme d'objectivité, qui s'accompagne de la production d'un discours sur leur propre pratique, permet aux journalistes de revendiquer une position extérieure aux guerres partisans et batailles de persuasion que se livrent les agents de relations publiques, commentateurs et autres porte-paroles.

Les grands journaux de la presse nationale tels que *The Washington Post* ou *The Los Angeles Times*, et surtout *The New York Times*, journal le plus respecté du pays, ont ainsi bâti leur réputation de sérieux et de professionnalisme sur leur capacité à produire un journalisme qui se veut objectif, comme le confirme Victor Navasky, éditeur et rédacteur en chef du périodique de centre-gauche *The Nation* : « *opinion journalists like myself are thought to be ideological and as such, second-class citizens in the republic of journalism* »³⁶⁴. Les journalistes revendiquant une idéologie spécifique dans leur approche des questions d'actualité sont ainsi relégués au bas de la hiérarchie de la profession : le modèle du journalisme américain est donc celui du « journalisme objectif » (*objective reporting*). Aucun observateur avisé des médias américains n'oserait affirmer qu'une objectivité absolue peut être atteinte dans le *reporting*; les journalistes eux-mêmes reconnaissent que la visée d'objectivité est une utopie. Toutefois, ils la jugent nécessaire à l'exercice de leur tâche, et leur adhésion à la norme est telle qu'il n'est rien qu'ils ne redoutent davantage que les accusations de parti-pris idéologique dans le traitement qu'ils proposent de l'information.

Cette adhésion au principe d'objectivité est une propriété définitoire du journalisme américain. Elle est liée à son fort degré de professionnalisation qui la distingue du modèle européen d'une presse généralement partisane (*perspectival or partisan press*) et peu

³⁶⁴ Victor Navasky, "Foreword", in Stuart Allan and Barbie Zelizer, *Journalism After 9/11* (Routledge: New York, 2002), xiv.

professionnalisée. Qu'il s'agisse du *Figaro* ou de *L'Humanité* en France, de *The Daily Telegraph* ou de *The Independent* au Royaume Uni, ou encore d'*Il Corriere della Sera* ou de *La Repubblica* en Italie, la majorité des grands titres de la presse écrite européenne émanent d'un parti politique ou ont été établis pour se faire le porte-voix d'une idéologie spécifique. Dans le cas du journalisme français, la double dépendance à l'égard des sphères politique et littéraire à travers l'histoire implique un faible intérêt des journaux pour le *reporting* et l'information telles que les conçoit le journalisme américain. La forte tradition littéraire qui place le discours journalistique au bas de la hiérarchie des genres, ainsi que le contrôle de l'État sur la presse rendent impossible le développement de pratiques discursives spécifiques au journalisme français. Les journaux ont donc souvent tendance à s'en tenir à la publication de contenus validés par le pouvoir et les formations politiques dont ils dépendent, contenus marqués par la prépondérance d'articles polémiques, pamphlets et commentaires, le plus souvent très orientés idéologiquement. Malgré l'influence du journalisme anglo-saxon qui introduit lentement la conception de *news* – et ce, dès 1896 avec l'établissement du quotidien *Le Matin* – le modèle du journalisme français est pétri de l'influence historique de la tradition littéraire et du pouvoir politique : il demeure encore celui de la presse partisane, qui revendique sa subjectivité et considère l'objectivité à l'américaine comme une naïveté et un effet de transparence lui-même pétri d'idéologie commerciale.

Alors qu'à la veille de la Première guerre mondiale, 40 journaux français sur 46 sont politiquement très marqués ou défendent explicitement une idéologie particulière³⁶⁵, à cette même époque la presse américaine achève de définir son modèle de presse objective. Traumatisés par la propagande étatique dont ils pensent avoir été victimes, les journalistes américains renforcent leur scepticisme par rapport à l'information émanant de sources officielles ou institutionnelles. Le changement d'une conception de la réalité comme évidente par elle-même vers une conception de la réalité comme construite socialement les contraint à établir alors un dispositif de critères et de règles validés et légitimés par la profession, leur permettant de déterminer l'objectivité de ce dont ils rendent compte dans leurs articles. Dès lors, est objectif ce qui fait l'objet d'une validation consensuelle : c'est ainsi que naît la norme d'objectivité en tant que telle.

Elle est codifiée par le *Code of Ethics or Canons of Journalism* adopté en 1922 lors de l'ouverture de la convention de l'*American Society of Newspaper Editors* (ASNE) nouvellement créée. Le code comprend un article intitulé 'Sincerity, Truthfulness, Accuracy'

³⁶⁵ Chalaby, "Journalism as Anglo-American Invention," 319.

(article 4). L'article 5 ('Impartiality') dispose quant à lui que les journalistes doivent s'abstenir de tout parti-pris ou opinion dans le traitement de l'information : « *news reports should be free from opinion or bias of any kind* »³⁶⁶. Outre la précision et l'équité, l'objectivité implique également l'équilibre des points de vue sur une question donnée. On doit la théorisation de ce modèle au journaliste Walter Lippmann, corédacteur du *Code*, pour qui les professionnels du journalisme se doivent de s'appuyer sur les compétences des experts³⁶⁷.

Bien que clairement formulée, la « norme d'objectivité » demeure un concept plutôt vague. Si le *Code* de 1922 définit les principes généraux qui doivent présider à l'exercice de leur tâche par les journalistes, il ne propose pas de méthodologie en tant que telle. Ainsi, une définition de la norme d'objectivité en tant que procédure de sélection de l'information ne semble pouvoir s'établir que de manière inductive, après observation des rituels de journalistes en salle de rédaction et sur le terrain. L'entreprise la plus fructueuse en la matière a été conduite par Gaye Tuchman dans une étude publiée en 1972³⁶⁸. En suivant la méthode de l'« observation participante » (*participant observation*), elle propose une analyse de la façon dont les journalistes d'un journal quotidien métropolitain dont le tirage s'élève à quelques 250 000 exemplaires conçoivent l'objectivité dans leur travail.

De ses observations, elle établit quatre critères permettant aux journalistes de prétendre à l'objectivité dans leur traitement de l'actualité : (1) l'étayage de l'information par des faits tangibles, (2) le détachement du journaliste par l'emploi de tours linguistiques (comme l'utilisation de périphrases modales par exemple), (3) la structuration de l'information en une séquence appropriée de manière à présenter les éléments importants en premier et (4) la présentation de deux points de vue opposés sur une même question. Le spécialiste des médias américains Robert McChesney propose un cinquième critère essentiel à la définition pratique de l'objectivité : (5) l'obligation pour le journaliste de s'abstenir de contextualiser l'information, dans la mesure où les faits sont susceptibles de prendre un sens différent en fonction du contexte dans lequel on les présente. La communauté des journalistes ainsi que la

³⁶⁶ *American Society of Newspaper Editors, Code of Ethics or Canons of Journalism, 1922*, <http://www.scribd.com/doc/19499595/Canons-of-Journalism-ASNE-Code-of-Ethics-1922>; dernière consultation le 13 octobre 2011.

³⁶⁷ Divina Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre*, 67.

³⁶⁸ Gaye Tuchman, "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity", *American Journal of Sociology* 77 (1972): 660-679.

classe politique considèrent la contextualisation comme une forme de parti-pris parce qu'elle exprime de manière indirecte le point de vue du journaliste³⁶⁹.

2.2.2. La Fairness Doctrine : l'équilibre des points de vue dans les débats au service de l'intérêt public

Le domaine d'intervention de la FCC le plus problématique est sans nul doute celui du traitement des questions de société et des débats politiques sur les ondes et les écrans, domaine régi jusqu'en 1987 par la « doctrine de l'équité » ou *Fairness Doctrine*. Il s'agit d'un dispositif particulièrement complexe de réglementation des contenus télévisés et radiophoniques visant à garantir la tenue de débats sur des sujets d'intérêt public et assurer l'équilibre des points de vue. Fondée sur un ensemble de mesures émanant des pouvoirs législatif, exécutif et judiciaire tout à la fois, la doctrine fut édictée par la FCC pour la première fois en 1949 dans un rapport intitulé *In the Matter of Editorializing by Broadcast Licensees*³⁷⁰. Ce rapport présente les conclusions des auditions publiques tenues au printemps 1948 sur les obligations de service public des diffuseurs en matière de diffusion de l'information et d'expression politique sur les ondes. En énonçant ce qui fut désormais désigné comme « Fairness Doctrine », la FCC ne fait que reformuler un principe qui était sous-jacent à ses prises de position antérieures. D'une part, il définit l'obligation des titulaires de licences de diffusion de proposer des émissions traitant de sujets en rapport avec les préoccupations du public :

The Commission has [...] recognized the necessity for licensees to devote a reasonable percentage of their broadcast time to the presentation of news and programs devoted to the consideration and discussion of public issues of interest in the community served by the particular station³⁷¹.

Ainsi, le rôle des diffuseurs est défini au-delà de sa dimension simplement commerciale. Ce faisant, le rapport répond à l'obligation de service public établie par le *Communications Act of 1934* dans les sections 301 à 309, que la Commission se doit de faire respecter dans l'attribution des licences d'exploitation tel qu'en dispose la section 307³⁷². Plus loin, le

³⁶⁹ Robert McChesney, "September 11th and the Structural Limitations of US Journalism", in Stuart Allan and Barbie Zelizer, *Journalism After 9/11*, 98. Voir aussi Gabiliet et al (bouquin sur medias et information pour agrég)

³⁷⁰ Federal Communications Commission, *In the Matter of Editorializing by Broadcast Licensees*, 13 F.C.C. Rept. 1246 (1949).

³⁷¹ *In the Matter of Editorializing by Broadcast Licensees*, 1249.

³⁷² 47 U.S.C. §307 – Licenses, (1934).

rapport édicte le principe d'équilibre des points de vue dans le traitement des questions qui font débat :

And the Commission has made it clear that in such presentation of news and comment the public interest requires that the licensee must operate on a basis of overall fairness, making his facilities available to the expression of contrasting views of all responsible elements in the community on the various issues which arise³⁷³.

Le rapport désigne la doctrine en tant que *standard*, *norm* ou encore *requirement* mais elle n'est jamais formulée en tant que *fairness doctrine*. Seule la formulation du commissaire Jones dans son opinion complémentaire, *the doctrine of fairness*³⁷⁴, se rapproche de la désignation consacrée. Signe de cette ambiguïté, la FCC se voit contrainte de réaffirmer clairement en 1964 que c'est bien le rapport de 1949 qui établit la *Fairness Doctrine*³⁷⁵. L'énonciation de la doctrine est réitérée dix ans plus tard par l'amendement de la section 315 en 1959³⁷⁶ qui fait écho au rapport de 1949 en inscrivant dans la loi l'obligation faite aux diffuseurs de proposer des débats contradictoires sur des questions d'intérêt public. Il définit cette obligation comme suit : « *to operate in the public interest and to afford reasonable opportunity for the discussion of conflicting views on issues of public importance* »³⁷⁷. En d'autres termes, la *Fairness Doctrine* est une règle définie et imposée par la FCC en 1949 dans l'esprit de la loi de 1934, puis réaffirmée en 1959 par un amendement de cette même loi.

La doctrine ne doit pas être confondue avec l'obligation – pourtant adjacente – de l'« égalité du temps de parole » (*equal time requirement*) que définit également la section 315 en disposant qu'en période de campagne, un temps égal de parole sur un même support devra être accordé aux candidats à une élection³⁷⁸. Si la fonction du principe d'égalité de parole est de nature strictement technique et son application circonscrite aux périodes électorales, la portée de la *Fairness Doctrine* est beaucoup plus large. Elle a pour objectif de garantir l'adéquation des contenus de diffusion avec les préoccupations des auditeurs ainsi que la pluralité des opinions, en protégeant les minorités des pressions des diffuseurs sur le contenu éditorial. Elle vise aussi à préserver les médias du risque qu'un seul courant

³⁷³ *In the Matter of Editorializing by Broadcast Licensees*, 1250.

³⁷⁴ *In the Matter of Editorializing by Broadcast Licensees*, 1264.

³⁷⁵ “*The Report on Editorializing by Broadcast Licensees, supra, which was issued by the Commission in 1949 in Docket No. 8516, sets forth most fully the basic requirements of the “fairness doctrine” and remains the keystone of the Commission’s fairness policy today.*”, Fed. Reg., Appendix B, FCC 64-612, p.10426.

³⁷⁶ 47 U.S.C. §315 – Candidates for Public Offices, (1959).

³⁷⁷ 47 U.S.C. §315 (a) (4) (1959).

³⁷⁸ “*If any licensee shall permit any person who is a legally qualified candidate for any public office to use a broadcasting station, he shall afford equal opportunities to all other such candidates for that office in the use of such broadcasting station: Provided, That such licensee shall have no power of censorship over the material broadcast under the provisions of this section [...]*” 47 U.S.C. §315 (a) (4) (1959).

d'opinion ne mobilise un même support, à l'ère de la démocratie hertzienne, où l'argument de « la rareté des ondes » (*scarcity rationale*) donne une réelle légitimité à ce standard alors qu'il aurait été possible de lui opposer le Premier amendement et la liberté d'expression³⁷⁹.

C'est dans cet esprit qu'en 1971 la Commission met en place le *Primer on Ascertainment of Community Problems*³⁸⁰, manuel d'usage à destination des diffuseurs pour l'évaluation des problèmes que rencontrent les communautés locales qu'ils desservent. Le *Primer* établit un protocole visant à déterminer avec précision les problèmes que rencontrent ces communautés de manière à accroître leur participation à l'élaboration des programmes et ainsi mieux répondre à leurs besoins³⁸¹. L'impératif de service public que doivent satisfaire les diffuseurs se traduit donc par l'obligation de proposer des émissions qui traitent de sujets en rapport avec les besoins des auditeurs, considérés davantage en tant que citoyens qu'en tant que consommateurs.

Dans la seconde moitié du mandat de Johnson, la Commission complète la doctrine en créant « la règle du droit de réponse » (*personal attack rule*)³⁸² et « la règle de la responsabilité éditoriale » (*political editorial rule*)³⁸³, toutes deux ajoutées au *Code of Federal Regulations* en 1968. La première impose aux diffuseurs d'accorder un droit de réponse en cas d'attaques ad hominem contre une personne ou un groupe identifié. Concrètement, elle requiert que lorsqu'une personnalité ou un courant politique font l'objet d'une attaque, ces derniers en soient informés par le diffuseur dans un délai n'excédant pas une semaine, qu'une copie ou enregistrement de l'émission leur soit transmise et qu'un droit de réponse leur soit proposé sur la même chaîne³⁸⁴. La seconde garantit la possibilité que soit contrée une prise de position d'un diffuseur pour ou contre un candidat à une élection, et ce dans les mêmes conditions que celles imposées par la règle des attaques personnelles, à l'exception du délai de notification réduit dans ce cas à 24 heures³⁸⁵. Ainsi, le possible soutien (*endorsement*) des stations et chaînes à tel ou tel candidat lors d'élections est susceptible de faire l'objet d'un rééquilibrage en garantissant le principe du droit de réponse.

³⁷⁹ Frau-Meigs, Qui a détourné le 11 septembre ? chapitres 6 et 7.

³⁸⁰ 27 F.C.C 2d 650 (1971)

³⁸¹ Arthur P. DeLuca, "FCC Broadcast Standards for Ascertain Community Needs," *Fordham Urban Law Journal* 5, n° (1976): 55. Voir aussi Frau-Meigs, Qui a détourné le 11 septembre ? chapitres 6 et 7 .

³⁸² 47 CFR § 73.123, § 73.300, § 73.598, § 73.679 (1968).

³⁸³ 47 CFR § 73.123, § 73.300, § 73.598, § 73.679 (1968).

³⁸⁴ 47 CFR § 73.123, § 73.300, § 73.598, § 73.679 (1968).

³⁸⁵ 47 CFR § 73.123, § 73.300, § 73.598, § 73.679 (1968).

Deux ans plus tard, le passage du *Federal Election Campaign Act of 1971* inscrit dans la loi « l'obligation d'accès au plateau » (*reasonable access requirement*) par un amendement apporté à la section 312 du *Communications Act of 1934*³⁸⁶. L'amendement impose aux diffuseurs d'accorder un temps de parole raisonnable aux candidats aux élections nationales en période de campagne, et ce, sous peine de révocation de la licence d'exploitation accordée par la FCC :

The Commission may revoke any station license or construction permit— [...] (7) for willful or repeated failure to allow reasonable access to or to permit purchase of reasonable amounts of time for the use of a broadcasting station, other than a non-commercial educational broadcast station, by a legally qualified candidate for Federal elective office on behalf of his candidacy.³⁸⁷

L'amendement de 1971 octroie ainsi aux candidats à des fonctions électives un droit d'accès aux plateaux et studios et empêche la possibilité qu'un diffuseur puisse refuser le passage à l'antenne à un candidat en raison de son affiliation politique. De plus, l'obligation d'accès raisonnable pallie les faiblesses de l'obligation d'égalité de temps de parole qui n'incombait aux diffuseurs que lorsqu'ils donnaient la parole à l'un des candidats d'une élection donnée, ce à quoi la section 315 ne les contraignait aucunement : « *No obligation is imposed under this subsection upon any licensee to allow the use of its station by any such candidate* »³⁸⁸.

A la fin des années soixante, grâce à la *Fairness Doctrine*, l'État s'est ainsi doté d'un dispositif de mise en œuvre de l'obligation de service public relativement complet. Le statut de la doctrine n'est toutefois pas dénué d'ambigüité car si l'amendement de la section 315 du *Communications Act of 1934* reprend l'esprit du rapport de 1949, il n'en garde cependant pas la lettre : l'expression *Fairness Doctrine* n'y est pas mentionnée. Aucune référence n'y est faite non plus dans l'alinéa établissant la règle d'égalité de temps de parole, ni dans les règlements de la FCC créant la règle du droit de réponse et la règle de la responsabilité éditoriale politique. Les seuls documents officiels où l'expression apparaît en tant que telle émanent de la FCC et non du Congrès. La doctrine est donc inscrite au *Code of Federal Regulation* (CFR) – c'est-à-dire au registre de codification des règlements émanant des ministères (*executive departments*) et des agences du gouvernement fédéral³⁸⁹ – et non pas au *United States Code* (USC), c'est-à-dire le registre de codification des lois promulguées par le

³⁸⁶ 47 U.S.C. §312(a)(7) (1971).

³⁸⁷ 47 U.S.C. §312(a)(7) (1971).

³⁸⁸ 47 U.S.C. §315(a) (1959).

³⁸⁹ *Code of Federal Regulation (CFR): Main Page*, www.gpoaccess.gov/cfr/, consultée le 13 août 2011.

Congrès³⁹⁰. C'est ainsi que dans la section 73.1910 du Titre 47 du CFR, la FCC dispose que : « *The Fairness Doctrine is contained in section 315(a) of the Communications Act of 1934, as amended, which provides that broadcasters have certain obligations to afford reasonable opportunity for the discussion of conflicting views on issues of public importance* »³⁹¹. Par ce règlement, la FCC souligne l'assise législative de la doctrine en interprétant la section 315 comme en étant la source. La doctrine formulée en tant que telle n'est cependant pas inscrite dans la loi. Ajouté à cela le fait qu'il ait été nécessaire de produire au moins une demi-douzaine de lois, amendements et règlements pour définir la doctrine sans qu'au bout du compte ni les diffuseurs ni l'État ne soient en mesure de s'accorder sur sa portée, sur sa constitutionnalité ni sur l'étendue des prérogatives de la FCC quant à son application, la *Fairness Doctrine* apparaît comme un dispositif aussi retors que fragile, et donc particulièrement vulnérable aux contestations des diffuseurs.

C'est à la Cour suprême qu'il échoie, en 1969, de trancher sur la constitutionnalité de l'autorité de la FCC en matière d'application de cette dernière, ainsi que sur la possibilité que l'obligation faite aux diffuseurs de proposer des débats contradictoires sur des questions d'intérêt public puisse constituer une violation du Premier amendement. Dans sa décision *Red Lion Broadcasting Co., Inc. v. Federal Communications Commission*, la Cour retrace l'histoire de la doctrine en procédant à un réexamen des lois et règlements qui la définissent de manière à en établir clairement la source. La Cour avait été saisie par la *Red Lion Broadcasting Company*, propriétaire d'une station de radio de Pennsylvanie, après que la FCC l'eut reconnue coupable d'avoir failli à la règle des attaques personnelles de 1968 en refusant de donner un droit de réponse à l'auteur Fred J. Cook, indûment mis en cause par le Révérend Billy James Hargis sur les ondes de cette même station. Dans cet arrêt, la Cour rappelle que l'autorité de la FCC émane de la nécessaire intervention de l'État dans l'attribution des licences d'exploitation pour satisfaire l'obligation de servir l'intérêt public. Elle entérine la doctrine³⁹² en confirmant que le rapport *In the Matter of Editorializing by Broadcast Licensees* de 1949 en définit les modalités et que la section 315 de la loi 1934 en constitue la ratification par le pouvoir législatif³⁹³. Elle entérine également les dispositions adjacentes que

³⁹⁰ *United States Code (USC): Main Page*, www.gpoaccess.gov/uscode/, consultée le 13 août 2011.

³⁹¹ 47 C.F.R. §73.1910.

³⁹² "Believing that the specific application of the fairness doctrine [is] authorized by Congress and enhance rather than abridges the freedoms of speech and press protected by the First Amendment, we hold [it] constitutional [...]." Title I – Section C of *Red Lion Broadcasting Co. V. FCC*, 395 U.S. 367 (1969).

³⁹³ Dans son analyse de la section 315 du *Communications Act of 1934*, la cour fait le commentaire suivant : "This language makes it very plain that Congress, in 1959, announced that the phrase 'public interest', which

constituent la règle de l'éditorial politique et celle des attaques personnelles en affirmant qu'elles sont parties intégrantes de la doctrine³⁹⁴, et confirme l'autorité de la Commission dans leur mise en œuvre en soulignant qu'elle est déléguée par le Congrès.

Surtout, la Cour suprême rejette l'argument des diffuseurs selon lequel la doctrine restreint les droits garantis par le Premier amendement en affirmant qu'elle tire sa légitimité de la rareté des fréquences radiophoniques :

Because of the scarcity of radio frequencies, the Government is permitted to put restraints on licensees in favor of others whose views should be expressed on this unique medium. But the people as a whole retain [...] their collective right to have the medium function consistently with the ends and purposes of the First Amendment. It is the right of the viewers and listeners, not the right of the broadcasters, which is paramount³⁹⁵.

Cet argument, désigné depuis lors « logique de rareté des ondes » (*scarcity rationale*), est formulé pour la première fois à l'occasion de cet arrêt ; il y est réaffirmé plusieurs fois. Il s'appuie sur le nombre restreint des fréquences radiophoniques – contrairement aux titres beaucoup plus nombreux de la presse écrite locale et nationale – qui implique un nombre de licences d'exploitation également limité. De ce fait, certains groupes se trouvent dans l'incapacité d'exercer leur droit à la liberté d'expression. La Cour entérine donc la doctrine au nom du nécessaire équilibrage des points de vue : un groupe n'ayant pas accès à l'exploitation des ondes a toutefois le droit de s'y voir représenté³⁹⁶. C'est une interprétation progressiste du Premier amendement que propose la Cour en validant la nécessaire intervention de l'État dans une activité relevant du secteur privé afin de garantir le droit de certains citoyens à exercer leur liberté d'expression, face aux possibles velléités monopolistiques de certains autres. Elle reflète les prises de position de la Cour suprême de l'époque – la « cour Warren » du nom d'Earl Warren qui en fut le président (*Chief Justice*) entre 1953 et 1969 – qui tranchent traditionnellement dans le sens de l'intervention étatique³⁹⁷.

had been in the Act since 1927, imposed a duty on broadcasters to discuss both sides of controversial public issues.” Title II – Section B of *Red Lion Broadcasting Co. V. FCC*, 395 U.S. 367 (1969).

³⁹⁴ “*We think the fairness doctrine and its component personal attack and political editorializing regulations are a legitimate exercise of congressionally delegated authority*”, Title II – Section B of *Red Lion Broadcasting Co. V. FCC*, 395 U.S. 367 (1969).

³⁹⁵ Title III – Section A of *Red Lion Broadcasting Co. V. FCC*, 395 U.S. 367 (1969).

³⁹⁶ “*A license permits broadcasting, but the licensee has no constitutional right to [...] monopolize a radio frequency to the exclusion of his fellow citizens*” Title III – Section A of *Red Lion Broadcasting Co. V. FCC*, 395 U.S. 367 (1969).

³⁹⁷ Micklethwait and Wooldridge, *Right Nation*, 65.

Un protocole de contrôle visant à s'assurer de la mise en œuvre effective de la doctrine par les diffuseurs est établi en 1964³⁹⁸. La procédure consiste en un examen par la Commission de certains contenus de diffusion de manière à déterminer si le détenteur de la licence d'exploitation a agi « *raisonnablement et en toute bonne foi pour présenter un échantillon équilibré de points de vue sur des questions qui font débat* »³⁹⁹. La procédure ne vise pas à évaluer le bénéfice réel de la confrontation des points de vue, elle a pour objectif de s'assurer que cette confrontation a bien été proposée. Ainsi, dans l'application de la doctrine, la Commission impose une obligation de moyen et non de résultat.

Ainsi, plus les stations diffusent des débats, plus les chances qu'elles fassent l'objet de plainte pour violation de la *Fairness Doctrine* décroissent. La FCC définit d'ailleurs des seuils dans la quantité de temps dédié à ces programmes à partir desquels les stations ne courent aucun risque. Donc, les frais qui découlent de la procédure de mise en cause pour violation de la *Fairness Doctrine* ainsi que la possibilité que soit révoquée la licence sont susceptibles de produire un « effet stimulant » (*warming effect*) et donc de contribuer à la vitalité des débats sur les ondes. Toutefois, les effets de la doctrine ne sont pas dénués d'une certaine ambivalence : parce que cette dernière implique l'équilibre des points de vue, la probabilité qu'une plainte soit déposée au nom du deuxième principe de la doctrine augmente également proportionnellement à l'augmentation de la quantité de programmes d'information⁴⁰⁰.

2.2.3. L'influence du « politiquement correct » dans le débat public

Le « politiquement correct » (*Politically Correct*, PC) est le dernier élément du cadre dans lequel se tiennent les débats politiques et sociétaux dans les médias ; il exerce son influence également dans les journaux d'information télévisée et dans la presse écrite à partir des années quatre-vingt-dix (avec quelques prémises dès la fin des années soixante-dix). Corollaire aux politiques d'identité menées depuis l'ère Kennedy/Johnson, le PC est l'extension linguistique du principe de rattrapage des droits des minorités (*affirmative action*) : pour les partisans du PC, la lutte pour l'égalité des droits doit être étendue au champ du langage car ce dernier véhicule et reproduit les stéréotypes raciaux et sexistes⁴⁰¹. Selon eux, le changement du langage constitue une arme supplémentaire dans l'arsenal des

³⁹⁸ *Applicability of the Fairness Doctrine in the Handling of Controversial Issues of Public Importance*, 29 Fed. Reg. 10426 (1964)

³⁹⁹ Kathleen Ann Ruane, "Fairness Doctrine: History and Constitutional Issues," *CRS Report for Congress* (2011), 3.

⁴⁰⁰ Ruane, "Fairness Doctrine," 287.

⁴⁰¹ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 117.

défenseurs des droits des minorités. Il s'agit de changer l'expression pour modifier les représentations des groupes minoritaires dans la société et donc y faciliter leur incorporation.

L'exploration du politiquement correct impose de distinguer les questions de label, c'est-à-dire la diffusion du terme « politically correct » lui-même, du phénomène auquel il renvoie. Ce dernier apparaît dès le milieu des années soixante-dix, particulièrement sous l'influence du mouvement en faveur de l'ERA. Bien que la ratification soit mise en échec par l'activisme de Schlafly, les féministes n'abandonnent pas leur combat et continuent à travailler à la réforme constitutionnelle. En 1977, la commission sur les droits civiques (*US Commission on Civil Rights*) publie un rapport sur la discrimination envers les femmes dont est porteuse la législation américaine⁴⁰². Le rapport, qui identifie les domaines dans lesquels les femmes sont le plus lésées, marque le point de départ d'un combat visant à obtenir des changements sémantiques significatifs. Quatre ans après sa publication, il fait encore débat, comme en témoigne le numéro de novembre 1981 de *The Phyllis Schlafly Report* qui dénonce l'absurdité des changements demandés : « *About 750 out of 800 changes in Federal laws demanded by the ERAers are ridiculous semantic changes* »⁴⁰³. Entre autres, Schlafly dénonce le remplacement de *longshoreman* (un docker) par *stevedore* ou de *newsboy* (un crieur de journaux) par *newsman* prôné par le rapport. Les tenants du PC font effectivement des contre-propositions systématiques aux formules figées courantes dès qu'elles évoquent le genre ou l'appartenance ethnique.

Dans ce domaine en particulier, les modifications lexicales permettent aux minorités ethniques de négocier la définition de leur identité, en résolvant la tension entre l'origine de leurs parents et ancêtres et leur appartenance à la nation américaine. Ces modifications lexicales s'expriment par l'utilisation du trait d'union (*hyphenation*), pour affirmer la double composante de l'identité. Ainsi, *African-American* est substitué à *Black* dans un refus de réduire l'identité des noirs américains à leur seule couleur de peau et dans une optique de réappropriation de leur appartenance à la nation. Sur ce modèle, certains Américains commencent à se revendiquer comme *Italian-Americans*, *Irish-Americans* et autres *German-Americans*. Ce phénomène se manifeste également dans les cercles universitaires où la reconnaissance et l'affirmation des minorités ethniques donne lieu à la publication des *hyphenated studies*, c'est-à-dire des études à caractère scientifique sur l'identité propre des

⁴⁰² *Sex Bias in the U.S. Code, A report of the United States Commission on Civil Rights* (April 1977).

⁴⁰³ « Environ 750 des 800 changements des lois fédérales qu'exigent les partisans de l'ERA constituent des changements sémantiques ridicules ». "How ERA Could Change Federal Laws", *The Phyllis Schlafly Report* 15, n°4 (November 1981): 4.

groupes minoritaires. Lieu de transmission et de formation des savoirs, l'université est donc à l'avant-garde du phénomène et constitue, dans la tradition anti-intellectualiste des conservateurs révolutionnaires, la cible de prédilection dans les années quatre-vingt-dix.

C'est précisément au cours de cette décennie que le terme en lui-même trouve une résonance de grande ampleur. Si le terme apparaît dès 1970 sous la plume de l'essayiste de la Nouvelle Gauche Toni Cade Cambara, il se généralise dans les années quatre-vingt-dix sous l'influence des détracteurs du phénomène qui l'utilisent de manière très fortement péjorative. Une étude quantitative menée en 1996 montre qu'entre 1991 et 1996, le terme de « politically correct » a été utilisé pas moins de 10 000 fois, ce qui pousse l'hebdomadaire d'actualité *Newsweek* à en dénoncer les tenants comme « la police de la pensée » (*thought police*) en décembre 1990⁴⁰⁴. Autrement dit, c'est au moment où la contestation du politiquement correct en tant que processus de changement linguistique prend son ampleur que le terme lui-même intègre le lexique courant, avec une connotation péjorative, d'autant que les politiques d'identité s'essoufflent.

Le phénomène s'étend également au domaine du journalisme et de la presse, et contraint les journalistes à respecter une certaine bienséance sémantique, formalisée dans des « règles de rédaction » (*speech codes*) dont se dotent certains journaux. Ainsi, les journalistes de *The Los Angeles Times* sont priés de bien vouloir se référer au *Guidelines on Ethnic and Racial Identification* avant de rédiger leurs articles. De la même manière, en 1988, le nouveau rédacteur en chef du journal présente ses excuses à ses journalistes pour avoir suggéré que le journal pourrait élargir son lectorat féminin en proposant des articles à teneur plus émotionnelle et moins analytique⁴⁰⁵.

Ainsi, quand *The Rush Limbaugh Show* est lancé sur les ondes en cette même année, le politiquement correct en tant que phénomène sémantique tangible est fortement ancré dans les pratiques linguistiques des citoyens et des hommes et femmes de médias, mais le terme lui-même ne connaît pas encore l'utilisation intensive qui est la sienne au cours des années quatre-vingt-dix. Pendant la période de « l'âge d'or » du talk-show radiophonique, Limbaugh et ses comparses intègrent l'instrumentalisation du terme de « politiquement correct » dans leur stratégie de délégitimation des politiques d'identité. De manière plus globale, le terme constitue une grande partie de l'enjeu des « guerres de l'identité » (*cultural wars*) que livrent les tenants du conservatisme révolutionnaire dans l'après-Reagan sous la houlette de

⁴⁰⁴ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 118.

⁴⁰⁵ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 118.

Gingrich, guerres dans lesquelles les animateurs de talk-shows radiophoniques jouent un rôle crucial.

Le travail sur le langage, qui passe le plus souvent par l'invention d'une nouvelle terminologie, est en effet une des caractéristiques majeures de la stratégie discursive déployée par Limbaugh dès les débuts de son émission. À cet égard, son premier livre contient un glossaire, *The Limbaugh Lexicon*, des termes forgés par l'animateur et intégrés à son discours⁴⁰⁶. En 2010, la lutte sémantique est encore très vive dans les talk-shows radiophoniques contemporains et les exemples de questionnement ironique des animateurs sur l'opportunité d'employer tel ou tel terme ou d'évoquer tel ou tel sujet ne manquent pas. Le phénomène du politiquement correct est donc un aspect essentiel de l'analyse du contenu des talk-shows en ce qu'il constitue un point d'appui majeur des animateurs dans la contestation de l'ordre établi, fruit des changements sociétaux engagés dès les années soixante et qu'ils considèrent comme une aberration, c'est-à-dire quelque chose qui s'écarte grandement de la norme, dans la continuité historique américaine.

2.3. L'absence de perspective partisane affirmée comme corollaire au principe de neutralité politique

2.3.1. Le conservatisme dans l'écosystème médiatique de l'ère hertzienne : une expression à la marge

La mise en application de la *Fairness Doctrine* conjuguée au respect scrupuleux de la norme d'objectivité dans le *reporting* ont pour corollaire l'absence de perspective partisane affirmée dans les médias – qu'il s'agisse de la presse d'information ou d'émissions radiophoniques et télévisées proposant des débats politiques ou de société – et donc l'absence de réelle visibilité du conservatisme dans les médias traditionnels de l'ère hertzienne. La Commission s'était d'ailleurs exprimée sans ambiguïté sur l'existence de médias dédiés à l'expression de la parole partisane :

There is not room in the broadcast band for every school of thought, religious, political social, and economic, each to have its separate broadcasting station, its mouthpiece in the ether. If franchises are extended to some it gives them an unfair advantage over others, and results in a corresponding cutting-down of general public-service stations⁴⁰⁷.

La position de la FCC sur la question est donc sans appel : la segmentation de l'offre radiophonique et télévisée selon des lignes politiques ou thématiques est contraire à l'intérêt

⁴⁰⁶ "The Limbaugh Lexicon: You Too Can Speak Rushian," Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 294.

⁴⁰⁷ Fed. Reg., Appendix B, FCC 64-612, p.10426.

public. La spécialisation des médias électroniques par thèmes (*narrow casting*), initiée dès les années quatre-vingt et affirmée nettement après 1996 – et qui permet à certaines stations de radio de ne diffuser que des talk-shows conservateurs – est impossible à l'époque.

Sous le coup de la *Fairness Doctrine*, la tenue d'un discours ouvertement partisan dans les débats et talk-shows télévisés ou radiophoniques est donc automatiquement contrée par un droit de réponse, et ce, au nom du principe d'équilibre des points de vue. De ce fait, les animateurs se trouvent dans la quasi-impossibilité d'exprimer une opinion clairement conservatrice ou de lancer des polémiques en ciblant leurs adversaires sociolibéraux, sans se mettre en difficulté vis-à-vis de leurs producteurs ou susciter l'intervention de la FCC. Ainsi, Morton Downey, animateur conservateur sur la radio KFBK de Sacramento en Californie fait l'objet de nombreux rappels à l'ordre et finit par être remercié en 1984. Limbaugh, qui remplace Downey à partir du 15 octobre 1984⁴⁰⁸, fut d'ailleurs choisi par la station pour ses qualités de modération et de persuasion : « *Next to Downey, he appeared sane, and to many, persuasive* »⁴⁰⁹.

La façon dont Limbaugh lui-même définit son positionnement idéologique et rhétorique à l'époque suggère un souci de susciter le débat sans verser dans la controverse frontale ni affirmer un biais conservateur trop nettement marqué : « *I don't care if people can detect a conservative bias in my beliefs, [...] but I don't want to be considered an extremist* »⁴¹⁰. C'est ainsi qu'il concède certaines qualités à l'ancien président démocrate Jimmy Carter (« *He was overwhelmed by the political process but probably had more knowledge about science and technology than any president since Kennedy* »)⁴¹¹ tout en admettant discerner certaines faiblesses chez l'ancien président républicain Richard Nixon (« *Needlessly paranoid, perhaps smarter than he ought to be, he gave people too much credit for being successful at deceit* »)⁴¹². La sobriété de ton et le souci d'honnêteté dont témoigne le propos, tranchent avec le style du Limbaugh post-abrogation de la *Fairness Doctrine*. La raison en est que, avant la révocation de la doctrine, *The Rush Limbaugh Show* ne pouvait être proposé tel qu'il l'est désormais en diffusion sous licence depuis août 1988. À titre d'exemple, la prise de position

⁴⁰⁸ Paul D. Colford, *The Rush Limbaugh Story: Talent on Loan from God, an Unauthorized Biography*, (New York: St. Martin's Press, 1993), 59.

⁴⁰⁹ « *À côté de Downey, il paraissait sain d'esprit, et aux yeux de beaucoup de gens, persuasif* ». David Brock, *The Republican Noise Machine: Right-Wing Media and How it Corrupts Democracy* (New York: Random House, Inc., 2004), 264.

⁴¹⁰ Dick Tracy, "Rush Limbaugh: Carrying KFBK's Conservative Banner," *The Sacramento Bee*, November 7th, 1984.

⁴¹¹ Tracy, "Rush Limbaugh: Carrying KFBK's Conservative Banner."

⁴¹² Tracy, "Rush Limbaugh: Carrying KFBK's Conservative Banner."

de l'animateur contre la cause écologiste le 16 janvier 1992 montre de façon très nette que le contenu de son émission aurait automatiquement fait l'objet d'une plainte auprès de la FCC avant 1987. Accusant l'*U.S. Fish and Wildlife Service* d'entretenir le mythe de la crise écologique, il affirme alors :

A land grab of preposterous proportions is being carried out, slowly but surely, under the guise of saving the planet when the planet is not faced with extinction. There is no crisis on this planet! It is not fragile... it is not balanced precariously... this planet will outlast anything we do to it... this planet is not faced with doom in 10 years... And yet, these people are running around saying that we gotta take these actions immediately or life can't be lived as we know it [...]⁴¹³.

Le thème de l'environnement est sans nul doute une question d'intérêt public. En ce sens, l'émission semble satisfaire au premier impératif de la doctrine. Pour autant, le caractère radical et polémique du propos, qui nie l'existence du danger écologique, aurait immédiatement impliqué l'obligation d'accorder du temps de parole à un représentant des écologistes pour qu'il réagisse à ces propos.

Ainsi, sous l'effet de la *Fairness Doctrine*, jusqu'en 1987, la radio à destination du grand public ne propose qu'un espace très restreint à l'expression du conservatisme. Il en va de même pour les émissions de débats télévisés dont *Firing Line*, animée par le fondateur de *The National Review* William F. Buckley entre 1966 et 1999, constitue le seul talk-show télévisé conservateur d'envergure nationale. Par ses 1 505 épisodes diffusés sans interruption pendant 33 ans sur des chaînes commerciales – entre 1966 et 1971 – et sur la télévision publique – de 1971 à 1999 –, *Firing Line* est l'émission d'actualité qui détient le record de longévité⁴¹⁴. La perspective de l'animateur est très nettement conservatrice mais elle est presque tout le temps contrecarrée et nuancée par l'intervention d'invités et de panélistes d'allégeance politique souvent différente de celle de Buckley. Lorsque l'animateur officie seul, le souci de nuance et la finesse avec lesquels il développe son propos le prémunissent des contestations de ses adversaires auprès de la FCC, tout autant qu'ils lui permettent de s'assurer crédibilité et respectabilité.

L'espace médiatique où l'expression du conservatisme est la plus virulente est sans nul doute celui que constituent les médias chrétiens, experts dans la maîtrise des médias traditionnels et alternatifs tout à la fois⁴¹⁵. Dans le domaine de la presse écrite,

⁴¹³ *The Rush Limbaugh Show*, 16 janvier 1992.

⁴¹⁴ "Inventory of *The Firing Line* (Television Program) Broadcast Records," *Hoover Institution Archives*, 2009; <http://cdn.calisphere.org/data/13030/8c/kt6m3nc88c/files/kt6m3nc88c.pdf>. Consulté le 24 août 2011.

⁴¹⁵ McPherson, *Conservative Resurgence*, 150-151.

l'hebdomadaire *The Christian Science Monitor*, l'un des périodiques les plus respectés du pays, est la publication la plus active dans la promotion du conservatisme social⁴¹⁶. Les questions relatives à l'éthique et la morale constituent l'essentiel de son contenu. Si une grande partie du lectorat consulte désormais le journal dans sa version en ligne, le tirage du *Monitor* atteint son niveau record en 1988 avec 191 500 exemplaires hebdomadaires⁴¹⁷. C'est cependant dans le secteur des médias électroniques que le conservatisme, dans son versant social, est le mieux représenté. Le nombre des radios et télévisions dédiés à la promotion des valeurs traditionnelles connaît une hausse vertigineuse tout au long de la décennie soixante-dix : on en compte plus d'un millier à l'audience hebdomadaire qui se compte en millions d'auditeurs. En 1988, le nombre de radios chrétiennes dépasse la barre des 1 100 et celui des stations de télévision, celle des 300⁴¹⁸. À la radio, *The Lutheran Hour* et *Hour of Decision*, animée par le Révérend Bill Graham – qui reprend le flambeau de la prédication radiophonique sur le réseau ABC Radio –, sont les émissions religieuses les plus écoutées. Dans les années quatre-vingt, elles sont diffusées par plus de 600 stations dans le pays. À la fin de la décennie, désormais animée par Dr. Dale A. Mayer, *The Lutheran Hour* est l'émission radiophonique hebdomadaire diffusée sous-licence qui détient le plus grand score d'audience des Etats-Unis⁴¹⁹, et ce, bien que depuis la mort de Maier, elle s'adresse aux fidèles déjà affiliés à une église et non plus à un auditorat composé de chrétiens non-affiliés ou de non-croyants, comme c'est le cas jusqu'en 1950⁴²⁰.

Toutefois, si ces programmes survivent et maintiennent leur audience, ils perdent en visibilité et se marginalisent au sens premier du terme au début des années quatre-vingt-dix sous l'effet des changements que connaît l'environnement médiatique et notamment de la résurgence du conservatisme sur les radios grand public. À la télévision, c'est le Christian Broadcasting Network (CBN) qui assure la visibilité du conservatisme social. Créé par Pat Robertson en 1960, CBN diffuse depuis 1962 *The 700 Club* qui devient le premier talk-show télévisé chrétien du pays. Dans les années quatre-vingt, l'émission se politise de manière très marquée et permet ainsi à son animateur de se présenter à l'élection présidentielle de 1988.

⁴¹⁶ Bien que *Sword of the Lord* et *Christian Beacon*, fondés respectivement en 1934 et 1936, sont d'ardents défenseurs des valeurs traditionnelles et du fondamentalisme religieux également, leur faible lectorat en fait des publications à la marge et à l'influence limitée. McPherson, *Conservative Resurgence*, 155.

⁴¹⁷ McPherson, *Conservative Resurgence*, 153.

⁴¹⁸ McPherson, *Conservative Resurgence*, 158.

⁴¹⁹ Hangen, "Man of the Hour," 113-134.

⁴²⁰ "The broadcast's orientation had shifted from saving nonbelievers to pastoring the faithful", Hangen, "Man of the Hour," 126.

Le conservatisme est peu représenté également dans la grande presse nationale. La *Fairness Doctrine* ne s'applique qu'aux émissions de débats et de discussions : elle ne peut être invoquée dans le cadre du contenu des journaux d'informations⁴²¹. Or dans ce cadre, bien que considérée comme très imparfaite, la norme d'objectivité est suivie très rigoureusement par la majorité des journalistes. Elle impose, sinon la neutralité, au moins l'équilibre des points de vue dans le traitement de l'actualité et la majorité des grands titres de la presse nationale américaine suit le modèle de la presse objective. Toutefois, la norme d'objectivité ne constitue qu'une norme professionnelle adoptée par les membres de la profession, il ne s'agit nullement d'une législation. Ainsi, son respect quasi-universel n'est pas officiellement mandaté mais relève du choix des journalistes en tant que profession constituée, puisque la liberté de publication garantie par le Premier Amendement implique une liberté totale de contenu. Cela permet ainsi à quelques journaux de suivre une ligne éditoriale très nettement conservatrice, parmi lesquels *The Washington Times*, *The New York Post* et *The Wall Street Journal* sont les plus notables.

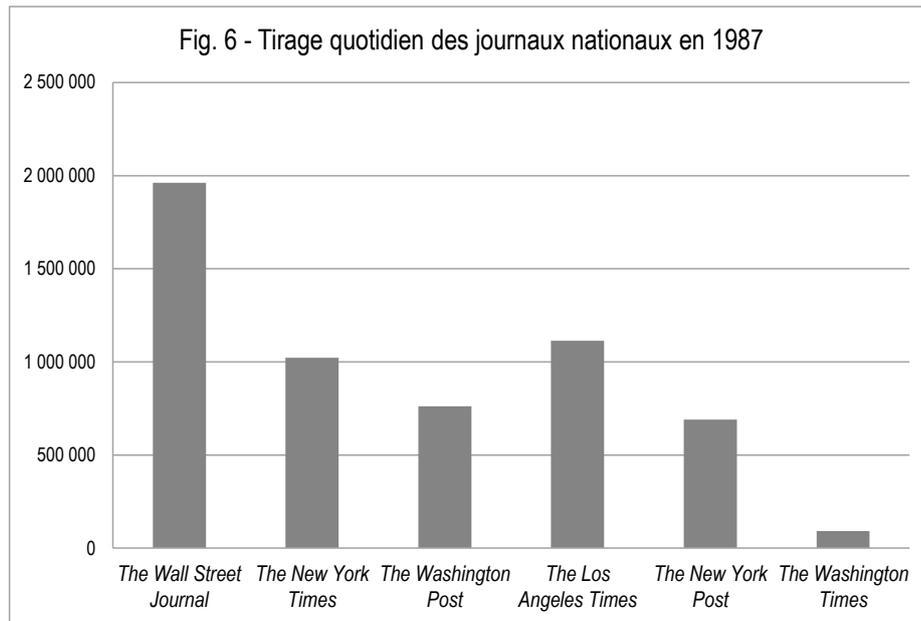
Cette réalité doit toutefois être nuancée. D'abord, si en 1987 *The Wall Street Journal* est bien le premier journal d'information⁴²², il n'est conservateur que dans ses éditoriaux : le contenu des articles d'information obéit à la norme d'objectivité. Beaucoup de lecteurs s'intéressent à l'actualité économique traitée dans les pages d'information sans lire les éditoriaux. A cet égard, si l'on ne dispose pas de chiffres pour l'année 1987, 22,2% des lecteurs affirmaient ne lire que rarement ou jamais les pages éditoriales en 2004, et seuls 49,5% les lisaient régulièrement⁴²³. Le lectorat de *The Wall Street Journal* ne peut donc être considéré comme uniformément conservateur. Ensuite, bien que *The New York Post* affiche un tirage quotidien du même ordre de grandeur que celui de *The Washington Post* (761 142 pour le premier ; 690 915 pour le second)⁴²⁴ comme le montre le tableau 1, il s'assimile davantage à un journal à scandale qu'à un vrai journal d'information.

⁴²¹ "Appearance by a legally qualified candidate on any— (1) bona fide newscast, (2) bona fide news interview, (3) bona fide news documentary (if the appearance of the candidate is incidental to the presentation of the subject or subjects covered by the news documentary), or (4) on-the-spot coverage of bona fide news events (including but not limited to political conventions and activities incidental thereto), shall not be deemed to be use of a broadcasting station within the meaning of this subsection", 47 U.S.C. §315(a)(1)(2)(3)(4).

⁴²² Avec 1 961 846 d'exemplaires tirés quotidiennement, il dépasse largement les tirages de *The New York Times* (1 022 899), de *The Washington Post* (761 142) et de *The Los Angeles Times* (1 113 459) en 1987. *Editor & Publisher*, Yearbook 1988 (*Audit Bureau of Circulation* figures for 1987).

⁴²³ 2004 *National Annenberg Election Survey*, Annenberg Public Policy Center. Outre la variable 'Newspapers Read Most' (cEA11), l'enquête comprend une variable portant précisément sur les éditoriaux de *The Wall Street Journal*, 'Read Wall Street Journal Editorial Pages' (cEA12).

⁴²⁴ *Editor & Publisher*, Yearbook 1988 (*Audit Bureau of Circulation* figures for 1987), p. I-61 et p.I-223.



Source: *Editor & Publisher, Yearbook 1988 (Audit Bureau of Circulation figures for 1987)*

Ne reste donc que *The Washington Times* qui constitue le seul journal d'information s'apparentant à un journal partisan. Bien que le journal se défende d'enfreindre la règle qui impose de séparer l'information de l'éditorial⁴²⁵, le commentaire de l'historien conservateur et membre de *The Heritage Foundation* Lee Edwards sur la fonction du journal met en doute son respect de la norme d'objectivité : « [*The Washington Times*] provided an arena for defenders of tradition, family, faith, race-free decision making, and [...] building on America's Judeo-Christian heritage »⁴²⁶. *The Washington Times* a donc été conçu comme un instrument de promotion du conservatisme ; il a d'ailleurs fait l'objet d'un éloge du président George W. Bush⁴²⁷. Comparativement à celui des grands titres de la presse quotidienne nationale, son lectorat est toutefois très limité : avec 91 508 de numéros tirés quotidiennement⁴²⁸, *The Washington Times* affiche en 1987 un lectorat presque 8,5 plus petit que *The Washington Post*, titre le moins lu de la presse nationale non-partisane.

Outre *The Washington Times* et les pages éditoriales de *The Wall Street Journal*, l'expression du conservatisme dans la presse est véhiculée surtout dans les revues et magazines hebdomadaires ou mensuels. Toutefois, qu'il s'agisse de *Human Events*, *The*

⁴²⁵ Lee Edwards Ed., *Our Times: The Washington Times 1982-2002* (Washington, D.C.: Regnery Publishing Inc., 2002) 70-71.

⁴²⁶ Edwards Ed., *Our Times*, 182.

⁴²⁷ "Confirmation of the Washington Times's indispensable role in the nation's capital was provided by President George W. Bush, who told the newspaper's editor in chief, 'You're a conscience of this town'." Edwards Ed., *Our Times*, xii.

⁴²⁸ *Editor & Publisher, Yearbook 1988*, I-61.

National Review, ou encore de *The Public Interest*, le lectorat de ces revues demeure de faible envergure. De plus, il s'agit d'un public instruit et d'un certain niveau socio-économique. Ainsi, jusqu'à la fin des années quatre-vingt et l'avènement du talk-show radiophonique conservateur, l'expression du conservatisme dans les médias traditionnels est très limitée : à l'exception d'une émission de télévision diffusée sur la télévision publique, elle est circonscrite à la presse écrite, et à l'intérieur de celle-ci, à des publications hebdomadaires ou mensuelles.

2.3.2. La « spirale du silence » comme conséquence de cette absence de visibilité

Une telle absence de perspective conservatrice visible dans les médias traditionnels à grande échelle est interprétée dans la vision des conservateurs comme le phénomène de partialité sociolibérale des grands médias dont ils se sentent les victimes, et qui se traduit par la sous-représentation des idées des citoyens conservateurs. Au cours de la campagne présidentielle de 1996, Mary Matalin fait une déclaration dans ce sens : « *Many in our electorate flat out don't trust the mainstream press. There is not a single delegate here who believes we are going to get fair treatment from the mainstream press* »⁴²⁹. Cette perception d'un accès inégal à la représentation est constitutive de la conception des conservateurs en tant que groupe minoritaire en ce qu'elle participe de l'accès inégal aux structures du pouvoir que Danielle Juteau désigne par « *les chances monopolisées* »⁴³⁰. L'accès des conservateurs à la société est dans ce domaine restreint par une représentation d'eux-mêmes et de leurs idées limitée dans les médias du fait, à leurs yeux, d'un monopole exercé par les sociolibéraux.

Andrew F. Hayes confirme l'importance de la représentation médiatique comme facteur contribuant à la minorisation des groupes sociaux : « *Minority voices become increasingly hard to hear when adherents of minority positions do not articulate those positions publicly in the form of televised interviews, public opinion polls, or during interpersonal discussion* »⁴³¹. Autrement dit, la perception de l'impossibilité de pouvoir exprimer son point de vue et l'impression d'être réduits au silence par un environnement médiatique jugé défavorable, voire hostile, aux idées conservatrices est une des caractéristiques des conservateurs en tant que minorité politique.

⁴²⁹ "Talk-show Democracy '96", *The Harvard International Journal of Press/Politics* 2, n°4 (1997), 6.

⁴³⁰ Danielle Juteau, *L'Ethnicité et ses frontières* (Les Presses de l'Université de Montréal, 1999), 17.

⁴³¹ Andrew F. Hayes, "Exploring the Forms of Self-Censorship: On the Spiral of Silence and the Use of Opinion Expression Avoidance Strategies," *Journal of Communication* 57 (2007): 785.

En 1974, la sociologue allemande Elizabeth Noelle-Neumann propose une théorie de ce phénomène qu'elle désigne par « spirale du silence » (*spiral of silence*)⁴³². Selon cette théorie, plus un individu perçoit le climat d'opinion comme défavorable à ses idées, plus il s'abstient de les exprimer, ce qui en retour renforce l'opinion dominante. La volonté d'un individu d'exprimer son opinion est donc fonction de l'opinion majoritaire, comme le décrit la sociologue elle-même : « *the tendency of the one to speak up and the other to be silent starts off a spiraling process which increasingly establishes one opinion as the prevailing one* »⁴³³. Ainsi, plus une opinion est perçue comme minoritaire par ceux qui y adhèrent, moins elle est exprimée, plus l'opinion dominante est renforcée et plus les minoritaires sont dissuadés de prendre la parole, ce qu'ont validé plusieurs travaux de recherche empiriques⁴³⁴.

La spirale du silence est une des théories majeures et des plus influentes dans le champ de la recherche sur l'opinion publique car en elle constitue la première analyse en relation avec le contexte social dans lequel elle évolue⁴³⁵. Elle s'appuie sur la conception de l'opinion publique comme force de contrôle social à la fonction d'intégration des individus et de préservation d'un niveau de consensus suffisant pour que des décisions communes puissent être prises⁴³⁶. Dans ce cas, la notion d' « opinion publique » renvoie aux points de vue, qui d'une part *peuvent* être exprimés par l'individu sans qu'il risque des sanctions de la part de la société ou de la communauté, et qui d'autre part *doivent* être exprimés pour éviter ces sanctions⁴³⁷.

Le phénomène de spirale du silence repose sur quatre principes majeurs. Il s'appuie en premier lieu sur l'existence d'une « menace de mise à l'écart de l'individu » (*threat of isolation*) que la société exerce pour garantir le consensus social⁴³⁸. Il en résulte – deuxième principe – la « peur de la mise à l'écart » (*fear of isolation*), force qui constitue un facteur essentiel du conformisme social. En réponse à cette peur, l'individu fait appel à son « intuition quasi-statistique » (*quasi-statistical sense*), faculté qui lui permet d'examiner son

⁴³² Elizabeth Noelle-Neumann, "The spiral of silence: A theory of public opinion," *Journal of Communication*, 24 (19XX): 43-51.

⁴³³ Noelle-Neumann, "The spiral of silence": 44.

⁴³⁴ Hayes, Shanahan et Glynn ont notamment mené une étude montrant que dans un débat ou une discussion, les participants ont tendance à vouloir évoquer un sujet davantage s'ils ont l'impression qu'il y a accord d'opinion entre eux et leurs pairs. Andrew F. Hayes, James Shanahan and Carroll J. Glynn, "Willingness to express one's opinion in a realistic situation as a function of perceived support for that opinion", *International Journal of Public Opinion Research* 13, n°1 (2001): 52.

⁴³⁵ Hayes et al., "Willingness to express one's opinion": 46

⁴³⁶ Dietram A. Scheufele and Patricia Moy, "Twenty-five years of the spiral of silence: a conceptual review and empirical outlook", *International Journal of Public Opinion Research* 12 n°1 (2000): 5.

⁴³⁷ Scheufele and Moy, "Twenty-five years of the spiral of silence": 5.

⁴³⁸ Scheufele and Moy, "Twenty-five years of the spiral of silence": 8.

environnement afin évaluer la distribution des opinions. Un tel examen se fait par l'attention prêtée aux médias, par l'observation directe ou par les discussions interpersonnelles⁴³⁹. Ce troisième principe renvoie davantage à la perception du climat d'opinion qu'à la réalité du climat lui-même. Enfin, le dernier principe consiste en la volonté de s'exprimer ou la tendance à se taire : l'individu a tendance à exprimer ses opinions publiquement quand il perçoit qu'elles sont dominantes ou qu'elles sont en passe de le devenir. Au contraire, lorsqu'elles sont minoritaires, l'individu est réticent à prendre la parole et se tait.

Il faut ajouter que les processus de production d'opinions et de passage en revue de l'environnement sont générés de manière inconsciente. Ainsi, la volonté ou non de prendre la parole relève moins d'une décision consciente de prendre part à la discussion que d'une réticence inconsciente à exprimer son point de vue⁴⁴⁰. C'est l'interaction de ces principes qui déclenche le phénomène de spirale du silence. D'autres facteurs secondaires exercent une influence sur le déclenchement du processus, tels que le niveau de confiance en soi de l'individu en présence des autres, la composition de l'audience face à laquelle il est susceptible de prendre la parole ainsi que le degré de connaissance des individus qui la composent sur le sujet évoqué. Enfin, le facteur secondaire le plus important est certainement l'importance du « répertoire argumentaire » (*argument repertoire*)⁴⁴¹ de l'individu : la volonté de prendre la parole est également fonction de la capacité de l'individu à argumenter et de sa maîtrise du sujet.

Quoiqu'il en soit, le rôle des médias paraît essentiel dans le processus de spirale du silence car ce dernier ne peut s'enclencher que si les médias sont perçus comme adoptant une position idéologiquement identifiable⁴⁴² ou comme ignorant certaines sensibilités :

If the media tend to present one viewpoint more frequently, ignoring or downplaying others, individuals may come to perceive that viewpoint as the majority viewpoint and be less willing to publicly advocate alternative viewpoints. Under conditions in which media consistently reinforce similar messages, the spiral continues⁴⁴³.

Dans le cas des conservateurs, les codes et pratiques discursives du journalisme et le dispositif de réglementation des contenus qui rendent difficile l'expression d'une sensibilité politique

⁴³⁹ Scheufele and Moy, "Twenty-five years of the spiral of silence": 9.

⁴⁴⁰ Scheufele and Moy, "Twenty-five years of the spiral of silence": 6.

⁴⁴¹ Joseph N. Cappella, Price, V., & Nir, L., "Argument repertoire as a reliable and valid measure of opinion quality: Electronic dialogue during campaign 2000," *Political Communication* 19 (2002): 73-93.

⁴⁴² Scheufele and Moy, "Twenty-five years of the spiral of silence": 10.

⁴⁴³ Hayes et al., "Willingness to express one's opinion": 46.

spécifique, ont fait naître la perception d'un biais sociolibéral et d'une sous-représentation des opinions conservatrices dans le traitement de l'information. En corollaire, l'impression que ces opinions sont minoritaires dissuade les conservateurs de s'exprimer et nourrit la spirale du silence. Ainsi, dans le contexte médiatique de la fin des années quatre-vingt, les conservateurs constituent une « minorité silencieuse ». La remise en cause des normes journalistiques et de la réglementation des contenus apparaît donc comme une stratégie nécessaire pour redonner la parole à une minorité qui se perçoit comme exclue du débat national.

2.4. Déréglementation, Acte 1 : la présidence de Reagan et la déréglementation des contenus de diffusion

2.4.1. Les opérateurs de télévision câblée à l'avant-garde du combat pour la déréglementation

Jusqu'aux années quatre-vingt, la réglementation fédérale à laquelle sont soumis les diffuseurs de radio et de télévision – plus stricte que celle qui s'applique à la presse écrite en raison du nombre restreint des canaux hertziens et des ondes – s'applique également aux opérateurs de câblodistribution : la FCC encadre de façon plus contraignante leur exercice des droits garantis par le Premier amendement au nom de la logique de rareté, les réseaux câblés étant peu nombreux. Les partisans du droit à l'accès du public, et donc des réglementations locales de la câblodistribution, justifient leur position en invoquant la menace que fait peser le potentiel monopolistique du câble sur la diversité des contenus et l'accès des citoyens aux réseaux câblés.

De leur côté, les opérateurs de câblodistribution remettent ouvertement en cause l'application à leurs services de la réglementation sur la diffusion de la télévision hertzienne, avec l'objectif d'échapper à la règle du *common carrier* qui leur impose d'accorder un droit d'accès à leurs infrastructures à d'autres opérateurs. Or la majorité démocrate à la Chambre⁴⁴⁴ et son attachement à la notion d'intérêt public rendent impossible une modification de la réglementation des supports de diffusion en faveur des opérateurs de câblodistribution. Ces derniers se tournent donc vers la justice pour faire valoir leurs droits et promouvoir leurs intérêts. Ils font preuve à cet égard d'une très grande virulence qui se traduit par un activisme judiciaire forcené à l'échelle de tout le territoire : des actions en justice sont menées massivement partout où leurs intérêts sont en jeu, avec le concours de la *Heritage*

⁴⁴⁴ L'hostilité grandissante dont fait l'objet la *Fairness Doctrine* au milieu des années quatre-vingt émerge dans un contexte politique dans lequel les Démocrates sont majoritaires à la Chambre : pendant le 98^{ème} Congrès (1983-1985), on y compte 272 Démocrates contre 163 Républicains, et 253 Démocrates contre 182 Républicains pendant le 99^{ème} (1985-1987).

Foundation. L'offensive cible plus précisément les réglementations locales et vise à obtenir des tribunaux que celles qui s'appliquent ordinairement sans distinction à la télévision hertzienne et câblée ne s'appliquent plus à la câblodistribution, et ce malgré leur validation par le *Cable Communications Act of 1984*⁴⁴⁵.

Ces procédures portent sur des questions de franchises, d'impôt et de droit d'accès du public, et plus précisément sur l'obligation qui pèse sur les opérateurs de télévision câblée d'accorder un espace de représentation aux autorités locales et à des programmes éducatifs. Le vice-président de la *National Cable Television Association Inc.*, Bert Carp pousse plus loin la logique de déréglementation en affirmant : « *What we are pursuing is the same kind of editorial freedom that newspapers have* »⁴⁴⁶. La stratégie des câblo-opérateurs consiste donc à rejeter la réglementation qui s'applique aux chaînes hertziennes en se prévalant de celle qui s'applique ordinairement à la presse écrite.

Les décisions rendues par les tribunaux vont dans des sens opposés. Certaines ont confirmé que les obligations qu'impose le statut de *common carrier* s'appliquent indifféremment aux opérateurs de câblodistribution et aux diffuseurs de télévision hertzienne. Ainsi, en 1983 une cour de district fédéral du Rhode Island a confirmé la réglementation locale sur l'accès du public au câble en précisant que cette dernière permettait de le rendre accessible à une grande partie du public, et qu'elle constituait à ce titre un outil de promotion du Premier amendement. D'autres adoptent une position opposée, comme ce fut le cas en juillet 1985 lorsqu'une cour d'appel fédérale a statué dans le sens des intérêts des opérateurs de câblodistribution en les dispensant de l'obligation de transmettre les signaux de tous les diffuseurs de la localité, obligation qui incombe ordinairement aux opérateurs de diffusion télévisée hertzienne⁴⁴⁷. Une telle décision se fait très nettement au détriment de ces derniers dont la capacité de diffusion se retrouve ainsi limitée. Par conséquent, les actions menées devant les tribunaux – dont la juridiction est circonscrite à une partie précisément délimitée du territoire – provoquent des différences dans le statut de la câblodistribution en fonction de la zone géographique.

Quel qu'ait été le sens des décisions rendues dans le cadre des actions menées contre les réglementations locales, l'activisme judiciaire des opérateurs de câblodistribution a eu pour

⁴⁴⁵ La loi de 1984 (47. USC 521) établit une politique nationale de réglementation de la câblodistribution par les autorités fédérales, étatiques et locales. Elle a pour objectif l'équilibre des pouvoirs du gouvernement et des câblo-opérateurs dans la gestion de l'attribution des franchises. Elle confère aux villes principalement l'autorité pour octroyer et renouveler ces franchises.

⁴⁴⁶ Stuart Taylor Jr., "Doubt is Cast on Cable Regulation," *The New York Times*, July 25th, 1985.

⁴⁴⁷ Taylor, "Doubt is Cast on Cable Regulation."

effet de fortement délégitimer l'argument de rareté de manière à saper les fondements de la réglementation. Au global, les décisions rendues par les tribunaux sont allées dans le sens opposé de la réglementation locale de la câblodistribution sur la base du nombre grandissant de chaînes câblées par opposition aux chaînes hertziennes. Ainsi, les opérateurs de câblodistribution ont été pionniers dans la remise en cause de l'obligation de service public des médias en centrant le débat sur la caducité de l'argument de rareté. Ce faisant, ils ont préparé le terrain à l'abrogation de la *Fairness Doctrine* en instaurant, par leur activisme, un climat d'opinion qui y soit propice.

2.4.2. Abrogation de la Fairness Doctrine (1982-1987)

Nommé le 18 mai 1981⁴⁴⁸ par Reagan – pour lequel il travaille pendant les campagnes des primaires de 1976 et des présidentielles de 1980⁴⁴⁹, le nouveau président de la FCC, Mark S. Fowler affiche, dès son entrée en fonction, son intention d'engager un processus de dérèglementation du secteur des télécommunications. En témoigne l'article paru en 1982 dans lequel il affirme sans ambages : « *the perception of broadcasters as community trustees should be replaced by a view of broadcasters as marketplace participants* »⁴⁵⁰. L'intention du président de la FCC d'abandonner leur statut de garant de l'intérêt public pour faire des médias de simples acteurs du marché annonce en corollaire l'abrogation de la *Fairness Doctrine* : après trente années d'existence, elle fut ainsi remise en cause dès le début du premier mandat de Reagan.

Cependant, la campagne pour l'abrogation de la doctrine fut avant tout une initiative du pouvoir législatif portée par le sénateur de l'Oregon Robert Packwood, président de la Commission du Commerce, de la Science et des Télécommunications au Sénat (*Chairman of the Commerce, Science and Telecommunications Committee*) du 97^{ème} Congrès (1981-1983), à qui fut confié le dossier de la dérèglementation de l'industrie des télécommunications. Dans le domaine de la réglementation des contenus, le sénateur se fixe comme objectif la levée des limitations des droits garantis par le Premier amendement qui pèsent sur les médias électroniques afin qu'ils puissent bénéficier du même statut que la presse écrite, et donc des mêmes protections en matière de liberté d'expression. Après l'échec d'une proposition de réforme du Premier amendement ayant suscité une vive inquiétude chez les acteurs de la

⁴⁴⁸ *Commissioners from 1934 to Present*, <http://transition.fcc.gov/commissioners/commish-list.html> ; dernière consultation 20 août 2011.

⁴⁴⁹ Brock, *Republican Noise Machine*, 294.

⁴⁵⁰ Mark S. Fowler & Daniel L. Brenner, *A Marketplace Approach to Broadcast Regulation*, 60 Texas L. Rev. 207 (1982).

presse écrite, Packwood opte pour la tenue d'auditions de représentants des entités concernées par la réglementation des contenus médiatiques, sur les conseils de Craig R. Smith, son chef de campagne en 1981⁴⁵¹. Conscients que la réforme ne peut être imposée par le haut, Packwood et Smith lancent une initiative de grande envergure visant à dégager le consensus autour de l'abrogation de la *Fairness Doctrine*.

Ainsi, entre septembre et novembre 1982, la Commission sénatoriale que préside Packwood recueille les témoignages d'experts techniques sur la validité de l'argument de rareté (28 septembre), d'experts juridiques sur la constitutionnalité de la doctrine (30 septembre), et de figures de l'industrie des médias de premier plan, tels que le présentateur du journal de CBS Dan Rather et Bill Monroe, animateur de *Meet the Press*⁴⁵² sur NBC (19 novembre)⁴⁵³. Les conclusions de la Commission définissent le socle rhétorique à l'abrogation en dégagant quatre arguments dont se prévalurent ses partisans tout au long de la campagne : (1) la caducité de l'argument de rareté sous l'effet de la multiplication des supports et le ciblage des publics par format, (2) « l'effet de paralysie » (*chilling effect*) que produit la doctrine sur la tenue de débats contradictoires sur des questions d'intérêt général, les programmeurs choisissant de ne pas proposer ces débats de façon à éviter de tomber sous le coup de possibles sanctions, (3) les difficultés que cause la doctrine aux présentateurs et commentateurs dans leur mission d'information et enfin, (4) l'utilisation de la doctrine par le gouvernement à des fins partisans, surtout lorsque celui-ci met en œuvre une politique plutôt sociolibérale⁴⁵⁴.

À cet égard, les partisans de l'abrogation bénéficient d'un climat d'opinion parfois hostile aux médias traditionnels, qu'ils ont d'ailleurs très certainement contribué à créer. Outre les efforts des réseaux câblés pour supprimer le dispositif de réglementation des contenus, certains journalistes aux allégeances conservatrices accréditent la thèse que, non seulement la doctrine échoue dans son rôle de garant de la diversité des points de vue, mais elle favorise l'expression de l'idéologie sociolibérale. Ainsi, certaines voix s'élèvent contre la doctrine non

⁴⁵¹ Ancien dirigeant du *National Republican Senate Committee*, Smith fit également partie, quelques années plus tard, de l'équipe de transition de George H. W. Bush en 1988.

⁴⁵² Lancée le 6 novembre 1947 sur la chaîne NBC, *Meet the Press* est une institution dans le paysage des émissions politiques télévisées. Rendez-vous hebdomadaire du dimanche matin, l'émission propose des entretiens avec des figures politiques nationales et locales. Tous les occupants de la Maison Blanche y ont été reçus ainsi que tous les vice-présidents. L'émission est animée par David Gregory depuis décembre 2008. Ses concurrentes sont *This Week* sur ABC, présentée par Christiane Amanpour, *Face the Nation* sur CBS, présentée par Bob Schieffer et *Washington Week* sur PBS, présentée par Gwen Ifill.

⁴⁵³ Craig R. Smith, "The Campaign to Repeal the Fairness Doctrine," *Rhetoric & Public Affairs* 2, n°3 (Fall 1999), 4.

⁴⁵⁴ Smith, "The Campaign to Repeal the Fairness Doctrine," 6.

plus seulement pour dénoncer son inefficacité, mais au nom de la nécessité de libérer l'expression de la parole conservatrice pour contrer la domination sociolibérale des médias⁴⁵⁵.

Afin de valoriser les résultats des auditions, Packwood et Smith décident de créer une « organisation à but non lucratif » (*non-profit organization*). C'est ainsi qu'en décembre 1982, naît *The Freedom of Expression Foundation*⁴⁵⁶ dont Smith résume ainsi la mission: « *Senator Packwood and I established a foundation which would coordinate the repeal effort using non-profit funds and which could provide lobbyists, editorialists, and other opinion leaders with needed arguments and evidence* »⁴⁵⁷. Force centripète de la coalition des opposants à la *Fairness Doctrine*, la fondation est donc envisagée comme instrument de son abrogation, par le recours au financement privé qui autorise une très grande latitude financière. En effet, non soumise à l'impôt par son statut d'organisation à but non lucratif (*tax-exempt organization*), elle permet à ses donateurs de défiscaliser une partie de leurs revenus⁴⁵⁸.

C'est ainsi qu'elle reçoit le soutien de bon nombre de diffuseurs de télévision hertzienne – notamment les trois grands réseaux ABC, CBS et NBC – pour qui la doctrine constitue une forme d'ingérence dans les contenus éditoriaux, et représente à ce titre une violation des principes de libre expression et de liberté de la presse garantis par le Premier amendement. Leur contribution est tout autant humaine que financière. Ainsi, Leonard Goldenson, Thomas Wyman et Robert C. Wright, présidents respectifs d'ABC, CBS et NBC, acceptent de faire partie du conseil consultatif sur la recherche (*Research Advisory Board*) de la fondation. Ce sont également ces trois réseaux hertziens, avec le concours de *The National Association of Broadcasters*, qui fournissent le capital de départ⁴⁵⁹. Ils sont rejoints sur ce point par *AT&T*, *The Washington Post Company* and *Times-Mirror Company*, ainsi que par les grandes figures de l'activisme conservateur qui mettent leur dispositif de philanthropie au service de la campagne. Ainsi, la *John M. Olin Foundation*, créée en 1953 par le magnat de l'industrie

⁴⁵⁵ La thèse n'est cependant pas nouvelle. Elle émerge au début de la décennie précédente sous la plume d'Edith Efron qui, en 1971, dénonce ce qu'elle perçoit comme un positionnement des médias très nettement en faveur du candidat démocrate Hubert Humphrey lors des élections présidentielles de 1968. Voir Edith Efron, *The News Twisters*, Nash. Pub., 1971

⁴⁵⁶ Smith, "Campaign to Repeal the Fairness Doctrine," 3.

⁴⁵⁷ Smith, "Campaign to Repeal the Fairness Doctrine," 1.

⁴⁵⁸ On remarque à cet égard la complaisance de l'*Internal Revenue Service* dans l'octroi de ce statut. En effet le « Statut 501(c)(3) » est accordé à condition que le bénéficiaire maintienne un certain degré de neutralité politique. A ce titre, il ne peut ni soutenir ou s'opposer à un projet de loi : "To be tax-exempt under section 501(c)(3) of the Internal Revenue Code, an organization [...] may not be an action organization, i.e., it may not attempt to influence legislation as a substantial part of its activities [...].", in *Exemption Requirements – Section 501(c)(3)*, www.irs.gov/charities/charitable/article/0,,id=96099,00.html, consulté le 27 août 2011.

⁴⁵⁹ Smith, "Campaign to Repeal the Fairness Doctrine," 5.

chimique éponyme, et Rupert Murdoch contribuent eux aussi de larges sommes à la fondation. A cela s'ajoute enfin le concours des publicitaires. L'abrogation de la doctrine est donc le résultat d'une action concertée entre figures de la droite ultraconservatrice, hommes politiques appartenant au Parti républicain mais également acteurs du marché des télécommunications et figures médiatiques de premier plan.

C'est à Smith qu'incombe la tâche d'établir la crédibilité de la fondation. Pour ce faire, il en organise les activités autour de deux axes, l'un scientifique et l'autre communicationnel. Sur le plan scientifique, la fondation fonctionne comme un centre de recherche sur le Premier amendement et les questions relatives à la liberté d'expression. Elle publie une grande quantité d'articles, de pamphlets et de livres visant à légitimer l'abrogation de la doctrine qu'elle diffuse auprès des entités concernées. Le livre *Substance and Shadows : the Original Meaning of the Freedom of the Press* de l'avocat John C. Armor, membre de l'organisation spécialisée dans les contentieux contre l'État, *The American Constitutional Law Foundation*⁴⁶⁰ et spécialiste des questions ayant trait à la liberté d'expression, est particulièrement représentatif de la ligne rhétorique adoptée par *The Freedom of Expression Foundation*. Armor y défend la thèse que les Pères Fondateurs envisageaient une application élargie du Premier amendement au moment de sa rédaction, application qui doit donc être étendue aux médias électroniques.

Sur le plan communicationnel, la fondation organise une série de conférences données par Smith lui-même sur divers campus à travers le pays. Elles sont ensuite diffusées au format VHS et assorties d'avant-propos de personnalités des grands médias d'information, tels que Dan Rather ou Tom Brokaw ; un manuel explicatif du Premier amendement est également édité. Ces documents sont regroupés sous forme de kit en un cours intitulé *The First Amendment and Twentieth Century Technology*, diffusé auprès de professeurs de quelques 200 universités⁴⁶¹.

En l'espace de deux ans, la fondation devient ainsi la force centripète de la coalition anti-Fairness Doctrine, comme le résume l'architecte de son abrogation au Sénat : « *In this way, the Foundation became the coordinator of the campaign of persuasion, making sure that the coalition's arguments were consistent and well supported* »⁴⁶². La visée lobbyiste de son action scientifique, elle-même servie par une stratégie de communication directe, permet à *The Freedom of Expression Foundation* de légitimer son action et ainsi établir sa crédibilité.

⁴⁶⁰ "Lawmakers Join Federal Suit to Stop Congressional Raise," *The New York Times*, October 30, 1992.

⁴⁶¹ Smith, "Campaign to Repeal the Fairness Doctrine," 8.

⁴⁶² Smith, "Campaign to Repeal the Fairness Doctrine," 10.

Une seconde série d'auditions est organisée début 1984 avec l'objectif de faire la démonstration de l'inconstitutionnalité de la *Fairness Doctrine* en soutien au *Freedom of Expression Act of 1983*⁴⁶³ en discussion au Congrès à cette même époque. Le témoignage de l'ancien candidat républicain à l'élection présidentielle Goldwater en faveur de l'abrogation finit de dissiper les réticences de certaines figures conservatrices. Si la majorité d'entre elles y sont favorables – notamment Schlafly qui prétend que la *Fairness Doctrine* a permis de bloquer l'accès au plateau des opposants à l'ERA, et les dirigeants des médias chrétiens tels Jerry Falwell – certaines, accréditant la thèse du parti pris sociolibéral des médias traditionnels à l'instar du président d'*Accuracy in Media* Reed Irvine, craignent que l'abrogation ne donne blanc-seing à ces derniers pour imposer leur point de vue politique de façon encore plus marquée. Ces positions divergentes au sein du camp conservateur soulignent donc une certaine ambiguïté quant aux effets négatifs supposés de la *Fairness Doctrine* : les craintes exprimées par Irvine tendent à suggérer que la doctrine garantissait bel et bien un certain degré de représentation de la parole partisane dans les médias, fût-elle assortie de l'obligation d'un rééquilibrage. Le projet de loi fut cependant rejeté par la majorité démocrate à la Chambre en 1984.

Par cet échec, la coalition anti-*Fairness Doctrine* finit d'acquérir la conviction que la bataille pour l'abrogation ne pourra se livrer au Congrès. C'est ainsi qu'en février 1985, la FCC prend le relais de la *Freedom of Expression Foundation* et de la Commission Sénatoriale du Commerce en organisant des auditions sur la base de celles organisées par Packwood et Smith. À cet effet, Mark S. Fowler mandate l'avocat Bruce E. Fein, juriste à la FCC, chercheur associé à la *Heritage Foundation* et l'*American Enterprise Institute* et pourfendeur du parti pris sociolibéral des médias⁴⁶⁴. Ce dernier engage un réexamen complet de la doctrine en se concentrant sur sa constitutionnalité, la légitimité de ses fondements ainsi que sa capacité à servir l'intérêt public. A cet effet, les principaux acteurs médiatiques sont consultés sur l'opportunité de maintenir la doctrine au cours de deux journées d'audition tenues les 7 et

⁴⁶³ *Hearings on the Freedom of Expression Act of 1983 before the Committee on Commerce, Science, and Transportation* (January 30, February 1 and 8, 1984), 98th Cong., 2d Sess.

⁴⁶⁴ A titre d'exemple, son obsession de l'existence d'un parti-pris sociolibéral dans les médias le conduit à prendre position de manière virulente contre la décision de la Cour suprême *New York Times Co. V. Sullivan*, 376 U.S. 254 (1964) de façon à faciliter les actions en diffamation qu'il considère nécessaires de mener contre certains médias qu'il juge par trop hostiles aux conservateurs. Par cet arrêt la Cour définit le « principe de malveillance avérée » (*actual malice standard*) qui requiert que, dans le cadre de plaintes pour diffamation, le plaignant fasse la preuve que l'accusé avait connaissance, au moment de leur formulation, de la fausseté des allégations portées. Sans cette preuve, il ne peut y avoir diffamation.

8 février 1985⁴⁶⁵. Les témoignages recueillis pendant ces deux journées – ils sont fournis par les mêmes témoins que ceux qui avaient comparu devant la Commission Sénatoriale du Commerce, de la Science et des Télécommunications – sont ensuite analysés par la FCC qui rend ses conclusions en août de cette même année dans un rapport intitulé *General Fairness Doctrine Obligations of Broadcast Licensees*⁴⁶⁶ : elles sont strictement identiques à celles des auditions sénatoriales de 1982 et 1984.

Le rapport réfute la validité de l'argument de rareté, compte tenu du foisonnement des supports électroniques⁴⁶⁷. Il est vrai que, depuis l'entérinement de la doctrine par la Cour suprême en 1969 et 1985, il y a eu un phénomène de multiplication du nombre des fréquences radio (entre 1969 et 1985, tant au niveau local que national, le nombre de stations de radio passe de 6 595 à 9 766) et des chaînes de télévision hertziennes qui passe de 837 à 1 208 au cours de cette même période. Le nombre de chaînes de télévision câblées subit quant à lui une augmentation de 195%⁴⁶⁸. Le rapport déplore également l'immixtion de la doctrine dans les choix éditoriaux des journalistes⁴⁶⁹ et attire l'attention sur l'utilisation de la doctrine par le pouvoir à des fins partisans⁴⁷⁰. Surtout, il dénonce l'impact négatif de la doctrine sur la tenue de débats sur des questions d'intérêt public en confirmant le phénomène du *chilling effect*⁴⁷¹. À cet égard, le rapport insiste particulièrement sur l'impact de la doctrine sur l'expression de points de vue non conventionnels : «*The administration of the fairness doctrine has unintentionally resulted in stifling viewpoints which may be unorthodox, unpopular or unestablished* »⁴⁷².

Dans un climat d'opinion dominé, au sein de la sphère politique, par l'idée que les médias traditionnels sont inféodés à l'idéologie sociolibérale, cet impact supposé de la

⁴⁶⁵ Peter W. Kaplan, *Op. Cit.*

⁴⁶⁶ *General Fairness Doctrine Obligations of Broadcast Licensees*, 50 Fed. Reg., 35418-01, 1985 WL 124925 (F.R.); Friday, August 30, 1985.

⁴⁶⁷ "The growth of traditional broadcast facilities, as well as the development of new electronic information technologies, provides the public with suitable access to the marketplace of ideas so as to render the doctrine unnecessary", *General Fairness Doctrine Obligations*, 49.

⁴⁶⁸ Reginald Stuart, "Fairness Doctrine Assailed by F.C.C.," *The New York Times*, August 8th, 1985.

⁴⁶⁹ "In addition, we believe that the fairness doctrine, as a regulation which directly affects the content of speech aired over broadcast frequencies, significantly impairs the journalistic freedom of journalists", *General Fairness Doctrine Obligations of Broadcast Licensees*, 13.

⁴⁷⁰ "The regime of federal supervision under the Fairness Doctrine is contrary to our constitutional mandate and makes the broadcast licensee an easy victim of political pressures and reduces him to a timid or submissive segment of the press whose measure of the public interest will now be echoes of the dominant political voice that emerges after every election", *General Fairness Doctrine Obligations of Broadcast Licensees*, 46.

⁴⁷¹ "The compelling evidence in this proceeding demonstrates that the fairness doctrine, in operation, inhibits the presentation of controversial issues of public importance [...]. Indeed, the chilling effect on the presentation of controversial issues of public importance resulting from our regulatory policies affirmatively disserves the interest of the public in obtaining access to diverse viewpoints", 50 Fed. Reg., 12-13.

⁴⁷² *General Fairness Doctrine Obligations of Broadcast Licensees*, 41.

doctrine sur l'expression de points de vue non-conventionnels revêt une signification toute particulière. Ce que déplore le rapport, c'est en fait la restriction de la parole conservatrice dans un environnement médiatique où prévaut censément la *doxa* sociolibérale. Il faut donc voir dans l'opération d'abrogation de la doctrine, opération conduite par un Bruce E. Fein pourfendeur du prétendu parti-pris sociolibéral des médias, la volonté de libérer l'expression du conservatisme sur les ondes et les écrans.

Si la coalition anti-*Fairness Doctrine* a échoué à faire aboutir son projet par la voie législative, c'est vers le pouvoir judiciaire qu'elle se tourne au printemps 1985. Loin de n'être qu'un coup d'épée dans l'eau, les auditions ayant alimenté le rapport d'août 1985 s'avèrent être l'arme qui va permettre de signer l'arrêt de mort de la doctrine. Ces auditions se tiennent début 1985, peu de temps après le rendu par la Cour suprême d'une décision qui ouvre une première brèche constitutionnelle dans l'édifice de la *Fairness Doctrine* en 1984: « *As we recognized in Red Lion [...], were it to be shown by the Commission that the Fairness Doctrine "has the effect of reducing rather than enhancing" speech, we would be forced to reconsider the constitutional basis of our decision in that case* »⁴⁷³. En adoptant cette position, la Cour – dont la composition a changé depuis la décision *Red Lion* de 1969⁴⁷⁴ –, envoie un signal fort en direction des opposants à la doctrine et de la FCC qui engagent une action concertée avec la *Freedom of Expression Foundation*, dans le but de renvoyer la question de la constitutionnalité de la doctrine devant le pouvoir judiciaire.

L'objectif est de contraindre celui-ci à rejeter la validité constitutionnelle de la réglementation. Dans un litige opposant la station de télévision WTVH de Syracuse dans l'état de New York à un groupe de citoyens parti prenant dans un débat sur une question d'intérêt public, la FCC rend une décision défavorable à WTVH, affirmant qu'elle a violé la *Fairness Doctrine* en refusant l'accès à son plateau au groupe en question. La FCC rend cette décision malgré son dessein clairement affiché d'abroger la doctrine⁴⁷⁵. La société propriétaire de WTVH, *Meredith Broadcasting*, interjette appel auprès de la Cour d'Appel de Washington, D.C. Après l'examen du dossier – dans le cadre duquel la *Freedom of Expression Foundation* propose un témoignage *amicus curiae* –, la Cour rend une décision

⁴⁷³ *FCC v. League of Women Voters of California*, 468 U.S. 364 (1984): 378-379.

⁴⁷⁴ En 1984, la Cour est présidée par Warren E. Burger, Chief Justice conservateur. Elle est composée de William J. Brennan, Byron R. White, Thurgood Marshall et John P. Stevens, juges de tendance plutôt progressiste, et de Harry Blackmun, Lewis F. Powell, William H. Rehnquist et de Sandra D. O'Connor, juges de tendance plutôt conservatrice : l'avantage est donc aux conservateurs.

⁴⁷⁵ *Telecommunications Research and Action Center v. Federal Communications Commission*, 801 F.2d 501, 516 (1986)

qui détermine que la Section 315 du *Communications Act of 1934* telle qu'amendée en 1959 ne codifie pas la *Fairness Doctrine* mais ne fait que ratifier les positions prises par la Commission depuis 1949.

Ainsi, la *Fairness Doctrine* n'étant pas inscrite dans la loi, elle n'est donc pas mandatée par le Congrès : la Commission n'a donc aucune obligation de la faire appliquer. En revanche, la Cour refuse de statuer sur la constitutionnalité de la réglementation et, sur la base de ce qu'elle identifie comme une position contradictoire de la FCC quant à son attachement à la doctrine, renvoie l'examen de la plainte portée contre la station WTVH devant les instances de la Commission, confiant à cette dernière le soin de décider du sort de la réglementation. La manœuvre est finement orchestrée : il s'agit pour la FCC de déployer une stratégie d'auto-contradiction intentionnelle afin que le pouvoir judiciaire lui donne mandat de décider du sort de la doctrine. C'est ainsi que, rappelant les conclusions de son rapport d'août 1985, la FCC assène l'estocade à la *Fairness Doctrine* en l'abrogeant à l'unanimité le 4 août 1987⁴⁷⁶. Arguant du fait que la doctrine restreint les droits garantis par le Premier amendement, la Commission refuse de sanctionner WTVH: « *Throughout most of our history, the principal function of the First Amendment has been to protect the free marketplace of ideas by precluding government intrusion* »⁴⁷⁷. Ainsi, l'intervention du gouvernement dans la réglementation des contenus diffusés sur les médias électronique contrevient au principe cardinal de la liberté d'expression. Malgré le pourvoi en appel des plaignants, la Cour suprême entérine la décision de la FCC en février 1989⁴⁷⁸ et enterre définitivement la doctrine.

En réaction à la campagne pour l'abrogation de la doctrine et forts de leur majorité au Congrès suite aux élections de mi-mandat de l'automne 1986⁴⁷⁹, les Démocrates se mobilisent pour inscrire la doctrine dans la loi dès le printemps 1987. Sous l'égide du sénateur Ernest Hollings, qui remplace Packwood à la tête de la Commission du Commerce, de la Science et des Télécommunications, et du représentant John Dingell, Président de la Commission sur l'Énergie et le Commerce à la Chambre, tous deux fervents partisans du maintien de *Fairness*

⁴⁷⁶ Robert D. Hershey, "FCC Votes Down Fairness Doctrine in a 4-0 Decision," *The New York Times*, Aug. 5th, 1987.

⁴⁷⁷ *In re Complaint of Syracuse Peace Council against Television Station WTVH Syracuse, New York*, 2 FCC Rcd 5043 (1987).

⁴⁷⁸ "[...] *the Commission's Order should be upheld. It is based on reasonable factual findings and embodies a correct statement of applicable constitutional principles.*" *Syracuse Peace Council v. FCC*, 867 F.2d 654 (D.C. Cir. 1989).

⁴⁷⁹ Le 100^{ème} Congrès (1987-1989) compte 55 Démocrates contre 45 Républicains au Sénat et 258 Démocrates contre 178 Républicains à la Chambre.

Doctrine, le Congrès engage une action visant à court-circuiter la campagne pour l'abrogation de la réglementation. C'est ainsi que le *Fairness in Broadcasting Act of 1987* est approuvé de façon écrasante par le Sénat à 59 contre 31 en avril⁴⁸⁰, puis par la Chambre à 302 contre 102 le 4 juin⁴⁸¹.

Sans surprise, la loi est toutefois rejetée par le président Reagan qui y oppose son veto le premier jour de l'été, arguant de ce que la doctrine est « *inconciliable avec la liberté d'expression et de la presse garantie par notre constitution* »⁴⁸². C'est une interprétation particulière de la notion de liberté qu'il propose alors : parce qu'elle est l'expression de l'intervention étatique dans des questions commerciales – qui devraient relever strictement du domaine privé – la *Fairness Doctrine* constitue une entrave à cette liberté d'expression tout autant commerciale que politique.

En conclusion, malgré l'impossibilité d'abroger la *Fairness Doctrine* par la voie législative, les parlementaires républicains ont toutefois joué un rôle essentiel dans le processus d'abrogation en ce qu'ils se sont servi de leur position au Congrès pour intensifier l'hostilité dont la doctrine faisait déjà l'objet au début des années quatre-vingt, et ainsi faire accepter la nécessité de son abrogation. Ce faisant, ils ont facilité l'action de l'Exécutif qui, porté par leur activisme, s'est retrouvé en position de force pour enterrer la législation, et ce avec l'aval du pouvoir judiciaire. L'abrogation de la *Fairness Doctrine* est donc le fruit d'une alliance entre les trois pouvoirs – dont deux sont dominés par les Républicains – et le concours des intérêts privés et commerciaux du secteur des télécommunications, ayant pour objet l'utilisation de l'appareil d'état en vue de satisfaire une triple finalité. Sur le plan strictement idéologique, l'abrogation vise à étendre le désengagement de l'État, marqueur fort de la politique du président Reagan, au secteur des médias. Sur le plan économique et commercial, elle a pour but d'avancer les intérêts des entreprises de télécommunications en supprimant les possibles frais liés aux contentieux qui pouvaient les opposer à la FCC sous le coup de la *Fairness Doctrine* d'une part, et en leur permettant de proposer des programmes de qualité moindre mais plus lucratifs par la levée de l'obligation de service public d'autre part. Enfin, d'un point de vue politique, l'abrogation a pour finalité de libérer la parole conservatrice dans la sphère des médias de façon à lui assurer une plus forte représentation et

⁴⁸⁰ Kenneth B. Noble, "House Approves Law on Fairness in Broadcasting," *The New York Times*, June 4th, 1987.

⁴⁸¹ Noble, "House Approves Law on Fairness in Broadcasting."

⁴⁸² "[*The Act*] simply cannot be reconciled with the freedom of speech and the press secured by our Constitution", President Ronald Reagan, *Letter to the Senate: Veto of Fairness Doctrine*, June 19th, 1987.

ainsi contribuer à la normalisation (*mainstreaming*) et la reconfiguration d'un courant idéologique plutôt à la marge pendant l'ère du consensus sociolibéral.

Ces deux derniers principes – augmentation de la profitabilité du secteur des télécommunications et libération de la parole conservatrice dans les médias – opèrent en symbiose. Si l'avancée des intérêts commerciaux du secteur de la radio et télédiffusion est profitable à la représentation du conservatisme dans les médias par le phénomène de ciblage des publics (*narrowcasting*) que la dérèglementation rend possible, la diffusion d'émissions de discussion politique promouvant le conservatisme a sans conteste un intérêt commercial fort. Le modèle du talk-show radiophonique conservateur tel que le définit Limbaugh à l'été 1988 se situe à la croisée de ces deux intérêts. Emission qui se veut avant tout divertissante, elle a pour objectif premier de s'assurer un audimat important pour assurer sa survie financière et sa rentabilité. Pour autant, l'influence du programme sur le conservatisme, tant du point de vue doctrinal qu'électoral est d'envergure. Ainsi, programme d'actualité-divertissement à forte rentabilité financière et instrument de promotion du conservatisme, le talk-show radiophonique conservateur n'aurait pu émerger et prospérer dans un environnement médiatique régi par la réglementation d'avant 1987 : il est donc bien le fruit de la dérèglementation des contenus de diffusions des médias électroniques.

2.4.3. Libération de la parole sur les ondes et résurgence du conservatisme dans les médias

Suite à l'abrogation de la *Fairness Doctrine*, des changements significatifs sont intervenus dans les formats et contenus des programmes d'information des médias électroniques. Qu'il existe un lien de causalité ou une simple corrélation entre les deux phénomènes, ces changements sont d'une ampleur telle qu'ils ont reconfiguré les rapports de forces entre les différents formats d'information, notamment dans le secteur de la radiodiffusion. Le travail de Thomas W. Hazlett and David W. Sosa sur l'étendue de l'effet de paralysie⁴⁸³ éclaire de manière particulièrement intéressante la façon dont ces changements y sont intervenus.

Ce travail analyse les données fournies par le *Broadcasting and Cable Yearbook*⁴⁸⁴ entre 1975 et 1995. Il fusionne les 49 types de formats radiophoniques répertoriés par le *Yearbook*

⁴⁸³ Thomas W. Hazlett and David W. Sosa "Was the Fairness Doctrine a 'chilling effect'? Evidence from the Postderegulation Radio Market", *The Journal of Legal Studies* 26, n°1 (1997): 279-301.

⁴⁸⁴ Publié annuellement depuis la seconde guerre mondiale, le *Broadcasting & Cable Yearbook* – anciennement le *Broadcasting Yearbook*, compile de manière exhaustive les données concernant tous les supports médiatiques

en 5 catégories : musique, information, religion, ethnicité et divers. La deuxième catégorie (*information*) regroupe quatre formats – « actualités » (*news*), « discussion » (*talk*), « actualités/discussion » (*news/talk*) (que pour des raisons de cohérence terminologique la présente recherche désigne comme « talk-show ») et « débats de société » (*public affairs*) – ; la troisième est composée des formats *gospel* et *religious*. Dans la catégorie information, le format « actualités » correspond aux journaux et flashes d'informations, et « discussion » désigne les émissions dédiées à des thématiques aussi diverses que le jardinage, le sport, le bricolage ou encore la psychologie. Le format « talk-show » correspond au format tel qu'il a été défini en introduction. Format d'émission proposant les commentaires de l'animateur sur l'actualité politique et les questions de société, et parfois ouvert aux opinions des auditeurs, il constitue un format hybride. Enfin, le format « débats de société » s'appuie sur l'analyse d'experts ou de spécialistes sur des questions de société ; il revêt un caractère nettement plus scientifique que le précédent.

D'emblée, l'analyse révèle un changement de première magnitude : l'augmentation vertigineuse du nombre de stations de radio dont le « format principal » est celui des émissions d'information. Le concept de « format principal » est défini par le *Broadcasting and Cable Yearbook* comme le format diffusé pendant un minimum de 20 heures hebdomadaires⁴⁸⁵. La proportion de ces émissions est multipliée par 1,5 sur les radios de fréquence FM – elle passe de 4,64% à 7,39% entre 1975 et 1995⁴⁸⁶. Le choc est tellurique pour ce qui est des stations de fréquence AM : de 4,29% le pourcentage des émissions d'information passe à 27,60%, soit une proportion multipliée par 6,43 en vingt ans⁴⁸⁷. Un tel différentiel entre les radios FM et AM s'explique par le phénomène de répartition des contenus par type de fréquence provoqué par l'essor de la FM dont la qualité sonore supérieure à celle de l'AM la rend plus adaptée à la diffusion d'émissions musicales, ce qui place les stations de fréquence AM en position de monopole des émissions non-musicales.

La figure 7 propose le nombre de stations de radio de fréquence AM des catégories « émissions d'information » et « émissions religieuses » par format principal.

électroniques (radio, télévision hertzienne et télévision câblée) telles que la fréquence, l'audimat et les parts de marché.

⁴⁸⁵ Hazlett and Sosa, "Was the Fairness Doctrine a 'chilling effect'?" 292.

⁴⁸⁶ Hazlett and Sosa, "Was the Fairness Doctrine a 'chilling effect'?" 295.

⁴⁸⁷ Hazlett and Sosa, "Was the Fairness Doctrine a 'chilling effect'?" 295.

Figure 7 – Nombre de stations AM par format

| EMISSIONS D'INFORMATION | | | EMISSIONS RELIGIEUSES | | |
|-------------------------|-------|------|-----------------------|-------|------|
| FORMATS | ANNEE | | FORMATS | ANNEE | |
| | 1975 | 1995 | | 1975 | 1995 |
| Actualités | 75 | 295 | Gospel | 0 | 315 |
| Discussion | 130 | 396 | | | |
| Talk-show | 0 | 854 | Religious | 142 | 597 |
| Débats de société | 10 | 18 | | | |

Source: adapté de Hazlett et Sosa (1997), 293 ; chiffres du *Broadcasting and Cable Yearbook* (1975-1995).

Entre 1975 et 1995, le nombre de stations de radio de fréquence AM dédiées au format « actualités » quadruple : il passe de 75 à 295. Le nombre de stations dédiées au format « discussion » subit quant à lui une augmentation de 300% en passant de 130 à 396. L'ascendant que prennent les émissions de format « discussion » sur celles de format « actualités », malgré l'augmentation significative de la proportion de ces dernières, constitue donc le premier changement notoire survenu au cours de ces deux décennies.

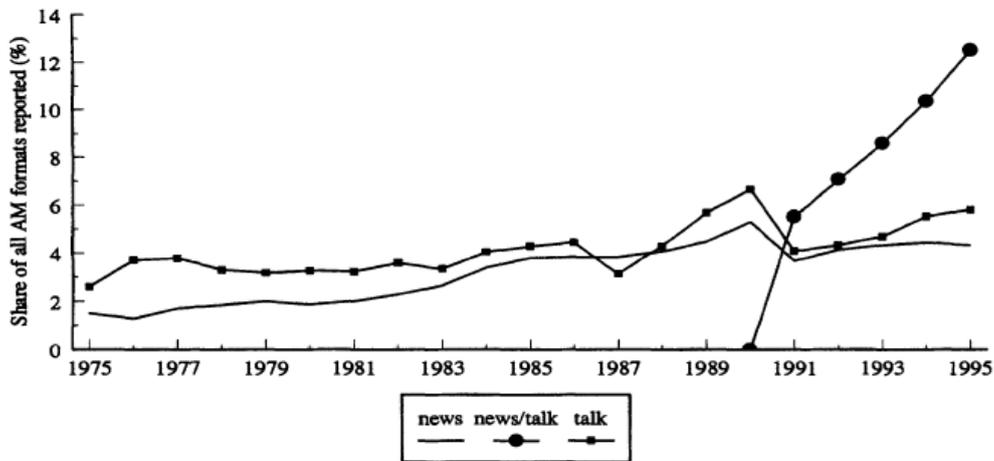
Plus frappant encore est l'émergence du format hybride « talk-show » auquel appartient le genre du talk-show radiophonique conservateur. Format dont l'importance proportionnelle s'affirme à la fin des années quatre-vingt, il est pris en compte pour la première fois par le *Broadcasting and Cable Yearbook* en 1990 : la comparaison entre 1975 et 1995 est donc dénuée de sens. En revanche, la comparaison des quatre formats de la catégorie information en 1995 montre très nettement que le format « talk-show » domine largement les trois autres : le nombre de stations AM qui en ont fait leur format principal est 2,9 fois supérieur à celui des stations dédiées au format « actualités » ; il est 2,15 fois supérieur à celui des stations dédiées au format « discussion ». La proportion des radios dédiées au format « débats de société » est quant à lui insignifiant en comparaison : elle est 47 fois inférieure⁴⁸⁸.

Le graphique 8 montre l'évolution chronologique de la proportion relative de chaque format d'information sur la fréquence AM par rapport à l'ensemble des formats répertoriés, d'après les données fournies par le *Broadcasting and Cable Yearbook*.

⁴⁸⁸ Hazlett and Sosa, "Was the Fairness Doctrine a 'chilling effect'?" 293.

Figure 8

Evolution du pourcentage des formats d'information AM



Source: Hazlett et Sosa (1997; p.295) ; chiffres du *Broadcasting and Cable Yearbook* (1975-1995).

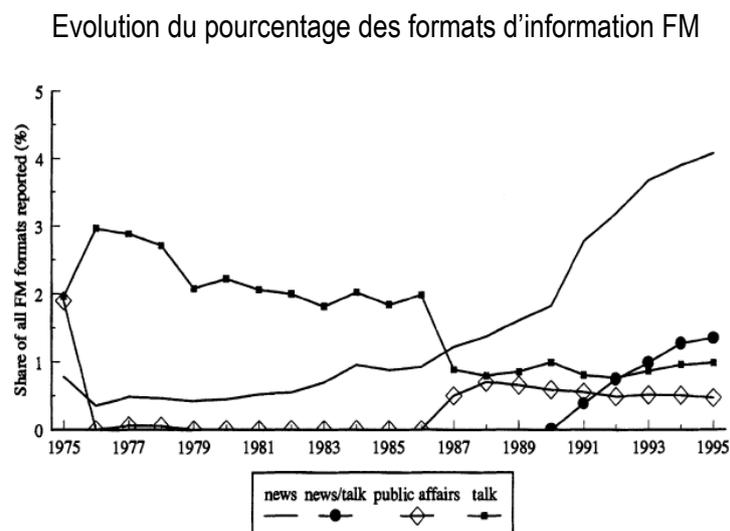
Il permet d'observer plus précisément le tournant des années 1987/1988. L'examen longitudinal de l'importance relative des trois formats d'information entre 1975 et 1995 – la proportion quasi négligeable du format « débats de société » rend ce dernier invisible sur le graphique – met en évidence un saut quantitatif important à partir de 1987. Ainsi, entre la révocation de la *Fairness Doctrine* et 1990, année à partir de laquelle le *Yearbook* intègre le format « talk-show », le format « actualités » augmente sensiblement de 3,5% à 5%. La proportion du format « discussion » passe quant à elle du simple au double au cours de la même période : de 3% en 1987, elle atteint quasiment 6,5% en 1990.

Les chiffres révèlent donc une corrélation évidente entre le moment de la révocation de la doctrine et la très forte augmentation du nombre des formats d'information, phénomène qui suggère un effet de libération de la parole sur les ondes de fréquence AM. Surtout, ces chiffres confirment l'explosion du format « talk-show » dans l'après-*Fairness Doctrine* : sa proportion relative est multipliée par presque 6 entre 1990 et 1991, puis elle augmente de 1% à 2% chaque année jusqu'en 1995. Plus encore, l'essor du format est tel qu'à partir de 1991, ce dernier dépasse les formats « discussion » et « actualités » pour finir par les supplanter largement en 1995 : avec 12,5% de stations de radio qui lui sont dédiées, la proportion du format « talk-show » sur la fréquence AM représente quasiment le double de celle du format « discussion » (5,5%) et plus du triple de celle du format « information » (4%). À la fin de la décennie des années quatre-vingt s'opère donc, dans les programmes radiophoniques d'information de la fréquence AM, un phénomène de « substitution » (*displacement*) du

format « actualités » par celui du « talk-show ». Dans le cadre plus large du rapport des citoyens à l'information, le tournant des années quatre-vingt-dix semble être le moment où le genre de l'actualité-divertissement (*infotainment*) s'impose comme source d'information de prédilection des citoyens au détriment des émissions exclusivement informationnelles (*hard news programs*). C'est en tout cas ce que tend à suggérer le différentiel de 8% entre la proportion relative du format « actualités » et celle du format « talk-show » à l'avantage de ce dernier.

Si la corrélation entre l'abrogation de la *Fairness Doctrine* et l'envolée des programmes d'informations est également visible dans le secteur de la FM, l'abrogation a produit un impact différent sur les rapports de force entre les types de formats d'information. En témoigne la figure 9 qui présente l'évolution chronologique de la proportion relative de chaque format d'information par rapport à l'ensemble des formats répertoriés sur la fréquence FM. À l'instar de la figure 8, il s'appuie sur les chiffres du *Broadcasting and Cable Yearbook*.

Figure 9



Source: Hazlett et Sosa (1997; p. 296) ; chiffres du *Broadcasting and Cable Yearbook* (1975-1995).

Malgré une augmentation globale de la proportion de radios dédiées aux formats d'information, les tendances observées dans le domaine de l'AM ne se vérifient pas dans celui de la FM. De façon surprenante, l'année 1987 ne marque aucun changement dans l'importance relative du format « discussion » qui demeure plutôt stable entre 1987 et 1995, fluctuant autour de la barre du 1%. Si le format subit une très nette diminution au cours de la

période 1975-1995, celle-ci s'opère au cours de l'année 1986 (moins 2%). Phénomène surprenant dans la mesure où la fréquence FM est principalement dédiée à des formats non-informationnels, le format « actualités » connaît en revanche une forte augmentation à partir de 1987, année où il franchit la barre du 1%, et prend un essor fulgurant à partir de 1990, année de la prise en compte du format « talk-show » dans le *Broadcasting and Cable Yearbook*. Cette année-là, son importance relative est multipliée par 1,5 en passant de 2,5% à 3,5%. Une double explication peut être apportée à cette envolée du format « actualités ». En premier lieu, la levée de l'obligation de service public libère les stations FM du carcan que constitue le format traditionnel du flash d'actualités et leur donne toute latitude pour diffuser un type d'information en rapport avec les préoccupations du public qu'elles servent. Ainsi, l'abrogation de la *Fairness Doctrine* permet d'étendre le principe du ciblage des publics par genre (*narrowcasting*) au domaine de l'information. En second lieu, l'abrogation accentue le phénomène de répartition des contenus par type de fréquence en permettant l'hyperspécialisation de la fréquence AM au format informationnel, la fréquence FM bénéficiant d'un avantage comparatif sur des formats musicaux. Le média « résiduel » va donc bénéficier de coûts d'entrée très bas, permettant à une minorité qui se sent exclue et réduite au silence de s'exprimer et de modifier l'agenda républicain, voire de changer l'opinion publique.

PARTIE 2

—

HISTORIQUE DU TALK-SHOW RADIOPHONIQUE CONSERVATEUR

Par la nature explicitement politique de son contenu, le talk-show radiophonique conservateur entretient des liens symbiotiques avec la classe dirigeante républicaine. Il en est tour à tour la caisse de résonance – par son rôle de relai du message des républicains –, un acteur capable d’influer sur l’ordre du jour politique – par les « opérations incitatives » lancées à destinations des auditeurs –, tout autant qu’il en subit les aléas à la faveur de changements de majorité qui le contraignent à constamment négocier son positionnement par rapport à l’establishment républicain.

Joseph Gaylord, conseiller politique de Gingrich et l’un des orchestrateurs de la campagne républicaine pour les élections de mi-mandat de 1994, souligne le rôle crucial du talk-show radiophonique dans le dispositif de reconquête du Congrès par le GOP :

Almost in every realigning election that has occurred in the country, back through our history—from the Jacksonians, to the Lincoln Republicans, to the New Progressives, to the New Deal, to the kind of [...] Gingrich Revolution of 1994 [...]—there’s been a new technology that has been introduced or some kind of technological change that has been introduced into the electorate. Ninety-four clearly the technological change, the media change was the institution of talk radio and the active role that it played⁴⁸⁹.

Figure politique ayant contribué au réalignement politique de 1994, Gaylord insiste sur la dimension proprement historique du surgissement de ce nouveau genre au début des années quatre-vingt-dix et de son rôle dans l’élection qui a permis aux Républicains de reprendre le contrôle de la Chambre des représentants, dirigé sans discontinuer depuis 1954 par une majorité Démocrate.

Le caractère historique du talk-show radiophonique conservateur est un aspect souvent négligé de la recherche conduite sur ce nouveau genre médiatique. Les travaux scientifiques qui ont été produits sur le sujet notent, certes, l’importance du média lors des élections de 1994, mais son rôle dans le jeu politique sur le long terme a été complètement ignoré : ainsi, l’histoire du talk-show radiophonique conservateur reste à écrire. La présente recherche a donc pour objet de resituer le genre dans l’histoire politique des trente-cinq dernières années en examinant sa montée en puissance et sa diffusion grandissante sur le territoire à partir de l’année de révocation de la Fairness Doctrine.

⁴⁸⁹ « Dans presque chaque échéance électorale que le pays a connu et qui a donné lieu à un réalignement, tout au long de notre histoire – depuis les Jacksoniens, en passant par les Républicains à la Lincoln, les Nouveaux Progressistes, le New Deal, jusqu’à cette sorte de [...] Révolution de Gingrich de 1994 [...] –, une nouvelle technologie a été introduite ou une sorte de changement technologique a été introduit dans l’électorat. En quatre-vingt-quatorze le changement technologique, le changement sur le plan médiatique a clairement été l’institution des émissions radio au format conversationnel et le rôle actif qu’elles ont joué ». Voir annexe n°3 «Entretien avec Gaylord».

Il s'agit, pour écrire cette histoire, de revisiter les moments clés de l'histoire politique américaine récente dans lesquels le talk-show radiophonique conservateur a joué un rôle important, afin de montrer comment Limbaugh est passé d'un statut d'animateur radio et de satiriste politique au discours subversif à celui de figure médiatique de proue du mouvement conservateur. Il s'agit également d'examiner comment le talk-show radiophonique a accédé au statut de média de prédilection des conservateurs dans leur effort de reconquête du pouvoir au début des années quatre-vingt-dix, ainsi que son rôle de porte-voix de la contestation conservatrice populaire, avec l'arrivée de nouveaux entrants dans le genre comme Hannity, Savage ou Ingraham.

À partir du lien organique qu'il entretient avec la sphère politique, la présente recherche propose une périodisation de son histoire depuis son émergence à partir de 1998 jusqu'au printemps 2010. Du fait de ce lien, les moments de transition entre chaque phase de l'histoire du média coïncident bien souvent avec des échéances politiques importantes – élections de mi-mandat ou élections présidentielles –, un phénomène que vient renforcer le fait que les grands états de l'électorat américain, telles le National Annenberg Elections Survey de l'Université de Pennsylvanie ou l'American National Electoral Survey de l'Université du Michigan, sont conduites au cours d'années où ont lieu des élections. Ainsi, même les changements qui sont susceptibles d'apparaître dans le profil sociodémographique de l'auditorat sont mesurés la plupart du temps à des moments charnières de l'histoire politique.

La présente recherche propose donc d'articuler l'histoire du talk-show radiophonique selon quatre phases : la phase d'expansion, la phase de l'âge d'or, la phase de consolidation puis la phase de crise et de redynamisation. La phase d'expansion commence en janvier 1988 au moment où se met en place le processus de transition de *The Rush Limbaugh Show* du local au national, et s'achève en décembre 1992 après la défaite de George H.W. Bush. L'âge d'or s'étend de la débâcle de la fin 1992 – moment où Limbaugh reprend symboliquement les rênes du leadership conservateur – jusqu'à janvier 1996 lorsque se termine le second blocage de l'État (*government shutdown*) et que commence la campagne des primaires républicaines ; c'est également un moment où Gingrich est contraint de faire montre de plus de retenue pour ne pas compromettre les chances de victoire des républicains à la présidentielle. L'âge d'or est une période pendant laquelle *The Rush Limbaugh Show* est à son zénith, conquiert des taux d'audimat très élevés et occupe une place centrale dans le jeu politique du fait de la « relation spéciale » entre Limbaugh et Gingrich.

Quand s'ouvre la phase de consolidation avec les primaires républicaines de 1996, le talk-show radiophonique conservateur est un genre médiatique solidement installé dans les sphères médiatique et politique. Au cours de cette phase, le genre se diversifie par l'arrivée régulière de nouvelles émissions distribuées sous licence au niveau national, dont les têtes de fil sont Hannity et Ingraham. Cette phase s'achève au printemps 2005 lorsque s'amorce une chute sensible des taux d'audience des talk-shows radiophoniques conservateurs, un moment quasi concomitant avec la remise en cause de l'Administration Bush sur différents fronts – fiasco de la gestion de Katrina, lassitude des Américains par rapport à la guerre en Irak et scandale des SMS tendancieux adressés par le représentant de Floride Mark Foley à de jeunes pages du Congrès – à l'automne 2005. S'ouvre alors une phase de crise et de reconfiguration, sous l'effet de l'arrivée, dans le classement des talk-shows radiophoniques dépassant le million d'auditeurs hebdomadaire, de voix sociolibérales – notamment celle de Stephanie Miller –, et anti-establishment – comme celle de Glenn Beck. Cette période s'achève au printemps 2010, moment où les talk-shows radiophoniques conservateurs ont retrouvé leur position « révolutionnaire » face à la domination démocrate des pouvoirs législatif et exécutif.

CHAPITRE 3

–

PHASE D'EXPANSION

(Janvier 1988 – Décembre 1992)

La carrière de Limbaugh à la radio ne commence pas en 1988 sur les ondes nationales mais quelques dix-huit années plus tôt sur une station de Cape Girardeau, sa ville natale du Missouri, où il officie sous le pseudonyme de Rusty Sharpe. Plus tard, en février 1971, il est recruté par la station WIXZ-AM de McKeesport en Pennsylvanie, à douze kilomètres de Pittsburgh. Il y anime *The Solid Rockin' Gold Show* en tant que disc-jockey sous le nom de Jeff Christie⁴⁹⁰. Bien que son rôle soit censé se limiter à assurer la programmation et annoncer les titres des chansons, il ne peut résister au besoin de faire rire ses auditeurs, montant des canulars téléphoniques ou prodiguant de faux conseils. Son expérience pennsylvanienne s'achève en 1974 avec son licenciement de KQV, deuxième station de la région de Pittsburgh sur laquelle il officie depuis un an⁴⁹¹. Après quelques mois passés dans la maison familiale de Cape Girardeau, il se voit proposer un nouvel emploi par KUDL à Kansas City. Il officie quatre années dans la métropole mais se fait encore licencier en 1978⁴⁹².

Les sept années qui s'écoulent entre 1971 et 1978 sont des années de formation au cours desquelles Limbaugh connaît des échecs successifs en tant qu'animateur et disc-jockey. Désabusé que le succès le boude, il abandonne la radio et accepte le poste de directeur des relations publiques des *Royals*, équipe de baseball de Kansas City. Si cette expérience s'avère être un échec de plus, elle permet toutefois à Limbaugh d'entretenir des contacts privilégiés avec KMBZ-AM, radio de la métropole. Ainsi, il établit des partenariats autour de la promotion de certains matchs et intervient même sur les ondes lors d'émissions d'avant-match. Convaincu par un ami qui l'encourage à faire « ce qu'il sait faire le mieux avec le plus de plaisir »⁴⁹³, il prend rendez-vous en 1983 avec Phil Mueller, directeur de l'information sur KMBZ, pour lui proposer ses services. Après un week-end d'essai au cours duquel il s'attire l'ire de la section du Parti démocrate du Comté de Jackson, Limbaugh est embauché par KMBZ en novembre 1983 pour présenter les informations de l'après-midi dans l'émission de Curt Merz, vétéran de la station⁴⁹⁴.

La nomination de Limbaugh à ce poste ne va toutefois pas sans poser problème car l'animateur cadre l'information de façon telle que son parti-pris conservateur est immédiatement détectable. Bill McMahon, consultant auprès de la station, est chargé de négocier avec l'animateur pour que ce dernier maintienne l'objectivité attendue d'un

⁴⁹⁰ Zev Chafets, *Rush Limbaugh: An Army of One* (New York: Sentinel – Penguin, 2010), 32.

⁴⁹¹ Chafets, *Army of One*, 35.

⁴⁹² Paul D. Colford, *The Rush Limbaugh Story: Talent on Loan from God, the Unauthorized Biography* (New York: St. Martin's Press, 1993), 32.

⁴⁹³ Colford, *Rush Limbaugh Story*, 35.

⁴⁹⁴ Colford, *Rush Limbaugh Story*, 51.

journaliste d'information. Convaincu du potentiel de la nouvelle recrue, il lui propose un marché : « *Look, I think I can save your job, but you have to promise me, that if I can get the proper platform to express your opinions, you will keep your opinions to yourself when reading the news* ». Il peut donc disposer du créneau horaire de l'après-midi durant lequel il a toute latitude pour analyser l'actualité comme il souhaite, mais il doit en contrepartie expurger les bulletins d'information de tout biais idéologique⁴⁹⁵. Bien que ses différentes sorties sur le Sénateur Edward Kennedy – jugé excellent candidat à la présidence de l'Union Soviétique – où sur les gens laids – à qui il faudrait tout simplement interdire l'accès au *Country Club Plaza* de Kansas City pour que ce dernier devienne un centre commercial haut de gamme – ne sont en rien comparables avec la rhétorique abrasive des années suivantes, le style de Limbaugh rend fébrile la direction de la station qui surveille son animateur de très près. Le comptable de la KMBZ reconnaît toutefois son effet positif sur la reconnaissance de la station sur le marché de Kansas City : « *As an account executive, every call I made would begin with the other person speaking about Rush. He created a brand-new awareness for us* »⁴⁹⁶. Le phénomène Limbaugh émerge donc dès le milieu des années 1980 à l'échelle locale de la capitale du Missouri.

Son style semble toutefois dissonant avec la ligne éditoriale de KMBZ et ne semble pas apprécié par la direction de la station. Celle-ci est par ailleurs engagée dans des pourparlers pour racheter les droits de diffusion des matchs des *Royals* qu'elle compte programmer sur le créneau horaire de Limbaugh : à l'été 1984, Limbaugh est donc licencié de KMBZ. La chance semble cependant être de son côté car au même moment, Bruce Marr, un consultant de KMBZ qui officie également en tant que directeur des programmes sur KFBK à Sacramento le recommande au président de la station, Paul Aaron. Ce dernier est à ce moment aux prises avec un contentieux qui l'oppose à Morton Downey, Jr., animateur conservateur récemment suspendu pour une plaisanterie douteuse sur les Chinois. Suite au licenciement officiel de Downey, Limbaugh investit les ondes de KFBK le 15 octobre 1984⁴⁹⁷.

⁴⁹⁵ « *Écoute, je crois que je peux sauver ton boulot mais il faut que tu me promettes que si j'arrive à t'obtenir la tribune qu'il faut pour exprimer tes opinions, tu garderas tes opinions pour toi pendant que tu présentes les nouvelles* ». Colford, *Rush Limbaugh Story*, 51.

⁴⁹⁶ « *En tant que comptable, toutes les appels que je passais commençaient par un commentaire de l'interlocuteur sur Rush. Il a créé une toute nouvelle notoriété pour nous* ». Colford, *Rush Limbaugh Story*, 52.

⁴⁹⁷ Colford, *Rush Limbaugh Story*, 59.

3.1. Prologue : du statut de célébrité locale à celui de vedette nationale (1984 – 1988)

3.1.1. Mise en place de l'émission sur KFBK à Sacramento

Pendant les quatre années passées à Sacramento, d'octobre 1984 à août 1988, Limbaugh élabore la formule qui permet de placer *The Rush Limbaugh Show* sur la rampe de lancement. Au cours de cette période, il installe les éléments fondamentaux du genre radiophonique auquel il est en train de donner corps. Ainsi, il s'établit dès le début comme l'élément central de l'émission et définit comme caractéristique fondamentale l'absence d'invités et la prépondérance de sa personne, ainsi que le résume Paul D. Colford, biographe non-officiel de l'animateur : « *His highly unconventional idea was to establish himself as The Expert, so that he alone would be the impetus for people to tune in between nine and noon each morning* »⁴⁹⁸. Ensuite, s'il officie sur la tranche horaire de Downey, il est obsédé par l'idée de s'en différencier et affirme volontiers que son style est certes polémique mais bien moins agressif que celui de son prédécesseur. Il se veut âpre débateur mais toujours respectueux à l'égard des auditeurs, surtout ceux qui interviennent à l'antenne, et met l'accent sur les questions de fond⁴⁹⁹. Par ailleurs, c'est pendant les années passées à KFBK qu'il commence à agrémenter son propos d'effets sonores et de commentaires sur des détails insignifiants de la vie du studio comme la température du café ou la tenue vestimentaire de ses assistants⁵⁰⁰.

C'est donc proprement un format de conversation au sens propre de « causerie » qu'il s'emploie à mettre en place, avec tout ce que cela implique d'éléments triviaux et anecdotiques. Tous ces ingrédients mis ensemble assurent le succès de l'émission et revigorent la tranche horaire 9h00-12h00 qui parvient à s'arroger 14,4% de parts de marché, ce qui place la radio en position de facturer la minute de publicité \$150⁵⁰¹. Au début 1988, Limbaugh est donc l'animateur d'une émission au format bien rôdé qui lui assure des revenus confortables, participe à la vie sociale de sa communauté locale et jouit d'un statut de vedette radiophonique locale dont il se satisfait pleinement, comme il l'affirme dans son premier livre :

I was thirty-seven, and for the first time in my life actively appreciated where I lived. I was no longer a passing personality but rather a functioning, practicing, and

⁴⁹⁸ « *Son idée particulièrement non-conventionnelle était de s'établir comme l'Expert, de façon à ce que lui-seul fût la raison pour que les gens se branchent entre 9h et midi tous les matins* ». Colford, *Rush Limbaugh Story*, 61.

⁴⁹⁹ Colford, *Rush Limbaugh Story*, 62-63.

⁵⁰⁰ Colford, *Rush Limbaugh Story*, 63.

⁵⁰¹ Colford, *Rush Limbaugh Story*, 61.

participating member of my community—aspects of life which were new to me. And I loved it all.⁵⁰²

Son statut d'animateur de radio local lui permet ainsi de mener une existence paisible et bien qu'il avoue penser de temps à autres à la possibilité d'une émission nationale, il n'engage aucune démarche dans ce sens.

Figure 10 – Rush Limbaugh à Sacramento



Crédit photo : Mitch Toll

C'est Marr qui une fois de plus fait prendre un nouveau tournant à la carrière de Limbaugh. Il est l'ami d'Edward F. McLaughlin, ancien président d'ABC Radio Networks reconverti dans la distribution sous licence, dont le contrat de non-concurrence de deux ans avec son ancien employeur arrive bientôt à échéance. Si McLaughlin montre peu d'enthousiasme pour l'émission dont il considère l'animateur comme « un fanfaron » (*blowhard*), il change d'avis après un dîner avec l'intéressé dont il apprend à apprécier la personnalité. Après avoir écouté *The Rush Limbaugh Show* en se mettant dans la position de l'auditeur – il loue une voiture et roule à travers Sacramento pendant les trois heures l'émission –, McLaughlin est conquis par l'animateur : « *If you're driving and things are*

⁵⁰² « *J'avais trente-sept ans, et pour la première fois de ma vie, j'appréciais de façon active l'endroit où j'habitais. Je n'étais plus une personnalité de passage mais plutôt un membre actif et impliqué de ma communauté : autant d'aspects de la vie qui étaient nouveaux pour moi. Et j'aimais tout cela* ». Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 6.

distracting you, it's easy to tune out. I found myself not tuning out with Rush »⁵⁰³. Colford insiste également sur la fascination de McLaughlin pour Limbaugh : « *Instead of losing the voice amid the distractions of the road, McLaughlin was drawn into the show. He felt a direct connection between Limbaugh and the listener. He liked the topical ideas, strong viewpoints, and showbiz elements* »⁵⁰⁴. C'est à ce moment qu'il prend la décision de proposer un contrat de distribution nationale à Limbaugh : en moins de huit mois, *The Rush Limbaugh Show* est propulsé sur les ondes nationales.

3.1.2. Rush Limbaugh et le talk-show radiophonique politique de la fin des années 1980

L'essor de l'émission au national se produit dans un contexte médiatique dans lequel les programmes au format conversationnel sont en pleine expansion. À la télévision, les modèles du genre sont *Oprah* (1986 – 2011), animé par Oprah Winfrey, *Larry King* (1985 – 2012), proposé par l'animateur éponyme, et *The Arsenio Hall Show* (2 janvier 1989 – 27 mai 1994). La radio n'échappe pas non plus au phénomène et les talk-shows s'y développent à grande vitesse. Outre Larry King, qui officie à la télévision et à la radio, à la fin des années 1980, les grands noms du talk-show radiophonique national sont Bruce Williams et Sally Jessy Raphael.

Le premier anime *The Bruce Williams Show* (1981 – 2010), une émission dédiée à la finance et à l'entreprise dans laquelle l'ancien homme d'affaires conseille les auditeurs sur leurs projets entrepreneuriaux. Comme le résume *Talkers Magazine* qui, en 1999, le désigne 6^{ème} plus grande personnalité radiophonique américaine de tous les temps, il connaît le succès sans évoquer les questions politiques et sociétales : « *He rose to prominence not discussing politics or social issues. He saw a need for people to get business and financial advice from someone who wasn't selling them anything and his demeanor on the air helped him become a trusted counselor* »⁵⁰⁵. Sally Jessy Raphael anime quant à elle une émission de développement personnel. Elle occupe la 5^{ème} place du classement de *Talkers Magazine* qui la décrit en ces

⁵⁰³ Lewis Grossberger, "The Rush Hours," *The New York Times*, December 16th, 1990.

⁵⁰⁴ « *Au lieu de laisser la voix se perdre dans les distractions de la route, McLaughlin était captivé par l'émission. Il ressentit un lien direct entre Limbaugh et l'auditeur. Il apprécia le fait que les idées étaient en lien avec l'actualité, les points de vue affirmés et les éléments de spectacle* ». Colford, *Rush Limbaugh Story*, 70.

⁵⁰⁵ « *Il accéda à la notoriété sans qu'il n'eût à évoquer les questions politiques ou sociales. Il vit que les gens avaient besoin d'être conseillés sur les questions relatives aux affaires et à la finance par quelqu'un qui n'avait rien à leur vendre, et sa façon d'être à l'antenne l'aïda à devenir un conseiller de confiance* ». Bruce Williams, "The Twenty-Five Greatest Radio and Television Shows of All Time", *Talkers Magazine*, www.talkers.com/greatest/6rWilliams.htm

termes : « *She was one of the key pioneers of the contemporary female advice host genre. Her style consisted of being a good listener and thoughtful dispenser of wisdom* »⁵⁰⁶.

À l'échelle du territoire des États-Unis, on constate l'augmentation de 8% du nombre des nouvelles stations proposant des émissions au format conversationnel au cours des six premiers mois de 1989. Cette même année, le total de ces stations s'élève à 433, et le format se classe également à la neuvième place des formats les plus populaires sur tout le territoire. De manière générale, les radios proposant des émissions au format conversationnel dans les cinquante premiers marchés du pays se classent toujours dans le palmarès des dix premières en termes de taux d'audience⁵⁰⁷.

L'affirmation du format conversationnel accentue la concurrence entre stations implantées sur un même marché et provoque la reconfiguration des écosystèmes radiophoniques locaux. L'environnement radiophonique devient de plus en plus compétitif et chaque station entreprend des modifications de sa grille horaire et de ses animateurs. À cet égard, la concurrence acharnée que se livrent KFI et KABC en Californie permet d'observer l'affirmation du format et son impact sur les rapports entre les stations concurrentes au niveau local. Deuxième marché le plus important par la taille derrière celui de New York⁵⁰⁸, la métropole de Los Angeles est représentative des marchés radiophoniques des grandes conurbations. Présente depuis 1960 sur le marché de Los Angeles, KABC (790) est la station pionnière en matière de programmes de discussion. Cependant, depuis juillet 1988, soit quelques semaines à peine avant le lancement de *The Rush Limbaugh Show* au national, la station concurrente KFI, nouvelle venue sur le marché, entame sa mutation vers une programmation centrée majoritairement sur le format conversationnel. Une des spécificités du format est que la diffusion de talk-shows est souvent couplée avec une licence de diffusion de grands matchs de sports collectifs. Ainsi, KABC détient les droits de diffusion des matchs des *Dodgers* ; KFI ceux des *Raiders*. À l'automne 1989, la saison des grands matchs touchant à sa fin, KABC se voit dans l'obligation de revoir sa programmation de façon à garder son avance sur KFI⁵⁰⁹.

⁵⁰⁶ « Elle a été l'un des pionnières au rôle clef dans le genre des émissions de conseils de l'époque contemporaine animées par des femmes. Son style consistait en une écoute attentive et la formulation bienveillante de conseils plein de sagesse ». Sally Jessy Raphael, "The Twenty-Five Greatest Radio and Television Shows of All Time", *Talkers Magazine*, www.talkers.com/greatest/5rRaphael.htm

⁵⁰⁷ Claudia Puig, "TALK IS HOT, Underdog Talk Station KFI Joins the Fray", *The Los Angeles Times*, August 20th, 1989.

⁵⁰⁸ "Metro Survey Area Rankings and Population", *Market Survey Schedule & Population Rankings: Spring '09 Blue Book* (Columbia, MD: Arbitron Inc., 2009), 11.

⁵⁰⁹ Puig, "TALK IS HOT."

Les deux stations établissent des stratégies sensiblement différentes pour attirer de nouveaux auditeurs. D'un côté, KFI recrute de nouveaux animateurs plus jeunes, à la personnalité plus haute en couleur et parfois controversée, et qui proposent des émissions traitant de sujets en phase avec les préoccupations de la jeunesse afin de se démarquer des émissions au format conversationnel dont le public est traditionnellement plus âgé. Le recrutement de Limbaugh et de Tom Leykis participe de cette stratégie de renouvellement de l'auditorat⁵¹⁰, tout comme celui de Mother Love au printemps 1989. Animatrice de 35 ans, elle se voit confier le créneau traditionnellement réservé à l'émission de Larry King (22h-1h) – dont le contenu est davantage orienté vers les questions de fond – afin d'émuler Arsenio Hall⁵¹¹. La révision du positionnement de la station pour s'adresser à un auditoire plus jeune explique le remplacement de Larry King : « *The 35-years-old Mother Love was brought in to appeal to a younger target audience with her offbeat blend of street-wise and earthy humor* »⁵¹². Le recrutement de Mother Love se fait toutefois au détriment de Gary Owens, animateur d'une émission matinale sur KFI qui décrit la concurrence que se livrent les deux stations comme une bataille sans merci : « *It seems like a full-fledged battle all the way around* »⁵¹³. Renouvellement de génération et ciblage des publics semblent donc être devenus les maîtres-mots.

L'effort de renouvellement des générations engagé par KFI indique que les radios de fréquence AM sont en train de retrouver un nouveau souffle après une décennie pendant laquelle elles ont été supplantées par les radios FM. Les nouveaux choix de programmation portent rapidement leurs fruits puisque les taux d'audience de KFI font un bond de 25% entre février et août 1989. Par ailleurs, la mutation qu'engage la station lui permet non seulement d'augmenter ses taux d'audiences mais également de dépasser ceux des deux autres stations dédiées au format conversationnel, KIEV et KGIL, entre juillet 1988 et le printemps 1989, soit en dix mois à peine⁵¹⁴.

De son côté, convaincue qu'une bonne émission attire nécessairement une part d'audience importante composée d'auditeurs d'âges et d'origines divers, la direction de KABC décide de miser sur la qualité du contenu des programmes et laisse la parole à des personnalités plus

⁵¹⁰ « *KFI personalities such as Leykis and ultraconservative mid-morning syndicated host Rush Limbaugh are seen by some as sensationalist attention-getters.* » Puig, "TALK IS HOT".

⁵¹¹ Puig, "TALK IS HOT".

⁵¹² « *La trentenaire Mother Love a été recrutée pour attirer une cible plus jeune grâce au mélange excentrique d'humour truculent et plein d'esprit qu'elle propose* ». Puig, "TALK IS HOT".

⁵¹³ « *Une guerre totale qui se livre sur tous les fronts* ». Puig, "TALK IS HOT".

⁵¹⁴ Puig, "TALK IS HOT".

classiques et plus établies. Par ailleurs, la station repositionne sa programmation sur des émissions locales. À partir de septembre 1989, elle propose exclusivement des émissions qui émettent depuis ses studios de Los Angeles et n'accorde plus de temps d'antenne à la diffusion d'émissions sous licence du réseau ABC Radio, tendance qui s'amorce avec le départ de Limbaugh de KABC vers KFI. De la même manière, certaines émissions émises depuis KABC ne sont plus diffusées nationalement. Ainsi, Ray Briem, animateur de talk-show conservateur, revient à la diffusion locale sur la région de L.A. en septembre 1989. Comme le confirme son directeur, c'est sous l'impulsion de son concurrent que KABC opère de tels changements dans sa programmation :

KFI had been having a very difficult time in the ratings for many years. Now they have come in with some brand-new talk personalities that are making hits for them. I think the talk format on KFI has gotten good, the ratings have started to move. I think it's going to be a battle now. KFI has put in some very strong personalities in morning, afternoon drive, and mid-morning and most of the day. It will give KABC a fight and KABC has reacted⁵¹⁵.

Les propos du directeur témoignent de la concurrence acharnée que se livrent les deux radios phares sur le marché de Los Angeles, concurrence qui se joue sur le terrain du format conversationnel et amène les concurrents à mettre leurs « personnalités radiophoniques » en ordre de bataille. Autre indicateur de l'essor que prend le format conversationnel, KFI et KABC vont jusqu'à se lancer dans un coude à coude juridique autour du terme *talk radio* dont KABC revendique la paternité tandis que KFI défend l'idée qu'il s'agit d'un terme générique. KABC dépose une plainte contre sa concurrente le 3 avril 1989⁵¹⁶.

3.1.3. La transition de Sacramento à New York à l'été 1988

Orchestrateur du passage de Limbaugh au national, McLaughlin est un faiseur de rois dans le domaine de la radio. Suite à son départ d'ABC Radio Networks en 1987, il crée sa propre société de distribution « sous licence » (*syndication company*), EFM Media Management Inc., pour distribuer *The Dr. Dean Edell Radio Program*, émission de discussion

⁵¹⁵ « KFI était en butte à des difficultés en termes de taux d'audience depuis de nombreuses années. Désormais, ils mettent en avant des personnalités radiophoniques qui leur assurent un très fort succès. Je pense que le format conversationnel sur KFI est devenu bon, les taux d'audience ont commencé à bouger. Je crois que ça va être la bataille désormais. KFI a programmé de très fortes personnalités sur sa tranche matinale, vespérale, ainsi que sur sa tranche de milieu de matinée et sur la majeure partie de la journée. Cela va donner à KABC une bataille à livrer et KABC a réagi ». Puig, "TALK IS HOT."

⁵¹⁶ Puig, "TALK IS HOT."

sur la santé. Sa crédibilité d'ancien président d'ABC Radio Networks lui permet de mettre en place des accords de distribution entre EFM Media Management et son ancienne entreprise.

Quand il commence à définir la stratégie de diffusion de *The Rush Limbaugh Show* au national, trois obstacles de taille se dressent sur son chemin. D'abord, la radio fonctionne à l'époque sur le modèle de diffusion locale exclusivement : le contenu des talk-shows reflète l'identité de communautés régionales spécifiques et n'intéresse les distributeurs qu'à cette condition. Par conséquent, les talk-shows taillés pour une audience nationale n'ont aucune chance d'intéresser les distributeurs. Ensuite, ceux qui portent sur des questions polémiques sont programmés à des heures de petite écoute, principalement en fin de soirée. Le projet de Limbaugh et McLaughlin s'avère être une vraie gageure :

We were planning to do what virtually everyone at any meaningful radio station in the country said was impossible: syndicate a controversial, issue-oriented program during the middle of the day. When I say that no one gave us a chance, I am not exaggerating. ABC Talk Radio had tried it with an impressive lineup of hosts, but all in all, it had never taken off⁵¹⁷.

McLaughlin et Limbaugh se lancent donc dans un projet qui paraît voué à l'échec dès le départ. Harrison confirme qu'à l'époque, on ne donne pas cher d'une telle entreprise dans l'industrie radiophonique :

Prior to 1990, during the period between '88 when Limbaugh came on the scene, the first thing you heard about Limbaugh, the controversy in the industry was: it can't work. A nationally syndicated radio host in prime time? Never. It'll never happen. Radio was a local medium. So the biggest obstacle Limbaugh had to face wasn't so much that he was opinionated or conservative, it was that he was national⁵¹⁸.

D'autre part, lorsque McLaughlin commence à négocier avec Limbaugh, ce dernier est lié à KFBK par un contrat qu'il peut rompre sans préjudice financier uniquement dans le cas où une radio d'un des cinq marchés les plus importants du pays lui propose un engagement. Or aucune des cinquante-six stations d'ABC Radio Networks avec lequel McLaughlin compte

⁵¹⁷ « Nous avions l'intention de faire ce que presque tout le monde dans les stations de radios du pays ayant la moindre importance disait qu'il était impossible de faire : diffuser sous licence une émission polémique et traitant de questions de fond en milieu de journée. Quand je dis que personne ne nous a donné notre chance, je n'exagère rien. ABC Talk Radio s'y était essayé avec un nombre impressionnant d'animateurs, mais dans l'ensemble, ça n'avait jamais décollé ». Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 9.

⁵¹⁸ « Jusqu'en 1990, au cours de la période entre 1988 au moment où Limbaugh est apparu, la première chose qu'on entendait sur Limbaugh, la polémique qui faisait rage dans l'industrie était: ça ne peut pas marcher. Un animateur radio diffusé sous licence nationalement en heure de pointe ? Ça ne se pourra jamais. La radio était un média local. Donc l'obstacle le plus important auquel Limbaugh devait faire face n'était pas tant son point de vue affirmé ni son conservatisme, c'était qu'il était un animateur national ». Voir annexe n°8 « Entretien avec Harrison ».

établir un partenariat de distribution n'est implantée dans l'un de ces cinq marchés. Il parvient néanmoins à contourner ces obstacles par deux accords parallèles avec le réseau ABC Radio Networks d'une part et sa station phare WABC d'autre part. WABC est implantée dans la zone métropolitaine new-yorkaise (*tristate area*) qui comprend l'état de New York, le New Jersey et le Connecticut, et qui est aussi le premier marché radiophonique du pays. La station ne fait cependant pas partie des cinquante-six stations censées diffuser l'émission sous licence. Afin de pouvoir dénoncer son contrat avec KFBK, Limbaugh anime donc une version locale de *The Rush Limbaugh Show* sur WABC de 10h00 à 12h00, puis une version nationale de midi à 14h00.

Ce double accord présente également un avantage financier. L'entreprise que créent McLaughlin et Limbaugh pour distribuer *The Rush Limbaugh Show*, The Excellence in Broadcasting Network (EIB), est une structure de petite taille aux moyens financiers limités : elle ne permet pas aux deux associés de louer ou d'acquérir de studio. En échange du prêt de ses locaux pour la diffusion de l'émission nationale de l'après-midi, WABC acquiert gratuitement les droits de celle du matin. La diffusion de *The Rush Limbaugh Show* sur les ondes nationales n'aurait donc pas été possible sans l'opiniâtreté de McLaughlin, ainsi qu'en atteste Harrison :

Limbaugh became big because not only was he good [...] but [because] he was discovered by someone with the power and influence to syndicate him, and that person was Edward F. McLaughlin. [...] He got him on the top ABC stations in syndication. If it weren't for Ed McLaughlin, Rush Limbaugh would still be in Sacramento. And it's not that Limbaugh's untalented, but it's not just talent. It's talent and who you know, and marketing, and sales, and connections and industry politics. [...] Now, McLaughlin was the right guy to syndicate Limbaugh, Limbaugh was the right guy to be syndicated, and that's the answer⁵¹⁹.

C'est donc l'alliance du talent d'animateur de Limbaugh à la connaissance de l'industrie radiophonique de McLaughlin qui, au moment où l'exécutif assouplit la réglementation concernant la liberté d'expression, rend possible l'envol du nouveau genre.

⁵¹⁹ « *Limbaugh est devenu important parce que non seulement il était bon [...] mais [parce qu'] il a été découvert par quelqu'un avec le pouvoir et l'influence pour le distribuer sous licence, et cette personne était Edward F. McLaughlin. [...] Il l'a placé en diffusion sous licence dans les stations d'ABC les plus importantes. S'il n'y avait pas eu Ed McLaughlin, Rush Limbaugh serait encore à Sacramento. Et ce n'est pas que Limbaugh est dénué de talent, mais ce n'est pas qu'une question de talent. C'est le talent et qui vous connaissez et le marketing et la vente et les relations et la politique de l'industrie. [...] Maintenant, McLaughlin était le gars qu'il fallait pour distribuer Limbaugh sous licence, Limbaugh était le gars qu'il fallait distribuer sous licence, et c'est ça la réponse* ». Voir annexe n°8 « Entretien Harrison ».

3.2. La voix de la contestation sur les ondes : la maturation du format du talk-show et l'avènement de Rush Limbaugh (août 1988 – novembre 1991)

3.2.1. Le succès instantané de *The Rush Limbaugh Show* sur les ondes nationales

Dès son lancement sur les ondes des cinquante-six stations de radio auxquelles EFM Media Management concède une licence, *The Rush Limbaugh Show* connaît un succès rapide et quasi-immédiat. Au cours de l'année qui suit son lancement, le nombre de licences de diffusion à travers le pays croît à une vitesse fulgurante et le « phénomène Limbaugh » atteint une grande envergure. Diffusée sur cinquante-six stations au moment de son lancement, l'émission conquiert de nouveaux marchés de manière quasi exponentielle. À titre d'exemple, en mai 1989, le nombre de stations titulaires d'une licence à travers le pays s'élève à 125, soit 21 de plus qu'en mars, ce qui représente une augmentation de 16,8% en deux mois⁵²⁰.

À chaque implantation nouvelle sur un marché radiophonique, l'émission connaît un succès immédiat. Ainsi, Limbaugh reçoit rapidement l'accueil très favorable des auditeurs du sud de la Californie après ses débuts sur KWNK en août 1988 : « *The instant we got him on the air, we started getting mail about him [which was] mostly positive* »⁵²¹. Initialement diffusée sur KWNK, station à faible signal – elle n'émet qu'à une puissance de 1 000 watts – qui couvre la partie de l'État qui s'étend de Newport Beach à Oxnard, soit 150 km, en mars 1989 l'émission est confiée à KFI dont les 50 000 watts confèrent à la station une puissance de diffusion cinquante fois supérieure à celle de sa concurrente. La révocation de la licence de diffusion provoque les plaintes K.M Richards, directeur de KWNK : « *KFI basically stole him out from under us. Sometimes we feel like part of our programming has been taken from us and given to the 50,000-watt giant* »⁵²².

McLaughlin explique la révocation de la licence de KWNK par la nécessité d'étendre la zone de couverture de l'émission : « *We wanted to be on a major Los Angeles radio station. I explained to KWNK when they approached us that it would be very possible [...] that I would have a major station in the market which would require my cancelling them as an*

⁵²⁰ Kim Masters, "Martin Sheen's Nuke-Free Malibu; 'Mayor' Stirs Locals with Declaration," *The Los Angeles Times*, May 16th, 1989.

⁵²¹ « *À partir du moment où nous avons commencé à le programmer sur nos ondes, nous avons commencé à recevoir du courrier à son sujet [...] qui était principalement positif* ». Claudia Puig, "KWNK Upset by Loss of Limbaugh to KFI." *The Los Angeles Times*, March 11th, 1989.

⁵²² « *KFI nous a tout bonnement piqué Limbaugh. Des fois, on a l'impression qu'une partie de notre programmation nous a été retirée pour être donnée au géant de 50 000 watts* ». Puig, "KWNK Upset by Loss of Limbaugh".

affiliate »⁵²³. Ainsi, sept mois après son lancement au niveau national, l'émission est parvenue à s'arroger une audience d'une envergure telle que son distributeur est en position de négocier sa diffusion et d'accorder des licences aux stations jouissant d'une zone de couverture plus large.

Après avoir séduit les marchés importants de la Californie, et plus particulièrement celui qui comprend le très conservateur Orange County où se trouve la plus grande concentration de riches républicains du pays⁵²⁴, EFM entreprend la conquête des grands marchés de l'agglomération de Washington, D.C. Suite au non-renouvellement du contrat de Mark Scott, la rumeur se fait jour selon laquelle la station WWRC-AM (980) cherche à obtenir une licence de diffusion de *The Rush Limbaugh Show*, alors diffusée sur WNTR-AM (1050), une station à faible puissance d'émission. McLaughlin fait valoir le même argument qu'en Californie : bien qu'il réaffirme sa fidélité à WWRC-AM, il confie que l'ambition d'EM Media Management est d'accorder des licences à des stations à forte puissance d'émission de façon à s'assurer un auditoire le plus large qui soit⁵²⁵. De son côté, Ken Mellgren, programmeur de la station, assure que WWRC est tout à fait disposée à recevoir une voix conservatrice sur ses ondes, soulignant qu'elle accueille déjà John Lofton, chroniqueur au *Washington Times*.

C'est à WMAL-AM, première radio AM de l'agglomération de Washington, que McLaughlin confie la diffusion de *The Rush Limbaugh Show*, suite au licenciement de John Lyon, après 22 ans de carrière. Michael Neff, directeur des programmes de la station, justifie le départ de Lyon et son remplacement par Limbaugh par le fait que les émissions de discussion politiques s'imposent dans le paysage radiophonique : « *A natural part of WMAL's continuing evolution into issue-oriented, topic-driven radio* »⁵²⁶.

Outre la vitesse à laquelle se déploie *The Rush Limbaugh Show* sur les ondes du pays, la décision de WMAL illustre la politisation croissante de la bande AM au tournant des années quatre-vingt-dix : le repositionnement des stations AM sur des émissions centrées sur le commentaire des questions de fond assure la survie de son format dans un environnement radiophonique dans lequel la musique déserte l'AM pour investir l'entièreté du champ de la

⁵²³ « *Nous voulions être présents sur une station importante de Los Angeles. J'ai expliqué à KWNK quand ils nous ont approchés qu'il se pourrait [...] que je parvienne à toucher une station importante du marché ce qui me contraindrait à dénoncer notre affiliation* ». Puig, "KWNK Upset by Loss of Limbaugh".

⁵²⁴ "The biggest collection of rich Republicans in the country." Claudia Puig, "Liberals are given the Business in Irvine, but Limbaugh Gets Money Radio: the Conservative Talk Show Host, Whose Program is Nationally Syndicated, is a Major Commercial Enterprise," *The Los Angeles Times*, November 25th, 1989.

⁵²⁵ Jeffrey Yorke, "WAVA's Neff Sues Barry," *The Washington Post*, February 6th, 1990.

⁵²⁶ « *Une étape naturelle de l'évolution continue de WMAL vers une programmation centrée sur les questions de fonds* ». Jeffrey Yorke, "WMAL Fires John Lyon", *The Washington Post*, June 5th, 1990.

FM. De plus, l'auditorat de WAML vieillissant, la fréquence AM connaît des chutes de taux d'audience très important. L'émission de Limbaugh est donc censée renouveler le public de WAML et redynamiser ses taux d'audience.

La diffusion de *The Rush Limbaugh Show* sur WMAL résulte d'un intérêt mutuel bien compris entre la station et EFM Media Management qui négocie pendant quatorze longs mois pour vendre l'émission à la station, la direction souhaitant acquérir la conviction que l'émission sera en mesure d'assurer un taux d'audience satisfaisant : « *We wanted to see a proven commodity; now that the research is in we are very confident about the move and are committed to it* »⁵²⁷. La transaction entre WAML et EFM est révélatrice de l'envergure de la station tout autant que de celle de l'émission de Limbaugh. La longue période de négociation et la ténacité d'EFM indique que WMAL est une radio importante dont les producteurs de Limbaugh ne peuvent faire l'économie. Inversement, les attermoissements qui ont précédé l'ajout de *The Rush Limbaugh Show* à la grille des programmes de WMAL atteste de la capacité de l'émission à assurer des taux d'audience élevés et pérennes.

L'octroi de la licence de diffusion de *The Rush Limbaugh Show* à WMAL-AM plutôt qu'à WWRC-AM est un revers de taille pour cette dernière qui avait, elle aussi, entamé des négociations pour diffuser l'émission. Malgré les déclarations optimistes de Tyler Cox, consultant média recruté par la station pour stimuler des taux d'audience ayant considérablement décliné, l'arrivée de Limbaugh sur la station concurrente met WWRC-AM sur la défensive⁵²⁸. Outre l'échec personnel non dénué d'une certaine ironie qu'elle représente pour Cox – ce dernier ayant largement contribué à façonner *The Rush Limbaugh Show* pendant les années de sa diffusion localement sur KFBK-AM à Sacramento⁵²⁹ –, elle compromet fortement le statut de numéro un des émissions de discussion de WWRC-AM. Cox réaffirme toutefois sa détermination : « *We have been the talk station of this city and we will continue being the talk station of this city* »⁵³⁰. Pour ce faire, WWRC recrute Mark Davis, animateur de 32 ans dont l'émission occupe la tranche horaire de la sortie des bureaux (*drive-time slot*) de 15h00 à 17h00. Cox le décrit comme une personnalité de « *modérée à*

⁵²⁷ « *Nous voulions voir un produit qui a fait ses preuves ; maintenant que l'étude de marché nous est parvenue, nous sommes très confiants quant à ce changement et nous y consacrons pleinement* ». Yorke, "WMAL Fires John Lyon".

⁵²⁸ Jeffrey Yorke "The Talk of the Town; Optimism at WWRC Despite Not Landing Limbaugh," *The Washington Post*, June 26th, 1990.

⁵²⁹ Jeffrey Yorke, "Tied at the Top: Heeere's Donnie!", *The Washington Post*, May 1st, 1990.

⁵³⁰ « *Nous sommes la station du format conversationnel de cette ville et nous continuerons d'être la station du format conversationnel de cette ville* ». Yorke, "Tied at the Top".

conservatrice en fonction des sujets »⁵³¹. Mark Davis fait partie de la génération d'animateur de talk-shows conservateurs qui répliquent le format de *The Rush Limbaugh Show* au niveau local. Dans les années 2000, la proximité entre les deux animateurs permet à Mark Davis d'officier à la place de Limbaugh quand ce dernier a besoin de s'absenter.

La programmation d'une émission politique animée par une personnalité conservatrice comme stratégie visant à permettre à WWRC-AM de conserver son statut de numéro du talk-show en dit long sur l'importance croissante du conservatisme sur les ondes au tournant des années quatre-vingt-dix. Ainsi, l'AM ne fait pas que se spécialiser dans le talk-show politique mais précisément dans le talk-show conservateur. Longtemps une sensibilité politique reléguée à la marge du paysage médiatique, le conservatisme a désormais le vent en poupe. Par ailleurs, l'arrivée de Limbaugh et Davis dans l'écosystème radiophonique de la métropole fédérale accentue le phénomène de spécialisation des stations. En réaction à la transition de WMAL-AM et de WWRC-AM vers une programmation exclusivement conversationnelle, WWDC décide de se positionner sur une programmation exclusivement musicale. Dans une volonté de capitaliser sur le sentiment de saturation des auditeurs, la station revendique l'absence de talk-shows sur ses ondes comme son atout majeur, ainsi qu'en témoignent ses slogans : « *If you're tired of talk, keep your dial set right here for great music 24 hours a day* »⁵³² et « *For instant relief from too much talk, set a button in your car radio for great music on WWDC* »⁵³³.

Néanmoins, les réactions à la montée en puissance de *The Rush Limbaugh Show* ne sont pas que positives et des protestations virulentes d'auditeurs de stations locales se font entendre. Dans certains marchés, la diffusion de l'émission est remise en cause dès les premiers mois. Souhaitant éviter à tout prix la possibilité que des radios puissent dénoncer leur contrat de distribution, Limbaugh lance ses premières « opérations incitatives » à destination des auditeurs. Ainsi, lorsque la station de South Bend dans l'Indiana menace de renoncer à sa licence suite à des protestations de la part de certains auditeurs, Limbaugh enjoint ses aficionados à se mobiliser pour que l'émission puisse continuer à être diffusée :

Ladies and gentlemen, a concerted effort to censor this show has begun. As we speak, a few angry liberals, precious guarantor of the First Amendment that they claim to be, are calling the station demanding that this show be taken off the air. [...] If you love this

⁵³¹ « *Moderate to conservative depending on the issue* ». Yorke, « Tied at the Top ».

⁵³² « *Si vous êtes fatigué du blabla, laissez votre radio réglée sur cette fréquence pour entendre de la bonne musique 24h par jour* ». Yorke, « Tied at the Top ».

⁵³³ « *Pour un soulagement immédiat causé par trop de blabla, programmez un des boutons de votre autoradio sur WWDC pour entendre de la bonne musique* ». Yorke, « Tied at the Top ».

show—and you know you do—you must let the station know. Otherwise, we will be canceled and you will have to drive to Fort Wayne to hear the program.⁵³⁴

La réaction quasi instantanée des auditeurs en faveur du maintien de l'émission convainc la direction de la radio de garder *The Rush Limbaugh Show* dans sa grille de programmation. Une autre opération est lancée également à Santa Barbara en Californie après que le restaurant *Woodie's Barbecue* eut dénoncé un contrat publicitaire avec la station. En effet, le patron du restaurant n'apprécie guère la sortie de l'animateur sur les *feminazi*, ces féministes radicales, soi-disant prosélytes en matière d'avortement. Cette fois-ci, l'animateur ne se limite pas à encourager les auditeurs à inonder la station d'appels téléphoniques, mais leur demande d'aller dîner dans le restaurant en question :

This is what I would like you to do. If you have plans to go to lunch or dinner this week, go to *Woodie's Barbecue*. I understand Woodie's food is great, and we need to show him that he's making a mistake by not being part of the EIB Network revolution. Do me a favor, and tell him why you're there. Let's make it our goal that Woodie runs out of food by this Thursday.⁵³⁵

Le succès de l'opération témoigne de l'engouement du public pour ce genre radiophonique nouveau ainsi que de la puissance du dispositif de l'émission.

Par ailleurs, ce qui au départ se limite à une expérience radiophonique devient très vite une entreprise aux possibilités de profit bien comprises par l'animateur. Personnalité radiophonique, Limbaugh est également une marque que son créateur s'emploie à promouvoir à grand renfort de produits dérivés. Comme le résume le directeur général de la station KFI de Los Angeles : « *He's selling the product 'Rush Limbaugh' and doing it in a lot of different promotional ways* »⁵³⁶. Ainsi, lors de sa prestation à l'Université d'Irvine, outre les vingt-cinq dollars qu'ont payés les 3 600 personnes venues lui faire un accueil d'ordinaire réservé aux étoiles du rock, Limbaugh touche un large pourcentage sur les 10 000 dollars que génère la

⁵³⁴ « *Mesdames et messieurs, un effort concerté pour censurer cette émission vient d'être engagé. Au moment où nous parlons, quelques sociolibéraux en colère, en gardiens précieux du Premier Amendement qu'ils prétendent être, sont en train d'appeler la station pour exiger que cette émission soit retirée des ondes. [...] Si vous aimez cette émission, et vous savez que vous l'aimez, vous devez le faire savoir à la station. Sinon, l'émission va être arrêtée et vous allez devoir rouler jusqu'à Fort Wayne pour entendre* ». *The Rush Limbaugh Show*, date inconnue. Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 15.

⁵³⁵ « *Voilà ce que j'aimerais que vous fassiez. Si vous avez prévu d'aller déjeuner ou dîner cette semaine, allez chez Woodie's Barbecue. Je crois savoir que la cuisine de Woodie est bien, et il faut que nous lui montrions qu'il est en train de commettre une erreur en ne voulant pas faire partie de la révolution du réseau EIB. Rendez-moi un service, et dites-lui pourquoi vous êtes là. Fixons-nous comme objectif que Woodie n'ait plus de nourriture avant jeudi prochain* ». *The Rush Limbaugh Show*, date inconnue. Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 16.

⁵³⁶ « *Il vend le produit 'Rush Limbaugh' et procède pour cela de plusieurs manières très différentes* ». Claudia Puig, "Liberals are given the Business in Irvine, but Limbaugh Gets Money Radio: the Conservative Talk Show Host, Whose Program is Nationally Syndicated, is a Major Commercial Enterprise", *The Los Angeles Times*, November 25th, 1989.

vente de produits dérivés à la sortie de la salle. Il participe également à des croisières dans la Caraïbe au cours desquelles il préside deux tables rondes, donne une prestation scénique et touche un pourcentage sur chacun des cinq-cents cinquante billets vendus. De la même manière, les prestations qu'il donne dans le cadre de *The Rush to Excellence Tour* – tournée lancée en janvier 1989⁵³⁷, soit cinq mois à peine après les débuts de l'émission au national – lui rapportent quelques 250 000 dollars annuels. Dès le départ, Limbaugh s'engage donc dans une entreprise de diversification de ses activités : « *I'd like to be a comedian and I don't mind being a serious talk-show host. I want to do both. And I think it can be done. I think there's a market for it* »⁵³⁸. Rush Limbaugh est donc une entreprise particulièrement lucrative.

Au tournant de la décennie quatre-vingt-dix, Limbaugh est le seul animateur de radio d'envergure nationale à proposer une perspective conservatrice sur l'actualité et la politique car s'il fait des émules, ceux-ci n'émergent qu'à partir de 1992. En outre, seul journal vraiment conservateur, *The Washington Times* n'atteint lui que très rarement les 100 000 lecteurs quotidiens : si le lectorat s'élève à 106 852 en 1990⁵³⁹, il chute à 95 922 en 1991⁵⁴⁰. Quant à *The Wall Street Journal*, bien qu'il dépasse largement le million et demi quotidien – 1 857 131 en 1990⁵⁴¹ –, son lectorat demeure très en deçà de l'auditorat de Limbaugh et seules les pages consacrés aux éditoriaux affirment un point de vue clairement conservateur. Ainsi, aucun média national ayant une audience de taille comparable à celle de *The Rush Limbaugh Show* ne relaie l'idéologie conservatrice : Limbaugh jouit donc d'une position unique dans la sphère médiatique.

Les médias de référence ne tardent pas à s'intéresser au phénomène. Ainsi, en juillet 1990, *The New York Times* consacre un article aux talk-shows radiophoniques politiques suite à l'émission « A Week in the Life of Talk Radio » diffusée sur C-SPAN le mois précédent. L'article, qui outre *The Rush Limbaugh Show* évoque les émissions de Cliff Kelley à Chicago, de Debbie Ellis à Miami, de Mike Siegel à Seattle ainsi que celle de Roger Hedgecock et Michael Reagan, se montre très critique envers le nouveau genre : « *The sample [...] bespoke a desire for participation that the shows could but weakly satisfy. The call-ins rub in how far*

⁵³⁷ Puig, "Liberals are given the Business in Irvine."

⁵³⁸ « *J'aimerais bien être un comique et ça ne me dérange pas d'être un animateur sérieux de talk-show. Je veux faire les deux. Et je crois que ça peut se faire. Je crois qu'il y a un marché pour ça* ». Puig, "Liberals are given the Business in Irvine."

⁵³⁹ *Editor & Publisher, Yearbook 1991 (Audit Bureau of Circulation figures for 1990).*

⁵⁴⁰ *Editor & Publisher, Yearbook 1992 (Audit Bureau of Circulation figures for 1991).*

⁵⁴¹ *Editor & Publisher, Yearbook 1991.*

America has moved from the ideal of a town meeting »⁵⁴². Quant à l'émission de Limbaugh, l'article en déplore l'absence de réelles conversations, du fait que seuls les admirateurs semblent avoir accès à l'antenne, ainsi que la tendance de l'animateur à dire à ses auditeurs ce qu'ils souhaitent entendre. Surtout, le journal dénonce le fait que l'émission encourage les préjugés de l'individu: « *As for Mr. Limbaugh's preening [..], they may be worse than nothing in their pandering to the prejudices of one or another camp of combatants* »⁵⁴³. C'est donc un regard désapprobateur que portent les médias de référence sur le talk-show radiophonique conservateur au moment où il s'affirme dans la sphère médiatique. Le mois suivant, le journal propose un droit de réponse à Limbaugh qui se défend des accusations portées contre lui et affirme au contraire que le talk-show doit son succès à sa capacité à dire la vérité aux gens: « *Talk radio prospers today not because its hosts pander to prejudice and ignorance but because other media too often are failing, in the eyes of the American people, to tell the truth about the stories that actually matter* »⁵⁴⁴. Limbaugh engage ainsi sa passe d'armes permanente avec les médias de référence dès ses débuts au national.

3.2.2. En quête de la justesse de ton : les années de tâtonnement (août 1988 – mars 1990)

L'analyse des sujets évoqués par Limbaugh semble mettre en lumière ce qui apparaît, dans les débuts de l'émission, comme un décalage entre la maîtrise des thèmes et celle du style. Au tournant des années quatre-vingt-dix, son approche de l'actualité politique est fermement établie et son style précisément défini. Il éprouve davantage de difficulté en revanche à déterminer un corpus de thématiques stable. Sur ce plan, les années 1988-1990 sont celles du tâtonnement. Ardent conservateur, il adhère à l'ensemble des canons du conservatisme, adhésion qu'il développe dans *The Way Things Ought To Be*, son premier livre paru en 1992, tout au long d'une liste de principes qui forment un véritable « Credo Conservateur »⁵⁴⁵, ainsi que dans son énoncé des « Trente-cinq vérités indéniables de la vie »

⁵⁴² « *L'échantillon montrait un désir de participation que les émissions étaient en mesure de satisfaire que très faiblement. Les émissions de libre antenne montrent combien l'Amérique s'est éloignée de l'idéal de la réunion communale* ». Walter Goodman, "TV VIEW; C-SPAN Dials Call-In Radio and Gets Quite an Earful," *The New York Times*, July 22nd, 1990.

⁵⁴³ « *Quant aux démonstrations d'orgueil de M. Limbaugh [..], ils font plus de mal que de bien en ce qu'ils flattent les préjugés de l'un ou de l'autre camp des combattants* ». Goodman, "C-SPAN Dials Call-In Radio."

⁵⁴⁴ « *Les émissions au format conversationnel connaissent le succès aujourd'hui non pas parce que leurs hôtes encouragent les préjugés et l'ignorance mais parce que les autres médias échouent bien trop souvent, aux yeux des Américains, à dire la vérité sur les éléments d'actualité qui ont une réelle importance* ». Rush Limbaugh, TALK RADIO; Listen Up, *The New York Times*, August 19th, 1990.

⁵⁴⁵ Rush Limbaugh, *The Way Things Ought To Be* (New York: Simon & Schuster, 1992), 2-3.

(*The Thirty-Five Undeniable Truths of Life*)⁵⁴⁶. Ainsi, dans les premières années, il évoque indifféremment les questions relevant du conservatisme social et celles appartenant au conservatisme économique. Dans le premier domaine, les campagnes de prévention contre le SIDA ainsi que le combat des homosexuels pour l'égalité des droits constituent ses objets de moquerie de prédilection. Il faut dire qu'elles se prêtent plus facilement à un traitement humoristique et à la dérision que celles relevant du champ du conservatisme économique. Elles constituent également des supports efficaces à la raillerie des sociolibéraux, accusés de réduire leur politique au service des intérêts de groupes minoritaires, au détriment des Américains ordinaires.

La conférence qu'il donne à l'Université de Californie dans la ville d'Irvine le 24 novembre 1989 donne un aperçu des thèmes de prédilection de Limbaugh dans le domaine sociétal. À cette occasion il évoque l'avortement, le SIDA, l'homosexualité et les sans-abris. Les trois chapitres de son livre *The Way Things Ought To Be* qu'il publie deux ans après confirment l'intérêt particulier qu'il porte à ces questions à l'époque⁵⁴⁷.

3.2.2.1. De l'avortement comme « holocauste des temps modernes »

Pour Limbaugh, l'avortement constitue « l'Holocauste des temps modernes » (*the modern-day Holocaust*)⁵⁴⁸. Son opposition à l'avortement est ancrée dans la conviction profonde que la vie humaine commence dès le moment de la conception et qu'en cela, l'acte de l'avortement constitue un crime, sauf en cas de danger pour la mère⁵⁴⁹ : c'est l'argument traditionnel des opposants à l'IVG. Limbaugh va cependant plus loin dans son raisonnement car il réfute aussi l'argument selon lequel la femme a le droit de disposer de son corps, en arguant du fait que de la même manière qu'une femme ne peut pas légalement utiliser son corps pour voler, se droguer ou tuer quelqu'un, elle ne peut l'utiliser pour mettre un terme à une grossesse : selon lui, la société pose donc des limites à ce qu'une femme peut faire de son corps, et l'avortement devrait en être une⁵⁵⁰. Indépendamment de leur portée morale, ces deux arguments apparaissent raisonnables en ce qu'ils satisfont à une certaine forme de logique. Limbaugh se montre davantage polémique en revanche lorsqu'il affirme que l'avortement fait

⁵⁴⁶ *The Rush Limbaugh Show*, 1^{er} juin 1990.

⁵⁴⁷ *6-Abortion: Our Next Civil War, 8-AIDS—Good Money and Bad: Some Help Is Not Desired et 21-The Fraud of Homelessness Advocacy*. Limbaugh, *Way Things Ought To Be*, xi-xii.

⁵⁴⁸ Claudia Puig, "Liberals are given the Business in Irvine."

⁵⁴⁹ Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 50.

⁵⁵⁰ Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 51.

partie d'une stratégie (*the abortion agenda*) de la part des féministes pour asseoir leur pouvoir dans la société:

Abortion is the fuel running their entire political agenda. It is the sacrament of their religion of feminism. Here then is the definition of the real agenda of the feminazi: radical feminists whose objective is to see that there are as many abortions as possible. This is their primary mechanism of asserting their power.⁵⁵¹

À ses yeux les féministes ne se limitent pas à défendre la possibilité de recourir à l'avortement mais elles sont engagées dans une croisade visant à imposer l'avortement aux femmes, ce qui revient à suggérer que les féministes veulent donc mener à bien un projet de destruction de la civilisation.

3.2.2.2. De l'homosexualité comme « *comportement dégueulasse* »

Également au menu des brocards de l'animateur, la question de l'homosexualité n'est toutefois pas évoquée en tant que telle mais lui sert de prétexte pour mettre en défaut les démocrates. Limbaugh ne cache certes pas ce qu'il pense de l'homosexualité. Comme en témoigne sa réaction à une manifestation de militants pro-choix et d'activistes engagés dans la lutte contre le SIDA en décembre 1989, sa position sur la question est celle d'une hostilité franche et assumée. Son commentaire sur les activistes qui manifestent leur opposition aux déclarations du Vatican sur le parvis de la cathédrale Saint Patrick de New York est sans appel : « *I know I speak for the decent and normal citizens of this country when I say to those of you of the leftist, militant, homosexual crowd: 'Take it somewhere else. Get out of our schools. Get out of churches. Take your deadly, sickly behavior and keep it to yourselves'* »⁵⁵². La *Gay & Lesbian Alliance Against Defamation* (GLAAD) réagit en lançant une campagne nationale de sensibilisation aux dangers de l'homophobie qui vise à obtenir de Limbaugh qu'il parle de façon moins tendancieuse.

À la démarche de GLAAD, Limbaugh répond qu'il refuse de subir le même traitement qu'Andy Rooney, animateur de la séquence "A Few Minutes with Andy Rooney" de l'émission *60 Minutes* sur CBS. Ce dernier avait déclaré qu'il trouvait l'homosexualité

⁵⁵¹ « *L'avortement est le carburant qui fait avancer leur ordre du jour politique. C'est le sacrement de leur religion féministe. C'est là la définition et l'ordre du jour des féminazis : des féministes radicales dont l'objectif est de veiller à ce qu'il y ait autant d'avortements que possible. C'est le mécanisme premier dans l'affirmation de leur pouvoir* ». Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 55.

⁵⁵² « *Je sais que je parle pour les citoyens respectables et normaux de ce pays quand je vous dis à vous qui faites partie de la bande des homosexuels militants gauchistes: 'Allez faire ça ailleurs. Fichez le camp de nos écoles. Fichez le camp de nos églises. Prenez votre comportement dégueulasse et mortifère et gardez-le pour vous'* ». Victor F. Zozana, "Monitoring the Media Activist Alliance Exercises Clout in Fighting Anti-Gay Images", *The Los Angeles Times*, February 22nd, 1990.

« répugnante » et « éthiquement et moralement répréhensible »⁵⁵³, ce qui lui avait valu d'être suspendu pour trois mois. C'est donc une position en conformité avec le conservatisme moral tel que le défendent depuis la fin des années 1960 les activistes de terrain au sein des organisations de la Nouvelle Droite. On retrouve dans les propos de Limbaugh des échos très forts du discours véhiculé par Schlafly, Weyrich et Viguerie dans leur opposition au féminisme pendant le mandat de Carter.

Lors de la conférence d'Irvine, la question est toutefois évoquée de façon détournée. C'est Barney Frank, Représentant de la 4^{ème} circonscription du Massachussetts, et l'un des deux seuls membres du Congrès ouvertement gays⁵⁵⁴, que Limbaugh prend pour cible. Depuis le printemps 1989, Frank fait l'objet, à sa demande, d'une enquête du Comité d'Éthique de la Chambre (*House Ethics Committee*) pour que lumière soit faite sur son implication dans une affaire de prostitution dont Steve Gobie, son amant, est le protagoniste. Début 1989, la presse révèle que le jeune gigolo dont Frank a fait son secrétaire particulier et son chauffeur après en être tombé amoureux n'a jamais cessé ses activités de prostitution qu'il conduit dans le sous-sol du domicile de Frank. Ce dernier, dont l'animateur fait un de ses boucs émissaires principaux – il va jusqu'à proposer un « flash Barney Frank » (*Barney Frank update*)⁵⁵⁵ de manière quotidienne –, devient pour Limbaugh l'incarnation du dévoiement du camp démocrate et de ses valeurs. L'enquête en cours sur Frank offre à Limbaugh l'occasion d'une comparaison des traitements que réservent parti républicain et parti démocrate à ceux de leurs membres en prise à des scandales de mœurs. Selon lui, le laxisme dont fait preuve le parti de l'âne à l'égard de Barney Frank tranche avec la position éthique qu'adopte le parti de l'éléphant par rapport au représentant Donald E. Lukens dit « Buzz » Lukens, accusé de détournement de mineur :

Barney says he's been careless in his associations. Do we have blatant hypocrisy going on here? When one of our guys does something like this—like Buzz Lukens who was convicted of contributing to the delinquency of a minor for having sex with a 15-year-old girl—the Republicans say 'Buzz, I don't want you here.' There's a major difference in the value structure of the two parties. There are glaring differences between the two parties, and I just like to point it out. By pointing it out, you are accused of being

⁵⁵³ *Do I find the practice [...] repugnant? I do. Is it ethically or morally wrong or abnormal behavior? It seems so to me.*

⁵⁵⁴ Le second est Gerry Studd, représentant de la 10^{ème} circonscription du Massachussetts (1983-1997).

⁵⁵⁵ Quasiment toutes les émissions diffusées au cours des années quatre-vingt-dix auxquelles il nous a été possible d'avoir accès comprenaient les « dernières nouvelles de Barney Frank », notamment celle du 1^{er} juin 1990.

controversial. I love to point it out and I also love to illustrate absurdity by being absurd.⁵⁵⁶

Limbaugh aborde donc la question de l'homosexualité non pas pour débattre de la position conservatrice sur l'égalité des droits entre homosexuels et hétérosexuels, mais pour mettre en défaut les démocrates. Il instrumentalise donc la question à des fins d'affrontements partisans en identifiant l'ensemble de ses adversaires à des figures homosexuelles hautes en couleur et au comportement sujet à caution.

3.2.2.3. « La conversation sans risques » ou quand Limbaugh se défend de ses détracteurs en minimisant l'ampleur de l'épidémie du VIH

En lien avec la question de l'homosexualité, Limbaugh se montre particulièrement grinçant également sur la question du SIDA et sur les campagnes de prévention, notamment celles qui visent à généraliser l'utilisation du préservatif en convaincant la population de pratiquer « le sexe sans risques » (*safe sex*). Dans la droite ligne des associations conservatrices qui à l'époque remettent en cause la fiabilité des préservatifs dans la protection des IST afin de mieux prôner l'abstinence, Limbaugh affirme tout de go que l'effort sanitaire pour généraliser l'utilisation du préservatif n'a pour autre objectif que de générer des profits : « *The idea of these things is not to prevent AIDS. The idea is to sell'em...* »⁵⁵⁷. Il défend donc l'idée d'un cynisme bien compris de la part des organisations de prévention contre le SIDA à des fins purement économiques.

Surtout, les débats autour de la prévention contre la maladie lui fournissent le véhicule d'une métaphore filée à laquelle il recourt pour répondre aux attaques de ses détracteurs sur le danger que lui-même représente pour la démocratie. Lors de ses apparitions publiques, il a pour coutume de demander à un membre de l'assemblée de lui donner un préservatif qu'il enfle sur le micro en déclarant, comme ce fut le cas lors de la conférence d'Irvine : « *This, my friends, is safe talk. You are protected from any evil because of this* »⁵⁵⁸. Le procédé rhétorique consiste à ridiculiser ses détracteurs en suggérant que ces derniers considèrent son discours aussi dangereux que le virus du SIDA. La comparaison indirecte « discours de

⁵⁵⁶ « Barney affirme qu'il s'est montré négligeant dans le choix des personnes avec qui il s'est associé. N'est-ce pas là une hypocrisie criante ? Quand l'un de nos gars fait quelque chose de ce genre – comme Buzz Lukens qui a été reconnu coupable de détournement de mineur pour avoir eu des rapports sexuels avec une fille de quinze ans – les républicains disent 'Buzz, on ne veut pas de toi ici'. Il y a une différence de taille dans le système de valeurs respectif de chaque parti. Il y a des différences aveuglantes entre les deux partis, et j'aimerais simplement le faire remarquer ». Claudia Puig, "Liberals are given the Business in Irvine".

⁵⁵⁷ « L'idée de ces trucs ce n'est pas de prévenir contre le SIDA. L'idée c'est de les vendre... ». Claudia Puig, "Liberals are given the Business in Irvine."

⁵⁵⁸ « Ceci, mes amis, est une conversation sans risque. Vous êtes protégé de tout mal grâce à ceci ». Claudia Puig, "Liberals are given the Business in Irvine."

Limbaugh/SIDA » neutralise l'argument de l'adversaire tant elle apparaît grotesque, et ce d'autant plus qu'elle est appuyée par le ressort visuel du préservatif déroulé sur le micro. La mise en scène est par la suite reprise à chaque apparition de Limbaugh au cours de *The Rush for Excellence Tour* entre 1989 et 1991.

Limbaugh ne se limite pas à se moquer ouvertement des campagnes de sensibilisation au sexe sans risques. Dans le numéro de février 1994 de sa lettre d'information mensuelle *The Limbaugh Letter*, il file la métaphore de l'infection. Au cours de l'émission du 18 février 1994, il en fait la publicité et la décrit en ces mots : « *And the front of the envelope says, 'Rush Limbaugh, Doctor of Democracy: you have tested positive for EIB. [...] EIB is an airborne phenomenon spread by casual contact. If you get it, it's good. There is no cure, because it is the cure'* »⁵⁵⁹. Toute l'isotopie du VIH et du dispositif de détection est reprise dans la présentation de la lettre : le dépistage positif, le mode de contamination ainsi que l'absence de traitement. Limbaugh joue ainsi avec les caractéristiques propres au VIH en reprenant le discours des campagnes de prévention au début des années quatre-vingt-dix. Ces caractéristiques sont toutefois détournées de manière à présenter la démarche radiophonique de Limbaugh – désignée par « EIB » – comme un virus aux vertus bienfaitrices pour la démocratie, contrairement au VIH (HIV en anglais), mortel pour l'homme à l'époque.

L'effet sur l'auditeur/lecteur est double. D'une part, la métaphore contrecarre les accusations des détracteurs de Limbaugh en présentant sa démarche comme un rétrovirus (« *It is the cure* ») aux méfaits du sociolibéralisme sur le processus démocratique. D'autre part, parce qu'elle joue sur le registre de l'humour noir, elle minimise la réalité de l'épidémie de SIDA et la relègue au rang des innombrables lubies des médias sociolibéraux. Ce faisant, elle rejette le danger de l'épidémie en dehors de la sphère des Américains ordinaires qui forment l'auditorat conservateur de Limbaugh, car elle suggère qu'ils ne sont pas concernés par le SIDA, voire en sont protégés. En dernier lieu, en jouant sur le ressort de la moquerie, la métaphore déprécie fortement l'effort de prévention engagé à l'époque.

Ce ressort rhétorique est en parfaite cohérence avec le point de vue que l'animateur développe dans *The Way Things Ought To Be* dans lequel il consacre deux chapitres à la question du SIDA. Dans le chapitre 8 —*AIDS—Good Money and Bad: Some Help Is Not Desired*, il dénonce ce qu'il perçoit comme l'hypocrisie des militants des organisations de

⁵⁵⁹ « *Sur le recto de l'enveloppe on peut lire, 'Rush Limbaugh, Médecin de la Démocratie : vos analyses de dépistage de l'EIB sont revenues positives. [...] L'EIB est un phénomène porté par le vent qui se propage par simple contact. Si vous l'attrapez, c'est une bonne chose. Il n'y a pas de traitement car l'EIB est le traitement'.* » *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994.

lutte contre la maladie. En 1990, l'acteur Michael Glaser, connu pour son rôle dans la série *Starsky and Hutch*, révèle que son épouse a contracté le virus lors d'une transfusion et que leurs deux enfants en sont eux-mêmes porteurs. Le couple a demandé l'aide de Reagan qui apparaît dans un clip visant à encourager la population à adresser ses dons à *The AIDS Pediatric Foundation* créée par Elizabeth Glaser. Lorsque l'association *Cure Aids Now* envoie un courrier aux Glaser pour leur reprocher d'avoir permis à Reagan de se blanchir de son inaction dans les débuts de l'épidémie en l'associant à leur campagne, Limbaugh est furieux : « *That did it for me. So there was good money and bad money in the fight against AIDS. This established that there were some things more important than a cure; that ideology mattered as well! If you were a conservative you had no place in the fight against AIDS* »⁵⁶⁰. Il acquiert la conviction que les activistes engagés dans la lutte contre le SIDA se servent de la maladie pour mettre en défaut le conservatisme et fouler au pied l'héritage de Reagan. Par ailleurs, dans le chapitre 12, *Condom : the New Diploma*, il dénonce les campagnes de distribution de préservatifs dans les écoles en défendant l'idée que c'est une démarche dangereuse, voire mortelle, car elle encourage la promiscuité là où l'abstinence constitue le seul vrai rempart à la maladie⁵⁶¹.

Un tel point de vue sur une épidémie qui, au tournant des années quatre-vingt-dix, fait des ravages de grande ampleur et à laquelle on ne connaît pour lors pas de traitement, présente un caractère hautement subversif qui s'explique par deux raisons. D'une part, son point de vue ainsi que la façon dont il l'exprime font partie de la stratégie de démarcation engagée dès les débuts de son émission au national pour se différencier des émissions d'informations et des talk-shows sur les questions sociétales du moment. Il s'agit pour l'animateur de trancher avec ses homologues, tout en gardant la possibilité de se retrancher derrière l'argument de l'humour pour se défendre d'avoir tenu des propos insultants. D'autre part, une telle position participe du processus de communalisation de l'auditorat conservateur. En tournant en dérision de manière aussi brutale une épidémie qui provoque l'hécatombe que l'on sait, il envoie le signal à ses auditeurs que le mal du SIDA est un « mal sociolibéral » et qui, du fait de son mode de propagation, est le résultat d'une tendance libertine à la complaisance envers soi. Qui plus est, celle-ci est déviante puisque pendant les années 1980, l'épidémie explose principalement au sein de la population homosexuelle masculine. Ainsi, il isole les auditeurs conservateurs – et les définit comme « groupe interne » (*in-group*) – de la population

⁵⁶⁰ Limbaugh, *Way Things Ought To Be*, 81.

⁵⁶¹ Limbaugh, *Way Things Ought to Be*, 130.

susceptible de contracter le virus, à savoir le « groupe externe » (*out-group*), c'est-à-dire les sociolibéraux et ceux qui y sont assimilés, dont les homosexuels.

Dans le même ordre d'idée, Limbaugh est coutumier des expressions globalisantes. Ainsi, il désigne les personnes favorables à la possibilité de recourir à l'avortement comme « the pro-abortion crowd »⁵⁶² et les malades du SIDA comme « the AIDS community »⁵⁶³. Ces tours sémantiques visent à essentialiser un ensemble d'individus, qui bien que différents les uns des autres, sont vus comme formant un groupe homogène. C'est une stratégie qui s'inscrit dans la remise en cause des politiques d'identités, dont l'objectif est de discréditer ces individus en les définissant comme une minorité revendiquant des droits spéciaux, et donc de les opposer à la majorité silencieuse des conservateurs.

3.2.2.4. « Scandale à Malibu » : les sans-abris pris pour cible

L'apparition publique de Limbaugh à Irvine lui donne l'occasion de revenir sur la controverse autour des sans-abris de Malibu qu'il a lancée au printemps précédent suite à une déclaration de l'acteur Martin Sheen, maire honoraire de la ville et Démocrate convaincu. En mai 1989, l'acteur envoie une lettre aux habitants de Malibu dans laquelle il déclare la ville « zone dénucléarisée, sanctuaire pour les étrangers et les sans-abris et habitat protégé pour toute forme de vie, qu'elle soit sauvage ou domestique »⁵⁶⁴. Ce faisant, il s'attire les foudres de la chambre de commerce de la ville mais surtout, il offre à Limbaugh une occasion de relancer le débat sur la question des sans-abris. Le 15 mai, l'animateur s'empare du faux-pas de Sheen et lance une autre opération incitative, la « Marche sur Malibu » (*March on Malibu*) : il encourage ses auditeurs à offrir des allers simples de bus aux « indigents et étrangers en situation illégale à travers le pays », donnant ainsi une ampleur nationale à la controverse. Sa démarche suscite l'émoi parmi les résidents, inquiets face à la perspective de voir arriver des bus entiers de sans-abris. Limbaugh s'en explique en ces termes : « *I think that Martin Sheen is absurd and I like to illustrate that by being absurd. As long as people get into it and have fun with it, I'm going to keep it up* »⁵⁶⁵. Le jour suivant, il intensifie son opération en lançant à travers le pays le concours de la première ville qui affréterait un bus de sans-abris et

⁵⁶² Limbaugh, *Way Things Ought To Be*, 81.

⁵⁶³ *The Rush Limbaugh Show*, 16 janvier 1992.

⁵⁶⁴ Kim Masters, "Martin Sheen's Nuke-Free Malibu; 'Mayor' Stirs Locals with Declaration", *The Los Angeles Times*, May 16th, 1989

⁵⁶⁵ « *Je pense que Martin Sheen est absurde et j'aime bien illustrer cela en étant absurde. Tant que les gens accrochent et s'en amusent, je continuerai* ». Masters, "Martin Sheen's Nuke-Free Malibu."

d'étrangers en situation irrégulière en direction de Malibu⁵⁶⁶. Le 24 mai, Limbaugh, que la presse ne désigne encore que comme « *un animateur de talk-show radiophonique basé à New York* », décrète la journée du samedi 27 comme la journée du défi contre Sheen. Il déclare détenir 15 bus à sa disposition, prêts à convoyer les sans-abris vers « la Côte Gauche » (*The Left Coast*), précisant qu'il n'a pas encore déterminé où ils pourraient se garer. Contactée par Limbaugh, la porte-parole de la Chambre de Commerce lui raccroche au nez en rétorquant qu'il n'y avait pas de place pour les accueillir. Quant à Sheen, il condamne indirectement l'animateur : « *There are irresponsible media personalities who have abused their power to gain ratings by treading on misery and suffering* »⁵⁶⁷.

Au départ, l'annonce de Sheen provoque un tollé parmi la population, notamment parmi les entrepreneurs dont certains qui la dénoncent sans ambages, à l'instar du restaurateur Anthony Casson qui affiche une pancarte « *Dégageons Martin Sheen* » (*Dump Martin Sheen*) à la devanture de son établissement⁵⁶⁸. La population des sans-abris elle-même prend ombrage des propos de Sheen, craignant que l'opération lancée par Limbaugh ne provoque un afflux d'autres sans-abris susceptibles de compromettre leur survivance⁵⁶⁹.

L'opération finit toutefois par provoquer un effet contraire à celui recherché, puisque deux semaines après la déclaration de Sheen, plus de 300 résidents, dont des membres imminents du clergé local, signent une pétition demandant que soit mise à l'étude la possibilité d'accueillir un foyer pour sans-abris. Elle est activement diffusée par la « *Coalition pour la Paix* » (*Coalition for Peace*). En parallèle, les pages des deux journaux hebdomadaires de Malibu se remplissent de lettres de lecteurs apportant leur soutien à Sheen⁵⁷⁰. Ainsi, croyant le mettre dans l'embarras en suscitant la colère des résidents de Malibu pour démontrer les excès du sociolibéralisme bien-pensant, Limbaugh ne fait que stimuler leur esprit de solidarité, comme le confirme la rédactrice en chef de *Surfside News* : « *The story has definitely turned around. [...] Now people are beginning to look at what Martin said and they're trying to accomplish something. There is a very sincere commitment to deal with the*

⁵⁶⁶ Steve Harvey, "Only in L.A./People and Events", *The Los Angeles Times*, May 17th, 1989.

⁵⁶⁷ « *Il y a des personnalités médiatiques irresponsables qui ont abusé de leur pouvoir pour faire de l'audience en foulant au pied la misère et la souffrance* ». "Only in L.A./People and Events", *The Los Angeles Times*, May 24th, 1989

⁵⁶⁸ Seth Mydans, "Malibu Journal; An Open Invitation, and an Uproar", *The New York Times*, May 26th, 1989

⁵⁶⁹ Mydans, "Malibu Journal; An Open Invitation."

⁵⁷⁰ Kenneth J. Garcia, "Sheen Gains Support in Malibu on Homeless Issue", *The Los Angeles Times*, May 26th, 1989

issues »⁵⁷¹. Certains résidents se préparent même à accueillir les sans-abris à la descente du bus en collectant nourriture et vêtements. Judith Israel, fondatrice de la Coalition pour la Paix conclut sur l'ironie du dénouement de l'entreprise de Limbaugh: « *Actually, it's been a blessing in disguise. Because of this we've found a lot of people who want to help and we're determined to turn this into a good cause* »⁵⁷².

Au final, Limbaugh se rétracte, annonce l'abandon du projet et fait amende honorable lors de la conférence d'Irvine en affirmant : « *I made a real blunder there. I don't exploit the homeless. I wanted to discredit Sheen* »⁵⁷³. Cela ne l'empêche toutefois pas de continuer dans le registre de l'humour noir pour se moquer des sans-abris en déclarant qu'une des actions qu'il aimerait faire avant de mourir serait d'organiser les Jeux Olympiques pour sans-abris : « *One of the things I want to do before I die is conduct the homeless Olympics [which would include] the 10-meter Shopping Cart Relay, the Dumpster Dig and the Hop, Skip and Trip* »⁵⁷⁴. En janvier 1990, *The Los Angeles Times* lui décerne le prix de la déclaration la plus cynique de l'année 1989 pour avoir suggéré que la solution au problème des sans-abris serait de leur donner une liste des copropriétés n'exigeant pas de dépôt de garantie⁵⁷⁵.

Il ne faut pas voir dans les déclarations de Limbaugh sur les sans-abris que l'expression d'une volonté subversive ou d'un cynisme émanant d'une personnalité privilégiée en décalage avec la réalité sociale des États-Unis. Au contraire, le discours de Limbaugh prend tout son sens lorsqu'il est mis en regard de la négation pure et simple de l'existence du problème par l'animateur. Quelques mois plus tard, le 1^{er} juin 1990, alors que la présentatrice du journal qui précède le début de *The Rush Limbaugh Show* s'attarde – fait exceptionnel – derrière le micro le temps d'un échange avec l'animateur, elle tente de faire reconnaître à ce dernier que le problème des sans-abris et de la pauvreté touche également les États-Unis :

- There are people starving in this country too...

⁵⁷¹ « *Cette histoire a sans aucun doute pris un tour différent [...]. Désormais, les gens commencent à s'intéresser à ce que Martin a fait et essaient d'accomplir quelque chose. Il y a un volonté sincère de résoudre ces questions* ». Garcia, "Sheen Gains Support."

⁵⁷² « *En fait, cette histoire a finalement été une chance. Grace à elle nous avons trouvé pas mal de gens qui veulent fournir de l'aide et nous sommes déterminés à en faire une bonne cause* ». Garcia, "Sheen Gains Support."

⁵⁷³ « *J'ai commis une vraie bourde là. Je n'exploite pas les sans-abris. Je voulais discréditer Sheen* ». Claudia Puig, "Liberals are given the Business in Irvine".

⁵⁷⁴ « *Une chose que j'aimerais faire avant de mourir c'est organiser les J.O. des sans-abris [qui comprendraient] le Relai de Caddie sur 10 mètres, la Fouille de Conteneurs à Ordures et le 'Saute, Clopine et Trébuche'* ». Claudia Puig, "Liberals are given the Business in Irvine".

⁵⁷⁵ *Radio Talk Show Host Rush Limbaugh's solution to the homeless problem (offered while speaking to an enthusiastic audience at UC Irvine): "Give them a list of no-down-payment condominiums"*. Joseph N. Bell, "Quote-A List to End All '89 Lists-Unquote", *The Los Angeles Times*, January 6th, 1990.

- No there aren't!
- Yes there are!
- Do you think there're people...?
- They're down in Penn Station!
- No they're not starving. Name for me the last person that died of starvation in this country [...].
- Er...
- See? This is one of the myths... There is no starvation in this country...
- Yes there is!
- No there is not. There's no shortage of food, we don't have people standing in line... [...]
- Ha ha ha ha ha ha! [...] What about the homeless people who die of starvation?
- They don't die of starvation!
- They do!
- They do not! Find for me the latest case of homeless starvation [...]. Look! You want homeless starvation? Here is a homeless residence in Reno, Nevada: a bridge Beam. A guy... five or six homeless people living in a bridge beam [...]. In this picture there are bags of defecation, wine bottles filled with urine, er... remnants of meals gone by... they're not starving, if anything they die of exposure to the cold or... but see they're not dying... that's another...
- Yes they are!
- That's another myth, no they're really not. They're not even dying of exposure to the cold, if anything they are dying of cirrhosis.
- ... brought on by poor nutrition and starvation!
- ... which is Reagan's economic policies to blame...? [...] ⁵⁷⁶

En réaffirmant la notion d'une Amérique prospère où les moyens de subsistance ne font pas défaut, Limbaugh nie toute origine sociale ou économique au problème des sans-abris. La description qu'il fait de la photo des cinq sans-abris ayant trouvé refuge sous un pont insiste sur la présence de nourriture («remnants of meals gone by») et s'attarde sur les indices

⁵⁷⁶ -Il y a des gens qui meurent de faim dans ce pays également !

-Mais non !

-Mais si !

-Vous pensez qu'il y a des gens qui...

-Ils sont à Penn Station !

-Mais non, ils ne meurent pas de faim. Citez-moi la dernière personne morte de faim dans ce pays... [...]

-Euh...

-Vous voyez ? C'est un des mythes... On ne meurt pas de faim dans ce pays... !

-Bien-sûr que si !

-Mais non ! La nourriture ne manque pas, nous n'avons pas de gens qui font la queue... [...]

-Ha ha ha ha ha [...] Et les sans-abris qui meurent de faim ?

-Ils ne meurent pas de faim !

-Mais si !

-Mais non ! Trouvez-moi le dernier cas d'inanition de sans-abris [...] Regardez ! Vous voulez voir des sans-abris qui meurent de faim ? Voici une résidence de sans-abris à Reno dans le Nevada : un pont à poutres. Un gars... cinq ou six sans-abris qui vivent sous un pont [...]. Sur cette photo il y a des sacs de défécation, des bouteilles en verre pleines d'urine, euh... les restes des repas précédents... ils ne meurent pas de faim, tout au plus ils meurent d'exposition au froid ou... mais vous voyez, ils ne meurent pas, c'est encore un...

-Mais si !

-C'est encore un mythe, non ils ne meurent pas de faim du tout. Ils ne meurent même pas d'exposition au froid, tout au plus ils meurent de cirrhose.

-... causée par la malnutrition et l'inanition !

-... dont sont responsables les politiques économiques de Reagan...? [...].The Rush Limbaugh Show, 1^{er} juin 1990.

prouvant qu'ils se sont alimentés (« bags of defecation, wine bottles filled with urine »). En d'autres termes, Limbaugh défend l'idée qu'aux États-Unis, les sans-abris mangent à leur faim et affirme en creux que leur condition résulte d'une défaillance personnelle de leur part : la seule cause de mortalité que Limbaugh concède est celle de la cirrhose, donc de l'alcoolisme. Ainsi, il impute la responsabilité de leur condition aux sans-abris eux-mêmes et refuse catégoriquement d'admettre qu'il puisse y avoir une explication sociale ou économique au phénomène. En ultime analyse, dans la logique de Limbaugh, ses saillies humoristiques sur les sans-abris ne sauraient être le signe d'une quelconque indécatesse ou cruauté de sa part dès lors que ces derniers ne sont en rien des victimes mais des personnes ayant contribué à leur sort.

3.2.3. Un choix thématique reflétant la nécessité de préserver l'héritage de Reagan et l'affirmation des *culture wars*

L'analyse des thématiques de prédilection de Limbaugh dans les premières années de sa carrière nationale, notamment les sans-abris et le SIDA, ne saurait faire l'économie de la spécificité du contexte politique intérieur et international au tournant des années quatre-vingt-dix ni du positionnement des conservateurs dans celui-ci. Les années 1989-1991 sont en effet des années charnières pour les États-Unis. Sur le plan de la politique intérieure, le président Bush poursuit l'action engagée par Reagan sans parvenir toutefois à susciter la même ferveur dans le camp conservateur. Si l'héritage que laisse Reagan en matière de politique sociale et économique est sérieusement remis en cause au moment de son départ, les conservateurs voient en lui le président qui a remis l'Amérique sur la voie de la prospérité et qui lui a permis de retrouver son prestige sur la scène internationale. Or le tournant 1990-1991 marque le début du processus d'érosion du prestige de Bush à cause du compromis avec les démocrates sur le budget, et ce, malgré le succès des Américains au sein de la coalition internationale dans la Guerre du Golfe.

Dans le domaine de la politique internationale, la phase d'expérimentation de l'émission de Limbaugh se déroule avant la chute de l'Union Soviétique, c'est-à-dire dans un contexte de Guerre froide. Dans le domaine de la politique intérieure, l'affrontement des deux blocs pour maintenir leur influence dans le monde s'exprime par la mise en opposition systématique des deux modèles de société : succès du capitalisme et du libre-échange d'un côté, échec du collectivisme et du dirigisme économique autoritaire de l'autre. Limbaugh reprend la dichotomie à son compte et disserte longuement sur ce qu'il voit comme un contraste entre l'opulence américaine et la misère soviétique, et ce, afin de décrédibiliser le modèle

communiste et louer les bienfaits du libéralisme économique. En cela, il ne fait que grossir le trait d'une image de l'Union Soviétique que véhicule à des degrés moindres la sphère médiatique dans son ensemble.

Une fois mise en regard de ce contexte politique, la négation de la question des sans-abris comme problème sociétal a pour fonction de préserver l'héritage de Reagan, figure tutélaire des conservateurs qui s'emploient, dès son départ de la Maison Blanche, à valoriser ses accomplissements. Grâce à la mise en œuvre de la politique de l'offre et la baisse de la fiscalité, le 40^{ème} président est censé avoir réussi dans le domaine économique. Admettre l'existence de la misère et de la faim aux États-Unis équivaudrait donc à reconnaître l'échec de Reagan sur ce plan.

Tout le discours de Limbaugh a donc pour finalité de déplacer la cause du problème des sans-abris du sociétal vers l'individuel : ce n'est pas la société qui est en cause mais l'individu, argument conservateur classique par ailleurs. Dans sa rhétorique, la vitalité économique permet en effet à tout individu disposé à agir avec diligence de subvenir à ses besoins : la nourriture ne manque pas aux États-Unis, et la photo que commente Limbaugh dans l'émission du 1^{er} juin 1990 atteste que même les sans-abris y mangent à leur faim. Ainsi, ceux qui souffrent d'inanition sont les seuls responsables de leur sort. Si la pauvreté est davantage le résultat d'une conduite personnelle défailante que des manquements de la société, alors il est tout à fait loisible de se moquer des sans-abris de la façon la plus crue comme le fait Limbaugh. Son discours sur la question, ainsi que le traitement particulièrement acerbe qu'il en fait, se trouve donc légitimés par le contexte de Guerre froide et sa représentation dans la sphère médiatique.

Par ailleurs, une telle rhétorique est également une mise en cause indirecte des sociolibéraux et des démocrates. La question des sans-abris étant un faux problème, les politiques sociolibérales pour le résoudre ne constituent rien d'autre qu'une manœuvre politicienne dont le seul but est de contester l'héritage de Reagan dans le domaine économique. Il faut donc voir dans le discours de Limbaugh sur les sans-abris davantage qu'une volonté de subversion et de démarcation par rapport aux autres médias d'information : il témoigne certes d'une volonté indéniable de « faire tache » et de créer la controverse à des fins de publicité personnelle, mais par-dessus tout, il sert une fonction de légitimation de l'action de Reagan. À cet égard, Limbaugh – rejoint plus tard par d'autres figures médiatiques conservatrices de premier plan dont Hannity – se fait « le gardien des canons du

Reaganisme », pour employer un terme inspiré par Joseph N. Cappella et Kathleen Jamieson qui désignent les médias d'opinion conservateurs comme les « dépositaires du conservatisme à la Reagan » (*custodians of Reagan conservatism*) :

The conservative opinion media are custodians of Reagan conservatism and of a specific account of the Reagan legacy that vindicates that philosophy. Their archived memory of the Reagan years provides conservatives with a standard to which to aspire, a touchstone against which to assess Republican leaders, and a way to cast conservatism as a philosophy vindicated in practice.⁵⁷⁷

Les saillies de Limbaugh sur les sans-abris annoncent donc de façon programmatique la finalité de sa démarche, demeurée inchangée depuis les débuts : il s'agit d'annihiler tout argument susceptible d'entacher le bilan de Reagan.

L'affirmation d'un point de vue anti-avortement dans *The Rush Limbaugh Show* et lors des apparitions publiques de *The Rush to Excellence Tour* semble quant à elle répondre davantage à une volonté de se positionner dans ce que James Davison Hunter désigne par les *culture wars*, que de préserver l'héritage Reaganien, quasi nul en la matière. La notion est formulée en 1991 dans l'ouvrage *Culture Wars : The Struggle to Define America*⁵⁷⁸. Dès les premières pages, l'auteur définit la notion de *cultural conflict* ainsi:

I define cultural conflict very simply as political and social hostility rooted in different systems of moral understandings. The end to which these hostilities tend is the domination of one cultural and moral ethos over all others. [...] The principles and ideals that mark these competing systems of moral understanding are by no means trifling but always have a character of ultimacy to them. They are not merely attitudes that can change on a whim but basic commitments and beliefs that provide a source of identity, purpose, and togetherness for the people who live by them. It is for precisely this reason that political action rooted in these principles and ideas tends to be so passionate⁵⁷⁹.

⁵⁷⁷ « Les médias d'opinion conservateurs sont les protecteurs du conservatisme à la Reagan et d'une vision particulière de l'héritage de Reagan qui légitime cette philosophie. Leur archivage mémoriel des années Reagan fournit aux conservateurs des critères auxquels satisfaire, une pierre de touche pour évaluer les dirigeants républicains, et une façon de représenter le conservatisme comme une philosophie légitimée par la pratique ». Kathleen Hall Jamieson and Joseph N. Cappella, *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment* (New York: Oxford University Press, 2008), 67.

⁵⁷⁸ Hunter, *Culture Wars: The Struggle to Define America* (New York: Basic Books, 1991).

⁵⁷⁹ Je définis le conflit culturel très simplement comme l'hostilité politique et sociale qui est ancrée dans différents systèmes de conceptions morales. La fin vers laquelle tend cette hostilité est la domination d'un système de valeurs morales et culturelles sur tous les autres. [...] Les principes et les idéaux qui définissent ces systèmes de conceptions morales sont très loin d'être insignifiants mais revêtent toujours un caractère absolu. Il ne s'agit pas de simples dispositions qui peuvent changer sur un coup de tête mais d'allégeances et de croyances qui fournissent une identité, un but, et un sentiment d'appartenance aux gens qui vivent selon ces principes. C'est précisément pour cette raison que l'action politique ancrée dans ces principes et ces idées a tendance à être si passionnée. Hunter, *Culture Wars*, 42.

Propriété caractéristique majeure, les *culture wars* renvoient à la notion de culture non pas dans sa dimension artistique ni dans le sens d'un idéal académique de raffinement intellectuel, mais bien au contraire dans son sens anthropologique. Dans la typologie des trois acceptions de la notion de culture proposée par Edward Sapir, il s'agit de la culture en tant « *qu'univers social, caractérisé par un réseau complexe d'usages, d'habitudes et d'attitudes conservés par la tradition* »⁵⁸⁰ au sein duquel s'expriment des manifestations concrètes du passé psychologique d'un peuple que Sapir nomme « génie national ». Dans ce contexte, la culture renvoie donc à l'identité de la nation américaine, elle-même définie par l'attachement à son passé historique duquel émanent ses « valeurs socles » (*core values*), ainsi qu'à l'attachement à des ancêtres communs, paramètres essentiels de l'émergence des cultures⁵⁸¹. L'expression « guerres culturelles », souvent utilisée par les intellectuels et les commentateurs français pour rendre la notion de *culture wars*⁵⁸², apparaît donc comme un contresens : en France, les notions de « culture » et de « culturel » renvoient principalement à ce qui contribue à l'élévation de l'esprit, et la formation intellectuelle et artistique de l'individu. Or ce que désignent les *culture wars*, c'est l'affrontement de systèmes de valeurs absolus et antagonistes dont les principes moraux et éthiques – « l'éthos moral et culturel » de Hunter – censés définir l'identité américaine constituent l'enjeu.

En d'autres termes, aux États-Unis, les *culture wars* ne sont rien d'autre qu'une « lutte pour définir l'Amérique » comme l'indique le titre annonciateur de l'ouvrage de Hunter. Comme le résume ce dernier, l'enjeu ultime des *culture wars* est de nature identitaire: « *The contemporary culture war is ultimately a struggle over national identity—over the meaning of America, who we have been in the past, who we are now, who we, as a nation, will aspire to become in the new millennium* »⁵⁸³. Ainsi, l'expression « guerres de l'identité » semble plus adaptée car elle pose nettement le cadre conceptuel dans lequel a lieu l'affrontement, évitant ainsi le contresens possible dans un contexte français sur la notion de culture tout en faisant écho aux fondements de l'affrontement, à savoir les « politiques d'identité » des sociolibéraux⁵⁸⁴.

⁵⁸⁰ Edward Sapir, *Anthropologie* (Paris : Édition de Minuit, (1924) 1967), 326.

⁵⁸¹ Juteau, *L'ethnicité et ses frontières*.

⁵⁸² Ce fut le cas notamment d'un cycle de cinq émissions proposées par Frédéric Martel sur France Culture intitulées *Les Nouvelles guerres culturelles américaines* et diffusées les 21, 22, 23, 24 et 25 août 2006.

⁵⁸³ « *La guerre culturelle contemporaine est au bout du compte une lutte autour de la définition de notre identité nationale, de ce que veut dire l'Amérique, de qui nous avons été dans le passé, de qui nous sommes maintenant, de qui nous, en tant que nation, aspirons à être dans le nouveau millénaire* ». Hunter, *Culture Wars*, 50.

⁵⁸⁴ C'est donc ce terme que la présente étude retiendra pour désigner les *culture wars*.

Deuxième caractéristique saillante des guerres de l'identité : parce qu'elles ont pour objet des absolus moraux, elles excluent toute possibilité de négociation – d'où la notion « d'idéal absolu » (*ultimacy*) – contrairement aux affrontements politiques qui sont susceptibles de se résoudre sur la base du compromis. Loin de constituer des abstractions philosophiques, ces absolus moraux sont profondément enracinés dans l'expérience et le quotidien des individus dont ils constituent un marqueur fort de l'identité. Pour Hunter, ils s'appuient sur une dichotomie opposant « pulsion orthodoxe » (*impulse towards orthodoxy*) et « pulsion progressiste » (*impulse towards progressivism*)⁵⁸⁵. La première s'exprime par l'allégeance à une autorité morale externe, identifiable, transcendante et source de vérité absolue; la seconde implique au contraire une conception de la vérité comme processus permettant la réinterprétation des croyances historiques en fonction des paradigmes moraux et sociétaux de l'époque⁵⁸⁶. En d'autres mots, les guerres de l'identité opposent donc les tenants des valeurs morales et traditionnelles – les *culture warriors* ou « croisés de l'identité » – dont la conception de la civilisation est fondée sur les principes édictés par le christianisme, aux partisans d'un humanisme séculier (les sociolibéraux ?) récusant tout absolutisme moral.

Aux États-Unis, les conflits autour de l'identité nationale sont traditionnellement de nature religieuse et confessionnelle : l'anticatholicisme y a longtemps été le catalyseur de la société américaine. Au contraire, les « nouvelles » guerres de l'identité qui s'affirment dès les années 1960 prennent une forme différente en ce qu'elles s'appuient sur un phénomène de décroisement confessionnel. Le réalignement moral et culturel qu'elles entraînent prend la forme d'alliances pragmatiques et *ad hoc* qui dépassent les clivages d'appartenance religieuse et fédèrent des franges qui ont longtemps été antagonistes historiquement⁵⁸⁷. Bien que parfois contre-nature, ces alliances ont une nécessité pragmatique. Elles ne sauraient être réduites à des collisions entre conservateurs et sociolibéraux ou entre Nouvelle Droite et progressistes car elles sont animées par des individus qui bien souvent n'appartiennent à aucune de ces organisations. Liées à la vision morale de la vie humaine, elles dépassent les simples désaccords sur telle ou telle question. En cela, la première croisée de l'identité est bien Schlafly qui, dès les années 1970, comprend que le dépassement des clivages confessionnels est la condition nécessaire au succès de sa démarche, comme en témoigne la diversité confessionnelle de ceux qui viennent grossir les rangs de la campagne STOP ERA.

⁵⁸⁵ Hunter, *Culture Wars*, 43.

⁵⁸⁶ Hunter, *Culture Wars*, 44-45.

⁵⁸⁷ Hunter, *Culture Wars*, 47.

Le contexte sociétal du tournant des années quatre-vingt-dix est fortement marqué par les guerres de l'identité qui se manifeste notamment par une reprise du conflit entre partisans et opposants à l'avortement à l'automne 1990, sous l'effet d'une loi qui régionalise les compétences en matière d'avortement en laissant chaque état le loisir d'encadrer les procédures. La loi provoque un regain de vitalité à l'activisme anti-avortement, particulièrement dans le sud de la Californie sous l'impulsion du groupe *Operation Rescue*⁵⁸⁸ qui organise des opérations de blocage de l'accès aux cliniques pratiquant l'IVG. Comme le rapporte *The Los Angeles Times*, la guerre est sans merci : « *The imagery of war dominates the fight over abortion in Ventura County. At times it is a cold war. But there are other moments when the clash of values comes close to combat* »⁵⁸⁹.

Par son recours à la mise en scène, la stratégie des opposants à l'avortement revêt une dimension visuelle particulièrement forte. Ainsi, dans le comté de Ventura, ils ont aménagé un « cimetière des avortés » où ils viennent se recueillir depuis 1984 à l'occasion de Memorial Day et du Jour des Défunts. L'une d'entre eux s'est même mise en quête d'un fœtus avorté pour l'enterrer au cours de funérailles publiques. À l'impact visuel se conjugue l'agressivité du verbe : les médecins de l'*Oxnard Planned Parenthood Clinic* sont accueillis sur le parking par des « Bonjour, le tueur ! » (« *Good morning, killer !* »), quand la rhétorique à leur rencontre n'est pas tout bonnement ordurière, comme lorsque l'un d'eux se livre à un jeu de mot douteux sur le mot « *AIDS* » – qui peut signifier « SIDA » tout autant que « de l'aide » – en lançant à l'une des secrétaires médicales : « *Give him a kiss Barbara, he needs some AIDS* »⁵⁹⁰. Si Limbaugh ne va pas jusqu'à professer des souhaits de mort en forme de jeux de mots, la similarité rhétorique avec les partisans anti-avortement est patente. Ces derniers semblent d'ailleurs le reconnaître comme une figure médiatique avec laquelle ils sont en accord : *The Los Angeles Times* note que les manifestants occupent les temps morts par l'écoute de *The Rush Limbaugh Show*⁵⁹¹.

La volonté d'envoyer des signes forts aux croisés de l'identité dans le but de fédérer un auditoire fidèle explique également les diatribes de Limbaugh sur les militants engagés dans la lutte contre le SIDA. Pour saisir toute la portée du discours de Limbaugh sur la question, un

⁵⁸⁸ Limbaugh cite le groupe dans son livre au chapitre sur l'avortement. *Way Things Ought to Be*, 54.

⁵⁸⁹ « *Les images de guerre dominent le conflit autour de l'avortement dans le comté de Ventura. À certains moments, c'est une guerre froide. Mais à d'autres l'incompatibilité des valeurs est à deux doigts de faire éclater un combat* ». Carol Watson, "A New Battlefield: Soldiers on Both Sides of Bitter Abortion Controversy Square off for a Long War in Ventura County", *The Los Angeles Times*, November 9th, 1989.

⁵⁹⁰ Watson, "A New Battlefield".

⁵⁹¹ "Bill Hayes keeps his eyes on the parking lot, from which the protesters have been banished, as he listens to conservative commentator Rush Limbaugh on his headphones." Watson, "A New Battlefield".

retour sur la perception de l'épidémie et des malades du SIDA à la fin des années quatre-vingt est nécessaire. Alors que s'annonce la décennie quatre-vingt-dix, l'épidémie de SIDA est à son pic mais il n'existe pas de traitement capable de contenir l'évolution de la maladie. C'est autour du mode de transmission du virus et des populations qui sont touchées – les homosexuels hommes et les toxicomanes – que se cristallisent les tensions entre progressistes et croisés de l'identité. Si d'un côté la virulence de l'épidémie provoque la prise de conscience de la nécessité d'engager un effort de prévention et de sensibilisation à l'utilisation du préservatif, de l'autre, elle réactive les réflexes homophobes au sein de la société, particulièrement parmi les conservateurs. Ces derniers véhiculent une interprétation religieuse de l'épidémie dans laquelle ils voient une punition divine envoyée aux homosexuels en rétribution de leur comportement déviant. Ainsi, dans la première décennie qui suit le départ de l'épidémie, les discours sur le SIDA – auxquels contribuent largement les organisations de défense des valeurs traditionnelles – affirment l'équation systématique de l'homosexualité avec le SIDA⁵⁹².

C'est également à cette époque qu'émerge le mythe du « Patient Zéro ». En 1984, le Dr. William Darrow et ses confrères du Centers for Disease Control and Prevention (CDC) publient une étude qui met en lumière le mode de propagation de l'épidémie aux États-Unis dès 1981. Selon cette étude, les premiers foyers de SIDA ont vraisemblablement été lancés par un individu ayant introduit le virus sur le territoire suite à un voyage en Afrique. Cet individu est désigné comme le « Patient Zéro ». Plus tard, le CDC identifie de façon arbitraire Gaëtan Dugas, steward québécois de la compagnie Air Canada décédé en 1984, comme le Patient Zéro. En 1987, le journaliste Randy Shilts publie un ouvrage intitulé *And the Band Played On: Politics, People and the AIDS Epidemic* qui retrace les premières années de l'épidémie et dresse un portrait à charge de Dugas, responsable selon lui de la propagation du SIDA sur la Côte Est et dans la région de San Francisco par sa fréquentation intensive des saunas gays. Si le Dr. Darrow revient sur ses conclusions l'année suivante, la controverse est lancée et les médias relaient abondamment la description de Dugas faite par Shilts, ce qui contribue fortement à la construction sociale du mythe du Patient Zéro.

Dans son livre, Shilts décrit un Dugas à l'appétit sexuel démesuré, fréquentant de façon assidue les saunas gays dans lesquels il propage le virus avec désinvolture et détachement, annonçant sans scrupules à ses partenaires une fois l'acte consommé qu'il est atteint du

⁵⁹² Phil Tiemeyer, "'Patient Zero' and the 'Recalcitrant Queer,'" *American Historical Association Annual Meeting* (Chicago, IL, January 2012), 7.

« cancer gay » et qu'ils sont donc susceptibles d'en être atteints à leur tour⁵⁹³. Si l'intention de l'auteur était d'instrumentaliser le personnage de Dugas afin de susciter la controverse en des proportions telles que le gouvernement fût contraint de prendre en compte l'ampleur de l'épidémie et d'y réagir, le livre provoque des conséquences imprévues. En relayant abondamment l'histoire de Dugas, les médias traditionnels créent un monstre incarnant toutes les peurs de la société par rapport aux homosexuels et à la liberté sexuelle. D'une part, le mythe du Patient Zéro freine considérablement la mise en place d'un dispositif fédéral de prévention du SIDA et complique grandement l'action des organisations de terrain dédiées à promouvoir l'utilisation du préservatif, d'autre part, il renforce la fascination des médias et des conservateurs pour la figure de l'homosexuel malade du SIDA qui contribue à la propagation du virus par son refus de s'amender et de pratiquer l'abstinence, un concept désigné par le terme de « sidéen rétif à l'abstinence » (*recalcitrant AIDS patient*)⁵⁹⁴. À noter qu'initialement, l'acronyme anglais désignant le SIDA n'était pas « AIDS », soit *Acquired Immune Deficiency Syndrome*, mais « GRID », soit *Gay-Related Immune Deficiency*⁵⁹⁵. La responsabilité de la diffusion de l'épidémie est donc imputée aux homosexuels, accusés de transmettre la maladie par ce que les conservateurs, ainsi qu'une partie de l'opinion, perçoivent comme une tendance marquée à la promiscuité.

Sur le plan politique, le mythe du Patient Zéro donne un souffle nouveau aux croisés de l'identité dans leur action de stigmatisation des homosexuels et du sexe entre hommes. Tandis que les précédentes figures ayant incarné le sidéen rétif à l'abstinence étaient des immigrés ou des minorités ethniques, et vivaient dans un dénuement tel qu'ils étaient parfois contraints de se prostituer – comme ce fut le cas de Fabian Bridges, jeune prostitué africain malade du SIDA dont la situation d'indigence sociale et sanitaire extrême avait fait abdiquer tout sens de la prévention⁵⁹⁶ –, Gaëtan Dugas est au contraire un homme blanc jouissant d'un statut social tout à fait enviable. Ce qui le rend révoltant aux yeux du public, c'est qu'il incarne le modèle de « sexualité débridée de l'après-Stonewall » (*post-Stonewall sexual freedom*), et qu'il se montre rétif à modifier son comportement une fois le diagnostic effectué. L'historien Phil Tiemeyer avance l'argument qu'à ce titre, aux yeux d'un public homophobe, Dugas incarne

⁵⁹³ William Henry III, "The Appalling Saga of Patient Zero", *Time*, October 19th, 1987.

⁵⁹⁴ Tiemeyer, "'Patient Zero' and the 'Recalcitrant Queer,'" 3.

⁵⁹⁵ Phil Tiemeyer, "Manhood Up in the Air: A Study of Male Flight Attendants, Queerness, and Corporate Capitalism during the Cold War Era, (Prospectus Meeting – November 8th, 2004), 23.

⁵⁹⁶ Le documentaire « AIDS : A National Inquiry » de PBS consacré à Fabian Bridges diffusé le 25 mars 1986 provoque un très vif émoi dans la population.

non seulement le sidéen rétif à l'abstinence, mais également ce qu'il nomme *the recalcitrant queer*, c'est-à-dire « l'homosexuel rétif à l'abstinence », qu'il soit porteur du VIH ou non⁵⁹⁷.

Deux figures de premier plan de la classe dirigeante conservatrice – le sénateur de la Caroline du Nord Jesse Helms et le représentant d'Orange County en Californie, William Dannemeyer –, ne tardent pas à capitaliser sur l'aversion de la population pour l'homosexuel rétif à l'abstinence. Le premier propose un amendement interdisant le financement de projets qui « *promeuvent ou encouragent, directement ou indirectement, les activités sexuelles des homosexuels* »⁵⁹⁸. En d'autres termes, l'amendement vise à empêcher que l'État fédéral ne finance des campagnes de prévention contre le SIDA, et donc la sensibilisation de la population à l'utilisation du préservatif. Le second, qui porte le projet d'amendement à la Chambre, recourt à une rhétorique des plus avilissantes à l'encontre des homosexuels. Au docteur Marcus Conant de San Francisco qui conteste l'opportunité de l'amendement et propose que soient étudiées les possibilités de sensibilisation des homosexuels au sexe sans risques, Dannemeyer rétorque de manière cinglante : « *For your edification, I'll state unequivocally that there is no such thing as safe homosexual sex. It's a myth perpetrated by homosexual themselves so they can continue to sodomize each other with a clear conscience* »⁵⁹⁹. Par la négation de l'existence du sexe sans risques, le Représentant de Californie sape toute action en faveur de l'utilisation du préservatif puisqu'il affirme indirectement l'inefficacité d'un tel moyen dans l'endiguement de l'épidémie. À l'utilisation du préservatif, il oppose l'abstinence comme seul moyen fiable d'empêcher la propagation du virus :

I would counsel every active homosexual or IV drug user [...] that AIDS is a consequence of their behavior; and that to avoid AIDS [...] they should change their behavior—not simply alter their lifestyle, but abandon it. If there is any need for a “Manhattan project” to fight the spread of AIDS, the area of focus should be the psychotherapy and support necessary for homosexuals and drug users to overcome their pathologies⁶⁰⁰.

⁵⁹⁷ Tiemeyer, “‘Patient Zero’ and the ‘Recalcitrant Queer’”, 7.

⁵⁹⁸ “*promote or encourage, directly or indirectly, homosexual sexual activities.*” Tiemeyer, “‘Patient Zero’ and the ‘Recalcitrant Queer’”, 7.

⁵⁹⁹ « *Pour votre gouverne, j'affirmerai sans équivoque que le sexe homosexuel sans risque n'existe pas. C'est un mythe perpétré par les homosexuels eux-mêmes pour pouvoir se sodomiser entre eux la conscience tranquille* » Tiemeyer, “‘Patient Zero’ and the ‘Recalcitrant Queer’”, 8.

⁶⁰⁰ « *J'aviserai chaque homosexuel ayant une activité sexuelle ou toxicomane recourant à l'intraveineuse, du fait que le SIDA est une conséquence de leur comportement, et que pour se protéger du SIDA, il faut qu'ils changent leur comportement : il ne faut pas simplement qu'ils modifient leur style de vie mais qu'ils y renoncent. S'il existe un besoin quel qu'il soit de lancer un ‘Manhattan Project’ pour lutter contre la propagation du SIDA, il faudrait qu'il se concentre sur la psychothérapie et le soutien nécessaire aux homosexuels et aux toxicomanes pour surmonter leur pathologie* ». Tiemeyer, “‘Patient Zero’ and the ‘Recalcitrant Queer’”, 9.

Ainsi, dans la conception du conservatisme moral, l'homosexualité est une pathologie similaire à la toxicomanie : elle ne doit pas être accommodée, elle doit être combattue. La prévention, sous la forme de l'utilisation du préservatif est non seulement inefficace mais socialement et moralement indésirable car elle encourage des pratiques déviantes et dangereuses.

Articulé par la frange la plus radicale des conservateurs du Congrès en 1987, ce discours d'hostilité à l'égard des homosexuels est repris par Limbaugh à partir de 1989 dans son émission radio, où il met en place un « flash SIDA » (*AIDS update*), mais également à l'occasion de ses apparitions publiques lors de *The Rush to Excellence Tour*. Le 6 juillet 1989 à Sacramento, il tourne en dérision la campagne de sensibilisation au sexe sans risques à destination de la population homosexuelle masculine lancée par la ville de New York⁶⁰¹ en déclarant :

You wanna not get AIDS in America, if you're a man? You wanna not get AIDS? One thing you don't do: you do not ask another man to bend over and make love at the exit point! That's what you don't do! The second... the second thing you don't do is go find out some homeless derelict, some wandering shred of human debris and say "Hey pal, can I borrow your needle?" And if you don't do those two things, you have just protected yourself about 90% and you haven't even bought a condom.⁶⁰²

Outre le besoin commun de Limbaugh et Dannemeyer d'insister avec un voyeurisme non dissimulé sur ce qu'ils perçoivent comme la singularité déviante du rapport sexuel entre hommes (« sodomize each other with a clear conscience » ; « bend over and make love at the exit point ») et qui suggère une sorte de fascination mêlée de dégoût pour l'acte sexuel dans sa dimension la plus mécanique, tous deux font une analyse strictement morale de l'ampleur de l'épidémie de SIDA. À leurs yeux, elle ne constitue pas un problème sanitaire que la collectivité se doit de canaliser par la prévention mais elle est le résultat de conduites défailtantes et immorales. Preuve supplémentaire de l'affinité de vues entre Limbaugh et Dannemeyer, au printemps 1992, ce dernier fait diffuser pendant *The Rush Limbaugh Show*

⁶⁰¹ La campagne *Rubber Up For Safety !*, que l'on pourrait traduire par « Sexe protégé, sécurité assurée ! » est lancée par la municipalité de New York en 1990.

⁶⁰² « Vous voulez ne pas attraper le SIDA aux États-Unis, si vous êtes un homme ? Vous voulez ne pas attraper le SIDA ? Il y a une chose que vous ne faites pas : vous ne demandez pas à un autre homme de se pencher en avant pour faire l'amour par derrière ! Voilà ce que vous ne faites pas ! La seconde... la seconde chose que vous ne faites pas c'est aller trouver une épave de sans-abri, un lambeau de débris humain errant pour lui dire « Hé mec, je peux emprunter ta seringue ? » Et si vous ne faites pas ces deux choses, vous vous êtes tout bonnement protégé à 90% du SIDA et vous n'avez même pas acheté de préservatif ». *Rush to Excellence '89 Tour: Rush Limbaugh Live in Person*, Excellence in Marketing Group, 1989 (00'07''50).

les spots publicitaires de sa campagne des primaires républicaines pour la nomination du candidat à l'élection sénatoriale⁶⁰³.

Si Limbaugh n'est pas à proprement parler un croisé de l'identité ni un conservateur social (il fait peu état de sa foi, n'aborde quasiment jamais les questions religieuses et ne consacre au final que peu de temps d'antenne aux questions de moralité), son évocation de l'avortement et du SIDA – et donc des sujets attenants que sont l'homosexualité et les campagnes pour l'utilisation du préservatif – répond à un intérêt bien compris de répondre à certaines des préoccupations des auditeurs conservateurs. Au moment où il s'agit pour Limbaugh de fédérer et fidéliser un auditoire, il adopte un positionnement thématique « généraliste », n'opérant aucune sélection entre questions relevant du conservatisme économique et celles relevant du conservatisme social et des guerres de l'identité. Ces dernières présentent l'avantage non négligeable de se prêter facilement à la caricature, la moquerie et la mise en scène, comme le montre le numéro d'enfilage de préservatif sur le micro.

3.2.4. Un style rhétorique bien défini : montrer l'absurde par l'absurde

Les deux premières années de *The Rush Limbaugh Show* en diffusion nationale sont des années d'expérimentation sur le plan thématique. Toutefois, lorsque l'émission est lancée sous licence à l'été 1988, le style de Limbaugh a largement été travaillé et affiné au cours des longues heures d'antenne sur la station KFBK à Sacramento. Comme le confirme Zev Chafets, auteur de *Rush Limbaugh : An Army of One*, l'animateur ne fait que répliquer au niveau national ce qu'il a expérimenté au niveau local :

Limbaugh brought with him from Sacramento the same style he uses today—unscripted, free-flow monologues on the topical issues of the moment, full of demeaning nicknames [...], wicked imitations and parodies, relentless mockery of the mainstream media, unabashed Republican partisanship, and a willingness to transgress almost every kind of political correctness.⁶⁰⁴

Animateur d'un programme radiophonique au contenu alimenté principalement par l'actualité, Limbaugh enfreint donc à la fois la norme journalistique de l'objectivité et la règle

⁶⁰³ Mary Ann Ostrom, "Dannemeyer Radio Ads Liked Seymour to Jerry Brown", *The San José Mercury News*, May 1st, 1992.

⁶⁰⁴ « *Limbaugh apporta avec lui de Sacramento le même style que celui qu'il utilise aujourd'hui – des monologues à bâtons rompus, non écrits, sur les questions brûlantes du moment, pleins de surnoms avilissants [...], d'imitations et de parodies méchantes, de moqueries acharnées des médias grand public, de parti pris républicain éhonté et d'une volonté de transgresser le politiquement correct sous presque toutes ses formes* ». Chafets, *Army of One*, 47.

du politiquement correct qui régit les débats publics depuis les années 1980⁶⁰⁵. Le style qu'emploie l'animateur pour traiter l'information détonne dans le paysage des médias d'information et n'est pas sans décontenancer fortement l'auditorat. De l'aveu de Limbaugh lui-même alors que son émission est programmée en remplacement de l'émission de Geoff Edwards sur la radio KFI-AM (640) à Los Angeles, *The Rush Limbaugh Show* est une émission qui au premier contact bouscule, voire scandalise, l'auditeur : « *At first people are going to be mad as hell. They're going to be offended; they're going to take it all too seriously. Then after a month there will be unabashed love* »⁶⁰⁶.

La stratégie à l'œuvre consiste à interpeler l'auditeur en le confrontant à un propos et un style qui, par leurs aspects outranciers, tranchent fortement avec le style des émissions de débats de société traditionnelles. En des termes plus triviaux, le style de Limbaugh est un style « qui fait tache ». Cette stratégie vise à permettre au message conservateur de se faire entendre : il s'agit donc pour les conservateurs de se distinguer sur le plan du message qu'ils véhiculent mais également par la manière de le véhiculer. On peut légitimement supposer qu'un propos conservateur formulé selon les normes discursives consacrées n'aurait eu que peu d'écho. À cet égard, l'émission *Firing Line* animée par Buckley est, certes, très respectée pour la qualité de ses entretiens mais n'atteint jamais le rang de « phénomène » auquel est propulsé *The Rush Limbaugh Show* dès ses premiers mois de diffusion nationale. Il faut dire que le style discursif de Buckley respecte les canons du genre.

Limbaugh inaugure lui de nouvelles pratiques discursives tout autant qu'il propose un type de discours nouveau. Ces pratiques consistent, selon ses propres mots, à « *faire la preuve de l'absurde par l'absurde* », approche qu'il revendique à l'envi au cours d'entretiens avec la presse ou des apparitions publiques de *The Rush to Excellence Tour*⁶⁰⁷. Sa manière de dénoncer l'avortement éclaire de façon très parlante ses pratiques discursives. Plutôt que d'argumenter, au moment de la Saint Valentin en 1989⁶⁰⁸, il choisit d'élaborer une véritable mise en scène radiophonique : l'« avortement d'appelant » (*caller abortion*). Ainsi, lorsqu'il se trouve être en désaccord avec un appelant, Limbaugh met un terme à la conversation en diffusant le son d'un aspirateur doublé d'un cri d'effroi de femme, après quoi

⁶⁰⁵ Pour une explication sur la façon dont les politiques de l'identité atteignent leurs propres limites par le politiquement correct et comment elles sont contrées par les « politiques de moralité » (*morality politics*) qui émanent des *culture wars*, voir Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 87 et suivantes.

⁶⁰⁶ « *Au début les gens vont être absolument hors d'eux. Ils vont être choqués ; ils vont prendre tout cela bien trop au sérieux. Puis au bout d'un mois, ça sera le grand amour* ». Claudia Puig, "KFI Fires Three Associates with Geoff Edwards Show", *The Los Angeles Times*, March 10th, 1989.

⁶⁰⁷ *Rush to Excellence '89 Tour: Rush Limbaugh Live in Person* (Excellence in Marketing Group, 1989).

⁶⁰⁸ Limbaugh, *Way Things Ought To Be*, 62.

il déclare solennellement que l'appelant a été « avorté ». La description qu'il fait du cheminement intellectuel ayant abouti au processus fait écho à la manière dont il détourne la question du SIDA pour contrecarrer ses détracteurs : tout comme il joue avec le champ lexical de la prévention contre la transmission du VIH, il file la métaphore de l'avortement qu'il détourne là aussi, pour la replacer dans le contexte de la radio. Toutefois, il décide très tôt de ne plus recourir à ce « gimmick », non sans avoir dénoncé l'hypocrisie de ceux qui se seraient montrés choqués d'une telle démarche :

If you didn't think in your heart of hearts that abortion was a savage, violent act, what I did wouldn't have bugged you so much. I took you inside an abortion mill, and some of you couldn't take it. You can't handle it when it was only dramatized. Yet, you're not bothered by abortion when it happens for real. Is there not a contradiction here?⁶⁰⁹

Lors de la conférence d'Irvine, il s'en explique en déclarant : « *I made the point with it and it's not my intent to offend people. I'm trying to attract an audience, not drive them away and a lot of people thought it was a very tasteless to do* »⁶¹⁰.

S'il revendique une approche de l'information et un style qui détonnent, il se défend de vouloir choquer son auditoire à tout prix. Il affirme à cet égard un attachement fort à la bienséance et au bon traitement de l'auditeur : « *Some people consider the show brash and outrageous. It is not rude; it is not obscene or offensive. I never hang up on anybody. I never make fun of callers* »⁶¹¹. Bien que détonnant, le style de Limbaugh est donc plus subtil qu'il n'y paraît : si l'objectif de l'animateur est bien de bousculer l'auditoire, il fixe des limites à sa liberté de ton, ce qui suggère une volonté de trancher sans pour autant se marginaliser. Dès les débuts de son émission, Limbaugh est dans une situation de perpétuelle négociation de son positionnement dans l'écosystème des médias d'information, entre centre et marge. Le projet de Limbaugh est donc de proposer un style suffisamment subversif pour lui permettre de se démarquer des autres émissions d'information sans franchir les limites de l'inacceptable.

En filigrane de l'affirmation de Limbaugh se dessine une volonté d'empêcher qu'on puisse l'assimiler aux « champions de la provocation » (*shock jocks*) du moment, tels les très

⁶⁰⁹ « *Si vous ne pensiez pas dans votre for intérieur que l'avortement est un acte sauvage et violent, ce que j'ai fait ne vous aurait pas gêné autant. Je vous ai emmenés dans une usine à avorter, et certains d'entre vous n'ont pas pu le supporter. Vous ne pouvez pas le supporter alors que ce n'était qu'une mise en scène. Pourtant, vous n'êtes pas gênés par l'avortement quand ça arrive pour de vrai. N'y a-t-il pas une contradiction là ?* » Limbaugh, *Way Things Ought To Be*, 65.

⁶¹⁰ « *J'ai dit ce que j'avais à dire avec [ce gimmick] et c'est nullement mon intention de blesser les gens. J'essaie d'attirer les auditeurs, pas de les rebuter et bon nombre de gens pensaient que c'était d'un goût douteux* », Puig, « Liberals are given the Business in Irvine ».

⁶¹¹ « *Certains considèrent l'émission tape-à-l'œil et outrancière. Elle n'est pas grossière; elle n'est pas obscène ou injurieuse. Je ne raccroche jamais au nez de qui que ce soit. Je ne me moque jamais des auditeurs* » Puig, « KFI Fires Three Associates. »

conservateurs Morton Downey ou Wally George, qui ne s'interdisent eux aucune transgression ni propos injurieux. Au moment où *The Rush Limbaugh Show* est lancé nationalement, Morton Downey anime quotidiennement *The Morton Downey Jr. Show*, émission télévisée lancée en novembre 1987. Il est également une personnalité radiophonique connue et avait officié sur les ondes nationales de 1982 à 1987⁶¹². Le défi pour Downey est de ressusciter les émissions dans la veine de celles de Pyne et Burke, connus pour leur style provocateur et parfois incendiaire, pour connaître le succès d'audimat et générer des recettes publicitaires tout en satisfaisant aux exigences de service public imposées par la FCC⁶¹³. Downey lance donc son émission télévisée sous l'œil attentif de la Commission, signe que cette dernière l'a identifié comme une personnalité médiatique susceptible d'enfreindre les règlements. Personnalité sanguine au caractère que le directeur de la station WMAQ de Chicago qualifie de « tempétueux », l'animateur est réputé pour ses colères suivies d'excuses agrémentées de cadeaux à son équipe.

Élément de divergence avec Limbaugh, Downey affirme sans ambages qu'il a pour objectif de susciter la colère de ses invités de manière à en tirer un discours de vérité et annihiler la langue de bois. Pour ce faire, il ne répugne pas à recourir à l'insulte ainsi qu'à des propos obscènes, comme le note Steven Erlanger de *The New York Times* : « *The Downey show is taped before a studio audience clearly out to enjoy itself, but whose antics—as Mr. Downey sputtering mild obscenities and insults, rounds on a liberal guest—have reminded some observers of the mobs who once gathered for public hangings* »⁶¹⁴. En outre, en décembre 1987, Downey va jusqu'à gifler un membre de l'assistance après que ce dernier l'eut insulté. L'objectif de Downey, tout comme son style, sont différents de ceux de Limbaugh qui recourt au divertissement comme support à un discours visant à informer son public.

Lorsque l'on suggère qu'il existe des ressemblances entre Downey et Limbaugh, ce dernier récuse d'emblée la comparaison : « *Downey was known for being rude to people. Downey was profane. Downey was not a substantive conservative. If you think that Morton Downey Jr. was a substantive conservative, then you don't know what one is!* »⁶¹⁵. Limbaugh

⁶¹² Steven Erlanger, "TV Host Sneers To Succeed", *The New York Times*, December 14th, 1987.

⁶¹³ Erlanger, "TV Host Sneers To Succeed".

⁶¹⁴ « *L'émission de Downey est enregistrée devant un public qui est là clairement pour s'amuser, mais dont les pitreries – à l'image de Downey déblatérant des obscénités et des insultes à un invité sociolibéral – ont rappelé à certains observateurs la populace qui se réunissait jadis pour assister à des pendaisons publiques* ». Steven Erlanger, "TV Host Sneers To Succeed".

⁶¹⁵ « *Downey était connu pour sa grossièreté envers les gens. Downey était un profane. Downey était un conservateur sans consistance. Si vous pensez que Morton Downey Jr. était un conservateur avec de la*

affirme sa volonté de se distinguer de ceux des animateurs radio qui font fortune en choquant les auditeurs ou en étant discourtois. Ainsi, il ne se montre pas plus amène à l'égard de George dont il dénonce les allégeances politiques qu'il considère trop radicales : « *Wally George is the last kind of person I want to be associated with. I want to be respected and taken seriously. I don't want the ultra-far right, the John Birchers* »⁶¹⁶. En disqualifiant George pour son manque de respectabilité et ses affinités avec *The John Birch Society*, Limbaugh marque son souhait de reprendre le flambeau de Buckley, en défendant un conservatisme en quête de respectabilité auprès des citoyens ordinaires, et expurgé de ses composantes les plus extrêmes. Ainsi, s'il souhaite se démarquer des figures des médias traditionnels d'information en enfreignant les codes que suivent ces derniers, les figures telles que Downey et George lui servent également de repoussoirs. La route qu'emprunte Limbaugh à ses débuts apparaît donc comme une route médiane tracée entre le centre et la marge.

La controverse qu'il suscite en janvier 1990 montre que Limbaugh sait faire preuve d'une certaine finesse d'esprit, même lorsqu'il donne dans le registre de la misogynie. Le 1^{er} janvier 1990, EFM reçoit de nombreuses plaintes de stations diffusant *The Rush Limbaugh Show* après que Limbaugh eut affirmé son soutien à l'action d'un animateur radio d'Atlanta visant à faire promulguer une loi contre les femmes « *farding in their cars* ». Il joue sur l'homophonie entre le verbe *fart* (péter), dont le <t> sonne comme le son /d/ lorsqu'il est prononcé avec l'accent américain standard, et le verbe *fard* qui veut dire « se maquiller ». Non content de relayer le jeu de mot sur les ondes nationales, Limbaugh enfonce le clou en affirmant : « *farding on the highway is very dangerous as well as offensive to others* »⁶¹⁷, c'est-à-dire, « *péter/se maquiller sur l'autoroute est très dangereux et irrespectueux envers les autres* ».

Bien qu'il s'agisse clairement d'une plaisanterie de potache, elle requiert toutefois une certaine finesse linguistique car le verbe anglais emprunté au français *to fard*, qui signifie « se peindre le visage avec des cosmétiques »⁶¹⁸, est un terme archaïque qui ne s'emploie plus guère que sous sa forme d'adjectif participial. Incertain quant au tour que pourrait prendre le développement de Limbaugh, Tom Tradup, président de WLS-AM, station du groupe ABC

consistance alors vous n'en avez jamais vu ! ». Claudia Puig, "Want to Rile Limbaugh? Compare Him to Downey or George", *The Los Angeles Times*, November 25th, 1989.

⁶¹⁶ « *Wally George est la dernière personne à laquelle je souhaite être identifié. Je veux être respecté et pris au sérieux. Je ne veux pas de l'ultra extrême droite, les membres de la John Birch Society* ». Claudia Puig, "Want to Rile Limbaugh?"

⁶¹⁷ Jeffrey Yorke, "Limbaugh's Play on Words; Chicago Pulls the Plug on Talk Show Host's Prank", *The Washington Post*, January 2nd, 1990.

⁶¹⁸ To fard : 1) v. to paint (the face) with cosmetics—now used only as participial adjective <thickly ~ed cheeks> ; 2) n. (arch.) paint used on the face. *Webster's Third New International Dictionary (Unabridged)*, (G. & C. Merriam Co., 1996), 823.

Radio, décide d'interrompre la diffusion de *The Rush Limbaugh Show*. De son propre aveu, l'interruption a été décidée par mesure de précaution pour préserver la respectabilité de la station : « *We didn't know where [Limbaugh] was going with this. It was very adolescent, which is very unusual because he is a responsible guy. If we erred, we wanted to err on the side of good taste* »⁶¹⁹.

La réaction de Tradup semble suggérer que les critères de la bienséance sur les ondes étaient plus stricts au tournant des années quatre-vingt-dix. Elle indique également que l'intention des stations diffusant l'émission n'est nullement de verser dans la controverse facile ou dans le registre de la grossièreté dans le cas présent, mais qu'elles tiennent au contraire à maintenir un certain niveau dans le débat, niveau dont elles estiment que Limbaugh peut être garant. En d'autres termes, bien que subversive, au début des années *The Rush Limbaugh Show* n'est pas considérée comme une émission au contenu susceptible de choquer. L'intéressé assure quant à lui que l'incident ne répond pas à une volonté de se faire de la publicité : « *This is not a publicity stunt. I don't want the kind of publicity this is getting. I'm not an idiot. It distresses me, ladies and gentlemen. It really does. This is very atypical of this program* »⁶²⁰. Loin de revendiquer cette blague de carabin, celui qui a expérimenté l'avortement d'appelant choisit au contraire de battre sa coulpe pendant son émission.

Il est peu vraisemblable compte-tenu de la truculence toute machiste de Limbaugh ainsi que sa propension à brocarder les féministes qu'il ait franchi les limites de l'acceptable pour le regretter par la suite. Il semble plus plausible qu'il s'agisse d'un débordement calculé visant à susciter la défiance des médias à son endroit pour lui permettre de se placer en victime et se trouver ensuite en position de dénoncer l'hostilité des médias à l'égard du conservatisme. À signaler que les réactions à l'interruption de l'émission sont immédiates, unanimement en faveur de Limbaugh et hostiles à la direction de la radio, accusée de vouloir le censurer⁶²¹.

⁶¹⁹ « *Nous ne savions pas quelle direction [Limbaugh] allait faire prendre à son propos. C'était très adolescent de sa part, ce qui est inhabituel parce que c'est un type responsable. Si nous devions dériver, nous voulions que ce soit du côté du bon goût* ». Yorke, "Limbaugh's Play on Words."

⁶²⁰ « *Ce n'est pas un coup de pub. Je ne veux pas de la publicité que ça suscite. Je ne suis pas idiot. Ça me chagrine mesdames et messieurs. Vraiment. Ce n'est vraiment pas représentatif de cette émission* ». Yorke, "Limbaugh's Play on Words."

⁶²¹ Yorke, "Limbaugh's Play on Words."

3.3. Affirmation de l'importance politique de Rush Limbaugh : une relation ambiguë à l'establishment (1990 – décembre 1992)

3.3.1. Avril 1990 : le virage du conservatisme fiscal ?

La dénonciation de l'avortement, la raillerie envers le féminisme et la mise en accusation des homosexuels pour leur responsabilité dans l'épidémie de SIDA, autant de questions relevant du champ de la moralité, constituent donc les thèmes de prédilection de Limbaugh au cours des deux premières années de son expérience sur les ondes nationales. Le retour de manivelle ne tarde pas à se produire. Invité à animer le talk-show télévisé de CBS *The Pat Sajak Show* le 30 mars 1990, il se voit malmené par des militants d'associations de défense du droit à l'avortement et de l'association de lutte contre le SIDA *Act Up!* Lorsqu'il annonce que le gouverneur de l'Idaho a opposé son veto à un projet de loi visant à restreindre le droit à l'avortement, une femme se lève dans le public et éclate de joie. Limbaugh s'avance vers elle et engage la conversation. Quelques secondes plus tard il explique qu'elle a pleinement le droit de s'exprimer et affirme ne pas comprendre pourquoi elle a l'air si « en colère » (*mad*), ce à quoi elle répond : « *Why am I mad? Because women are dying every day all over the world because of people like you! You understand that? People with your attitude!* »⁶²².

S'ensuit une salve d'applaudissements adressés à cette femme ainsi que des sifflets à destination de Limbaugh. Puis une autre personne se met à crier à l'animateur : « *You should be ashamed of yourself!! [...] We are going to be wherever you are, and we are going to denounce and expose you!!* »⁶²³. Si la voix parvient mal à se faire entendre à travers la clameur, le plan de caméra sur l'intéressé montre une étoile rose sur sa chemise, et le téléspectateur comprend qu'il s'agit d'un militant engagé dans la lutte contre le SIDA. Dans l'échange qui suit, les charges contre Limbaugh fusent : le spectateur reprend de plus belle en l'accusant d'avoir du sang sur les mains⁶²⁴. L'animateur se montre très gêné, semble ne savoir que répondre et ne peut, l'espace de quelques secondes, reprendre le fil de l'émission. Alors qu'il regagne la scène, il se tourne vers la caméra et déclare :

People who have no idea who I am say that I affect life in this country murderously with my words. I'd like to point out that my attitude on this happens to be in the majority. [...] I wanna demonstrate with just one bit of news how a group of people try to silence

⁶²² « *Pourquoi je suis en colère? Par ce que des femmes meurent chaque jour partout dans le monde à cause de gens comme vous ! Vous comprenez ça ? Des gens avec votre attitude !* » *The Pat Sajak Show*, March 30th, 1990. <http://www.youtube.com/watch?v=LNK4byQkn7w>

⁶²³ « *Vous devriez avoir honte de vous!! [...] Nous allons vous suivre partout où vous serez, et nous allons vous dénoncer et révéler ce que vous faites !!* » *The Pat Sajak Show*, March 30th, 1990.

⁶²⁴ « *You have blood on your hands!* » *The Pat Sajak Show*, March 30th, 1990.

me [...]. I have attacked personally or ideologically no one in this audience, all I have done is show up tonight. There is now a movement trying to shut me up.⁶²⁵

Il justifie donc sa position sur l'avortement et le SIDA en affirmant qu'il est du côté de la majorité des Américains sur ces deux points. Par ailleurs, en dénonçant ce qu'il perçoit comme une tentative de le faire taire alors qu'il ne fait rien de plus qu'exprimer l'opinion de la majorité, il recourt à l'argument de la « minorité tyrannique », un tour rhétorique classique qu'il utilise pour fustiger les causes progressistes.

L'échauffourée est telle que les producteurs de l'émission se voient contraints de faire évacuer la salle au moment de la coupure publicitaire : la fin de l'émission montre un Limbaugh saluant les téléspectateurs face à une salle vide. L'expérience est donc un échec pour Limbaugh qui, peu habitué à être mis en défaut, semble mal à l'aise face à ses contradicteurs. Celui qui se décrit comme une « petite peluche inoffensive » (*a harmless little fuzzleball*) prend très à cœur le fait d'être la cible d'attaques si virulentes. Il semble que la débâcle de *The Pat Sajak Show* constitue donc un tournant dans la conduite de *The Rush Limbaugh Show*. Si Limbaugh ne cesse pas d'adhérer aux valeurs morales du conservatisme, il se tient à distance de ses questions, conscient qu'elles peuvent se retourner contre lui et qu'elles sont trop délicates pour qu'il puisse se tirer à bon compte d'une éventuelle algarade.

C'est au printemps 1990 également qu'il renonce au « flash SIDA » : « *It's the single most regretful thing I've ever done, because it ended up making fun of people who were dying long, painful and excruciating deaths, when they were not the targets. It was a totally irresponsible thing to do* »⁶²⁶. La période entre août 1988 et le printemps 1990 lui permet donc d'établir les limites de ce qu'il peut se permettre sur le plan rhétorique ainsi que dans le domaine de l'activisme. Sur ce plan, les réactions que suscite la controverse qu'il lance en mai 1989 autour de la question des sans-abris de Malibu désavouent sa démarche, et ce, bien que cette dernière lui confère une certaine visibilité sur la scène nationale. Dès lors, il ne lance plus que des opérations en lien avec une démarche électorale et politique. En effet, les questions relevant de la morale et de l'identité apparaissent comme dangereuses et susceptibles de susciter des polémiques qui tournent en sa défaveur, comme en témoignent

⁶²⁵ « Des gens qui n'ont aucune idée de qui je suis disent que j'affecte la vie de ce pays à la façon d'un meurtrier avec mes mots. J'aimerais faire observer que mon positionnement sur cette question s'avère être celui de la majorité. [...] Je voudrais démontrer avec seulement un élément d'actualité comment un groupe de personnes essaie de me réduire au silence. [...] Je n'ai attaqué personne dans ce public sur le plan personnel ou idéologique, tout ce que j'ai fait c'est me pointer ce soir. Il y a désormais un mouvement pour me faire taire ». *Pat Sajak Show*, March 30th, 1990.

⁶²⁶ « C'est la seule chose la plus regrettable que je n'ai jamais faite, parce qu'au bout du compte, ça se moquait des gens qui étaient en train de mourir d'une mort longue et atroce, alors que ce n'étaient pas eux la cible. C'était quelque chose de vraiment irresponsable ». Grossberger, "The Rush Hours."

l'incompréhension des auditeurs face à l'avortement d'appelant et la levée de bouclier des activistes féministes et homosexuels lors de *The Pat Sajak Show*.

Ainsi, à partir du printemps 1990, il semble que Limbaugh amorce un repositionnement progressif sur des sujets ayant trait au processus politique, à l'économie et la fiscalité. Ce sont les discussions sur la constitution du budget 1991 qui vont permettre que la transition se fasse naturellement. Lors de son « discours d'intronisation » (*acceptance speech*) prononcé le 18 août 1988, Bush avait affirmé son attachement à l'orthodoxie reaganienne en matière de fiscalité en déclarant: « *My opponent, my opponent won't rule out raising taxes. But I will. And the Congress will push me to raise taxes and I'll say no. And they'll push, and I'll say no, and they'll push again, and I'll say, to them, 'Read my lips: no new taxes.'* »⁶²⁷. Cette expression avait été insérée au discours comme une façon de donner des gages à la frange conservatrice du Parti républicain. En affichant sa fermeté en matière fiscale, le candidat avait montré sa volonté de s'inscrire dans l'action menée depuis sept ans et demi par Reagan. Le compromis auquel il consent au printemps 1990 est vu comme une véritable trahison par la base des élus conservateurs.

Si la Maison-Blanche présente l'accord comme la sage décision d'un dirigeant conscient que les enjeux économiques doivent prévaloir sur l'orthodoxie idéologique – à l'instar de Mary Matalin, chef de cabinet du RNC qui déclare : « [...] *people will ultimately see it as Bush being a leader and trying to solve a difficult problem* »⁶²⁸ – les critiques de la part des républicains radicaux ne tardent pas à fuser. Ils déplorent surtout le flou dans lequel l'information est rendue publique : au lieu d'annoncer l'accord lors d'une conférence de presse, le communiqué est simplement affiché dans la salle de presse de la Maison-Blanche et les membres du Cabinet reçoivent l'ordre de ne pas s'exprimer dans les médias. Trois semaines après l'annonce, les représentants membres du groupe républicain de la Chambre (*House Republican Conference*) adoptent, sous la houlette du président du groupe (*whip*), Newt Gingrich, une résolution dans laquelle ils déclarent s'opposer à la hausse des impôts comme moyen de réduire le déficit.

⁶²⁷ « *Mon adversaire, mon adversaire n'exclura pas d'augmenter les impôts. Moi si. Et les membres du Congrès me presseront d'augmenter les impôts et je leur dirai non. Et ils me presseront et je leur dirai non, et ils me presseront encore et je leur dirai : 'Lisez sur mes lèvres : pas de nouveaux impôts'* ». George H. W. Bush, *Acceptance Speech at the Republican National Convention*, August 18th, 1988. *The American Presidency Project*, <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=25955>; dernière consultation le 29 août 2012.

⁶²⁸ « *Au bout du compte, les Américains verront que par cet accord, Bush a agi en dirigeant et a tenté de résoudre un problème difficile* ». Richard L. Berke, "Republicans Fear a Kiss of Death As Bush Moves His Lips on Taxes", *The New York Times*, June 27th, 1990: B6.

Soutenu par les jeunes lieutenants du groupe républicain – ces nouveaux représentants qui arrivent aux affaires après le scandale du Watergate auquel ils ne sont donc pas associés – Gingrich engage alors un rapport de force avec la Maison-Blanche pour que le président renonce à l'accord avec les Démocrates. Lorsqu'après quatre mois de négociations, le Président Bush fait l'annonce officielle de l'accord dans la Roseraie de la Maison-Blanche, Gingrich exprime son opposition en refusant d'y assister⁶²⁹. Limbaugh se rallie à la position du *minority whip* en déplorant l'action du président : « *I must tell you, folks, I am befuddled. We have here in President Bush a consummate politician, a man whose entire life has been spent in government [...] and his execution of politics during this budget scenario has been laughable* »⁶³⁰.

3.3.2. Intronisation au sein de l'élite politique du mouvement conservateur

Le fiasco de l'intervention de Limbaugh sur *The Pat Sajak Show* CBS et le repositionnement thématique qui s'ensuit interviennent de façon concomitante au moment où commence un processus de cooptation progressive de Limbaugh par l'élite politique conservatrice. Un premier adoubement avait eu lieu à l'automne 1988 dès les premiers mois de l'expérience nationale, à l'instigation des intellectuels du mouvement sous l'égide de Buckley dont il devient une sorte de protégé. C'est lui qui ouvre à Limbaugh les portes du cercle d'intellectuels gravitant autour de *The National Review*. S'il en est un lecteur assidu et fidèle – ses convictions en matière économique et fiscale sont nourries et étayées par ses lectures de la *Review* –, il en est toutefois un lecteur tardif et ne s'y abonne qu'à partir du moment où il fait du talk-show politique son métier à plein temps. Pour l'animateur, la publication est entourée d'un aura tel qu'il la croit réservée à un cercle d'initiés ayant obtenu l'autorisation de s'y abonner après avoir été cooptés par leurs pairs : « *I thought you had to be invited to read it. I thought there was a select group of people that were entitled to be part of that. I'd never seen it on a newsstand. I had never seen it anywhere at anybody's house* »⁶³¹.

Ce témoignage que l'animateur fournit au cours de son émission le jour de la mort de Buckley, montre la fascination presque mystique qu'exerce sur lui l'élite intellectuelle conservatrice. Surtout, elle révèle de manière criante le monde qui sépare les deux hommes :

⁶²⁹ Steely, *Gentleman from Georgia*, 225.

⁶³⁰ Grossberger, "The Rush Hours."

⁶³¹ « *Je croyais qu'il fallait être invité pour la lire. Je pensais qu'il y avait un groupe fermé de gens qui avaient titre à faire partie du lectorat. Je ne l'avais jamais vue en kiosque. Je ne l'avais jamais vue nulle part chez quiconque* ». Chafets, *Army of One*, 55.

le mauvais élève ayant obtenu son *high school diploma* à grand peine et renoncé à poursuivre des études supérieures ne peut concevoir que la *Review* lui soit également accessible.

En septembre 1988, un mois seulement après le début de l'expérience nationale, Limbaugh est convié à une réception chez Lewis Lerhman, bienfaiteur conservateur qui fréquente le cercle de *The National Review*. Il y apprend avec émotion qu'il compte Buckley parmi ses auditeurs⁶³². Plus tard, il est convié chez Buckley lui-même pour assister à une réunion éditoriale de la *Review* autour d'un buffet. L'appréhension que suscite chez Limbaugh la perspective d'être convié dans le saint des saints du nouveau conservatisme n'est égale qu'à la jubilation qu'il éprouve face à la sollicitude dont il fait l'objet lors de la soirée : « *They were fans! It was the one of the most memorable nights of my life. That night I was made to feel welcome in the conservative movement as started by its leader* »⁶³³.

En dépit de la réticence de certains convives qui voyaient d'un mauvais œil l'enthousiasme de Buckley pour un homme « *bourru et si peu instruit* », Limbaugh est donc adoubé par l'initiateur de la résurgence du conservatisme un mois à peine après son arrivée sur les ondes nationales. Une telle cooptation ne laisse pas de surprendre tant Limbaugh et Buckley sont l'antithèse l'un de l'autre. Là où Buckley est un amateur d'art raffiné, un lecteur avide de littérature, Limbaugh fait preuve d'une inculture absolue – il ignore qui peut bien être ce Joyce dont Buckley et ses convives se demandent s'il aurait pu écrire *Ulysses* à l'époque contemporaine⁶³⁴. Là où Buckley est skieur chevronné et excellent marin, Limbaugh tient l'activité sportive en horreur, allant jusqu'à confier à la journaliste Maureen Dowd son aversion pour les musées à cause de l'effort physique que cela implique : « *He says he will stay away from museums 'until I can find a golf cart in one'* »⁶³⁵. On peut donc avancer l'hypothèse d'une démarche stratégique de la part du cercle de *The National Review* qui, ayant perçu le potentiel de l'animateur sur le plan de la promotion de la doxa conservatrice et de la mobilisation de l'électorat, choisit d'accueillir en son cénacle un Limbaugh qui n'est pourtant pas l'un des leurs.

L'intronisation politique quant à elle intervient le 21 mars 1990 lors d'un banquet donné à Washington en l'honneur du Colonel Oliver North au cours duquel Limbaugh est présent

⁶³² Chafets, *Army of One*, 56.

⁶³³ « *Ils étaient fans ! Ce fut l'une des soirées les plus mémorables de ma vie. Cette nuit-là, je me suis senti accueilli au sein du mouvement conservateur tel qu'il avait été initié par son dirigeant* » Chafets, *Army of One*, 56.

⁶³⁴ Chafets, *Army of One*, 56.

⁶³⁵ Maureen Dowd, "At Dinner With: Rush Limbaugh, a Shy Sensitive Guy Trying to Get By in Lib City", *The New York Times*, March 24th, 1993.

aux côtés de Pat Robertson et des représentants Robert K. Dornan du district de Garden Grove et Christopher Cox de Newport Beach⁶³⁶. Lors de leur intervention, ils ne se contentent pas de célébrer la carrière du Colonel North : tous en effet profitent de l'occasion pour brocarder durement les démocrates et les sociolibéraux, le Congrès, les médias et particulièrement les homosexuels. Parmi eux, les représentants Gerry Studds et Barney Frank font l'objet des blagues des plus scabreuses. C'est Limbaugh qui se charge de fustiger plus précisément ce dernier en déclarant au sujet de l'enquête dont il fait l'objet : « *Barney, as you know, when he admitted all at a press conference, said that he was just being a good liberal—trying to help Steve Gobie. 'But instead I got suckered'* »⁶³⁷. L'effet comique résulte du jeu de mots sur *sucker* – qui dans sa forme nominale signifie « bonne poire » ou « pigeon » – utilisé ici dans une forme verbale, et ce à la faveur d'une entorse grammaticale car le verbe *to sucker* n'existe pas. Le néologisme ainsi créé signifie donc « se faire avoir ». La quasi-homophonie entre *suckered* et *sucked* (qui signifie « se faire sucer »), provoque un double sens intentionnel destiné à provoquer le rire de l'auditoire aux dépens de Frank. Le jeu de mots se traduit alors comme suit : « *Barney, comme vous le savez, quand il a reconnu toutes les charges au cours d'une conférence de presse, a affirmé qu'il s'est simplement comporté en bon sociolibéral, et a essayé d'apporter de l'aide à Steve Gobie. 'Mais au lieu de ça je me suis fait sucer'* ».

Limbaugh profite également du toast porté au colonel pour faire l'apologie de l'action de ce dernier au Nicaragua, en affirmant qu'elle a été hautement bénéfique, surtout pour les citoyens du pays : « *Ladies and gentlemen, what are we doing here ? Cuz Colonel North lied to Congress ? Soooooooooo what ! Soooooooooo what ! The Nicaraguans are sure glad he did* »⁶³⁸. L'intervention de Limbaugh vise à réhabiliter un colonel de l'armée américaine proche du pouvoir républicain dont l'action l'a conduit à se mettre dans l'illégalité. En première lecture, un tel effort de réhabilitation peut sembler répondre à la nécessité de défendre une personnalité dont l'action visait à défendre les intérêts américains à l'étranger dans un contexte de lutte contre le communisme. Toutefois, il ne s'agit pas seulement de redorer le blason d'un colonel à la réputation entachée mais de légitimer l'action d'un militaire proche de Ronald Reagan, ayant agi avec l'accord de ce dernier. Une fois encore, l'intervention de Limbaugh s'inscrit donc dans une démarche de préservation de l'héritage de

⁶³⁶ Mark I. Pinsky & David Reyes, "Orange County Newswatch", *The Los Angeles Times*, March 20th, 1990.

⁶³⁷ Martha Sherill, "Burning Liberals at the Roast of Ollie North", *The Washington Post*, March 22nd, 1990.

⁶³⁸ « *Mesdames et Messieurs, que faisons-nous ici ? C'est parce que le Colonel North a menti au Congrès ? Et alors ? Et alors ? Les Nicaraguayens sont bien contents qu'il l'ait fait* ». Martha Sherill, "Burning Liberals at the Roast of Ollie North."

Reagan en ce qu'elle constitue une tentative de réécrire un moment particulièrement sombre de l'histoire immédiate du pays.

Fait surprenant, si le banquet réunit la fine fleur de l'élite conservatrice, *The Washington Post* rapporte qu'aucun membre de l'administration Bush n'était présent. Outre le désaveu indirect de North par le 41^{ème} président, le fait que ce dernier ne soit pas représenté lors d'une réception réunissant les figures importantes du conservatisme orthodoxe-révolutionnaire témoigne d'une certaine prise de distance du président par rapport à cette frange du conservatisme dans laquelle il ne semble voir aucun point commun avec sa vision de la politique et du monde. Au tournant des années quatre-vingt-dix, Limbaugh est donc reconnu – outre l'élite intellectuelle conservatrice – par des Républicains radicaux occupant une position marginale, ou par des figures de l'ère Reagan ayant été désavouées. Ainsi, bien que l'étoile montante du conservatisme, à cette époque il n'est donc pas encore pleinement reconnu par l'establishment républicain. L'année suivante, il est invité à officier en tant que maître de cérémonie à un banquet organisé en l'honneur de Paul Weyrich, le 1^{er} avril 1991. Comme lors de l'événement qui rendait hommage à North, le banquet réunit toute la fine fleur de la Nouvelle Droite des années 1970 mais aucun membre de l'Administration Bush⁶³⁹.

3.3.3. Les échéances électorales de novembre 1992 : une relation réelle mais distante entre Limbaugh et les candidats républicains

Ce sont les élections présidentielle et législative de 1992 qui permettent à Limbaugh de prendre une place plus importante dans le débat politique et de jouer un rôle plus significatif dans la campagne républicaine. L'entrée de Bill Clinton sur la scène politique, puis son émergence comme candidat susceptible de remporter la désignation pour représenter le Parti démocrate fournit à Limbaugh et au GOP un repoussoir idéal. La candidature de Clinton offre au parti de l'éléphant une figure sur laquelle il peut projeter toute son hostilité envers l'idéologie sociolibérale : aux yeux de l'establishment républicain et du 41^{ème} président, Clinton est l'incarnation de toutes les dérives gauchisantes des années soixante. Surtout, c'est sur les qualités personnelles du gouverneur de l'Arkansas que se portent les attaques du clan républicain. Très sceptique à l'égard de Bush, Limbaugh ne s'en rapproche que vers la fin des primaires, ce qui ne l'empêche pas de participer pleinement à l'opération visant à discréditer Clinton.

⁶³⁹ "Roasting the Righest of the Right; Conservatives Turn Out For Tough Guy Weyrich," *The Washington Post*, April 2nd, 1991.

3.3.3.1. Des primaires républicaines à la campagne présidentielle : le ralliement de Limbaugh à George H.W. Bush

Au moment où s'annonce la campagne des primaires républicaines, c'est à Patrick J. Buchanan que va la préférence de Limbaugh. C'est à lui, et non au président sortant, qu'il apporte son soutien sur les ondes. À noter que Limbaugh est en affaire avec Greg Mueller, directeur des relations publiques (*press secretary*) de Buchanan, dont il loue les services de consultant en média⁶⁴⁰. Au moment où s'engage la campagne des primaires, Limbaugh fait donc partie du cercle des « jeunes partisans de Buchanan » (*young Buchananites*) et non de l'establishment républicain traditionnel auquel appartient le président Bush. Ce cercle, composé de trentenaires tels que Paul Erickson (directeur politique), Frank Luntz (sondeur) ou encore L. Brent Bozell III (directeur financier de Buchanan), incarne la nouvelle tendance orthodoxe-révolutionnaire du conservatisme : « *They're a new generation of right-wing strategists, nurtured by Reaganites who staged their own 1976 uprising against Gerald Ford. They view the Bush presidency as a betrayal of the Reagan revolution and regard Buchanan as an avenging angel* »⁶⁴¹. Au début de la campagne des primaires, le choix du candidat que Limbaugh décide de soutenir est d'ordre idéologique et non stratégique.

Les réserves de Limbaugh sur le 41^{ème} président sont visibles dès le début du cycle des primaires. Ainsi, l'animateur émet de sérieux doutes quant à la capacité de ce dernier à galvaniser la base des électeurs conservateurs et suggère à mots à peine couverts que ses qualités de leadership se sont fortement érodées. Au sujet du discours sur l'état de l'Union du 28 janvier 1992, Limbaugh confie son inquiétude à ses auditeurs en affirmant que pour rassurer les Américains, il faudrait que le président réussisse une performance meilleure que celle d'Abraham Lincoln à Gettysburg⁶⁴². Plus tard, il est associé à des moments forts de la campagne qui le placent très clairement du côté de Buchanan. Il est, par exemple, invité à prendre la parole à un dîner organisé par The Conservative Political Victory Fund du New Hampshire en l'honneur de Reagan pour fêter ses 81 ans et saluer son action politique.

L'évènement, intitulé *A New Hampshire Tribute to Ronald Reagan*, a lieu à Manchester le 8 février. Il rassemble d'anciens membres de l'Administration Reagan tel que le secrétaire au logement (*US Housing Secretary*) Jack Kemp, le haut fonctionnaire chargé du dossier des

⁶⁴⁰ Howard Fineman, "Buchanan's Shock Troops: a New Generation of Right-Wing Strategists," *Newsweek*, March 2nd, 1992.

⁶⁴¹ « *Ils forment une nouvelle génération de stratèges de droite, nourris par le modèle des reaganiens qui ont orchestré leur propre soulèvement contre Gerald Ford en 1976. Ils considèrent la présidence de Bush comme une trahison de la révolution Reaganienne et voient en Buchanan un ange vengeur* ». Fineman, "Buchanan's Shock Troops."

⁶⁴² Timothy McNulty, "Bush Readies His Recovery Plan," *The Chicago Tribune*, January 26th, 1992.

stupéfiants (*drug czar*) Bill Bennett, le sénateur Phil Gramm ainsi que le candidat à la nomination républicaine Buchanan⁶⁴³. L'annonce de l'événement crée la polémique au sein du camp républicain car il est perçu comme une manœuvre de l'équipe de Buchanan pour dynamiser la campagne du *challenger* de Bush⁶⁴⁴. Au dernier moment, le message vidéo de Reagan censé être diffusé lors de la soirée est réenregistré pour que l'ancien président puisse y annoncer son soutien officiel à Bush dans la course à la nomination⁶⁴⁵. Malgré ce geste en faveur de Bush, il apparaît assez nettement que Reagan voit davantage un héritier en Buchanan qu'en son successeur, ce qui explique la prise de position initiale de Limbaugh en faveur de ce dernier : il choisit de soutenir le candidat qui incarne pleinement le conservatisme contre celui qui a le plus de chances de l'emporter en novembre. Quelques jours avant l'élection, Limbaugh explique les raisons de sa démarche dans un entretien à *TIME Magazine* :

That was my effort to send the President a message. The Republican Party and George Bush got in trouble when they moved to the left, when they signed on the civil rights bill with its quotas and the tax increases. He let down people who elected him. And so he then attracts the Wimp II image.⁶⁴⁶

À en croire l'animateur, son soutien initial à Buchanan n'aurait été qu'une tactique pour contraindre le président à un repositionnement plus ferme sur les fondamentaux du conservatisme après ce que les Républicains conservateurs avaient considéré comme sa trahison lors de son changement de position sur les hausses fiscales du budget 1991.

Il faut dire qu'entre temps, l'équipe du président sortant a lancé une véritable opération de séduction pour que Limbaugh apporte son soutien à sa candidature. Peu enthousiasmé par Bush, Limbaugh fait preuve d'un engagement timide en faveur de sa réélection. Son engagement s'intensifie toutefois après que ce dernier eut été invité à dîner et à passer la nuit à la Maison Blanche au mois de juin⁶⁴⁷. Plus tard, le 7 juillet, Limbaugh consent à une entorse à la règle selon laquelle personne n'est invité à prendre la parole lors de son émission, pour s'entretenir avec le Vice-président Dan Quayle qui tente, maladroitement, de susciter

⁶⁴³ John Distaso and Jerry Miller, "Sununu Starts Bush Campaign," *The New Hampshire Union Leader*, January 31st, 1992.

⁶⁴⁴ John Distaso, "Non-Candidate Cuomo Numeor Uno in NH," *The New Hampshire Union Leader*, January 2nd, 1992.

⁶⁴⁵ Michael Cousineau, "Reagan to Endorse Bush Today," *The New Hampshire Union Leader*, February 8th, 1992.

⁶⁴⁶ « C'était mon action pour envoyer un message au président. Le Parti républicain et George Bush se sont mis en difficulté quand ils ont penché vers la gauche, quand ils ont signé le projet de loi sur les droits civiques avec ses quotas et ses hausses d'impôts. Il a laissé tomber les gens qui l'ont élu. Et donc il passe pour être Dégonflé le Second ». Margaret Carlson, "An Interview with Rush Limbaugh," *Time Magazine*, October 26th, 1992.

⁶⁴⁷ Chafets, *Army of One*, 81.

l'adhésion des auditeurs à la candidature de Bush : « *Our trick, Rush—not a trick, our challenge—our challenge is to make the American people comfortable with the leadership that George Bush will offer in the next four years* »⁶⁴⁸. Le mot malheureux de Quayle, qui décrit la stratégie de campagne du GOP comme un « stratagème » (*trick*) puis un « défi » (*challenge*), trahit l'état d'esprit du Vice-président qui semble déjà considérer que l'élection est perdue pour son camp.

Une fois la campagne pour les élections de novembre lancée, Limbaugh s'emploie autant qu'il le peut à prêter main-forte au président sortant afin de contribuer à la victoire de son camp. Son implication dans la campagne intervient au moment où Bush choisit de se repositionner plus à droite et de durcir le ton comme il le fit en 1988 sur les conseils de Lee Atwater, ainsi que le note *Newsweek* à la mi-août : « *Bush already has one vision : back-to-basics time. He's moving right and turning nasty [...]* »⁶⁴⁹. Le 3 août, Matalin, alors assistante du directeur de campagne (*Campaign Deputy Manager*) envoie une dépêche aux journaux nationaux intitulée *Sniveling Hypocritical Democrats: Stand up and Be Counted. On Second Thought, Shut Up and Sit Down!* dans laquelle elle rappelle, entre autres, les soupçons d'infidélité qui pèsent sur le gouverneur de l'Arkansas par une question rhétorique: « *Which campaign had to spend thousands of taxpayer dollars on private investigators to fend off 'bimbo eruptions?* »⁶⁵⁰. Aux réprimandes de certains membres de l'establishment républicain, Matalin rétorque qu'elle a rédigé la dépêche dans le but de raviver l'enthousiasme des troupes conservatrices sur le terrain : « *It's a user-friendly document for the field. It's not meant for the pointy-heads* »⁶⁵¹. Le ton, le contenu et le format de la dépêche ne tardent pas à susciter l'engouement de Limbaugh qui consacre une heure de son émission du 4 août à en explorer le contenu en détails. Il loue le talent de Matalin qui démontre selon lui ce que devrait être une vraie féministe: une femme capable de lancer des attaques mordantes avec de l'humour⁶⁵². Par

⁶⁴⁸ « Notre stratagème, Rush – pas un stratagème, un défi – notre défi est de parvenir à ce que les Américains soient à l'aise avec le leadership que George Bush proposera au cours des quatre prochaines années ». Michael Wines, "THE 1992 CAMPAIGN: White House; Quayle Says Character Will Be Big Issue in the Fall," *The New York Times*, July 8th, 1992.

⁶⁴⁹ « Bush a déjà un principe: c'est le moment du retour aux fondamentaux. Il est en train de se repositionner vers la droite et de montrer les dents ». Howard Fineman and Ann McDaniel, "Bush: Back to Basics. He's Stroking the Right in a Time-Honored Strategy. But Will It Work One More Time?" *Newsweek*, August 17th, 1992.

⁶⁵⁰ « Quelle équipe de campagne a dû dépenser des milliers de dollars des contribuables pour payer des détectives privés afin de parer aux 'déferlantes de poufiasses' ? ». Merrie Morris, "For Bush Campaigner, Mean Streak Means a Lot," *The Washington Times*, August 6th, 1992.

⁶⁵¹ « C'est un document facilement utilisable à destination du terrain. Il n'est pas destiné aux crânes d'œuf ». Fineman and McDaniel, "Bush: Back to Basics."

⁶⁵² John Switzer, "LEST WE FORGET – Tuesday August 4th, 1992," *Unofficial Summary of The Rush Limbaugh Show for Tuesday August 2nd, 1994.*

son style abrasif et son ton particulièrement polémique, la dépêche semble avoir été rédigée pour être relayée sur des émissions du genre de celle de Limbaugh.

Au milieu de la campagne, Limbaugh accepte d'enfreindre une seconde fois la règle d'airain de son émission : le 21 septembre, George H. W. Bush intervient dans *The Rush Limbaugh Show* en marge d'une visite au siège des Nations Unies. Si son intervention s'attarde longtemps sur les aspects techniques de son projet en matière économique, il saisit néanmoins l'occasion pour brocarder la majorité démocrate au Congrès :

I keep blaming Congress for certain things while accepting blame for myself, because Congress has frustrated my economic growth program that I put before the American people in January. They didn't want to see the economy get better because they knew very well the politics worked against them.⁶⁵³

Figure 11 – George H.W. Bush et Rush Limbaugh (21 septembre 1992)



Photo: Jim Estrin / *The New York Times*.

Laissant de côté pour quelques instants les considérations de fond, le président attaque le Congrès en l'accusant de vouloir bloquer toute initiative propre à relancer l'économie et la création d'emplois. Il réserve également quelques salves aux chaînes de télévision dont il dénonce la position alarmiste sur l'état de l'économie : « *I think they're feeling negative about*

⁶⁵³ « Je continue à reprocher au Congrès certaines choses tout en reconnaissant ma part de responsabilité, parce que le Congrès a contrarié mon plan de croissance économique que j'ai porté devant les Américains en janvier. Il ne voulait pas voir l'économie s'améliorer parce qu'il savait que cela jouerait en leur défaveur sur le plan politique ». "THE 1992 CAMPAIGN; In Their Own Words," *The New York Times*, September 22nd, 1992.

the economy because they hear 92 percent of the coverage on the television—where a lot of people get their news from—on the economy has been negative »⁶⁵⁴. Peu adepte de la campagne négative (*negative campaigning*) ni très coutumier de la critique des médias, il semble que le président ait décidé d'adopter, le temps de l'entretien avec Limbaugh, la rhétorique de son hôte.

Pour autant, le durcissement de ton George H.W. Bush ne parvient pas à convaincre Limbaugh qui le presse d'intensifier ses attaques contre le candidat démocrate. Exprimant des réserves quant à la capacité du président à se montrer à la hauteur de son adversaire, il l'enjoint, dans un éditorial du *The New York Times* du 15 octobre, à faire montre d'une plus grande fermeté lors du débat présidentiel du même jour :

President Bush needs to cut through the noise so that his strong message will connect with the public. To do this, he must marshal his passion, his energy, his conviction, his confidence. [...] During the first debate, the President was presidential. He was gracious. He was fair to the point of being self-effacing. So now that the formalities are out of the way, it is time for the President to [...] take off the gloves.⁶⁵⁵

L'injonction à mots couverts adressée au Président sortant souligne le fossé qui sépare les deux hommes quant à leur conception de la campagne politique : là où Bush se montre patricien mesuré, confiant dans le prestige que lui confère la fonction de chef de l'exécutif, et surtout précautionneux sur le plan rhétorique, Limbaugh aimerait qu'il se montre offensif dans l'échange avec Clinton, belliqueux et impitoyable, comme l'indique très nettement le recours au lexique martial, « jeter le gant à terre ».

Deux semaines plus tard, Limbaugh prononce un discours d'ouverture le 2 novembre 1992 lors du dernier rallye de Bush avant l'élection présidentielle au Hartley Dodge Memorial Building à Madison dans le New Jersey. Il endosse à cette occasion le rôle du chauffeur de salle et présente le président en ces termes : « *He's a fine man, he's a decent man and I am proud to call him my friend. Ladies and gentlemen, let me introduce to you with a big New*

⁶⁵⁴ « Je crois qu'ils ont un sentiment négatif par rapport à l'économie parce qu'ils entendent 92% du traitement de la question par la télévision, d'où beaucoup de gens tirent leurs informations, qui a été négatif sur l'économie ». Michael Wines, "THE 1992 CAMPAIGN: The Republicans; Bush Says Economy Is Not as Bad as People Think," *The New York Times*, September 22nd, 1992.

⁶⁵⁵ « Le Président Bush doit aller droit au but pour que la fermeté de son message trouve un écho auprès du public. Pour ce faire, il lui faut mobiliser sa passion, son énergie, sa conviction, sa confiance. [...]. Lors du premier débat, le Président a fait montre de sa prestance de chef d'état. Il s'est montré bienveillant. Il s'est montré impartial au point de se mettre en retrait. Alors maintenant que nous en avons fini avec les formalités, il est temps que le Président [...] jette le gant à terre ». Rush H. Limbaugh, "Get Angry, Bush", *The New York Times*, October 15th, 1992.

Jersey greeting the President of the USA, George Herbert Walker Bush! »⁶⁵⁶. Le ralliement de Limbaugh au président sortant est donc un geste de raison, tant les deux hommes n'ont que peu d'affinités sur le plan idéologique et stratégique.

3.3.3.2. Des affinités plus claires mais peu exploitées avec la minorité républicaines à la Chambre

Limbaugh est en effet plus proche sur le plan idéologique et stratégique du leadership du GOP à la Chambre et de l'équipe de Gingrich, tête de file de la nouvelle génération de Républicains de l'après-Watergate. C'est en 1991 que Gingrich, son directeur de communication Tony Blankley et son conseiller spécial Joseph Gaylord prennent conscience du phénomène qui est en train d'émerger sous l'égide de Limbaugh :

Somewhere around the 91 period [...] you became aware of Rush and there were little Rushes all over the country popping up and it was hard to keep track because sometimes they'd come and go quickly. It's a lot of difficulty just to have the contact data for these people. They go off the air, the programs shifts from being drive time to midafternoon.⁶⁵⁷

Toutefois, l'équipe de Gingrich n'établit pas tout de suite de lien suivi et constant avec ces émissions qu'elle ne courtise pas immédiatement : « *It was no later than 92—whether it was 91 or not, I'm not sure. I don't think we were reaching out much. Somebody, I'm sure some Republican press secretary was reaching out to talk radio in 90 but I [...] think from my shop, no earlier than 90* »⁶⁵⁸.

Il faut dire que la campagne des législatives (*General Election*) de 1992 est une campagne des plus classiques, menée selon le principe de la « politique du tout local » (*all-politics-is-local*). Comme l'indique Tony Blankley, chaque candidat fait campagne de façon autonome et individuelle sur des thématiques correspondant aux enjeux de sa circonscription,

⁶⁵⁶ « *C'est un homme bien, c'est un homme honnête et je suis fier de l'appeler mon ami. Mesdames et messieurs, permettez-moi de vous présenter, avec un bel accueil du New Jersey, le président des États-Unis d'Amérique, George Herbert Walker Bush!* ». "Rush Limbaugh's America", *PBS Frontline* (Producer: Steve Talbot; February 28th, 1995).

⁶⁵⁷ « *Quelque part aux alentours de la période de 1991 [...] vous vous rendiez compte de la présence de Rush et il y avait des petits Rush qui bourgeonnaient à travers le pays et c'était dur de suivre parce que des fois, ils arrivaient et disparaissaient rapidement. C'est beaucoup de travail de simplement avoir les informations pour contacter ces gens. Ils disparaissent des ondes, les émissions passent de la tranche de la sortie des bureaux à celle du milieu d'après-midi* ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁶⁵⁸ « *Ce n'était pas après 1992 – est-ce que c'était 91 ou pas, je n'en suis pas sûr. Je ne pense pas qu'on cherchait vraiment à établir de relation. Il doit y avoir quelqu'un, j'en suis sûr, un chargé de relation avec la presse républicain, qui était en relation avec les talk-shows politiques en 90 mais [...] je pense que pour ma boutique, ce n'était pas avant 90* ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

sans qu'il y ait de grand thème national qui unifie le parti et homogénéise le message républicain :

The '90 and '92 campaigns were just standard campaigns: there was no national theme for the Republicans, the party raised money in the usual way, you have the young leadership help where they could, but not having a strategy, not having a message set, other than, at a very, very tactical level, trying to get more coverage for candidates and issues, which is typical congressional campaigns. Congressional campaigns usually don't have any particular coherence to them, unless their party holds the White House.⁶⁵⁹

Jusqu'en 1994, les campagnes pour les élections de mi-mandat ne font pas l'objet de stratégie globale et unitaire. Le talk-show ne joue donc pas un rôle aussi important lors de la campagne de 1992 que lors de celle de 1994 car il n'y a pas de stratégie nationale. Le 24 octobre 1992, Limbaugh vient toutefois afficher son soutien à Gingrich lors d'un rassemblement destiné à lever des fonds organisé au quartier général de campagne du représentant à Marietta en Georgie.

3.3.3.3. Rush Limbaugh, une personnalité connue au sein des sphères politique et médiatique

À la fin de l'année 1992, Limbaugh n'est donc plus un inconnu. Sur le plan politique, il entretient des liens avec les figures républicaines importantes et les establishments conservateur et républicain le reconnaissent comme l'un des leurs à part entière. Sur le plan médiatique, il est écouté par 13 millions d'auditeurs hebdomadaires sur quelques 529 stations de radio à travers le pays⁶⁶⁰. Depuis le 14 septembre, les téléspectateurs peuvent également le voir animer *Rush Limbaugh* à 00h30 sur 189 stations de télévision, soit sur 95% du territoire⁶⁶¹. Contrairement à la version radiophonique, Limbaugh a opté pour un format court de 30 minutes pour son talk-show télévisé⁶⁶². Il rejoint ainsi le groupe des animateurs de talk-shows de deuxième partie de soirée de Leno, Letterman et Hall et dépasse les taux d'audience

⁶⁵⁹ « Les campagnes de 90 et 92 étaient des campagnes classiques: il n'y avait pas de thème national pour les Républicains, le parti levait des fonds selon la méthode habituelle, vous avez les jeunes dirigeants qui prêtent main forte là où ils le peuvent, mais sans qu'il y ait de stratégie, sans qu'il y ait de message défini, autre que, à un niveau très, très tactique, de faire en sorte que les candidats et les questions de fonds reçoivent plus de couverture médiatique, ce qui est typique des campagnes législatives. Les campagnes législatives n'ont habituellement pas de cohérence particulière, sauf si leur parti contrôle la Maison-Blanche ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁶⁶⁰ Richard Corliss, "Conservative Provocateur Or BIG BLOWHARD?," *TIME Magazine*, October 26th, 1992.

⁶⁶¹ "Welcome to Rush's World: the Last Angry White Man Takes His Act to the Tube," *Newsweek*, September 28th, 1992.

⁶⁶² Jil Gerston, "TELEVISION; Here's Everybody! After Carson, A Host of Late-Night Wannabes," *The New York Times*, August 16th, 1992.

de l'émission de Whoopi Goldberg⁶⁶³. Comme sur les ondes, l'animateur ouvre l'antenne à l'intervention d'auditeurs par téléphone. Il rompt avec le principe selon lequel il est le seul qui puisse avoir droit au chapitre et convie des invités sur le plateau. Si les auditeurs de radio ont parfois du mal à se brancher sur la télévision, Jil Gerston de *The New York Times* gage que Limbaugh attirera les téléspectateurs plus âgés⁶⁶⁴.

Enfin, il est également reconnu par les médias de référence : un bon nombre de titres de la grande presse écrite et de magazines lui ont consacré un dossier. Ainsi, *The New York Times* s'y intéresse dès la fin 1990 et lui consacre sept pages – “The Rush Hours”. Un an plus tard, c'est *TIME Magazine* qui s'intéresse au phénomène Limbaugh en septembre 1991 – “A Man. A Legend. A What ?” – et réitère l'année suivante en octobre 1992 – “Conservative Provocateur or BIG BLOWHARD” – un mois après *Newsweek* – “Welcome to Rush's World”.

⁶⁶³ Corliss, “Conservative Provocateur.”

⁶⁶⁴ Gerston, “TELEVISION; Here's Everybody!”

CHAPITRE 4

–

L'ÂGE D'OR

(Décembre 1992 – Janvier 1996)

Après la victoire de Bill Clinton à l'élection de novembre 1992, le Parti républicain est un parti défait, sans stratégie et sans leader. Cette défaite, Morton C. Blackwell, fondateur et président du *Leadership Institute*, l'attribue à ce que le RNC a perdu le sens de l'organisation de la base conservatrice qui a fait les grandes heures du parti pendant les années soixante et soixante-dix⁶⁶⁵. Selon lui, l'action du RNC est désormais dictée par les médias et le comité est infesté de consultants (« media-driven and consultant-ridden »)⁶⁶⁶. Par conséquent, il prône la nécessité d'un retour aux méthodes de mobilisation traditionnelles qui ont permis, entre autres, la victoire de Reagan en 1980⁶⁶⁷. C'est le talk-show radiophonique qui, dès l'accession de Clinton à la Maison-Blanche, va jouer un rôle central dans la mobilisation de l'électorat conservateur sur le terrain, à la manière du publipostage dans les années soixante et soixante-dix. La fin 1992 ouvre donc une nouvelle phase de l'histoire du média qui connaît son âge d'or jusqu'au début de l'année 1996.

D'abord, le rôle non-négligeable qu'il a joué dans la campagne présidentielle a montré qu'il est désormais un média qui tient une place centrale dans le jeu politique, comme le souligne Howard Fineman de *Newsweek* : « *Talk-show democracy changed politics in the presidential race last year, bringing candidates phone to phone with voters. [...] Now comes the next step: call-in government. Having tasted power, voter-callers want more* »⁶⁶⁸. Ensuite, c'est au cours de cette période, plus précisément vers le milieu de l'année 1994, que s'instaure une « relation spéciale » entre Gingrich et Limbaugh. Les liens entre ce dernier et l'establishment républicain ne sont certes pas nouveaux, mais jusqu'en 1992, l'animateur ne fait que des incursions ponctuelles dans la sphère politique, du fait principalement de l'inadéquation idéologique avec George H.W. Bush qu'il ne considère pas comme un conservateur. À partir de l'accession au pouvoir de Clinton, c'est désormais une alliance quasi-symbiotique qui s'installe progressivement entre Limbaugh et Gingrich, le leader naturel du GOP, au fil des événements politiques.

Il ne faut pas voir cette relation comme la subordination de l'animateur au Parti républicain, Limbaugh n'étant pas homme à se laisser dicter l'ordre du jour de son émission.

⁶⁶⁵ Geoffrey Morris, "Party in Search of a Leader," *The National Review*, February 1st, 1993: 21

⁶⁶⁶ Geoffrey Morris, "Party in Search of a Leader."

⁶⁶⁷ Geoffrey Morris, "Party in Search of a Leader."

⁶⁶⁸ « *La démocratie du talk-show a changé la politique pendant la course à la présidentielle l'année dernière, plaçant les candidats en contact téléphonique direct avec les électeurs. [...] Voici venue maintenant l'étape suivante : le gouvernement en libre antenne. Maintenant qu'ils ont goûté au pouvoir, les électeurs-appelants en redemandent* ». Howard Fineman, "The Power of Talk: Call-In Democracy Ignited the Presidential Race. Now it's Shaking Up Government, Rattling Clinton—And Driving Washington's Agenda," *Newsweek*, February 8th, 1993.

Cependant, Gingrich et le GOP trouvent un relai médiatique privilégié en *The Rush Limbaugh Show* ainsi qu'en la multitude de talk-shows radiophoniques qui émergent dans son sillage. Témoin privilégié de l'émergence du phénomène, John Bryant, représentant de la 5^{ème} circonscription du Texas entre 1983 et 1997 insiste sur l'importance des talk-shows locaux : « *It's not just Limbaugh. It's 500 Limbaugh imitators around the country that are going... When Limbaugh's not on, they're on* »⁶⁶⁹. Ainsi, si le message conservateur est principalement relayé par Limbaugh au niveau national, il est également répliqué par les talk-shows locaux dont l'essor est fulgurant, ce qui lui permet d'être diffusé partout.

Ce phénomène d'hyper-ubiquité conjugué à la relation qui se noue entre Gingrich et Limbaugh du fait de leur gémellité idéologique et de leur conception commune de l'action politique, permettent au talk-show radiophonique de remplir une fonction d'agenda⁶⁷⁰ particulièrement visible au cours des trois années qui séparent l'élection de Clinton et le lancement des primaires républicaines en janvier 1996. L'échec de la nomination de Zoe Baird au poste d'*Attorney General*, la présence continue du scandale de Whitewater à l'ordre du jour médiatique, le fiasco de la réforme du système de santé, et surtout la mise en échec du projet de loi de réforme du lobbying – le *Lobby Disclosure and Reform Bill* – en octobre 1994 sont des cas d'espèce qui illustrent avec force la capacité du talk-show radiophonique à influencer sur l'ordre du jour politique.

C'est également au cours de ces années que se stabilise le profil sociodémographique des auditeurs des talk-shows politiques. Selon l'étude conduite par Barry A. Hollander⁶⁷¹, les auditeurs de 1996 ne sont pas exactement les mêmes que ceux de 1992. L'analyse des données collectées par l'American National Election Study entre 1992 et 1996 met en évidence des changements significatifs dans les variables du sexe, de l'appartenance ethnique, des revenus, du niveau d'études et de la localisation géographique. Ainsi, l'étude souligne que 30,9% des auditeurs des talk-shows radiophoniques politiques de 1992 ont cessé d'écouter ces programmes en 1996. Ces 30,9% d'auditeurs qui font défection au cours des trois années ont tendance à être majoritairement des femmes, avec un niveau d'éducation inférieur à la moyenne des auditeurs, à être plus sociolibérales sur le plan politique et plus tolérantes par rapport aux opinions des autres tout en faisant davantage confiance aux médias de

⁶⁶⁹ « *Ce n'est pas seulement Limbaugh. C'est 500 animateurs qui émulent Limbaugh à travers le pays qui vont... Quand Limbaugh n'est pas à l'antenne, ils le sont* ». Voir annexe n°6 « Entretien avec John W. Bryant ».

⁶⁷⁰ La fonction d'agenda (*agenda setting*) renvoie au processus par lequel les médias inscrivent certains sujets plutôt que d'autres à l'ordre du jour.

⁶⁷¹ Barry A. Hollander, "Political Talk radio in the '90s: A Panel Study", *Journal of Radio Studies* 6, n°2 (1999): 236-245.

référence⁶⁷². Au contraire, les 26,1% qui rejoignent l'auditorat des talk-shows radiophoniques politiques en 1996 sont majoritairement des hommes blancs, ont un niveau d'études supérieur à la moyenne, se montrent moins tolérants par rapport aux opinions différentes des leurs et résident principalement dans les États du Sud⁶⁷³. Hollander récapitule les résultats de son étude ainsi : « *These data suggests that liberals, women, and non-whites, initially interested in talk radio, became disenchanted with it between 1992 and 1996, so much so that they dropped out of the audience, perhaps out of concern about tolerance toward others* »⁶⁷⁴. Le changement du profil sociodémographique de l'auditorat du talk-show radiophonique politique semble donc être imputable au durcissement de ton des animateurs au moment de l'accession du nouveau président démocrate.

4.1. « L'Amérique prise en otage » : l'épreuve de force entre l'escouade républicaine et l'administration Clinton (décembre 1992 – décembre 1994)

L'élection de Clinton est un événement de taille car elle constitue la première victoire des Démocrates à l'élection présidentielle en seize ans : le dernier démocrate victorieux à la course à la Maison-Blanche en date est Jimmy Carter en 1976. C'est donc également la première fois que Limbaugh se retrouve à officier dans un contexte politique où le parti de l'âne contrôle les pouvoirs exécutif et législatif. Suite à l'investiture de Clinton, il ne mâche pas ses mots pour décrire ce qu'il perçoit comme une vraie prise d'otages, en référence à la fin du mandat de Jimmy Carter. Dès l'arrivée du nouveau président à la Maison Blanche, *The Rush Limbaugh Show* commence par un message en voix off rappelant la gravité de la situation, suite à quoi l'animateur procède au décompte des jours depuis la victoire de Clinton :

*“This is a special edition of the Rush Limbaugh program: “America Held Hostage!” And now from our studios in New York City here is Rush Limbaugh!” As you know my friends we count the days of the “Raw Deal”, that’s what we call the Clinton Administration. It’s also a hostage crisis and just as *Nightline* was there every day for all of us during the Iranian hostage crisis, so I shall be here each day during this, the Raw Deal. Today is day 394 of the Raw Deal.*⁶⁷⁵

⁶⁷² Hollander, “Political Talk radio in the ‘90s”: 240; 242.

⁶⁷³ Hollander, “Political Talk radio in the ‘90s”: 242.

⁶⁷⁴ « *Ces données suggèrent que les sociolibéraux, les femmes et les non-blancs, qui étaient initialement intéressés par les talk-shows en ont été désabusés entre 1992 et 1996, de telle sorte qu'ils ont déserté l'audience, peut-être par souci de tolérance à l'égard des autres* ». Hollander, “Political Talk radio in the ‘90s”: 243.

⁶⁷⁵ « *Ceci est une édition spéciale de l'émission de Rush Limbaugh : l'Amérique prise en otage !. Et maintenant, de nos studios de New York, voici Rush Limbaugh !' Comme vous le savez mes amis nous comptons les jours de la « Donne Injuste », c'est comme ça que nous appelons l'Administration Clinton. C'est également une crise d'otages et tout comme *Nightline* était présent chaque jour pour nous tous pendant toute la durée de la crise des*

Limbaugh réagit donc à la mise en place de ce nouveau cycle politique dominé par les Démocrates, en imposant une temporalité alternative qu'il s'emploie à dramatiser par une mise en récit visant à contester la légitimité du nouveau président. L'emploi du slogan « l'Amérique Retenue en Otage » (*America Held Hostage*) en sous-titre de l'émission, l'analogie avec la crise des Américains retenus en otage en Iran pendant l'année 1979 ainsi que la mise en place d'un décompte désignent clairement Clinton comme un dictateur réduisant son peuple à l'état de servitude. Ainsi, dans la vision de Limbaugh, l'accession du gouverneur de l'Arkansas à la Maison-Blanche ne constitue pas une étape légitime du processus d'alternance des majorités politiques mais un coup d'État ayant donné lieu à la mise en place d'un régime tyrannique.

Par ailleurs, le slogan que choisit l'animateur pour désigner la période politique qui s'ouvre est une réappropriation directe du nom de l'émission « Iran Crisis: America Held Hostage » qu'ABC met en place dès le début de la crise des otages de façon à tenir les Américains informer de façon quotidienne de l'évolution de la crise⁶⁷⁶. Ce faisant, Limbaugh se place en position du grand reporter qu'on aurait dépêché dans une zone de guerre, prêt à payer de sa vie pour le droit à l'information. Il n'hésite d'ailleurs pas à assimiler le rôle de *The Rush Limbaugh Show* à celui de *Nightline*, nom qui fut donné à l'émission après la fin de la crise. Enfin, l'expression « the Raw Deal » utilisée par Limbaugh pour désigner la direction politique mise en place par Clinton, est une subversion du « New Deal » de Franklin D. Roosevelt, fondement de la politique sociolibérale d'interventionnisme étatique. Là où Roosevelt proposait une « Nouvelle Donne » aux Américains, dans la vision de Limbaugh, Clinton leur impose une « Maldonne ».

4.1.1. La vacance du pouvoir conservateur et la « Régence » de Rush Limbaugh

Au tournant de l'année 1993, le Parti républicain est un parti en proie à l'abattement et sans un leader capable de reprendre en main les rênes du pouvoir et d'aider ses élus à se ressaisir. Malgré sa stature à la Chambre, Gingrich n'est pas en position de rallier le parti derrière lui et de le guider à travers le désert que le GOP pense qu'il s'apprête à traverser. Ne reste donc que Limbaugh qui, bien que s'étant impliqué dans la campagne, ressort indemne de la défaite. Au moment de la période de transition qui sépare la victoire de Clinton et son

otages en Iran, je serai là également chaque jour pendant ça, la Donne Injuste. Aujourd'hui, c'est le 394^{ème} jour de la Maldonne ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (00:00:00).

⁶⁷⁶ "Nightline" Archive: America Held Hostage, *ABC News*. <http://abcnews.go.com/Nightline/video/iran-crisis-america-held-hostage-9049607>; dernière consultation 26 octobre 2012.

investiture à la présidence, l'animateur prend une place centrale au sein du mouvement conservateur et empêche que les troupes républicaines défaites ne sombrent complètement dans le désarroi. L'ancienne directrice-adjointe de campagne (*Deputy Campaign Director*) de George H. W. Bush, Mary Matalin témoigne de l'importance de Limbaugh à ce moment :

I will never forget those dark, depressed, despondent days after the defeat where all of us that had been together were all dissipated, and all we had to hold us together was Rush Limbaugh. He was the only voice, in that huge defeat, in the face of the arrogance of the Clintonese just rushing into town, that really kept us collected.⁶⁷⁷

Limbaugh a, certes, joué un rôle politique non négligeable au cours de la campagne, mais il est un homme de médias et non un élu politique : sa crédibilité dans la critique du nouveau pouvoir et de celui qui s'apprête à devenir le 42^{ème} président demeure donc intacte. C'est vers lui que se tournent les Républicains pour faire face à l'échec électoral qu'ils viennent de subir et négocier la transition vers le cycle politique qui s'annonce.

Les anciens membres de l'Administration Bush ne sont pas les seuls à voir en Limbaugh un capitaine susceptible de guider le navire républicain dans la tempête. Ainsi, Reagan ne tarde pas à les rejoindre, et désigne Limbaugh comme son successeur à la tête du mouvement conservateur dans une lettre du 12 décembre 1992 :

Dear Rush,

Thanks for all you're doing to promote Republican and conservative principles. Now that I've retired from active politics, I don't mind that you've become the number one voice for conservatism in our country.

I know the liberals call you "the most dangerous man in America," but don't worry about it, they used to say the same thing about me. Keep up the good work. America needs to hear "the way things ought to be."

Sincerely,

Ron.⁶⁷⁸

Par cette lettre, le 40^{ème} président transmet officiellement le flambeau de la cause conservatrice à Limbaugh. Elle constitue proprement l'adoubement de l'animateur par celui

⁶⁷⁷ « Je n'oublierai jamais ces jours sombres de déprime et d'abattement après la défaite où tous ceux d'entre nous qui avaient été ensemble étaient éparpillés, et tout ce que nous avions pour rester unis c'était Rush Limbaugh. Il était la seule voix, dans cette immense défaite, face à l'arrogance des hommes de Clinton qui déferlaient sur la ville, qui nous permettait de garder notre sang froid ». Mary Matalin. "Rush Limbaugh's America", *PBS Frontline*; producer: Steve Talbot; February 28th, 1995.

⁶⁷⁸ « Cher Rush, Merci pour tout ce que vous faites pour promouvoir les principes républicains et conservateurs. Maintenant que je me suis retiré de la vie politique, ça ne me dérange pas que vous soyez devenu la première voix du conservatisme de notre pays. Je sais que les sociolibéraux vous nomment « l'homme le plus dangereux d'Amérique » mais ne vous inquiétez pas, ils disaient la même chose de moi. Continuez ce bon travail. L'Amérique a besoin d'entendre « les choses telles qu'elles doivent être ». Cordialement, Ron ». James Bowman, "The Leader of the Opposition," *The National Review*, September 6th, 1993: 44.

qui non seulement incarne le conservatisme depuis le milieu des années soixante-dix, mais est également la figure politique ayant amorcé un changement historique des paradigmes politiques, au point que les historiens désignent par « l'Ère Reagan » la période qui s'ouvre avec son arrivée sur la scène politique nationale en 1976⁶⁷⁹. À la faveur du chaos dans lequel la défaite de George H.W. Bush plonge le Parti républicain, l'animateur de talk-show radiophonique est désigné, fût-ce de façon symbolique et temporaire, figure de proue du mouvement conservateur. Ainsi, Limbaugh assure-t-il « la Régence » du mouvement conservateur à partir de novembre 1992 jusqu'à l'été 1994, moment où Gingrich s'affirme comme leader susceptible de mener le Parti républicain à la victoire lors des élections de mi-mandat de novembre 1994.

Malgré la débâcle, les Républicains ne tardent pas, dès les débuts du mandat de Clinton, à organiser la contre-offensive. Cette dernière est menée non pas par le président du RNC, Haley Barbour – même si ce dernier y participe activement – ni par Robert H. Michel, chef de la minorité à la Chambre (*House minority leader*), mais par le *minority whip*, c'est-à-dire le numéro deux des Républicains, en la personne de Gingrich. Ce dernier s'entoure de Joseph Gaylord, dont il fait son conseiller politique, de Tony Blankley, qui intervient en tant que porte-parole, et du spécialiste des sondages Frank Luntz, ancien soutien de Buchanan. Pour organiser l'opposition, l'équipe de Gingrich établit un dispositif visant à mettre systématiquement en défaut l'Administration Clinton, particulièrement dans le domaine de l'éthique, selon la stratégie éprouvée par le représentant de Georgie tout au long des années quatre-vingt.

C'est alors que se forme une véritable « escouade républicaine » constituée des hommes de Gingrich, des titres de la presse conservatrice – *The Washington Times* et les éditoriaux de *The Wall Street Journal* – et des émissions de talk-shows radiophoniques conservateurs. Cette escouade a pour objectif de donner un retentissement national à l'action des Républicains de la Chambre – un processus appelé *nationalization* – et de faire de la minorité républicaine un vrai contre-pouvoir. C'est donc à ce moment-là que le talk-show radiophonique est pleinement intégré à la stratégie de communication du GOP. Comme le précise Blankley, le dispositif est mis au point minutieusement et le déroulement de la stratégie fait l'objet d'une concertation constante :

⁶⁷⁹ Parmi ceux-là, citons pour rappel Sean Wilentz, auteur de *The Age of Reagan: a History (1974-2008)* et Steven F. Hayward, *The Age of Reagan: the Conservative Counterrevolution (1980-1989)*.

We used to hold planning sessions, looking at the national scene and trying to define things, both in culture and in politics, that could help nationalize to our advantage. And part of the concept is, in any campaign there's a negative and a positive. [...] You want to disparage the governing party and you want to push your own agenda. And we were driving very hard the fact and issue of corruption in the Democratic majority. This was the beginning, at least for me, when we started really working more closely with talk radio. We knew of scandals to be revealed, we had newspaper reporters. [...] *The Washington Post* was willing to report on evidence of scandals. And we had the potential of talk radio, which had not yet been galvanized at all.⁶⁸⁰

L'objectif de l'équipe de Gingrich est donc bien de répliquer la stratégie de dénonciation des manquements éthiques présumés de la majorité démocrate de la Chambre, mais pour l'utiliser cette fois-ci contre l'Administration Clinton. De plus, la « rencontre » entre le leadership républicain et le talk-show radiophonique résulte bien d'une démarche concertée et d'intérêts mutuels bien compris entre les deux partis. Il faut comprendre ce dispositif non pas comme impliquant la présence de Limbaugh lors des séances de planification stratégique, mais comme prenant pleinement en compte la force de frappe potentielle de *The Rush Limbaugh Show* et de ses répliques au niveau local dans la diffusion du message des Républicains.

En effet, l'équipe de Gingrich ne met pas uniquement à contribution l'émission de Limbaugh mais également tous les talk-shows radiophoniques locaux. Il s'agit donc d'une stratégie de ciblage global qui rend impératif de maintenir une relation permanente avec les stations. Pour ce faire, il est nécessaire d'identifier les personnes susceptibles d'être intéressées par l'information dont dispose l'État-Major du *minority whip*, ainsi que l'explique Blankley :

I started putting together lists of talk radio shows, most of them were conservative, and producers' names and hosts' names and phone numbers and at that time fax [...] The challenge was to fax numbers that you needed. And then of course who owned fax machines? There would be like one fax machine in any shop, whether it was a radio station or something. [...] Who's managing the fax machine? Are they going to hold the stuff or are they going to pass it on to the boss? And so it was a lot of tactical stuff [...]. But in any event, we started, just randomly, I mean we were in the business of calling up news organizations and telling them what we thought was the news of the

⁶⁸⁰ « Nous organisons des séances de préparation, examinons la scène politique nationale et essayons de définir des choses, à la fois dans le domaine sociétal et politique, susceptibles de nous aider à donner à notre action une envergure nationale qui serait en notre faveur. Et un aspect du concept c'est que, dans toute campagne il y a une dimension négative et une dimension positive. [...] Il s'agit de dénigrer le parti au pouvoir et de promouvoir votre propre ordre du jour. Et nous martelions très fort les faits et la question de la corruption au sein de la majorité démocrate. C'était le début, au moins en ce qui me concerne, d'une véritable collaboration plus rapprochée entre les talk-shows radiophoniques et nous-mêmes. Nous étions au courant de scandales à révéler, nous avions des journalistes de presse. [...] *The Washington Times* était disposé à présenter des preuves de scandales existant. Et nous avions le potentiel des talk-shows radiophoniques qui n'avait pas encore été exploité du tout ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

day and we thought the news of the day was that there was a scandal, along with other things.⁶⁸¹

Ainsi, la diffusion par les talk-shows du message de l'équipe de Gingrich est loin d'être un processus naturel, évident par lui-même et non problématique. Outre les obstacles logistiques susceptibles d'entraver la transmission du fax en direction des animateurs, le contenu informationnel est un paramètre clef qui intervient dans le cheminement du message jusqu'aux ondes des radios. Il doit faire l'objet d'une élaboration méticuleuse en amont afin de retenir l'attention des animateurs et être jugé valable d'être discuté à l'antenne. Ainsi, bien qu'ils soient majoritairement de tendance conservatrice, les talk-shows radiophoniques ne sont pas systématiquement acquis à la cause du leadership républicain dans son opposition à l'Administration Clinton.

Cependant, lorsque la relation entre les talk-shows et l'équipe de Gingrich – et plus particulièrement la relation avec Limbaugh – fonctionne de façon symbiotique, elle permet aux Républicains d'imposer certains sujets à l'ordre du jour des médias de référence. Les conditions nécessaires pour ce faire sont réunies lorsque les premiers ont résolu de révéler un scandale – ou de simplement rendre publique une information que les derniers ont choisi d'ignorer – qui suscite l'intérêt des talk-shows. Dans ce cas de figure, l'information est relayée sur les ondes avec une insistance et une intensité telles que les médias de référence se trouvent contraints de les évoquer eux-mêmes, un processus que Blankley résume comme suit:

So by '92 and into early '93 we were much more systematically accumulating records and making contact and trying to have [talk radio programs] help drive the news to the point where mainstream media will start covering it. The mainstream media, even if they don't want to cover something, doesn't want to be in a situation where their readers are interested in a subject matter and find out that they have to get the news elsewhere.⁶⁸²

⁶⁸¹ « J'ai commencé à constituer une liste de talk-shows radiophoniques, dont la plupart étaient conservateurs, et de noms de producteurs et de noms d'animateurs et de numéros de téléphone et, à cette époque, de fax [...]. Le défi était d'envoyer des fax aux numéros dont vous aviez besoin. Et puis bien-sûr qui possédait un fax ? Il y avait quelque chose comme un fax par boutique, que ce soit une station de radio ou autre chose. [...] Qui s'occupe du fax ? Est-ce que la personne va bloquer le truc ou est-ce qu'elle va le transmettre à son chef ? Et donc, c'était beaucoup de choses de nature tactique [...]. Mais quoi qu'il arrive, on commençait tout simplement au hasard, je veux dire, notre boulot c'était de contacter des agences de presse et de leur dire notre avis sur ce qui constituait la nouvelle du jour et nous pensions que la nouvelle du jour c'était qu'il y avait un scandale, ça et d'autres choses ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁶⁸² « Donc à partir de 92 et début 93, nous accumulions des informations de façon bien plus systématique et nous établissions des contacts et nous essayions de faire en sorte que [les talk-shows radiophoniques] nous aident à imposer les sujets d'actualité de telle sorte que les médias de référence se mettent à en parler. Les médias de référence, même s'il y a quelque chose dont ils ne veulent pas parler, ne veulent pas se trouver dans une

Le potentiel des talk-shows radiophoniques conservateurs ne réside pas seulement dans leur intérêt pour des sujets ignorés des médias de référence, mais également dans ce qu'ils exercent une « fonction d'agenda » leur permettant d'imposer certaines questions à l'ordre du jour des médias de référence. Toute la stratégie consiste à jouer la carte de la concurrence en évoquant de façon continue des sujets ignorés de ces derniers de manière à les placer en situation de retard sur l'actualité. La nécessité de ne pas se laisser devancer par les médias de niche les contraint donc au bout du compte à coopter ces sujets et les porter à leur propre ordre du jour.

4.1.1.1. L'échec de la nomination de Zoe Baird : la fonction d'amplification du talk-show

L'échec de la nomination de Zoe Baird au poste de Garde des Sceaux fournit un exemple particulièrement probant de l'efficacité des talk-shows radiophoniques à propulser certains éléments d'actualité en première position de l'ordre du jour médiatique. Déterminé à constituer une Administration qui soit représentative des États-Unis dans toute leur diversité, Clinton choisit de nommer une femme à la tête du ministère de la Justice (*Department of Justice*). Son choix se porte sur Baird, avocate quadragénaire ayant travaillé comme juriste au sein de ce même ministère pendant la présidence de Jimmy Carter et jouissant d'une réputation de femme capable de traiter avec les Républicains dans le cadre de projets bipartites. Ainsi, pendant le mandat de Bush, elle s'était impliquée aux côtés du Vice-président dans le cadre du « Conseil sur la compétitivité » (*Council on Competitiveness*) qui avait pour fonction d'examiner les projets visant à réduire les coûts de la production industrielle.

Lorsque Clinton la nomme garde des Sceaux le 24 décembre 1992, sa candidature est bien accueillie. Le lendemain, elle expose à *The New York Times* les principes qui guideront donc son action :

If confirmed by the Senate, I will do everything within my power to be sure that this department will be firm in its prosecution of crime, will be guided by the rule of law and will be committed to the principled and deliberate advancement of civil rights, environmental protection and economic fairness and I pledge to promote the highest standards of excellence and integrity within the department.⁶⁸³

situation où leurs lecteurs sont intéressés par un sujet pour se rendre compte qu'ils doivent obtenir l'information ailleurs ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁶⁸³ « Si ma nomination est confirmée par le Sénat, je ferai tout ce qui est en mon pouvoir pour m'assurer que ce ministère se montre ferme dans la poursuite du crime, qu'il soit guidé par la règle du droit et soit dévoué à la promotion réfléchie et active des droits civiques, de la protection environnementale et de l'équité économique, et

Outre le respect du droit et de l'équité, elle fait savoir qu'elle entend veiller à ce que la conduite des affaires de son ministère se fasse dans le plus grand respect des principes d'intégrité et d'éthique. De manière générale, la presse est unanime à saluer le choix de Baird comme candidate au poste de garde des Sceaux et sa candidature suscite l'enthousiasme, tant dans la sphère politique que médiatique⁶⁸⁴.

Toutefois, le 14 janvier *The New York Times* annonce que, jusqu'en novembre 1992, Baird et son époux employaient un couple d'immigrés péruviens en situation irrégulière. Du fait de l'illégalité d'une telle situation, l'IRS n'était pas en droit d'accepter de cotisations de retraite (*Social Security Tax*) de la part du couple, cotisations dont il ne s'était donc pas acquittées. Ayant déposé une demande de naturalisation pour le couple, Baird pensait qu'elle n'agissait pas dans l'illégalité⁶⁸⁵.

L'annonce ne provoque que peu d'émoi dans les médias de référence et dans les rangs de l'équipe de transition. David Johnston, le journaliste de *The New York Times* qui révèle l'affaire, considère qu'elle est tout au plus « potentiellement gênante » (*potentially embarrassing*) pour la candidate⁶⁸⁶. De la même manière, Ricki Seidman, porte-parole de l'équipe de transition, se montre confiant quant à la confirmation de Baird par le Sénat : « *Zoe Baird fully disclosed and explained the situation during the selection process, and she will be an excellent Attorney General* »⁶⁸⁷. Ainsi, la nouvelle ne semble pas perturber outre mesure le processus de nomination, et aucune voix dans la grande presse écrite et les journaux télévisés des Trois Grands Réseaux ne s'élève pour mettre en cause le couple Baird ou dénoncer la négligence de l'équipe de transition.

La situation change lorsque le mécontentement des citoyens par rapport à l'affaire commence à se faire entendre pour finalement trouver un véritable écho dans tout l'écosystème médiatique. Le surlendemain de la révélation de l'affaire, Russell Baker de *The New York Times* fait part de son agacement face à la désinvolture avec laquelle les élites politiques et médiatiques de Washington traitent l'infraction commise par Baird. Dans son éditorial du 16 janvier, il met en garde l'équipe de transition et ses confrères des médias de

je m'engage à promouvoir les critères d'excellence et d'intégrité les plus stricts au sein du ministère ». Gwen Ifill, "THE TRANSITION; Clinton Completes Cabinet and Points to Its Diversity: Corporate Lawyer, a Woman, Gets Justice Dept.," *The New York Times*, December 25th, 1992.

⁶⁸⁴ Benjamin I. Page and Jason Tannenbaum, "Populistic Deliberation and Talk Radio," *Journal of Communication* 46, n°2 (1996): 35-36.

⁶⁸⁵ David Johnston, "Clinton's Choice for Justice Dept. Hired Illegal Aliens for Household," *The New York Times*, January 14th, 1993.

⁶⁸⁶ Johnston, "Clinton's Choice for Justice Dept."

⁶⁸⁷ « *Zoe Baird a révélé et expliqué la situation intégralement pendant le processus de sélection, et elle fera une excellente garde des Sceaux* ». Johnston, "Clinton's Choice for Justice Dept."

référence sur la colère que l'affaire est en train de soulever et que les élites de Washington semblent ignorer complètement :

The Baird story is rife with trivialities of the sort that may not amount to a hill of beans to higher Washington but tend to infuriate the masses who telephone talk-radio stations. Too many other American women employ household help and have been put through the wringer by the Federal tax police and the Social Security people. [...] Dreadful tales filled the air: A caller told of paying her cleaning woman's Social Security, thus bringing the cleaning woman to the attention of the I.R.S., which had been persecuting the poor creature ever since. It is the stuff that a people baffled by foreign policy debate can sink teeth into.⁶⁸⁸

Ainsi, les révélations sur l'affaire provoquent-elles la grogne des citoyens ordinaires dès leur publication par *The New York Times*, par le biais des talk-shows radiophoniques politiques.

Ce sont donc ces émissions, relais du mécontentement populaire, qui font entendre une voix dénonçant clairement les manquements de Baird à l'éthique au sein d'un écosystème médiatique plutôt complaisant à l'égard de celle qui a été pressentie pour être la prochaine garde des Sceaux. Fidèle à sa rhétorique antiféministe, une fois que Baird eût demandé au président de retirer sa candidature le soir du 21 janvier, Limbaugh affirme que si Baird avait été un Républicain de sexe masculin, on ne l'aurait même pas laissé aller jusqu'aux audiences de confirmation devant le Sénat (*Senate hearings*) : « *If this was a male Republican, he probably wouldn't have made it to the hearing, and Lawrence Walsh would have been called in to investigate. [...] In a brilliant ploy to save her nomination, to make sure she pleased the feminists, she blamed all this on her husband* »⁶⁸⁹. Sa critique de Baird apparaît dissonante par rapport à celles que formulent les autres animateurs dans la mesure où il semble prendre le prétexte de l'affaire pour accuser en creux l'équipe de Clinton d'être pro-féministe. En revanche, son positionnement rejoint celui de ses homologues lorsqu'il suggère que, parce que l'affaire relève du problème de la garde des enfants et des moyens financiers que cela nécessite – un domaine qui concerne une majorité de citoyens –, sa portée transcende les clivages entre sociolibéraux et conservateurs :

⁶⁸⁸ « *L'affaire Baird est pleine de broutilles de la sorte qui peuvent ne pas valoir un pet de lapin aux yeux de l'élite washingtonienne mais qui a tendance à rendre furieuses les masses populaires qui téléphonent aux stations de talk-shows radiophoniques. Trop d'Américaines emploient des femmes de ménage et ont été mises sur la sellette par la police fiscale fédérale et les gens de la caisse de retraite. [...] Des récits glaçants ont investi les ondes : un appelant a raconté avoir payé les cotisations retraite de sa femme de ménage, portant ainsi la femme de ménage à l'attention du fisc qui persécute la pauvre femme depuis lors. C'est le genre de sujet dont peuvent vraiment s'emparer les gens que la politique internationale déconcerte* ». Russell Baker, "Observer; Must be Democrats," *The New York Times*, January 16th, 1993.

⁶⁸⁹ « *Si ça avait été un Républicain homme, il ne serait certainement pas parvenu jusqu'aux audiences, et on aurait appelé Lawrence Walsh pour mener l'enquête. [...] Par un brillant stratagème visant à sauver sa nomination, pour être sûre de faire plaisir aux féministes, elle a mis tout sur le dos de son mari* ». Kurtz, "Talk Radio's Early Word on Zoe Baird."

This is like the House Bank thing in the sense that it's easily understandable. This is something the people out there just picked up on real fast. I don't think it's liberal or conservative, it's pure pocketbook. Here's a woman and her husband making \$600,000 and they're out there hiring illegals because they "cant' find anybody." [...] She broke the law. I took the position that nobody's above the law.⁶⁹⁰

L'analogie avec le scandale « Rubbergate » du début 1992 – lorsque certains représentants avaient dépassé le solde de retrait autorisé par la banque de la Chambre – a pour finalité de cadrer la question comme l'opposition entre une élite politique dispendieuse et aisée, et la classe moyenne américaine en butte aux difficultés financières de la vie quotidienne.

Limbaugh voit son positionnement pleinement légitimé par le fait que, pour faire entendre leur colère par rapport à ce qui est proprement en train de devenir un « Nounougate » (*Nannygate*), les citoyens ne s'emparent pas uniquement des talk-shows radiophoniques conservateurs mais également de ceux dont les animateurs sont plutôt favorables à Clinton. Judy Jarvis, animatrice d'allégeance sociolibérale sur WPOP-AM à Hartford dans le Connecticut, explique que les réactions des auditeurs aux révélations de *The New York Times* ont été instantanées :

From the moment I raised Zoe Baird's name on my radio show last week, I knew that my Washington friends were wrong. My calls from the real America were overwhelmingly against Baird. That she and her law-professor husband had decided to hire illegal workers to watch their child and tend to household chores was a very big deal indeed, no matter how much the Beltway said otherwise. Here was a crime, unlike lying to Congress, that Main Street could relate to. Store owners, working moms and dads, legal and illegal workers, I got calls from all of them, across the political and economic spectra, demanding the nation's top cop not be guilty of a crime they knew better than commit.⁶⁹¹

⁶⁹⁰ « C'est comme l'histoire de la Banque de la Chambre en ce sens que c'est facile à comprendre. C'est quelque chose que les gens ont relevé très vite. Je ne crois pas que ça ait à voir avec le fait d'être sociolibéral ou conservateur, c'est purement une question de porte-monnaie. Voilà une femme et son mari qui gagnent 600 000 dollars et qui sont là à recruter des immigrés en situation irrégulière parce qu'ils « ne trouvent personne ». [...] Elle a enfreint la loi. J'ai adopté la position selon laquelle personne n'est au-dessus de la loi ». Howard Kurtz, "Talk Radio's Early Word on Zoe Baird; Listeners' "Nannygate" Reactions Signaled Trouble for Nominee," *The Washington Post*, January 23rd, 1993.

⁶⁹¹ « À partir du moment où j'ai évoqué le nom de Zoe Baird dans mon émission de radio la semaine dernière, j'ai su que mes amis de Washington avaient tort. Les appels que je recevais de la vraie Amérique étaient contre Baird de façon écrasante. Qu'elle et son mari, un professeur de droit, aient décidé d'employer des travailleurs en situation irrégulière pour surveiller leur enfant et s'occuper des corvées ménagères était bel et bien un problème grave, peu importe que le microcosme de Washington répète qu'il en était autrement. C'était là un crime qui, contrairement au fait de mentir devant le Congrès, pouvait toucher les citoyens ordinaires. Les petits commerçants, les mamans et les papas qui travaillent, les travailleurs en situation irrégulière ou non, j'ai reçu des appels de leur part à tous, d'horizons politique et économique différents, qui exigeaient que le premier flic de la nation ne soit pas quelqu'un coupable d'un crime dont il aurait pu s'abstenir ». Judy Jarvis, "PERSPECTIVE ON ZOE BAIRD: To Main Street, It's a Crime: Judiciary Committee, Transition Team and The Nominee Herself Still Don't Get It: Nobody is Above the Law," *The Los Angeles Times*, January 22nd, 1993.

La teneur des appels souligne donc le décalage dans la façon dont l'élite washingtonienne et les citoyens ordinaires perçoivent l'affaire. Le fait que l'infraction ait trait à la vie courante permet à ces derniers de saisir les enjeux de l'affaire, et de prendre instantanément la pleine mesure du contraste entre leur train de vie et celui des hommes politiques.

Directeur de rédaction de *The Wall Street Journal* à Washington, Albert Hunt accrédite lui aussi la thèse du décalage entre les élites politique et médiatique de la capitale fédérale et les citoyens ordinaires : « *It may be that we live a life so unlike average citizens that we're really not very attuned to what they're thinking about. Once the call-in shows started to weigh in, senators found out that people in Kansas and Iowa and Missouri don't hire illegal aliens and don't think it's like a speeding violation* »⁶⁹². L'analyse de Hunt est particulièrement surprenante car il semble inclure *The Wall Street Journal* dans l'élite dont il déplore la perte du sens des réalités. Rédacteur en chef d'un journal aux éditoriaux conservateurs, il aurait été naturel qu'il dénonce cette perte de repères comme un mal sociolibéral dont ne sont affectés que les Démocrates et les titres de la presse écrite non conservatrice.

Si le talk-show radiophonique a permis que le mécontentement populaire s'exprime sur le terrain de manière quasi instantanée, la chaîne parlementaire C-SPAN a joué un rôle tout aussi crucial. Ainsi, lors des pauses dans les audiences sénatoriales que la chaîne retransmet en direct, le présentateur Brian Lamb prend des appels de téléspectateurs qui expriment une colère grandissante à mesure qu'avancent les discussions. Lamb insiste sur l'instantanéité des réactions des auditeurs, rendue possible par ce nouveau média, autre paramètre jouant en la défaveur de la garde des Sceaux pressentie. De son propre avis, sous l'effet de C-SPAN et du talk-show radiophonique politique, le pays est entré dans l'ère de l'immédiateté : « *In the old days, people would have had to wait for details on Baird. Now it's in real time* »⁶⁹³. Ce qui fait de la chaîne parlementaire et des émissions de Limbaugh et ses homologues des « nouveaux médias » c'est le changement radical qu'ils induisent dans le rapport au temps, dont l'impact sur le rythme politique et la conduite des affaires est très significatif.

Plus tard, un des porte-paroles de la Maison-Blanche reconnaît que le talk-show radiophonique désoriente l'Administration par sa capacité à relayer un message de manière

⁶⁹² « *Il se peut que nous menions des vies si différentes de celles de la moyenne des citoyens que nous ne sommes pas vraiment en phase avec ce qui les préoccupe. Une fois que les émissions de libre-antenne ont commencé à faire savoir leur point de vue, les sénateurs ont découvert que les gens du Kansas et de l'Iowa et du Missouri n'emploient pas d'immigrés en situation irrégulière et ne pense pas que c'est pareil qu'un excès de vitesse* ». Kurtz, "Talk Radio's Early Word on Zoe Baird."

⁶⁹³ « *Jadis les gens auraient dû attendre avant d'avoir les détails de l'affaire Baird. Désormais, c'est en temps réel* ». Fineman, "The Power of Talk."

instantanée et qui prive l'auditeur du temps de réflexion nécessaire pour se former une opinion réellement informée :

We're wired in real time now. People hear something and immediately react without reflection, without comparing what Rush Limbaugh says to, say Dan Rather says. They can wing in with faxes and telegrams and calls based only on Limbaugh, and for many he is the sole source of information.⁶⁹⁴

Il semble donc qu'il faille attribuer l'échec de la nomination de Baird au rôle du talk-show radiophonique politique qui impose une sorte de rééquilibrage des relations entre élus et administrés, dans la mesure où ces derniers peuvent désormais « répondre » aux premiers. L'animatrice Diane Rehm semble accrédi-ter cette thèse en avançant l'argument que l'émergence du talk-show politique lors de la dernière campagne présidentielle a délié les langues : « *It goes back to the talk-show campaign. People are no longer afraid to speak out, and they're going to do so spontaneously. They're on the horn expressing their opinion whether they're asked or not* »⁶⁹⁵.

L'équipe de transition semble elle n'avoir aucun doute quant au rôle des talk-shows politiques dans une polémique qui vient ternir l'image du nouveau président, et cela-même alors qu'il n'est pas encore investi, comme en témoigne George Stephanopoulos, Directeur de la Communication à la Maison-Blanche (*White House Communication Director*) : « *What we failed to see was Rush Limbaugh and Newt Gingrich bearing down on us from the right [...]. Absent the grassroots firestorm right-wing talk radio ignited, we might have gotten away with the Baird nomination [...]* »⁶⁹⁶. Avant même l'investiture, la nouvelle Administration apprend donc à ses dépens qu'elle va devoir prendre en compte le rôle désormais central du talk-show radiophonique politique ainsi que les changements qu'il entraîne dans les rapports de force au sein de l'écosystème médiatique.

Quant à Limbaugh, il récuse l'idée que les émissions du genre de celle qu'il anime aient pu avoir quelque influence que ce soit dans la mise en échec de Baird : « *Talk-shows didn't*

⁶⁹⁴ « *Nous sommes connectés en temps réel désormais. Les gens entendent quelque chose et réagissent immédiatement sans réfléchir, sans comparer ce que dit Rush Limbaugh avec, disons ce que Dan Rather dit. Ils peuvent faire pleuvoir des fax, des télégrammes et des appels sur la seule base de ce que dit Limbaugh, et pour beaucoup, il est la seule source d'information* ». Steven V. Roberts, "What a Rush! He's an American original, fusing news and nonsense, hard-edged humor and hard-right views. And even his critics think he is funny," *U.S. News & World Report*, August 8th, 1993.

⁶⁹⁵ « *Ça renvoie à la campagne des talk-shows. Les gens n'ont plus peur de dire ce qu'ils pensent et ils le font spontanément. Ils ont le combiné à la main pour exprimer leur opinion qu'on le leur demande ou non* ». Kurtz, "Talk Radio's Early Word on Zoe Baird."

⁶⁹⁶ « *Nous sommes complètement passé à côté du fait que Rush Limbaugh et Newt Gingrich étaient en train de se ruer sur nous par la droite [...]. Sans la tempête que les talk-shows de droite ont déclenchée sur le terrain, nous aurions pu nous tirer à bon compte de la nomination de Baird* ». George Stephanopoulos, *All Too Human*, (Boston: Back Bay Books, 2000), 119.

get rid of Zoe Baird. She got rid of herself»⁶⁹⁷. Ce faisant, il adopte une rhétorique qui consiste à se réfugier derrière son statut d'*entertainer* et à nier un quelconque pouvoir d'influence de sa part.

De son côté, l'équipe de Gingrich n'est pas pour rien dans l'ampleur qu'a pris la polémique. Le 16 janvier, le *minority whip* demande tout simplement le retrait de Baird : « *Clearly she has crossed the line. You can't have a person who ought to be prosecuted serving in the Cabinet* »⁶⁹⁸. L'argument selon lequel on ne peut nommer à une fonction exécutive une personne qui devrait normalement faire l'objet de poursuites judiciaires s'inscrit pleinement dans la stratégie du représentant de Géorgie qui consiste à dénoncer les manquements à l'éthique du clan démocrate. C'est ce message que le leadership républicain répète à l'envi au cours de la semaine suivante. Toutefois, à en croire Blankley, l'emploi d'immigrés en situation irrégulière est une pratique courante dans les milieux aisés et considérée comme normale même parmi les plus orthodoxes des conservateurs :

Who in their late 30s or 40s with a couple of kids at home with a working husband or a working wife didn't have a live-in nanny? And for the vast majority of them, they were illegal Hispanics. [...] And Zoe Baird, another professional person who has the same thing, is that a big deal? Hey... come on... everyone's doing it...⁶⁹⁹

La position de Blankley est pour le moins surprenante. En effet, par le biais des talk-shows radiophoniques, les citoyens ordinaires ont désavoué les médias de référence, accusés d'être en décalage avec le peuple au point de ne plus partager ses valeurs. Or, Blankley qui travaille à la mise en défaut de Clinton et des démocrates pour leur tendance à la corruption semble être pleinement d'accord avec la position de *The New York Times* selon laquelle l'affaire n'a rien d'exceptionnel. Il semble donc que Baird soit choisie comme cible par le clan Gingrich parce que le délit dont elle est accusée permet d'en faire l'allégorie de l'immoralité du Parti démocrate. Les talk-shows radiophoniques sont donc intervenus à point nommé, amplifiant la polémique au point de contraindre les médias de référence à la relayer de façon bien plus appuyée :

⁶⁹⁷ « Ce ne sont pas talk-shows qui se sont débarrassés Zoe Baird. Elle s'est débarrassée d'elle-même toute seule. *Fineman* ». "The Power of Talk."

⁶⁹⁸ « Elle a clairement franchi une limite. On ne peut pas avoir au sein d'un gouvernement quelqu'un qui devrait faire l'objet de poursuites ». "Baird Crossed a Line, Gingrich Says," *The Los Angeles Times*, January 16th, 1993.

⁶⁹⁹ « Quelle personne de la fin de la trentaine ou de la quarantaine avec deux enfants à la maison et un mari qui travaille ou une femme qui travaille n'avait pas de nounou à demeure? Et pour la grande majorité d'entre eux, il s'agissait de Sud-américains en situation irrégulière. [...] Et Zoe Baird, une autre personne qui travaille, dans la même situation, est-ce que c'est si grave que ça ? Hé... allons... tout le monde fait ça... » Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

They [the dominant media] report it because the leading Republican makes a charge and they report it briefly on page 18. That's not the same as banging away three hours a day to 40 million people about it. So it's not a question that they didn't report things, it's that they underreported it or they didn't report it often enough or they didn't report it conspicuously enough. That's why George was absolutely right: if it wasn't for talk radio, it would have been a little embarrassment and then the Republican Senators wouldn't have had the courage to speak up because you don't want to be out there all alone.⁷⁰⁰

La mise en échec de la nomination de Baird illustre la façon dont les talk-shows radiophoniques politiques sont susceptibles d'influencer l'ordre du jour médiatique. Elle constitue également une première victoire de Limbaugh et de l'escouade républicaine dans leur bras de fer avec la Maison-Blanche. Dans ce cas de figure, Limbaugh et ses homologues sont parvenus, non pas à imposer un sujet à l'ordre du jour des médias de référence – l'affaire ayant été révélée d'abord dans les colonnes de *The New York Times* – mais à faire prendre une grande ampleur à une affaire qui semble au départ inconséquente. L'échec de la nomination de Baird fournit donc un exemple de la fonction d'amplification que joue le talk-show radiophonique politique, un phénomène que l'équipe de Gingrich ne va pas tarder à exploiter en faveur des Républicains :

So once talk radio came along it became obvious pretty quickly that it was a powerful driver of information, not only to the people who were listening to it, but up into—and infesting if you will or informing—the broader media. That's why it's such an extraordinarily powerful force.⁷⁰¹

L'affaire Baird indique que les médias de référence, hermétiques aux idées conservatrices, ne forment désormais plus une forteresse impénétrable mais qu'il est possible, grâce à une stratégie de communication élaborée avec soin de la prendre d'assaut, voire de la « contaminer » par des éléments d'information qui vont s'y développer de manière virale, comme le suggère le terme *infesting* employé par Blankley.

⁷⁰⁰ « Les médias [de référence] s'en font l'écho parce que le chef de file des Républicains porte une accusation et ils en parlent brièvement en page 18. Ce n'est pas la même chose que de marteler l'information trois heures par jour auprès de 40 millions de gens. Donc la question ce n'est pas qu'il y avait certaines choses dont ils ne se faisaient pas l'écho, c'est qu'ils n'en parlaient pas suffisamment ou qu'ils n'en parlaient pas assez souvent ou qu'ils n'en parlaient pas de façon assez audible. C'est pour ça que George [Stephanopoulos] avait complètement raison: s'il n'y avait pas eu les talk-shows radiophoniques, ça aurait été une petite gêne et donc les sénateurs républicains n'auraient pas eu le courage de s'exprimer parce que personne n'a envie d'être seul contre tous ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁷⁰¹ « Donc une fois que les talk-shows radiophoniques sont apparus, il est devenu évident assez rapidement qu'ils étaient des outils puissants pour imposer l'information, non seulement aux gens qui les écoutaient mais – en contaminant si vous voulez ou en informant – jusqu'à l'ensemble des médias. C'est la raison pour laquelle c'est une force d'une puissance aussi extraordinaire ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

4.1.1.2. La Maison-Blanche riposte : la fonction d'agenda du *White House Radio Address*

À en croire Limbaugh, le succès du talk-show radiophonique conservateur serait dû à l'écart entre les sociolibéraux et les conservateurs dans la perception de leur potentiel d'efficacité politique : « *The fact is that liberals feel empowered and conservatives don't* »⁷⁰². Dans ce cas, l'impression qu'ont les conservateurs que les médias de référence ne leur sont pas favorables est un atout car ils sont contraints de chercher d'autres canaux à l'expression de leurs idées et investissent le talk-show radiophonique avec d'autant plus de ferveur. Comme le montre l'échec de la nomination de Baird, les conservateurs prennent vite l'ascendant sur les Démocrates dans leur course à l'ordre du jour. Dès les premiers mois de l'Administration Clinton, l'inquiétude se fait jour à la Maison-Blanche quant à la capacité des Démocrates de faire pièce à Limbaugh et ses homologues, comme le souligne un conseiller du président : « *We, the Democrats generally, the Liberals generally, do not have anything that rivals Rush Limbaugh. It's pathetic. He's playing rollerball, and we're playing chess* »⁷⁰³. Ainsi, bien que la présidence jouisse d'un accès permanent aux différents médias du pays, l'Administration perçoit très vite que le rapport de force avec le talk-show radiophonique conservateur est en sa défaveur car elle n'a pas à sa disposition de relai médiatique de même nature.

Pour faire pièce aux Républicains, les Démocrates à la Chambre établissent un dispositif de surveillance des émissions de Limbaugh de façon à être en mesure de le contre-attaquer. De son côté, David Wilhelm, président du Comité national démocrate, le *Democratic National Committee* (DNC), définit un plan de communication pour le président et les officiels de la Maison-Blanche qui comprend des interventions sur un certain nombre de talk-shows radiophoniques politiques⁷⁰⁴. Dès le début de l'année 1993, Wilhelm s'essaie également au bras de fer avec Limbaugh. Suite à l'annonce faite par Clinton lors du discours sur l'état de l'Union du 17 février 1993 d'un plan prévoyant la hausse des impôts et la baisse des dépenses de l'État, Limbaugh propose de parier un million de dollars au DNC qu'à la date du 1^{er} janvier 1995, l'inflation, le chômage, les taux d'intérêt et le déficit fédéral seront plus

⁷⁰² « *Le fait est que les sociolibéraux se sentent naturellement en capacité d'agir et les conservateurs non* ». Fineman, "The Power of Talk."

⁷⁰³ « *Nous les Démocrates en général, les sociolibéraux en général, n'avons rien qui puisse rivaliser avec Limbaugh. C'est pathétique. Il joue au flipper informatisé et nous jouons aux échecs* ». Steven V. Roberts, "What a Rush! He's an American original, fusing news and nonsense, hard-edged humor and hard-right views. And even his critics think he is funny," *U.S. News & World Report*, August 8th, 1993.

⁷⁰⁴ Fineman, "The Power of Talk."

élevés et la côte de popularité de Clinton sera inférieure à 45%. David Wilhelm lui fait une contre-offre et lui propose de céder son micro au DNC pendant un an s'il perd son pari⁷⁰⁵.

Ces quelques échanges entre Limbaugh et la nouvelle Administration demeurent toutefois anecdotiques et sont sans grand effet. La meilleure réponse au talk-show radiophonique conservateur, qui par l'immédiateté et l'instantanéité qui caractérisent son mode opératoire et la capacité d'influer sur l'ordre du jour des médias de référence, est certainement l'allocution radiophonique du président (*White House Radio Address*) prononcée le samedi matin depuis le Bureau Ovale. Les allocutions radiophoniques des présidents américains sont une tradition plutôt bien établie depuis les causeries au coin du feu de Roosevelt. Toutefois, l'allocution hebdomadaire du samedi matin a été mise en place de façon systématique avec l'arrivée de Reagan sur les recommandations du conseiller David Gergen, qui souhaite éviter au président la surexposition médiatique qu'impliquerait une allocution télévisée⁷⁰⁶.

Reagan utilise l'allocution radiophonique du samedi matin pour entretenir un contact avec les Américains de manière chaleureuse et intime. Son intérêt se porte davantage sur les sujets non-politiques, comme l'importance de la lecture par exemple, même si ces derniers ne sont pas exclus⁷⁰⁷. Dès la prise de pouvoir de Clinton, l'allocution radiophonique du samedi matin est systématiquement mise à profit par le président à des fins de communication strictement politique. C'est Richard Strauss, récemment nommé directeur de la radio pour la Maison-Blanche (*White House Radio Director*) qui suggère d'utiliser les six minutes de l'allocution du samedi pour communiquer sur des événements en rapport avec l'action présidentielle et influencer sur l'ordre du jour médiatique :

When we came in, President Clinton would make news and create news during the weekly radio address, so when we [...] launched an attack in Bagdad [...] after the assassination attempt against George H.W. Bush—when he went there for a speech, and we launched a retaliation attack—that was announced on the Saturday morning radio address. [...] It was an agenda-setting tool and that was really the point of the radio address in its inception, it was of course to set the agenda for the Sunday morning shows—you know, *Meet the Press*, *Face the Nation*, *This Week*—and the Sunday papers [...].⁷⁰⁸

⁷⁰⁵ Nancy Gibbs, "Bill Clinton: Working the Crowd," *TIME Magazine*, March 1st, 1993.

⁷⁰⁶ Voir annexe n°7 « Entretien avec Strauss ».

⁷⁰⁷ Voir annexe n°7 « Entretien avec Strauss ».

⁷⁰⁸ « *Quand nous sommes arrivés aux affaires, le président Clinton faisait l'actualité et créait l'actualité pendant l'allocution radiophonique hebdomadaire, donc quand nous [...] avons lancé l'attaque contre Bagdad [...] après la tentative d'assassinat contre George H.W. Bush – quand il s'y est rendu pour y faire un discours, et que nous avons lancé une attaque en représailles –, ça a été annoncé pendant l'allocution radiophonique du samedi matin [...]. C'était donc un outil à la fonction d'agenda et c'était vraiment le principe de l'allocution radiophonique dans ses débuts, c'était bien-sûr d'imposer l'ordre du jour aux émissions du dimanche matin –*

L'allocution radiophonique offre donc la possibilité d'annoncer des nouvelles importantes qui seraient intervenues entre les journaux télévisés du vendredi soir et la fin de matinée du samedi – comme les représailles contre Bagdad suite à la tentative d'assassinat de l'ancien président George H.W. Bush du 13 avril 1993 – mais également d'imposer certains sujets à l'ordre du jour des émissions politiques du dimanche matin. La fonction de l'allocution radiophonique est donc réévaluée et modifiée afin de s'adapter au contexte médiatique du début des années quatre-vingt-dix dans lequel immédiateté et information en continu sont les maîtres mots.

Conscient du potentiel de ce nouvel outil de communication, Strauss s'emploie à élargir son champ de diffusion en démarchant les radios du pays pour les convaincre de diffuser l'allocution en direct, ce qui s'avère être une vraie gageure, notamment à cause du succès des talk-shows conservateurs qui mobilisent la majorité des créneaux horaires :

I really pushed for and tried to get [...] stations to pick up [the radio address] and run it live. And that was not an easy task because of the conservative nature of the radio world, I had a lot of resistance from station program directors [...]. And these were stations that would have on their air, Rush Limbaugh, G. Gordon Liddy, Oliver North, Michael Reagan, Pat Buchanan dominating the airwaves and I would ask for six minutes for the President, which most often was not very political, I mean was sort of inherently political because it was for the Administration but it was more talking about less hardcore political things, just the agenda of the Administration [...], it was not Rush-Limbaugh-like presentation.⁷⁰⁹

Emission radiophonique non commerciale, l'allocution présidentielle du samedi matin peine donc à se faire une place dans les grilles de programmation des radios locales. L'entreprise de Strauss connaît un succès relatif car certaines stations acceptent de programmer l'émission, notamment 1010 WINS à New York, KYW à Philadelphie ou encore WTOP à Washington, DC (Voir annexe n°7 « Entretien avec Strauss »). La domination des ondes par l'idéologie conservatrice joue parfois en la faveur de la Maison-Blanche car la programmation de l'allocution radiophonique du président permet d'opérer une sorte de rééquilibrage

vous savez, Meet the Press, Face the Nation, This Week – et les journaux du dimanche [...] ». Voir annexe n°7 « Entretien avec Strauss ».

⁷⁰⁹ « J'ai insisté et vraiment essayé de [...] convaincre les stations d'accepter [l'allocution radiophonique] et de la diffuser en direct. Et ce n'était pas une tâche facile à cause de la nature conservatrice du monde de la radio, j'ai rencontré beaucoup de résistance de la part des directeurs de programmation des stations [...]. Et c'était des stations qui sur leur antenne avaient Rush Limbaugh, G. Gordon Liddy, Oliver North, Michael Reagan, Pat Buchanan qui monopolisaient les ondes et je ne demandais que six minutes pour le président qui bien souvent n'étaient pas de nature très politique, je veux dire c'était de façon inhérente quelque peu politique parce que c'était pour l'Administration, mais il s'agissait d'évoquer des choses relevant moins de la politique politicienne, simplement l'ordre du jour de l'Administration [...], ce n'était pas une présentation à la Limbaugh ». Voir annexe n°7 « Entretien avec Strauss ».

idéologique réclamé par les auditeurs de certaines stations qui se plaignent de l'hégémonie du conservatisme sur les ondes de leur marché radiophonique⁷¹⁰.

À certains moments, les six minutes de conversation radiophoniques du samedi matin permettent donc au président de court-circuiter les éditocrates conservateurs en imposant les sujets de son choix à l'ordre du jour. De l'aveu de Strauss lui-même, il s'avère particulièrement difficile de contrer Limbaugh et ses attaques, et la seule stratégie possible pour amortir l'impact du talk-show radiophonique conservateur consiste précisément à allumer des contrefeux de façon à changer l'ordre du jour.

C'est précisément ce que Strauss et Clinton entendent faire en conviant les animateurs de talk-show radiophoniques politiques du pays à la Maison-Blanche à l'occasion du lancement des débats sur le projet de réforme de santé, un évènement sans précédent dans l'histoire de la présidence. La veille de l'allocution du président au cours d'une séance conjointe du Congrès (*Joint-session of Congress*) du mercredi 22 septembre 1993, une conférence de presse exclusivement réservée aux animateurs de talk-shows radiophoniques politiques est organisée⁷¹¹. Le surlendemain, le 23 septembre, ces derniers se voient offrir la possibilité d'émettre depuis le Jardin sud (*South Lawn*) de la Maison-Blanche. À cette occasion, les animateurs officient les uns à côté des autres derrière des tables disposées en rang (*rows*), ce genre d'évènement est donc désigné par l'expression « Talk Radio Row »⁷¹².

Si l'évènement réunit plus de 150 animateurs radios du pays, Limbaugh en est le grand absent. À l'en croire, Strauss lui aurait fait parvenir l'invitation bien trop tard : « *I received my first notice of the invitation Monday. It just wasn't possible [...]. It might have been if I didn't have to do a TV show tonight* »⁷¹³. Il ne manque toutefois pas de noter que la conférence de presse est programmée à 14h, soit en plein milieu de son émission, une situation qu'il attribue à la volonté de la Maison-Blanche de l'en exclure⁷¹⁴. Strauss dément toute intention malveillante de sa part et de celle du président :

Rush made a big stink about how we planned the timing of this during his show [...] while he was on the air, and we specifically put the time at that time, which is utter nonsense. I mean, when we're putting this together, we said we're going to do morning

⁷¹⁰ Voir annexe n°7 « Entretien avec Strauss ».

⁷¹¹ Steven Thomma and Tom Yancy, "For Healthcare Cause, Clintons Enlist Aid of Talk Radio Hosts," *The Philadelphia Enquirer*, September 22nd, 1993.

⁷¹² Jon Lender, "Talk-radio hosts hear President's pitch," *The Hartford Courant*, September 22nd, 1993.

⁷¹³ Thomma and Yancy, "For Healthcare Cause."

⁷¹⁴ Lender, "Talk-radio hosts hear President's pitch."

drive, and the day before we're going to do a briefing. Totally based on the President's schedule: I never once thought of Rush Limbaugh.⁷¹⁵

La conférence de presse est donc déplacée de la tranche horaire du matin (*morning drive*) au début d'après-midi pour s'adapter à l'emploi du temps de Clinton et non pour nuire à Limbaugh. Incapable d'assister à la conférence de presse pour des raisons d'ordre strictement logistiques, ce dernier s'emploie alors à en faire porter la responsabilité à la Maison-Blanche et à Strauss en particulier. Pour ce faire, il provoque une échauffourée en enfreignant les règles posées établies par Strauss et le service de communication :

We had left explicit instructions with all of the attendees that this was a briefing for radio, that no cameras were allowed in [...]. So Rush Limbaugh sent some camera crew, they snuck in a camera, they turned on the camera during the briefing, and it was up to me to go and basically tell them to turn off their camera and to take it from them. At the time I didn't know whose camera it was. [...] Clearly I didn't know it was Rush Limbaugh's. I went over there and I took the camera, and they're filming as I'm coming up to them, and they release the footage to the networks, and to NBC, and Andrea Mitchell did the story of showing me coming over and taking the camera, and Rush Limbaugh and his TV show did a spoof, almost like a *Saturday Night Live* skit, where they showed me coming over taking the camera [...] to really make it look like it was some big fight.⁷¹⁶

La stratégie de l'animateur consiste donc à faire la preuve de l'hostilité de l'Administration démocrate à son égard en légitimant son discours selon lequel la programmation de la conférence répond à une volonté de l'exclure, par la mise en scène d'une algarade entre les représentants de la Maison-Blanche et l'équipe technique de Limbaugh. De ce qui n'est au début qu'un simple télescopage d'emploi du temps, ce dernier fait un coup d'éclat relayé sur les médias de référence. Ce faisant il parvient, malgré son absence, à tourner à son avantage un événement destiné précisément à préparer le terrain à l'accueil favorable par les animateurs

⁷¹⁵ « Rush a fait tout un cirque sur le fait que nous avons programmé l'événement pendant son émission [...] pendant qu'il était à l'antenne, et que nous avons précisément à ce moment, ce qui est absolument insensé. Je veux dire, quand nous avons mis ça en place, nous avons dit que nous le programmerions sur la tranche matinale, et que le jour d'avant nous ferions une conférence de presse. Complètement calé sur l'emploi du temps du président : je n'ai pas eu fois pensé à Rush Limbaugh ». Voir annexe n° 7 « Entretien avec Strauss ».

⁷¹⁶ « Nous avons donné des consignes explicites aux participants, qui précisait que c'était une conférence de presse pour la radio, qu'aucune caméra n'était autorisée [...]. Alors Rush Limbaugh a envoyé une équipe de cameramen, ils ont introduit une caméra, ils ont allumé la caméra pendant la conférence, et ça a été à moi d'aller leur dire en gros d'arrêter leur caméra et de la leur enlever. À ce moment, je ne savais pas à qui était la caméra. [...] De façon évidente, je ne savais pas que c'était celle de Rush Limbaugh. Je suis allé vers eux et j'ai pris la caméra, et ils me filment pendant que je viens vers eux, et ils diffusent la prise aux réseaux, et à NBC, et Andrea Mitchell fait une séquence qui me montre en train de m'approcher et de prendre la caméra, et Rush Limbaugh et son émission de télé ont fait une parodie, presque comme un sketch de *Saturday Night Live*, me montrant en train de m'approcher pour prendre la caméra [...] pour donner l'impression que c'était une grosse bagarre ». Voir annexe n°7 « Entretien avec Strauss ».

de talk-shows radiophoniques d'un projet de réforme auquel ils sont susceptibles de réagir avec méfiance.

4.1.1.3. Rush Limbaugh, régent du mouvement conservateur et leader de l'opposition républicaine

L'avantage de Limbaugh sur l'establishment démocrate – qui le met en position de tenir la dragée haute au 42^{ème} président – réside dans son positionnement idéal entre le domaine du politique et celui du divertissement. Ni homme politique, ni entièrement homme de divertissement, il jouit d'une liberté de ton et de parole qui le dispense d'avoir à rendre des comptes à qui que ce soit. Ce positionnement interstitiel fait de lui une figure médiatique inclassable, comme le résume Matalin : « *He is a new animal, which is why people have a hard time defining him. They want him to be fish or fowl, an entertainer or an ideologue, but he is none of the above* »⁷¹⁷. Limbaugh apparaît donc comme une figure médiatique et politique d'un nouveau genre qui ne rentre dans aucune des catégories établies : il est à proprement parlé *sui generi*, ce qui fait qu'il est particulièrement difficile de le mettre en défaut.

S'il est indéniablement une figure importante dans la sphère politique, il l'est tout autant dans la sphère médiatique. En novembre 1993, il reçoit d'ailleurs une récompense couronnant son succès en tant qu'animateur, le *Radio Hall of Fame Award* de la première personnalité de radio distribuée sous licence (*Top Syndicated Radio Host*). Cette récompense lui est remise lors d'une cérémonie organisée au Museum of Broadcast Communications in Chicago des mains de Larry King, Sally Jessy Raphael ayant refusé en signe de protestation contre les attaques continuelles de Limbaugh à l'endroit des féministes⁷¹⁸. Au moment de recevoir la récompense, il déclare : « *There's an intimacy and naturalness on radio that can never be replicated on television, and I am proud to be part of the marvelous resurgence of radio as a political force in this country* »⁷¹⁹. Animateur d'une émission d'actualité-divertissement, Limbaugh réaffirme sans ambiguïté son attachement au talk-show radiophonique en tant qu'outil permettant d'influencer le processus politique.

⁷¹⁷ « *C'est un nouvel animal, ce qui explique pourquoi les gens ont du mal à le définir. Ils veulent qu'il soit chair ou poisson, homme de divertissement ou idéologue, mais il n'est rien de tout cela* ». Steven V. Roberts, "What a Rush! He's an American original, fusing news and nonsense, hard-edged humor and hard-right views. And even his critics think he is funny," *U.S. News & World Report*, August 8th, 1993.

⁷¹⁸ Nadine Brozan, "CHRONICLE," *The New York Times*, November 9th, 1993.

⁷¹⁹ « *Il y a une certaine intimité et un certain naturel à la radio qui ne peuvent jamais être répliqués à la télévision, et je suis fier de participer à cette merveilleuse résurgence de la radio comme force politique dans ce pays* ». Brozan, "CHRONICLE."

La capacité de Limbaugh à établir une relation intime avec les auditeurs tout en articulant un discours politique clair et efficace lui confère un statut à part qui lui permet d'être la seule figure conservatrice de premier plan à sortir indemne du séisme de la défaite des Républicains. C'est la raison pour laquelle il émerge non seulement comme la force centripète du mouvement conservateur après la défaite de novembre 1992, mais s'impose également comme celui que l'establishment républicain choisit temporairement comme figure tutélaire. Ainsi, Fred Barnes écrit-il dans *The New Republic* : « *When the GOP rose to prominence in the 1970s, it had Ronald Reagan. Now the loudest voice belongs to Rush Limbaugh* »⁷²⁰. Incapables de parler d'une seule voix dans les débats sur la fiscalité qui anime les arcanes de Washington au printemps 1993, les élus républicains s'accordent tous sur l'idée que Limbaugh est devenu le fer de lance de leur parti. Réalistes ou orthodoxes-révolutionnaires, tous reconnaissent son rôle dans leur face-à-face avec l'Administration Clinton, à l'instar de Phil Gramm qui va jusqu'à affirmer que l'animateur est plus efficace que les élus : « *There are many days when I think he's doing a lot more good than the Republicans in the Senate are doing* »⁷²¹. Il semble donc que, de l'aveu même des élus républicains, Limbaugh ait pris l'ascendant sur eux dans le leadership du mouvement conservateur.

Ces louanges unanimes que l'élite républicaine adresse à Limbaugh pousse *The National Review* à s'interroger sur le statut de l'animateur en se demandant s'il n'est pas tout simplement devenu le chef de l'opposition, et choisit comme titre de couverture de son numéro du 6 septembre 1993, « The Leader of the Opposition ». Bien que le magazine relaie les dithyrambes de la fine fleur de l'élite conservatrice – de Dan Quayle à Jack Kemp en passant par William Bennett⁷²² –, l'auteur du dossier, James Bowman, se montre toutefois plus mesuré. Il reconnaît certes les mérites de Limbaugh, mais il souligne également que le fait qu'il soit désormais la figure incontournable du conservatisme le place en position de pouvoir faire taire des voix dissonantes au sein du mouvement. Ainsi, le magazine rapporte-t-il les propos de Terry Eastland, rédacteur en chef de *The Forbes Media Critic*, qui se montre prudent face à un tel engouement : « *People don't want to be lampooned on the air ; politicians don't want to offend him because he's so popular* »⁷²³. Il semble donc que, fidèle à

⁷²⁰ « *Quand le GOP a pris son essor pendant les années 1970, il avait Ronald Reagan. Désormais, la voix la plus forte appartient à Rush Limbaugh* ». James Bowman, "The Leader of the Opposition," *The National Review*, September 6th, 1993: 44.

⁷²¹ « *Bien souvent je me dis qu'il fait beaucoup plus de bien que n'en font les Républicains du Sénat* ». Bowman, "The Leader of the Opposition": 44.

⁷²² Bowman, "Leader of the Opposition": 44-45.

⁷²³ « *Les gens ne veulent pas se faire ridiculiser à l'antenne ; les hommes politiques ne veulent pas le heurter parce qu'il est si populaire* ». Bowman, "Leader of the Opposition": 44.

la tradition de mesure et de scepticisme du magazine instaurée par Buckley, *The National Review* formule une mise en garde quant à la possibilité qu'une voix aussi hégémonique que celle de Limbaugh puisse à son tour imposer une forme de spirale du silence au sein du mouvement conservateur : celui ou celle qui ne recevrait pas son assentiment serait voué aux gémonies ainsi qu'à l'échec politique.

L'intéressé demeure quant à lui circonspect face à un engouement dont il ne semble pas dupe et qu'il considère simplement temporaire :

I think that's temporary. I think that comes from the fact that within the Republican Party there's no unified voice. They can't even come to an agreement on taxes. The one thing I'm not is indecisive. I think this is one of the reasons people don't like me—those who don't: I'm cocksure. I don't say, 'Well, I think maybe that...' I tell people: 'Here's what is.' And I think that is naturally going to draw people. [In the 1970s] Reagan came along and gave conservatives confidence that what they believed was good, right, wholesome, and worthwhile. And so they were able to publicly be and act who they are [...]. I have, I think, done that aspect of what Reagan did.⁷²⁴

S'il attribue l'enthousiasme de l'establishment républicain à son endroit à l'absence de leader naturel, il reconnaît toutefois vouloir émuler Reagan en s'imposant comme une personnalité aux positions tranchées et sûre d'elle-même. Ce qui semble donc intéresser Limbaugh, c'est avant tout de reprendre le flambeau de la « révolution rhétorique » lancée par Reagan.

4.1.2. La campagne permanente contre les sociolibéraux et les Démocrates

Continuer l'œuvre de Reagan implique de défendre ardemment les couleurs du conservatisme mais également de mener bataille contre les excès du sociolibéralisme que Limbaugh considère comme une idéologie aussi nuisible que dépassée. Pour cela, il saisit chaque occasion que lui offre l'actualité politique, sociétale ou économique pour dénoncer les sociolibéraux comme étant en dehors de la norme identitaire de la nation.

4.1.2.1. La « controverse des agrumes » de Floride

Début 1994, la relation commerciale qu'établit la Commission des agrumes de l'État de Floride (*State Citrus Commission*) avec *The Rush Limbaugh Show* fournit à l'animateur une

⁷²⁴ « Je crois que c'est temporaire. Je pense que ça vient du fait qu'au sein du Parti républicain, on ne parle pas d'une seule et même voix. Ils ne peuvent même pas parvenir à un accord sur la fiscalité. La chose que je ne suis pas, c'est indécis. Je pense que c'est une des raisons pour lesquelles les gens ne m'aiment pas, ceux qui ne m'aiment pas : je suis présomptueux. Je ne dis pas, « Eh bien, je pense que peut-être que... » Je dis aux gens : « Voici comment sont les choses ». Et je pense que ça attire naturellement les gens. [Dans les années soixante-dix] Reagan est arrivé et a donné aux conservateurs confiance dans le fait que ce en quoi ils croyaient était bon, correct, sain et digne. Ils ont donc été capables d'être et d'affirmer ce qu'ils sont [...]. J'ai, je crois, fais un peu de ce que Reagan a fait ». Bowman, "Leader of the Opposition": 50.

occasion de brocarder les tenants du sociolibéralisme. À la mi-février 1994, la Commission des agrumes de Floride, instance publique de l'État, achète du temps d'antenne sur *The Rush Limbaugh Show* pour la diffusion d'un spot publicitaire promouvant le jus d'orange de Floride. Cette démarche provoque une levée de boucliers quasi immédiate de la part du gouverneur démocrate Lawton Chiles, de *The National Organization for Women* (NOW), d'organisations de défense des droits des homosexuels, d'organisations écologistes et de *The National Association for the Advancement of Colored People* (NAACP). Ces organisations exigent que la commission rompe ses liens commerciaux avec Limbaugh dont l'émission est censée promouvoir le jus d'orange de Floride pour une période de six mois⁷²⁵.

Limbaugh se défend en accusant les organisations critiquant le choix de son émission comme outil de promotion, de s'opposer à la démarche de la commission sur des bases purement idéologiques :

A number of the usual suspects, special interest groups on the left, from the *National Organization for Women*—known affectionately here as the “NOW gang”—and the NAACP—known affectionately here as the “National Association for the Advancement of *Liberal* Colored People”, it should be the NAALCP, or if you are a Perotista, you can call it the NAAYP, “National Association for the Advancement of ‘You People’”—have been predictively trying to stop the department of citrus from making this particular advertising purchase which advertises the wonders, beauties and tastes of Florida orange juice.⁷²⁶

À ses yeux, ces organisations font passer leur intérêt particulier propre, à savoir leur opposition au conservatisme représenté ici par Limbaugh (« special interest groups on the left »), avant l'intérêt commercial de la commission, dont l'objectif est de promouvoir l'une des activités économiques clef de l'État. Notons qu'il désigne les organisations de défense des noirs et des femmes par une expression particulièrement dysphorique (« the usual suspects »), les assimilant ainsi à des criminels perpétrant des méfaits à répétition.

Le gouverneur Chiles condamne quant à lui la stratégie de la commission, non pas pour des raisons idéologiques, mais parce qu'il trouve contraire à l'éthique qu'une figure marquée politiquement assure la promotion d'une instance publique. Ivy M. Leventhal, porte-parole de la commission, assure lui que la décision est motivée uniquement par un intérêt économique

⁷²⁵ Larry Rohter, “Limbaugh’s Pitch for Juice Roils Critics,” *The New York Times*, February 18th, 1994.

⁷²⁶ « Un certain nombre des suspects habituels, des groupes d'intérêts spécifiques de gauche, de la National Organization for Women – connue ici de façon affectueuse sous le nom du « Gang NOW » – et la NAACP – connue ici affectueusement sous le nom d'« Association Nationale pour l'Avancement des Personnes de Couleur Sociolibérales », ça devrait être la NAALCP, ou si vous êtes partisan de Perot, vous pouvez l'appeler la NAAYP, l'« Association Nationale pour l'Avancement des ‘Gens comme vous’ » – ont de manière attendue essayé d'empêcher la commission des agrumes de faire cet achat publicitaire pour promouvoir les merveilles, les beautés et les saveurs du jus d'orange de Floride ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994.

et non politique : « *This is not something we are placing in the political arena at all. Our objective is to sell as much orange juice as we can to as wide an audience as possible through the most efficient media buy we can find. That is our sole objective* »⁷²⁷.

Comme à chaque fois qu'il fait l'objet d'un boycott, Limbaugh réagit en encourageant ses auditeurs à consommer encore davantage de jus d'orange de façon à vider les rayons :

The people at the Florida department of citrus have handled this, they're very solid on their decision, and the whole notion of adding more phone calls to them is simply something that I think would be useless. The real thing to do as I've always said is simply go wipe off the shelves, just clear 'em out. When you see Florida orange juice in a grocery store, buy it⁷²⁸.

La stratégie de Limbaugh pour mettre en défaut ses détracteurs sociolibéraux est identique à celle à laquelle il a eu recours en 1988 lorsque le restaurant *Woodie's Barbecue* de Santa Barbara avait refusé que ses publicités soient diffusées pendant les pauses commerciales de *The Rush Limbaugh Show*. Cette fois-ci l'animateur enjoint ses auditeurs à vider les rayons des cartons de jus d'orange de Floride afin de faire la preuve que la diffusion des spots publicitaire sur son émission est une entreprise particulièrement lucrative pour la commission.

Enfin, il ne conclut pas son intervention sur la polémique sans rappeler que son émission n'est pas la seule à diffuser les spots publicitaires de la *State Citrus Commission* et que le choix de *The Rush Limbaugh Show* n'a rien d'exceptionnel :

It's just like if they decided to sponsor *The Cosby Show* or if they decided to sponsor any other radio or TV show, which they're doing: they're buying time on Larry King, they're buying time on *The Dr. Dean Edell Show* as well, but you don't hear any protest about that, you don't hear, "*Larry King's being given a million dollars to be the spokesman for the Florida orange juice,*" you don't hear about Dean Edell. It's a clear example of how certain people are allowed to have people recommend various things, or endorse various things and other people are not allowed to have their spokesman, and conservatives are not allowed to have their spokesman it seems based on the actions down in Florida.⁷²⁹

⁷²⁷ « *Ce n'est pas du tout quelque chose que nous plaçons dans le domaine politique. Notre objectif est de vendre autant de jus d'orange que nous pouvons à un nombre d'auditeurs aussi élevé que possible par le biais du média le plus efficace que nous puissions trouver. C'est là notre seul objectif* ». Rohter, "Limbaugh's Pitch for Juice Roils Critics."

⁷²⁸ « *Les gens de la commission des agrumes de Floride ont réglé ça, ils sont fermes dans leur décision et toute cette idée de les assaillir de davantage d'appels téléphoniques est simplement une chose qui serait inutile à mon avis. La chose vraiment bien à faire, comme je l'ai toujours dit, c'est tout bonnement de dévaliser les étagères, videz-les, simplement. Quand vous voyez du jus d'orange de Floride dans une épicerie, achetez-en* ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (00:15:59).

⁷²⁹ « *C'est tout simplement comme s'ils décidaient de soutenir *The Cosby Show* ou s'ils décidaient de soutenir toute autre émission de radio ou de télé, ce qu'ils sont en train de faire: ils achètent du temps publicitaire sur *The Dr. Dean Edell Show* également, mais vous n'entendez pas de protestation à ce sujet, vous n'entendez pas, « *Larry King reçoit un million de dollars pour être le porte-parole du jus d'orange de Floride* », vous n'entendez*

Selon lui, il est le seul parmi les animateurs de radio diffusant le spot publicitaire à être l'objet de l'hostilité des organisations de gauche. C'est la preuve à ses yeux que l'implication des conservateurs dans les opérations de promotion commerciale – fussent-elles pour le compte d'instances publiques – est indésirable, un signe du statut marginal des conservateurs dans leur ensemble au sein de la société américaine.

Lors de la convention de *The National Education Association*, l'assemblée vote en faveur d'un boycott du jus d'orange de Floride dans l'éventualité où l'État renouvellerait son contrat avec Limbaugh. Déléguée de l'association, Arlene Parvey de Californie justifie la décision en ces termes : « *The man denigrates teachers, he denigrates minorities, he denigrates women* »⁷³⁰. Arrivé à échéance en juillet, le contrat avec Limbaugh n'est pas renouvelé mais la commission affirme que ce non-renouvellement du contrat n'a rien à voir avec le mouvement de protestation contre l'animateur⁷³¹.

4.1.2.2. La bataille contre la médecine socialiste

En parallèle au développement commercial de son émission, Limbaugh s'implique pleinement dans le rapport de force avec l'Administration Clinton qui se durcit au moment où s'engagent les discussions sur le projet de réforme du système de santé. Dès sa présentation au Congrès par le président le 21 septembre 1993, Limbaugh se montre hostile au projet. Il se lance alors dans une série de diatribes contre ce qu'il considère comme un projet socialiste auquel il compte s'opposer avec force : « *We want to isolate this plan, encircle this plan, cut off this plan's supply line and we want to kill this plan* »⁷³². Les intentions de l'animateur ne peuvent être plus claires : il s'agit pour lui de s'assurer de l'échec de la réforme.

Entre l'annonce de la réforme de santé à l'automne 1993 et sa mise en échec fin 1994, Limbaugh mène une campagne constante contre le projet. Véritable course de fond, l'entreprise se révèle vite fastidieuse car la critique du projet s'avère être une tâche répétitive. Au lieu de ne recourir qu'au discours, à la discussion et à l'analyse, Limbaugh fait donc appel à d'autres genres pour mener la campagne. Ainsi, il fait écrire des chansons et des petits

pas parlez de Dean Edell. C'est un exemple éclairant de ce que certains ont le droit d'avoir des gens qui promeuvent certaines choses pour eux et d'autres n'ont pas le droit d'avoir leur porte-parole, et les conservateurs n'ont pas le droit d'avoir leur porte-parole semble-t-il, sur la base de ce qui se passe en Floride ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (00:17:39).

⁷³⁰ « *Ce gars dénigre les enseignants, dénigre les minorités, dénigre les femmes* ». “Teachers Endorse a Boycott Over Juice Ads on Limbaugh,” *The New York Times*, July 5th, 1994.

⁷³¹ “Citrus Growers Halt Limbaugh Ad,” *The New York Times*, July 23rd, 1994.

⁷³² « *Nous voulons cibler ce projet, nous voulons encercler ce projet, nous voulons étouffer ce projet et nous voulons tuer ce projet* ». *The Rush Limbaugh Show*, 28 octobre 1993. David C. Barker, “Rush to Action: Political Talk Radio and Health Care (un)Reform”, *Political Communication*, 15 (1998): 86.

sketchs audio parodiques qu'il diffuse à intervalles réguliers au cours de son émission pour exprimer toute son hostilité au projet de réforme. L'un des titres-phares est une parodie de morceau de rap intitulée *Womb to the Tomb* interprétée par le collectif fictif Doug Fire and the Cutting Edge (voir annexe 10 « Womb to the Tomb ! »)⁷³³. La chanson vise à dénoncer la réforme voulue par le président comme un projet paternaliste qui confierait à l'État la mission de prendre en charge la santé et le bien-être de l'individu tout au long de son existence – soit depuis l'utérus (*womb*) jusqu'à la tombe (*tomb*) dans la chanson –, un principe antinomique aux valeurs américaines de responsabilité personnelle et d'autonomie⁷³⁴.

Limbaugh diffuse également un petit sketch parodique, « Welcome to McHealthcare », censé donner un aperçu de ce que sera le système de santé américain une fois la réforme adoptée :

- Hi, welcome to McHealthcare, what do you want?
- Yes, I'd like a double by-pass, a side order of tonsillectomy and er... what would you like dear? And a McMammogram for my wife.
- [Nondescript noise]
- [screaming] I said, I'd like a double by-pass...
- [Nondescript noise]
- A double by-pass! A tonsillectomy! And a McMammogram for my wife, please!
- [Nondescript noise]
- I said, I want a double by-pass, a tonsillectomy, and a McMammogram for my wife! ... Oh, oh, oh... you better make it quick on the double by-pass...! Oh...
- Please proceed to the second window. That will be an eighteen-month wait.
- Oh, this is ridiculous!!! [Tires screeching followed by sound of a car crashing].
- Thank you for coming to McHealthcare, the next ambulance will be ready in a year and a half.
- [Commentator: *New McHealthcare: you deserve a break today, but don't expect to get it fixed any time soon!*]⁷³⁵

Ainsi, il se dote d'outils qui lui permettent d'asséner son message d'hostilité à la réforme sans courir le risque de donner l'impression qu'il se répète.

Outre son opposition à un projet vu comme contraire aux valeurs américaines, la chanson *Womb to the Tomb* brocarde également la Première dame, responsable de la supervision du projet, qui rejoint très vite son époux parmi les cibles privilégiées de Limbaugh. Ainsi, suite à la rencontre des Clinton avec les membres de l'AARP le 17 février 1994, Limbaugh dénonce ce qu'il perçoit comme l'autoritarisme du couple présidentiel et leur tendance à faire des entorses au processus législatif :

⁷³³ *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (00:00:00).

⁷³⁴ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 12.

⁷³⁵ *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (01:29:35).

What are they doing around the country? Anybody who disagrees with any aspect of their plan is being attacked: insurance agencies, pharmaceutical companies... anybody who disagrees with one shred of their plan, even things that have nothing to do with the mandate. They're out there as though dissenting is some crime! "How dare these people run those commercials against us? How dare these people disagree with us?"⁷³⁶

L'animateur accuse les Clinton de vouloir écraser toute opposition à leur projet et de faire taire les voix dissonantes qui s'élèvent contre lui. À ses yeux, l'exercice du droit au « dissensus » (*dissenting*), marqueur fondamental de l'identité américaine, est devenu un crime. En d'autres termes, les opposants au couple présidentiel sont des hors la loi.

Lorsque Clinton émerge sur la scène nationale au moment des primaires démocrates, Limbaugh est plutôt favorable à l'épouse du gouverneur de l'Arkansas dont il reconnaît les qualités intellectuelles : « *In an uncharacteristic display of charity toward a Democrat, Limbaugh cited Mrs. Clinton's education and law practice* »⁷³⁷. Toutefois, lorsque la Première dame prend les commandes du projet de réforme du système de santé, elle est vivement critiquée par l'animateur qui voit en elle une femme à l'égo surdimensionné. À ce titre, elle fait l'objet d'une parodie de la chanson *Little Old Lady from Pasadena* des Beach Boys qui devient sur les ondes de *The Rush Limbaugh Show*, *the Little First Lady with Megalomania*, dans laquelle Hillary Clinton est décrite comme « la terreur de Pennsylvania Avenue » (*the terror of Pennsylvania Avenue*)⁷³⁸. Limbaugh ajoute en conclusion de la chanson que la Première dame agit de façon proprement tyrannique : « *Disagree with her and you get savaged, 'might even get a ten-page three-thousand-word memo written about you* »⁷³⁹.

4.1.2.3. Emergence des émules de Limbaugh au national

Dans son opposition à l'Administration Clinton, Limbaugh n'est pas seul mais traîne dans son sillage une multitude d'animateurs au niveau local, ainsi qu'un petit nombre d'autres au niveau national. Forts du succès de *The Rush Limbaugh Show*, ces derniers lancent leur propre émission selon un dispositif et un mode de distribution semblable au modèle mis en

⁷³⁶ « *Que sont-ils en train de faire à travers le pays ? Quiconque est en désaccord avec quelque aspect de leur projet que ça soit se fait attaquer : les compagnies d'assurance, les entreprises pharmaceutiques... Quiconque est en désaccord avec un seul lambeau de leur projet, même des choses qui n'ont rien avoir avec le mandat. Ils sont là à donner l'impression que le dissensus est un crime ! « Comment ces gens osent-ils diffuser ces publicités contre nous ? Comment ces gens osent-ils être en désaccord avec nous ? ».* *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (00:50:26).

⁷³⁷ « *Dans une rare démonstration de charité envers un Démocrate, Limbaugh a mentionné les études et le succès de Mme. Clinton en tant que juriste* ». "Notes from the Campaign," *The Huntsville Times*, January 31st, 1992.

⁷³⁸ *The Rush Limbaugh*, 18 février 1994 (01:15:21).

⁷³⁹ « *Si vous n'êtes pas d'accord avec elle, vous vous faites massacrer, il se pourrait même qu'on écrive un mémorandum long de dix pages et de trois-cent mots sur vous* ». *The Rush Limbaugh*, 18 février 1994 (01:17:37).

place par Limbaugh et McLaughlin. Au début des années 1990, les émules conservateurs de Limbaugh s'emparent donc des ondes du pays.

Le premier à emboîter le pas à Limbaugh est G. Gordon Liddy, ancien officiel de la Maison-Blanche sous Nixon et orchestrateur de l'intrusion au siège du DNC dans les locaux de Watergate⁷⁴⁰, qui lance *The G. Gordon Liddy Show* en distribution sous licence à partir de 1992⁷⁴¹. Il est suivi par Oliver North, lieutenant-colonel des *Marines* ayant organisé la vente d'armes à l'Iran et l'aide à la contre-insurrection au Nicaragua, dont *The Oliver North Radio Show* qu'il sous-titre « Common Sense Radio ». C'est au côté de North que Taylor Gross, Directeur des opérations radiophoniques de la Maison Blanche pour George W. Bush entre 2000 et 2005, fait ses premiers pas dans le monde de la radio. Le troisième animateur d'envergure nationale est Jim Bohannon, dont *The Jim Bohannon Show* est diffusé sur la tranche horaire occupée par Larry King sur de nombreuses stations à partir de janvier 1993⁷⁴².

Le plus singulier de tous est sans nul doute Ken Hamblin, le premier animateur de talk-show radiophonique conservateur afro-américain. Après plusieurs années à animer *The Ken Hamblin Show* localement sur KOA dans la métropole de Denver dans le Colorado, il investit les ondes nationales à partir de 1993, suite à la diffusion en simultané de son émission sur C-SPAN. Autoproclamé le « Vengeur noir » (*Black Avenger*), Hamblin aime à prendre le contrepied du discours sur la victimisation des noirs américains et de la discrimination dont ils sont victimes. Pour Hamblin, l'idée que les noirs peinent à s'élever dans la société à cause des préjugés raciaux est un mythe :

I want to know why 60 percent of black babies are being born out of wedlock. Is that the fault of white people? I want to know why so many black kids can't speak proper English. I want to know why black people can't pass a civil service examination. The excuse is that it's culturally biased. Well, I'd like to know what could possibly be culturally biased on a test for a firefighter.⁷⁴³

⁷⁴⁰ "The Watergate Files," *Gerald R. Ford Library and Museum* www.ford.utexas.edu/museum/exhibits/watergate_files/content.php?section=1&page=b&person=4; dernière consultation le 26 juillet 2012.

⁷⁴¹ "G. Gordon Liddy Ending His Talk Show July 27th", All Access Music Group, June 6th, 2012. <http://www.allaccess.com/net-news/archive/story/106872/g-gordon-liddy-ending-his-talk-show-july-27th>; dernière consultation le 4 juin 2012.

⁷⁴² "Jim Bohannon," *The Museum of Broadcast Communications*, www.museum.tv/rhofsection.php?page=174; dernière consultation le 24 juillet 2012.

⁷⁴³ « Je veux savoir pourquoi 60% des bébés noirs sont nés hors mariage. Est-ce que c'est la faute des blancs ? Je veux savoir pourquoi tant de gosses noirs ne savent pas parler l'anglais correctement. Je veux savoir pourquoi les noirs ne peuvent pas réussir un examen d'entrée à la fonction publique. L'excuse c'est le préjugé culturel. Eh bien, j'aimerais savoir ce qui pourrait constituer un préjugé culturel dans un examen pour devenir pompier ». Dirk Johnson, "Conversations/Ken Hamblin; In Denver, the Surprising New Face Of Right-Wing Talk Radio", *The New York Times*, January 2nd, 1994.

Son succès tient pour une large part à la liberté de ton dont il jouit, qui lui permet de tenir des propos sur les noirs qui, prononcés par un blanc, seraient considérés scandaleux et inacceptables. En ce sens, Hamblin apparaît comme le premier pourfendeur assumé et revendiqué du politiquement correct sur les questions raciales.

Ces quatre émissions sont distribuées sous licence selon le même schéma que *The Rush Limbaugh Show*. Par ailleurs, Hamblin et Liddy publie eux aussi une lettre d'information mensuelle à la façon de Limbaugh : *The Liddy Letter: News for the Concerned Americans* et *Ken Hamblin Talks to America*. Bien que le talk-show conservateur se déploie au niveau national, le monopole de Limbaugh demeure toutefois incontesté et aucun de ses imitateurs ne parvient à atteindre son niveau de diffusion et de reconnaissance.

Malgré le succès du modèle de production et de distribution radiophonique inventé par Limbaugh, ce dernier constate avec amertume que les médias de référence ne consentent pas à porter à son crédit ce succès entrepreneurial :

Just the business success of this show has been totally ignored [...]. The media cultures in New York and Los Angeles refuse to write about this precisely because it's conservative, I'm conservative. [...] But now everybody thinks they can do it! I am a trailblazer—if I can be so bold, do you mind?—there has been a revolution in the way radio is done, the way it is sold, the way our program makes money. [...] What five years ago couldn't be done, everybody wants to do it.⁷⁴⁴

L'émulation du modèle de son émission à travers le pays indique que Limbaugh et McLaughlin ont fait amorcer un tournant important à l'industrie radiophonique. Le refus de l'establishment culturel de reconnaître l'importance de ce changement est à ses yeux une preuve du manque d'honnêteté des médias de référence et de leur hostilité au conservatisme.

4.1.3. Mise en place de la stratégie de campagne en vue des élections de mi-mandat

4.1.3.1. Émergence progressive de la relation spéciale GOP/Limbaugh

Si les élites culturelles des deux côtes et les médias de référence ne montrent que peu de considération pour Limbaugh, ce n'est pas le cas du leadership républicain, qui est pleinement

⁷⁴⁴ « Le simple succès commercial de cette émission a été complètement ignoré [...]. Les cultures médiatiques de New York et Los Angeles refusent d'écrire dessus précisément parce que c'est conservateur, parce que je suis conservateur. [...] Mais maintenant tout le monde pense que c'est possible de le faire ! Je suis un pionnier – si je peux me permettre, est-ce que vous permettez ? – il y a eu une révolution dans la façon dont on fait de la radio, dont on vend la radio, dont notre émission génère des gains. [...] Ce qu'on ne pouvait pas faire il y a cinq ans, tout le monde veut le faire ». James Bowman, "The Leader of the Opposition," *The National Review*, September 6th, 1993: 44.

conscient du potentiel de mobilisation du talk-show radiophonique et qui compte l'intégrer à sa stratégie de reconquête du Congrès lors des élections de mi-mandat de novembre 1994.

À l'automne 1993, l'État-Major de Gingrich se réunit à Annapolis dans le Maryland pour définir les grandes lignes de sa stratégie de campagne en vue des élections de mi-mandat de novembre 1994 :

We knew what our strategy was broadly for the '94 election—I mean I don't know what exact moment it was—[but] we were pretty solid by the end of '93. Both Gaylord and Newt, and I were with Haley Barbour in a bar in Annapolis for the Republican National Committee and Newt was pitching him to pay for an ad in Mississippi for our *Contract*. Newt had long had the concept for *The Contract with America* [...]. It was right around the end of '93. So no later than then we knew what our strategy was and we knew what our basic messages were going to be.⁷⁴⁵

Ainsi, l'élaboration du *Contract with America*, un projet que Gingrich a en tête depuis longtemps, commence plus d'un an avant le début de la campagne pour les élections de mi-mandat. Si l'on peut légitimement imaginer que la radio ait été évoquée comme outil de communication privilégié, Blankley n'indique pas clairement que ce point ait fait partie de la réunion d'Annapolis. Il affirme nettement toutefois que les idées principales que l'équipe de Gingrich ferait valoir au cours de la campagne à venir avaient été définies. Le journaliste Stephen V. Roberts de *US News & World Reports* précise toutefois qu'à l'été 1993, Limbaugh entretient déjà des contacts privés et réguliers avec les chefs de file du GOP :

More important, Limbaugh stays in private contact with key Republican operatives and, as a result, his on-air comments regularly promote party policy and strategy. Rep. Newt Gingrich, the deputy Republican leader, calls the arrangement a “very loose alliance” but concedes there is “a very close symbiotic relationship” between party leaders and Limbaugh.⁷⁴⁶

Le talk-show radiophonique assure donc déjà une fonction de relai du message républicain de façon régulière. Par ailleurs, si la relation entre Limbaugh et le GOP est décrite par ce qui

⁷⁴⁵ « Nous savions dans les grandes lignes ce que serait notre stratégie pour l'élection de 94 – je veux dire, je ne sais pas à quel moment exactement c'était – [mais] nous étions assez au point vers la fin 1993. Gaylord ainsi que Newt et moi étions avec Haley Barbour dans un bar d'Annapolis pour le Comité National Républicain et Newt lui faisait l'article pour qu'il paye une publicité dans le Mississippi pour notre Contrat. Newt avait le concept du Contrat avec l'Amérique depuis longtemps [...] C'était juste vers la fin de 1993. Donc pas plus tard que ce moment-là, nous savions quelle serait notre stratégie et nous savions ce que nos messages importants allaient être ». [NDA : À l'époque, Haley Barbour, originaire du Mississippi, est président du RNC]. Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁷⁴⁶ « Chose plus importante, Limbaugh entretient des contacts privés avec des figures républicaines-clés et, par conséquent, ses commentaires à l'antenne font régulièrement la promotion de la politique et de la stratégie du parti. Le représentant Newt Gingrich, le numéro deux des Républicains à la Chambre, appelle cet arrangement une « alliance très libre », mais concède qu'il y a « une relation très proche et symbiotique » entre les leaders du parti et Limbaugh ». Roberts, “What a Rush!”

semble au départ une antithèse – Gingrich désigne le lien comme une alliance « assez libre » (*loose*) mais comme une « relation proche et symbiotique » (*close symbiotic relationship*) également – le champ lexical qu’il emploie définit bien cette relation comme une « relation spéciale », pour reprendre la terminologie utilisée pour décrire la relation entre les États-Unis et le Royaume Uni. Il s’agit en effet d’une relation au sein de laquelle chacun maintient son indépendance (*loose*) mais qui est mutuellement bénéfique aux deux parties (*symbiotic*), le phénomène de symbiose désignant une association réciproquement profitable entre deux organismes.

Blankley insiste sur l’autonomie de chacun dans la relation et précise que Limbaugh et ses homologues gardent leur indépendance et demeurent seuls maîtres de l’ordre du jour de leur émission :

Most talk show hosts will pick and choose what they want to take, even from their friends. You might have a court issue [...] and you might think it’s the greatest thing in the world but the talk show host [...] doesn’t think his people care about that and so they won’t carry it. And with Rush, all we could do is say, “*here’s what we’re talking about, here’s some interesting stuff,*” and he does or doesn’t pick it. He and Kit [...] made their own judgment of whether they use it. It wasn’t like we could automatically send it and give it to them and they’d put it up on the air. His primary job was to have a successful show, not to be a conduit. And most talk show host, not all but a lot of them, have very strong convictions.⁷⁴⁷

Ainsi, la relation ne peut fonctionner que sur le mode symbiotique, c’est-à-dire dans les cas où les intérêts de chacun sont convergents. Toute la difficulté du travail de l’équipe de Gingrich en amont vient de la nécessité de soumettre des informations et des éléments d’actualité susceptibles de concorder avec les préoccupations de Limbaugh ou des animateurs locaux. Les propos de Blankley établissent clairement que la décision de propulser certains sujets à l’ordre du jour incombe au final à l’animateur, ce qui implique que lorsque les talk-shows ne sont pas intéressés par les matériaux que leur propose l’équipe de Gingrich, la relation est en latence. Il semble cependant que la plupart du temps, l’ordre du jour du leadership républicain à la Chambre soit en phase avec celui de l’animateur, d’autant plus que

⁷⁴⁷ « La plupart des animateurs de talk-shows vont se montrer difficiles dans le choix de ce qu’ils vont accepter de dire, même quand ça vient de leurs amis. Il se peut que vous ayez une question judiciaire [...] et il se peut que vous pensiez que c’est le meilleur truc du monde mais l’animateur de l’émission [...] pense que ses auditeurs ne s’en préoccupent pas et donc il ne va pas en parler. Et avec Rush, tout ce qu’on pouvait faire c’était dire, « voici ce de quoi nous parlons en ce moment, voilà des trucs intéressants », et il choisit d’en parler ou pas. Lui et Kit [...] jugeaient eux-mêmes s’ils allaient utiliser les informations ou pas. Ce n’était pas comme si nous pouvions leur en envoyer et leur en donner automatiquement pour qu’ils en parlent à l’antenne. Son premier rôle c’est d’avoir une émission qui marche, pas de jouer un rôle de conduit de transmission. Et la plupart des animateurs de talk-shows, pas tous mais bon nombre d’entre eux, ont de fortes convictions ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

ce dernier anime désormais un talk-show télévisé de deuxième partie de soirée, rejoignant ainsi David Letterman, Jay Leno, Conan O'Brien et Arsenio Hall⁷⁴⁸. Son émission s'arroge des parts d'audience supérieures à celles des émissions d'O'Brien et Hall, et fin 1993, son émission radiophonique peut être entendue sur 628 stations en fréquence AM. Qui plus est, ses taux d'audience à la radio ont augmenté de 50% en 1992 et en 1993⁷⁴⁹.

4.1.3.2. Un pouvoir de mobilisation instantanée : l'échec du *Lobby Reform and Disclosure Act*

À l'automne 1994, pendant la campagne des primaires en vue de l'élection de mi-mandat du 8 novembre, Gingrich et ses collègues républicains intensifient leur activisme à la Chambre. John W. Bryant, représentant de la 5^{ème} circonscription du Texas entre 1983 et 1997, témoin de la radicalisation de l'action de Gingrich et de la montée en puissance du talk-show radiophonique, fait personnellement les frais de cet activisme.

Lorsque le phénomène du talk-show radiophonique émerge et que les émissions commencent à se multiplier à la fin des années quatre-vingt, il se montre dubitatif, d'autant que la figure importante du talk-show radiophonique dans la région de Dallas n'est pas Limbaugh mais David Gold⁷⁵⁰ :

It wasn't Limbaugh. He was the model that was beginning to pop up in all the local markets. So the ones that most of us were aware of, were the Limbaugh imitators that showed up in our own cities. [...] They had begun imitating him around here in the Dallas area at least by the late 80s, so I think everybody paid attention to him. But actually, he didn't really amount to much. I never gave him much thought. When I was spoken of, when they spoke harshly about me on those programs, I'd hear about it occasionally. I did a couple of interviews on those shows, by phone.⁷⁵¹

L'affirmation des talk-shows radiophoniques politiques ne semble donc pas retenir l'attention du représentant outre mesure, d'autant que les animateurs officiant sur Dallas et ses environs semblent lui offrir un droit de réponse à l'antenne.

⁷⁴⁸ Richard Zoglin and Georgia Harbison, "David Letterman: New Dave Dawning," *TIME Magazine*, August 30th, 1993.

⁷⁴⁹ Kurt Andersen, "Radio: Big Mouths," *TIME Magazine*, November 1st, 1993.

⁷⁵⁰ Helen Bryant, "DAVID GOLD – The 'right-wing nut, who wears liberals' scorn as a badge of honor," *The Dallas Morning News*, February 12th, 1995.

⁷⁵¹ « Ce n'était pas Limbaugh. Il était le modèle qui commençait à surgir dans tous les marchés locaux. Donc ceux que la plupart d'entre nous avait remarqués étaient les émulateurs de Limbaugh qui apparaissaient dans nos villes [...] Ils avaient commencé à l'imiter ici à Dallas et ses environs à partir de la fin des années quatre-vingt, donc je crois que tout le monde s'intéressait à lui. Mais en fait, il n'était pas vraiment important. Je n'y ai jamais prêté une grande attention. Quand on parlait de moi, quand on parlait de moi durement dans ces émissions, j'en entendais parler occasionnellement. J'ai fait un ou deux entretiens dans ces émissions, par téléphone ». Voir annexe n°6 « Entretien avec Bryant ».

La situation change du tout au tout en octobre 1994 lorsque l'escouade républicaine réussit un tour de force étonnant en parvenant à mettre en échec le projet de loi sur la réforme du lobbying (*Lobby Reform and Disclosure Act*), dont tout laissait à penser qu'il serait voté sans heurts par les deux Chambres. Le projet de loi vise à interdire que les parlementaires reçoivent des cadeaux en nature de la part des lobbyistes, comme des repas, des places pour des matchs sportifs ou des voyages. Il prévoit également l'obligation pour les lobbyistes de s'inscrire comme tels auprès du Congrès, de rendre publics les sujets sur lesquels ils travaillent ainsi que la liste de leurs clients, et de déclarer leurs revenus⁷⁵².

Carl Levin, sénateur démocrate du Michigan, et William Cohen, sénateur républicain du Maine, tous deux porteurs du projet au Sénat, l'élaborent après avoir constaté qu'un nombre croissant de consultants en lobbying organisent des actions de terrain qui n'ont d'autre objectif que d'identifier les citoyens susceptibles de contacter leurs parlementaires sur telle ou telle question. Il s'agit en fait pour ces lobbyistes de se constituer des fichiers de citoyens qu'ils pourraient mobiliser afin de faire pression sur leurs élus lorsqu'un projet de loi est présenté au Congrès⁷⁵³.

Fruit d'une coopération bipartite, le projet fait l'unanimité dans les deux camps, ainsi que le rappelle Bryant, porteur du projet à la Chambre : « *We had worked this thing out very carefully [...]. It was one of the best bipartisan efforts I have ever been involved in* »⁷⁵⁴. La veille du vote, Gingrich décide toutefois de faire volte-face et engage une action concertée avec la *Christian Coalition* et les talk-shows radiophoniques conservateurs pour mettre en échec le passage du projet :

At the last minute, Gingrich decided that if that passed, it would be a credit to the Democratic congress; it would look good for us. So in spite of all of his agreements and in spite of the fact that Republicans had played a big role in putting it together, he decided he'd better kill it. He went on the floor of the house late in the evening and got special order time and made a speech condemning it, saying it was going to destroy freedom of speech, that it was going to keep Christians from being able to petition their government, and all kinds of bizarre stuff in an attempt to beat it. And the next morning, 500 talk show hosts around the country were parroting a list of talking points that had been provided to them by *him!* Including Limbaugh!⁷⁵⁵

⁷⁵² "Truth, Trust and Lobbying Reform," *The New York Times*, October 4th, 1994.

⁷⁵³ Christopher Drew, "ANALYSIS: the 103rd Congress Stumbles Toward Recess – How Lobbying Killed the Lobby Reform – Conservative Onslaught Helps GOP Derail Bill," *The Seattle Times*, October 7th, 1994.

⁷⁵⁴ « *Nous avons élaboré ce truc avec beaucoup de soin. C'était l'une des meilleures actions bipartites auxquelles j'ai jamais participé* ». Voir annexe n°6 « Entretien avec Bryant »

⁷⁵⁵ « *À la dernière minute, Gingrich a décidé que s'il passait, ça serait porté au crédit du Congrès démocrate, ça serait bon pour nous. Donc, en dépit de tous les accords qu'il avait donnés et en dépit du fait que les Républicains avaient joué un rôle important dans sa conception, il a décidé qu'il ferait mieux de le tuer. Il est*

Malgré le consensus général sur le bien-fondé du projet de loi parmi la minorité républicaine, lorsque Gingrich fait volte-face la veille du vote, les talk-shows radiophoniques changent leur message et se mettent à marteler les arguments de Gingrich. Dans les fax qu'il envoie aux radios du pays, ce dernier grossit le trait de façon caricaturale, prétendant que le projet exige que soient révélés les noms et adresses des citoyens impliqués bénévolement auprès d'organisations politiques ou religieuses⁷⁵⁶. À la réception du fax, Limbaugh critique la formulation ambiguë du projet dont il décrète qu'il aura un effet paralysant sur les activistes de terrain. Kit Carson, porte-parole de Limbaugh, rapporte que ce dernier trouve la formulation du projet trop vague : « *Here's a piece of legislation with two entirely different interpretations, and that's just what's wrong with Washington* »⁷⁵⁷. À en croire Carson, Limbaugh considère le projet de loi comme le symptôme d'un processus parlementaire qui dysfonctionne, cela même alors que le projet vise précisément à rendre plus éthiques les pratiques de lobbying. Il se rallie donc à Gingrich et va jusqu'à affirmer que ces bénévoles pourraient encourir des amendes s'élevant jusqu'à 200 000 dollars s'ils ne se déclarent pas comme lobbyistes, un principe qu'il désigne comme une « loi du baillon » (*gag law*)⁷⁵⁸ et qu'il considère « *antiaméricain et anticonstitutionnel* »⁷⁵⁹.

L'opération est cependant un échec car la Chambre l'adopte à 306 voix contre 112 le jeudi 29 septembre. Dans les heures qui suivent, Limbaugh revient à la charge et se lance dans une diatribe contre le projet lors de son émission télévisée du soir, ainsi que le rapporte *The Seattle Times* :

While the conservative Rush Limbaugh said in an interview yesterday that he ultimately tried to give both sides of the lobbying bill on his radio and TV shows—something “which I rarely do”—he acknowledged that he rushed onto the air to mock part of it after receiving a faxed critique from Gingrich.⁷⁶⁰

monté au perchoir de la Chambre tard dans la soirée et on lui a donné du temps pour des questions spécifiques et il a fait un discours condamnant le projet, affirmant qu'il allait anéantir la liberté d'expression, qu'il allait priver les chrétiens de la possibilité d'adresser des pétitions à leur gouvernement, et toute sorte de choses bizarres pour essayer de le mettre en échec. Et le matin d'après, 500 animateurs de talk-shows à travers le pays répétaient une liste d'éléments de langage que Gingrich leur avait fournis ! Limbaugh y compris ! ». Voir annexe n°6 « Entretien avec Bryant ».

⁷⁵⁶ Drew, “ANALYSIS: the 103rd Congress Stumbles Toward Recess.”

⁷⁵⁷ « *Voilà une loi susceptible d'être interprétée de deux façons entièrement différentes, et c'est bien ce qui ne va pas à Washington* ». Katharine Q. Seelye, “All-Out Strategy Hobbled Lobby Bill,” *The New York Times*, October 7th, 1994.

⁷⁵⁸ “Truth, Trust and Lobbying Reform.”

⁷⁵⁹ Drew, “ANALYSIS: the 103rd Congress Stumbles Toward Recess.”

⁷⁶⁰ « *Bien que le conservateur Rush Limbaugh ait affirmé hier dans un entretien qu'au final il a essayé de donner les deux points de vue sur le projet de loi sur le lobbying dans ses émissions radio et télé – quelque chose « que je fais rarement » – il a reconnu qu'il s'est précipité sur les ondes pour le tourner en dérision après en*

Il réagit donc immédiatement aux sollicitations du clan Gingrich et prête mainforte à l'opération de mise en échec du projet lors de sa mise au vote au Sénat prévue la semaine suivante. L'impact de l'opération est tel que les bureaux des représentants sont assaillis d'appels d'administrés affolés : « *A wave of callers, many spurred on by conservative television and radio show hosts or by alerts on computer bulletin boards, flooded Congress's phone and fax lines to voice their opposition* »⁷⁶¹. Comme en témoigne un assistant parlementaire qui rapporte la teneur de ces appels, certains demandent s'il va leur être nécessaire de se déclarer comme lobbyistes s'ils font des dons à leur église – « *If I tithe to my church, will I have to register as a lobbyist?* » –, d'autres expriment leurs craintes d'encourir des peines de prison – « *I understand you've snuck in a provision that if anyone from your church lobbies, it could lose its tax-exempt status and I could end up in jail* »⁷⁶². Bien qu'elle n'ait pas empêché le passage du projet à la Chambre, la campagne de désinformation retrouve un deuxième souffle.

Résolu à ce que *Lobby Reform and Disclosure Act* soit rejeté par le Sénat, Gingrich redouble d'énergie dans son effort pour galvaniser l'hostilité des parlementaires. Il fait appel aux représentants Tom Delay du Texas et Ernest Istook Jr. de l'Oklahoma, qui enclenchent un mécanisme de mobilisation des citoyens et des activistes religieux plus particulièrement. Delay procède à un envoi massif de 500 faxes à destination des talk-shows politiques du pays ; Istook alerte Paul Weyrich qui mobilise les organisations dépendantes de la Free Congress Foundation⁷⁶³. Gingrich fait quant à lui courir le bruit que, pour superviser la mise en application de la loi, le président s'apprêterait à nommer un « *sociolibéral, séculariste et antireligieux* »⁷⁶⁴. De manière ironique, l'opération de mobilisation des citoyens contre le projet est menée par une coalition plutôt singulière : ainsi, les membres de l'ACLU, de Planned Parenthood, de la National Restaurant Association et de la Chamber of Commerce se retrouvent en effet à faire cause commune avec ceux de la Christian Coalition⁷⁶⁵.

avoir reçu une critique de Gingrich par fax ». Drew, "ANALYSIS: the 103rd Congress Stumbles Toward Recess."

⁷⁶¹ « *Une vague d'appelants, dont bon nombre était aiguillonné par les animateurs de radio ou par des bulletins d'information reçus par ordinateur, ont saturé les lignes de téléphone et de fax pour faire entendre leur opposition* ». David Hess and Jodi Enda, "Gop Kills Lobbying-Reform Bill; Filibuster is Unbroken in Senate", October 7th, 1994.

⁷⁶² « *Si je fais des dons à mon église, faut-il que je me déclare comme lobbyiste* » ; « *Je crois comprendre que vous avez glissé une disposition qui dit que si votre église fait connaître des revendications, elle pourrait perdre son statut d'exemptée fiscale et que je pourrais finir en prison* ». Drew, "ANALYSIS: the 103rd Congress Stumbles Toward Recess."

⁷⁶³ Seelye, "All-Out Strategy Hobbled Lobby Bill."

⁷⁶⁴ Seelye, "All-Out Strategy Hobbled Lobby Bill."

⁷⁶⁵ Hess and Enda, "Gop Kills Lobbying-Reform Bill."

Cette dernière s'avère être la plus virulente dans sa participation à la campagne, comme l'explique Mike Russell, porte-parole de l'organisation:

We have a state-of-the-art network set up. We mobilized 250,000 people within a 24-hour period before the Senate vote, with computer bulletin boards, telephone trees, faxes, talk radio outlets to get the word out to both Christian and secular talk stations. We used the high-tech home gadgetery combined with getting on the phone to grassroots members to make the phones ring back in your Senator's office.⁷⁶⁶

Cette fois-ci l'escouade républicaine parvient à ses fins : au moment du vote, les Démocrates ne sont pas en mesure de surmonter la flibuste des Républicains opposés au projet qui est rejeté par 52 voix contre 46⁷⁶⁷. Cette volte-face des Républicains apparaît d'autant plus surprenante que l'année précédente, le Sénat avait approuvé le projet à 95 voix contre 2⁷⁶⁸.

Après avoir mis en échec le projet de réforme, les Républicains proposent un contre-projet dont Levin et Bryant considèrent qu'il n'a aucune chance d'aboutir. Bryant estime qu'il s'agit d'une stratégie permettant au GOP d'avoir les mains propres : « *What we're likely to see is a Republican effort to cover themselves with an unworkable and unacceptable proposal, designed to make it seem as though they're in favor of improvements, when what they're really proposing couldn't be considered in the remaining time* »⁷⁶⁹. Selon le représentant du Texas, la réponse des Républicains est une démarche stratégique pour donner l'impression qu'ils sont en faveur de la réforme du lobbying, alors même qu'ils savent que ce contre-projet n'a aucune chance d'être voté par les deux chambres avant la fin de la session parlementaire. Levin va plus loin en estimant que toute l'opération est une manœuvre strictement politicienne : « *I don't think they are doing anything which is feasible and which would significantly reform Congress because that runs into their argument that we're not capable of reforming it—and therefore we should be booted out of office* »⁷⁷⁰. L'action des

⁷⁶⁶ « Nous avons mis en place un réseau ultramoderne. Nous avons mobilisé 250 000 personnes en une période de 24 heures avant le vote du Sénat, par le biais de bulletins d'information transmis par ordinateur, de chaînes téléphoniques, de faxes, de talk-shows pour faire circuler le message sur les stations de talk-shows chrétiennes et non-religieuses à la fois. Nous avons utilisé les gadgets maison de haute technologie que nous avons combinés avec des conversations téléphoniques avec les membres des organisations de terrain pour faire sonner les téléphones dans le bureau de votre sénateur ». Seelye, "All-Out Strategy Hobbled Lobby Bill."

⁷⁶⁷ Mark N. Hornung, "GOP Feast Could Lead to Famine," *The Chicago Sun Times*, October 7th, 1994.

⁷⁶⁸ Hornung, "GOP Feast Could Lead to Famine."

⁷⁶⁹ « Ce qu'il est vraisemblable que nous observons c'est une action des Républicains pour se couvrir en faisant une proposition impossible à mettre en œuvre et inacceptable, destinée à donner l'apparence qu'ils sont en faveur d'améliorations, alors même que ce qu'ils proposent vraiment ne pourrait pas être mis en débat dans le temps qui reste ». Hess and Enda, "Gop Kills Lobbying-Reform Bill."

⁷⁷⁰ « Je pense qu'ils ne travaillent à rien qui soit faisable qui puisse reformer le Congrès de manière significative parce que ça rentre dans l'argument selon lequel nous ne sommes pas capables de le réformer et que par conséquent, nous devrions être virés du pouvoir à coups de pied aux fesses ». Hess and Enda, "Gop Kills Lobbying-Reform Bill."

Républicains ne serait donc rien d'autre qu'une stratégie visant à faire apparaître les Démocrates comme incapables d'accomplir quoi que ce soit, et de mettre en scène de façon spectaculaire l'incurie de la majorité une dernière fois avant les élections de mi-mandat.

La mise en échec du projet de loi de réforme du lobbying fournit donc une illustration de l'efficacité logistique de l'escouade républicaine dans son action de mobilisation des citoyens pour influencer sur le processus législatif. L'escouade se montre en effet capable de réagir instantanément à tout changement de cap dans la direction politique que définit l'équipe de Gingrich. Si Limbaugh et ses homologues entendent garder toute leur indépendance par rapport au leadership républicain, dans un contexte de cohabitation (*divided government*) où le président fait l'unanimité contre lui parmi les rangs de l'opposition républicaine et que celle-ci est elle-même conduite par un leader déterminé et activiste, les animateurs de talk-shows apparaissent disposés à s'y rallier de façon automatique. L'échec du *Lobby Reform and Disclosure Act* est donc certainement le moment où la relation entre Limbaugh et le leadership républicain connaît son apogée.

L'opération de mise en échec du projet éclaire également sur l'état de quasi-léthargie des médias de référence qui contribue à l'efficacité du talk-show radiophonique politique. Selon Bryant, ils sont en effet pour beaucoup dans le succès de la campagne éclair de l'escouade républicaine :

In this particular case, it happened over night, so we just had to fight it with the facts. And I think in most cases when they rage on for weeks, the only way to deal with it is just to fight it with the facts. We used to think that the mainstream press would characterize it objectively and that would be enough [...]. They didn't always show a lot of nerve and sometimes wouldn't really get the message across about what is really in a bill. Except on...you'll see it on the editorial page, but not frequently and not every newspaper.⁷⁷¹

L'échec du *Lobby Reform and Disclosure Act* intervient donc dans un contexte où les médias de référence semblent pris de torpeur. À cet égard, James W. Carey affirme qu'entre la fin de la Guerre froide et le 11 septembre 2001, les médias américains sont « en vacances de la

⁷⁷¹ « Dans ce cas particulier, ça s'est passé du jour au lendemain, donc il nous fallait simplement combattre avec les faits. Et je pense que dans la plupart des cas où ils se déchainent pendant des semaines, la seule façon de faire face, c'est de combattre avec les faits. On pensait que la presse de référence traiterait le projet de façon objective et que cela suffirait [...]. Ils n'ont pas toujours fait preuve de beaucoup de cran et des fois, ils ne relayaient pas vraiment le contenu des projets de loi. Sauf dans... vous pouviez le voir dans l'éditorial, mais peu fréquemment et pas dans tous les journaux ». Voir annexe n°6 « Entretien avec Bryant ».

réalité », butinant d'un sujet à sensation à l'autre⁷⁷², un phénomène qui explique leur absence de volonté de recentrer le débat sur le contenu réel de la loi.

Outre la mollesse des médias de référence, l'absence de médias partisans acquis au sociolibéralisme et susceptibles de contrer le message de Gingrich contribue à l'impuissance des Démocrates face aux assauts radiophoniques de l'escouade républicaine:

We didn't have any outlets. We had zero. There was nobody advocating the Democratic point of view on anything... on any order. There was no MSNBC. None of that. [...] We had no outlet whatsoever. I mean we hoped that the mainstream media would give a balanced view of everything and the facts would win out. As historically over the years, it always had. But we didn't have any comparable outlet of any kind at that time. And there's still really not one now.⁷⁷³

En 1994, il n'existe aucun équivalent sociolibéral des émissions de radio de la trempe de celle de Limbaugh. Qui plus est, en contrepoint à l'idée du parti pris sociolibéral des médias de référence, Bryant indique que dans les années quatre-vingt-dix, ces derniers sont loin d'être acquis à la cause des Démocrates. L'absence d'analyse du projet en profondeur par les grands titres de la presse écrite, une démarche qui aurait permis de désamorcer le mécanisme de mise en défaut de la loi, donne du poids à l'argument que, s'il arrive aux médias de référence de faillir au principe d'objectivité, leur soi-disant parti-pris sociolibéral ne s'est pas exprimé lors de la mise en échec du *Lobby Reform and Disclosure Act*.

4.2. « L'Amérique telle qu'il est normal qu'elle soit » : le talk-show radiophonique comme aiguillon du pouvoir législatif (décembre 1994 – janvier 1996)

4.2.1. Les élections de mi-mandat du 8 novembre 1994

4.2.1.1. *Operation Restore Democracy* et le raz-de-marée républicain

À la mi-octobre, les Républicains abordent donc les élections de mi-mandat forts de leur victoire sur les Démocrates lors du vote sur la réforme du lobbying qui vient légitimer leur stratégie d'attaque frontale de leur adversaire et le positionnement idéologique de plus en plus radical. D'une certaine manière, cette radicalité atteint son point culminant lors de l'affrontement autour du projet de réforme. Elle est toutefois le fruit d'un long processus

⁷⁷² James W. Carey, "American Journalism On, Before and After September 11th." In Barbie Zelizer and Stuart Allan (Eds.), *Journalism after September 11th* (New York: Routledge, 2002), 76.

⁷⁷³ « Nous n'avions aucun canal de diffusion. Nous n'avions rien. Il n'y avait personne pour promouvoir le point de vue démocrate... sur aucune chose qui soit à l'ordre du jour. Il n'y avait pas d'MSNBC. Rien de ça. [...] Nous n'avions aucun canal de diffusion que ce soit. Je veux dire, nous espérions que les médias de référence proposeraient un point de vue équilibré de toutes ces choses et que les faits gagneraient. Comme ce fut le cas historiquement au fil des ans. Mais nous n'avions aucun canal de diffusion d'aucune sorte qui soit comparable à cette époque. Et il n'en existe toujours pas vraiment ». Voir annexe n°6 « Entretien avec Bryant ».

engagé par Gingrich et ses collègues membres de la *Conservative Opportunity Society* à partir du milieu des années quatre-vingt. Comme en témoigne Bryant, la tendance des Républicains à la Chambre d'adopter des positions radicales de façon systématique est récente :

When I entered Congress in '83, the majority of Republicans were mainstream Republicans. [...] The Republican leader Bob Michel from Illinois, very fine guy. Well when I got there, Gingrich was already pounding on him, attacking him all the time for not being strong enough and all that, and building this base of hard-line right-wingers. [...] It was Gingrich and his guys that were leading the charge and they bred a genre of Republicans that were not mainstream Republicans, that were far right wing. Ultimately they became the majority in the Republican Congress and Gingrich was the speaker as a result of it. [...] Maybe another leader would have done the same if he hadn't been there, but I saw him doing it and I think he had a major impact here. And working hand in hand with 500 talk show hosts who could get a blast fact from him and they'd start talking his way.⁷⁷⁴

Gingrich et ses collègues à la Chambre sont une nouvelle espèce de représentants républicains qui, grâce au concours des talk-shows radiophoniques et de Limbaugh, se trouve en position de force sur l'adversaire démocrate. Ainsi, le déséquilibre du rapport de force entre les deux partis résulte du double ascendant des Républicains sur les Démocrates en termes de leadership et de dispositif médiatique. Bryant confirme le désavantage du Parti de l'âne dans ces deux domaines. D'une part, il insiste sur le manque de poigne et le caractère falot du speaker démocrate Tom Foley :

We had a very timid leadership... we had a speaker who wasn't a political leader. He wasn't willing to get into the arena and carry on the rhetorical battle necessary to fight back. And virtually every crazy right wing attack that was made on us, on our side, was not... injured us because we did not have coordinated effort to fight back. [...] In fact, I called for his resignation. I called for him to retire as speaker. I made a public statement about that at the time.⁷⁷⁵

⁷⁷⁴ « Quand je suis entré au Congrès en 83, la majorité des Républicains étaient des Républicains traditionnels. [...] Le chef de file des Républicains Bob Michel de l'Illinois, un type très bien. Eh bien quand je suis arrivé, Gingrich était déjà en train de lui taper dessus, l'attaquant de façon incessante au motif qu'il n'était pas assez fort et tout ça, et construisant sa base de représentants de droite purs et durs. [...] C'était Gingrich et ses gars qui menaient l'assaut et qui élevaient un nouveau genre de Républicains qui n'étaient pas des Républicains traditionnels, qui étaient vraiment très à droite. Au final, ils sont devenus majoritaires au sein du Congrès républicain et Gingrich est devenu le speaker grâce à cela. [...] Peut-être qu'un autre leader aurait fait la même chose s'il n'avait pas été là, mais je l'ai vu faire et je pense qu'il a eu une influence considérable là. Et tout cela en travaillant main dans la main avec 500 animateurs qui pouvaient recevoir des fiches d'information éclair et se mettre à orienter leur propos dans son sens ». Voir annexe n°6 « Entretien avec Bryant ».

⁷⁷⁵ « Nous avons un leadership très timoré... nous avons un speaker qui n'était pas un leader politique. Il n'avait pas la volonté de descendre dans l'arène pour mener les batailles rhétoriques nécessaires pour rétorquer. Et quasiment toute les attaques insensées que la droite lançait contre nous, contre notre camp, demeuraient... nous faisions du tort parce que nous n'avions pas d'action coordonnée pour rétorquer. [...] En fait, j'ai demandé sa démission. J'ai exigé qu'il se retire de ses fonctions de speaker. J'ai fait une déclaration publique à ce sujet à ce moment-là ». Voir annexe n°6 « Entretien avec Bryant ».

Au moment d'aborder les élections de novembre 1994, il manque donc aux Démocrates un dirigeant efficace, pugnace et décidé à en découdre avec une minorité républicaine qui intensifie chaque fois plus ses attaques.

Dans la campagne, le GOP tire également un avantage stratégique de la formulation d'une série de dix propositions qu'il s'engage à mettre en place s'il obtient la majorité. Ces propositions sont exposées dans un document intitulé « Contrat avec l'Amérique » (*Contract with America*), qui constitue la feuille de route des candidats républicains dans leurs circonscriptions⁷⁷⁶. La présentation du Contrat aux médias fait l'objet d'une opération de communication au cours de laquelle les candidats républicains viennent un à un signer le document sur une table installée sur les marches du Capitole, le 27 septembre 1994.

La promotion du Contrat fait l'objet d'une vaste campagne radiophonique : le RNC programme quelques 300 entretiens sur des radios du pays pour les signataires, en amont desquels les stations reçoivent une documentation abondante sur le projet des républicains comprenant éléments de langage (*talking points*) et argumentaires⁷⁷⁷. De son côté, l'équipe de Gingrich sollicite plus spécifiquement l'aide de Limbaugh. Si Blankley nourrit déjà un contact régulier avec Kit Carson, l'assistant de l'animateur, ce dernier est cette fois-ci sollicité directement pour prendre part à la campagne. Blankley organise pour cela une rencontre avec le *House Minority Whip* pour que les deux hommes puissent s'entretenir plus longuement de la campagne que lors des quelques rencontres précédentes⁷⁷⁸. Limbaugh est enthousiasmé par le projet de Gingrich qui donne à la minorité défaite en 1992 une perspective de reconquête du pouvoir.

Le 5 octobre, au moment du lancement de la campagne des élections de mi-mandat, Limbaugh met en place une nouvelle opération, *Operation Restore Democracy*, dont l'objectif affiché est de contribuer à la victoire des Républicains⁷⁷⁹. Dans cette campagne, Limbaugh joue le rôle de gardien des canons du conservatisme et s'assure que les élus et les candidats ne se laissent pas aller à la tentation de la modération ou du compromis avec les Démocrates. Le soutien que le maire républicain de New York Rudolph Giuliani apporte au gouverneur démocrate Mario Cuomo, qui sollicite un quatrième mandat, suscite la colère de l'animateur. Ce dernier vilipende *The New York Times* pour avoir publié un éditorial saluant la démarche de Giuliani : pour le journal, le soutien du maire de New York au gouverneur est

⁷⁷⁶ Voir annexe n°15 « Le Contrat avec l'Amérique ».

⁷⁷⁷ Richard Corliss, "Look Who's Talking," *TIME Magazine*, January 23th, 1995.

⁷⁷⁸ Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁷⁷⁹ John Switzer, *FIRST HOUR – Unofficial Summary of The Rush Limbaugh Show for Wednesday October 5th, 1994*.

une preuve qu'il fait passer ses principes avant les considérations partisans. La réaction de Limbaugh est sans appel:

Excuse me, *New York Times* and everyone else in New York State and New York City, but I am fed up with the current definition of principle. That definition is that a Republican can only be principled when he agrees with a Democrat. A Republican can only be principled when he leaves his own party and join Democrats or liberals in what they want to do. [...] Rudy, make it official and become a Democrat. Just do that. That would be the principled thing to do.⁷⁸⁰

La remarque finale de Limbaugh qui enjoint à Giuliani de faire défection du côté des Démocrates indique que la manière dont l'animateur envisage le jeu politique exclut toute possibilité d'une position centriste et exige une discipline de parti inflexible. L'animateur défend donc un bipartisme absolu et prend position pour une polarisation du jeu politique sans compromis.

Plus généralement, la campagne des élections de mi-mandat fournit à Limbaugh une occasion de fustiger les médias de référence qu'il accuse de mettre en place une opération de sauvetage du président et des Démocrates : « *I told you that in the last two weeks you'd see the dominant media culture do what they can to rescue not just Clinton but Democrats as well. This is not the time to be depressed. This is the time to remember the weapon that you have, and that is the vote* »⁷⁸¹. Selon les observateurs, la radio et les talk-shows politiques jouent un rôle crucial dans la bataille sans merci que livrent les Républicains, de plus en plus convaincus qu'une victoire est possible, à l'Administration et aux Démocrates. Ainsi, à en croire le journaliste Robin Toner, la campagne de 1994 a été conçue pour la radio : « *If there ever was a campaign season tailor-made for the medium, this is it: angry, anti-Washington, anti-incumbent, with some of the most renowned liberals—and favorite targets on conservative talk radio shows—fighting for their lives* »⁷⁸².

⁷⁸⁰ « Excusez-moi, le *New York Times* et tous les autres de l'État et de la ville de New York mais j'en ai marre de la définition actuelle de « principe ». Cette définition dit qu'un Républicain ne peut faire montre de principes que quand il est d'accord avec un Démocrate. Un Républicain peut faire montre de principes seulement quand il quitte son propre parti pour rejoindre les Démocrates ou les sociolibéraux dans ce qu'ils veulent faire. [...] Rudy, rend la chose officielle et deviens démocrate. Fais simplement ça. Ça serait faire montre de principes ». THE 1994 CAMPAIGN; Giuliani's Move Dismays Limbaugh, October 26th, 1994.

⁷⁸¹ « Je vous ai dit que dans les deux dernières semaines vous verriez l'establishment médiatique dominant faire tout ce qu'il peut pour aller à la rescousse de non pas seulement Clinton mais des Démocrates également. Ce n'est pas le moment d'être déprimé. C'est le moment de se souvenir de l'arme dont vous disposez, et c'est le vote ». Robin Toner, "THE 1994 CAMPAIGN: BROADCASTER; Election Jitters in Limbaughland," *The New York Times*, November 3rd, 1994.

⁷⁸² « S'il a déjà existé des campagnes faites sur mesure pour ce média, celle-ci en est une : une campagne en colère, anti-Washington, anti-candidat sortant, avec certains des sociolibéraux les plus connus – et cibles de prédilection des émissions de talk-show radiophonique – se débattant pour rester en vie ». Toner, "THE 1994 CAMPAIGN: BROADCASTER."

Le rôle central que joue le talk-show radiophonique politique, dans un contexte d'hostilité généralisée à l'égard de l'establishment politique et des candidats sortants, montre donc que le genre radiophonique est un puissant instrument d'expression de la contestation citoyenne et d'affirmation du droit au dissensus, l'une des valeurs-socle de la nation américaine⁷⁸³.

4.2.1.2. La période de transition : l'apogée de la relation spéciale

Le 8 novembre 1994, les citoyens américains expriment leur contestation du pouvoir en place dans les urnes : ils offrent au GOP une très confortable majorité au Congrès en élisant 53 Républicains au Sénat et 230 autres la Chambre. Cette victoire ouvre une période au cours de laquelle la relation entre le talk-show radiophonique politique et l'establishment républicain devient ambivalente et connaît des moments de crispations. Elle complique le rapport des animateurs aux élus du GOP et contraint ces derniers à une négociation constante de leur positionnement à leur égard : compagnons d'armes dans le bras de fer contre les Démocrates, ils deviennent cible potentielle de leurs critiques maintenant qu'ils sont aux affaires.

Les deux mois qui suivent la victoire sont cependant ceux d'un état de grâce pour le GOP qui est, certes, victorieux mais pas encore au pouvoir, une situation idéale qui permet à la relation spéciale d'atteindre son apogée. Ainsi, le lendemain de la victoire, la liesse s'empare des animateurs de talk-shows politiques et plus particulièrement de Limbaugh qui laisse éclater sa joie à l'antenne. À ses yeux, la reconquête du Congrès par les Républicains signale le rejet massif des Clinton et des politiques sociolibérales :

The agenda for the remaining two years of this Administration will not be set by this Administration if the voice of the people is listened to. The question is, "Can the Clinton Administration get along with Congress?" This massive, remarkable shift to the right that the American people have authored was not done so that these new electees could go and agree with Bill Clinton. This was a personal, political and ideological refutation and repudiation of the most amazing attempt to move this country to the left that we've seen in fifty years. It was predicted on this program, and I don't know about you folks but I sure... (*I feel good!* James Brown).⁷⁸⁴

⁷⁸³ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 12.

⁷⁸⁴ « L'ordre du jour pour les deux dernières années qui restent à cette Administration ne sera pas fixé par cette Administration si l'on écoute la voix du peuple. La question est, « Est-ce que les Clinton peuvent s'entendre avec le Congrès ? » Ce grand coup de barre à droite remarquable que les Américains ont donné n'a pas pour objectif que ces nouveaux élus aillent tomber d'accord avec Clinton. C'est un rejet et une répudiation personnels, politiques et idéologiques de la tentative la plus spectaculaire de tirer le parti vers la gauche que nous ayons vue en cinquante ans. Ça a été annoncé dans cette émission, et je ne sais pas vous mais moi je... (*I feel good!* de James Brown) ». *The Rush Limbaugh Show*, 9 novembre 1994. Cité dans Radio Seminar. Museum of Television.

Par ailleurs, ce raz-de-marée républicain se manifeste dans *The Rush Limbaugh Show* par la mise en place d'une autre temporalité. Dès le 9 novembre, Limbaugh attire l'attention sur le fait qu'il n'y a plus de raison de maintenir le compte à rebours car l'Amérique est désormais « telle qu'il est normale qu'elle soit ». Il remplace donc le gimmick d'ouverture « l'Amérique retenue en otage » par celui de « l'Amérique telle qu'il est normal qu'elle soit » (*America the way it ought to be*), du titre de son livre de 1992⁷⁸⁵ : « *This is a special edition of the Rush Limbaugh program: "America the way it ought to be!" And now from our studios in New York City here is Rush Limbaugh!* »⁷⁸⁶. Le gimmick est par la suite diffusé en début d'émission jusqu'à l'élection présidentielle de novembre 1996.

La veille, les quartiers de campagne des candidats victorieux sont en liesse. La réélection de Gingrich et la victoire des Républicains sont célébrées dans la salle de réception du Cobb Galleria Center à Atlanta lors d'un évènement que le maître de cérémonie Sean Hannity ouvre en s'exclamant: « *Welcome to Newt's victory party! This is the beginning of the revolution!* »⁷⁸⁷. Le jeune animateur est donc associé à l'establishment républicain dès ses débuts à la radio.

Le mois suivant, la promotion des 73 nouveaux élus du parti de l'éléphant participe à un séminaire de travail de trois jours organisé par *The Heritage Foundation* à Baltimore dans le Maryland. Limbaugh, qui officie comme maître de cérémonie lors du dîner de clôture, reçoit un hommage de la part des nouveaux élus républicains. Ces derniers le font membre honoraire du 104^{ème} Congrès qu'ils surnomment le « Congrès Limbaugh » pour saluer le rôle qu'il a joué dans la victoire du GOP. Évoquant les auditeurs de *The Rush Limbaugh Show*, la personne qui annonce Limbaugh à la tribune déclare : « *Those are the people that elected the new Congress, that's why this is the Limbaugh Congress!* »⁷⁸⁸. De son côté, Gaylord reconnaît le rôle important de Limbaugh dans la mobilisation de l'électorat conservateur :

When you look at the post-election analysis of the 94 campaign was that, for the first time, for the first time ever, you had 90% of the conservatives, people who considered themselves conservatives, actually voting for the Republican candidate. Usually this is somewhere around 75% or so [...] This election occurred because there was a 9-million-vote increase in the Republican vote over the 1990 midterm election, and there

⁷⁸⁵ Limbaugh, *Way Things Ought to Be*.

⁷⁸⁶ « *Ceci est une édition spéciale de l'émission de Rush Limbaugh : 'l'Amérique telle qu'il est normal qu'elle soit !' Et maintenant, de nos studios de New York, voici Rush Limbaugh !* ». *The Rush Limbaugh Show*, 25 janvier 1995 (00:06:52).

⁷⁸⁷ « *Bienvenue à la fête de la victoire de Newt! C'est le début de la révolution!* » "Gingrich Ready for Rise in Power GOP Victories Making Georgian Look Like Bigger Force," *The Mobile Register*, November 9th, 1994.

⁷⁸⁸ « *Ce sont les gens qui ont élu ce nouveau Congrès, c'est pourquoi c'est le Congrès Limbaugh!* » "Rush Limbaugh's America", *PBS Frontline*; producer: Steve Talbot; February 28th, 1995.

was a one-million-vote decrease on the part of the Democrats, so there was a 10-million-vote swing. [...] Primarily Limbaugh's audience is a conservative audience but not necessarily a Republican audience. So that is one of the reasons why it was deemed that Rush was responsible for the 1994 election [...].⁷⁸⁹

L'impact qu'exercent le talk-show radiophonique conservateur et Limbaugh n'est pas la conversion des électeurs démocrates, mais la maximisation du vote républicain par sa contribution à ce que le plus grand nombre de conservateurs possible participe au scrutin en faveur des Républicains. En renforçant les opinions et les prédispositions des citoyens conservateurs ainsi que leur potentiel d'efficacité politique, le talk-show radiophonique fait venir aux urnes celles et ceux qui ont d'ordinaire tendance à ne pas voter.

La jeune génération des parlementaires républicains est également unanime à reconnaître que le talk-show radiophonique a permis aux idées conservatrices d'être relayées de façon directe, sans passer par le filtre des médias de référence. Ainsi l'explique lors du séminaire le représentant-élu James B. Longley du Maine: « *I found that talk radio was the only way I could get my message out undiluted, without editing and without interruption* »⁷⁹⁰. À leurs yeux, le talk-show a joué une fonction essentielle de contournement de l'establishment médiatique, ce qui leur a permis de faire entendre leur voix. Cependant, bien qu'ils considèrent qu'ils doivent leur victoire à Limbaugh pour une large part, ils ne le considèrent pas comme leur leader pour autant, comme le suggère le représentant-élu J.D. Haysworth de l'Arizona :

To this Republican reformation, this conservative renaissance, Rush is like what Will Rogers was to the New Deal. He helps articulate on a daily basis the themes on which many of us were sent to Washington. He prods us, and gives us comfort. [...] But we don't take orders from Rush. We draw our reasons for being here from the people who sent us here.⁷⁹¹

⁷⁸⁹ « *Quand vous regardez les analyses d'après-scrutin de la campagne de 94, c'était que, pour la première fois, pour la toute première fois, vous aviez 90% des conservateurs, des gens qui se considèrent conservateurs, qui ont effectivement voté pour le candidat républicain. D'habitude, c'est quelque part autour de 75% et quelques [...]. Cette élection s'est passée ainsi parce qu'il y a eu une augmentation de neuf millions de voix en faveur des Républicains par rapport aux élections de mi-mandat de 1990, et il y a eu une diminution d'un million de voix du vote en faveur des Démocrates, donc il y a eu un transfert de voix de dix millions. [...]* L'auditorat de Limbaugh est principalement un auditorat conservateur mais pas nécessairement un auditorat républicain. C'est donc une des raisons qui a fait qu'on a considéré que Rush a été responsable du résultat de l'élection de 1994 ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

⁷⁹⁰ « *Je me suis rendu compte que le talk-show radiophonique était le seul moyen de faire passer mon message sans qu'il soit dilué, sans qu'il soit coupé et sans qu'il soit interrompu* ». Hosler, "Limbaugh Schools New Class."

⁷⁹¹ « *Rush est à cette Réforme Conservatrice, cette renaissance conservatrice, ce que Will Rogers a été au New Deal. Il aide à l'expression quotidienne des thèmes qui nous ont portés à Washington. Il nous aiguillonne, il nous reconforte. [...]* Mais nous ne recevons pas d'ordres de Rush. Nous tirons la légitimité de notre présence

Avant même d'être investis, les membres du 104^{ème} Congrès affichent leur intention de demeurer indépendants des médias, fussent-ils conservateurs et en phase avec les principes qu'ils défendent.

Après l'hommage qui lui est rendu, Limbaugh prononce un discours au cours duquel il met en garde les nouveaux élus quant à la malveillance des médias de référence à l'égard des conservateurs :

You will never, ever be their friends. They don't want to be your friends. Some female reporter will come up to one of you and bat her eyes and ask you to go to lunch. [...] Don't fall for this. This is not the time to get moderate. This is not the time to start trying to be liked [...]. The people who voted for you are looking for action⁷⁹².

Fort de son expérience, l'animateur avertit la jeune génération des parlementaires républicains sur le danger que comporte l'exercice du pouvoir au sein des arcanes de Washington qui pourrait leur faire baisser la garde et céder aux sollicitations des médias. Il semble qu'il faille entendre dans cette déclaration une référence au dîner en ville auquel il a été convié par la journaliste de *The New York Times* Maureen Dowd.

4.2.2. Le difficile positionnement du talk-show par rapport à la majorité républicaine

Pour une génération de représentants élue en partie grâce à un « nouveau média » leur ayant permis de communiquer directement avec les citoyens, mais dont ils entendent bien rester indépendants, trouver la juste distance entre eux-mêmes et les talk-shows radiophoniques politiques s'annonce comme une gageure. Il en va de même pour les animateurs ayant contribué à promouvoir le *Contrat avec l'Amérique* qui doivent réinventer leur relation avec les leaders du GOP maintenant que ces derniers sont au pouvoir.

4.2.2.1. Le talk-show au cœur du pouvoir républicain : le *Talk Radio Row* dans les couloirs du Capitole

Si les jeunes Républicains ne reçoivent pas leur ordre de mission de Limbaugh, ce dernier ne faiblit pas pour autant dans son soutien à la nouvelle majorité au Congrès et poursuit ses actions conjointes de promotion de l'agenda du leadership républicain à la Chambre d'une

ici des gens qui nous y ont envoyés ». Karen Hosler, "Limbaugh Schools New Class of Republican Congressmen in Baltimore", *The Baltimore Sun*, December 11th, 1994.

⁷⁹² « Vous ne serez jamais, au grand jamais leurs amis. Ils ne veulent pas être votre ami. Une journaliste va venir vers vous et battre des cils et vous inviter à déjeuner. Ne tombez pas dans le panneau. Ce n'est pas le moment de se mettre à être modéré. Ce n'est pas le moment de se mettre à essayer de se faire aimer [...]. Les gens qui ont voté pour vous attendent de l'action ». Katharine Q. Seelye, "Republicans Get a Pep Talk from Rush Limbaugh", *The New York Times*, December 12th, 1994.

part, et de mise en défaut de l'Administration démocrate d'autre part. Ainsi, au lendemain du discours de Clinton sur l'État de l'Union, l'animateur accuse le président d'hypocrisie, considérant que la teneur de son discours n'est qu'une compilation des principes fondamentaux du reaganisme et du *Contrat avec l'Amérique* :

If you go down and take a look at some of the things the President said in the speech, you would swear they were said by Ronald Reagan, you would swear you heard these from conservatives [...]. Try this one—if this is not vintage Reagan, nothings is—“we must not ask government to do what we should do for ourselves” [...] ⁷⁹³

Selon lui, Clinton reprend à son compte des idées conservatrices dans le seul but d'amadouer les Républicains et de sauver sa présidence. Outre qu'il pense que le président ne croit pas un mot de ce qu'il dit ⁷⁹⁴, l'animateur voit dans ce repositionnement politique un signe de faiblesse :

I'm really of the impression that more and more, people are looking upon the Administration now as irrelevant when it comes to getting things done, when it comes to deciding where the power in government is. [...] When the President of the United States has to go and do such a one-eighty—and starts quoting Republicans, Ronald Reagan, *Contract with America*, trying to co-opt these issues as his own after two years of trying to expand government more than any President in modern history—how do you believe him? You have to conclude that we're dealing with an irrelevancy, [...] that the power is not in the White House any longer, it does not originate from there; it's all on Capitol Hill. ⁷⁹⁵

Pour lui, la cooptation des idées conservatrices par Clinton est preuve que la Maison-Blanche est désormais incapable de conduire les affaires du pays et que le vrai siège du pouvoir se situe désormais au Capitole. Soutien fervent de la minorité républicaine jusqu'en novembre 1994, Limbaugh est désormais le porte-parole de la majorité parlementaire.

Du côté du GOP, le statut de parti majoritaire qu'il a nouvellement acquis n'altère en rien la façon dont il envisage ses liens avec les talk-shows radiophoniques. Désormais *speaker* de

⁷⁹³ « Si vous allez jusqu'au bout et que vous regardez certaines des choses que le Président a dites dans le discours, vous jureriez qu'elles ont été dites par Ronald Reagan, vous jureriez que vous avez entendu ces choses de la bouche de conservateurs [...]. Essayez celle-là – si ce n'est pas du Reagan classique, rien n'en est – ‘nous de devons pas demander à l'État de faire ce que nous devrions faire pour nous-mêmes’ ». *The Rush Limbaugh Show*, 25 janvier 1995 (00:10:18).

⁷⁹⁴ *The Rush Limbaugh Show*, 25 janvier 1995 (00:12:05).

⁷⁹⁵ « J'ai vraiment l'impression que les gens considèrent de plus en plus que l'Administration est désormais inepte quand il s'agit d'accomplir quoi que ce soit [...]. Quand le président des États-Unis est obligé d'aller opérer un virage à 180 degré comme celui-ci – et qu'il se met à citer les Républicains, Ronald Reagan, le *Contrat avec l'Amérique*, pour essayer de coopter ces questions comme si elles étaient les siennes après deux années passées à essayer d'étendre l'État plus qu'aucun autre président de l'histoire contemporaine – comment pouvez-vous le croire ? Vous devez en conclure que ce à quoi nous avons à faire est une ineptie, [...] que le pouvoir n'est plus à la Maison-Blanche, il n'émane plus de là : tout le pouvoir est au Capitole ». *The Rush Limbaugh Show*, 25 janvier 1995 (00:19:08).

la Chambre, Gingrich s'emploie à nourrir la « relation spéciale » avec Limbaugh principalement, mais également avec les homologues de ce dernier. Pour cela, il convie un grand nombre d'animateurs de talk-shows radiophoniques – conservateurs pour la plupart⁷⁹⁶ – à venir émettre depuis le cœur-même du Capitole. À l'instar du « White House Talk Radio Row » de 1993, le « Capitol Hill Talk Radio Row » du 5 janvier 1995 est un événement sans précédent. Comme l'explique Gaylord, c'est l'occasion pour Gingrich de remercier les talk-shows pour leur rôle pendant la campagne en leur permettant un accès privilégié à la maison du peuple :

Because the speaker controls the physical space of the capitol, we simply opened up our corridors and extra rooms to talk radio. They literally came to town and we had rows of them and they reported on the activities of our congress. And of course our congressmen would go up and down the rows and do interviews with their hometown talk radio station. Most of them local, one city station, we had over a hundred and we did that a number of times. So we were in active coordination with them. They could say, "Reporting from the nation's capital this morning, I'm just down the hall from Newt Gingrich's office."⁷⁹⁷

Les chefs de file de la nouvelle majorité affirment vouloir renouveler l'événement à une fréquence régulière afin de pouvoir contourner les médias de référence dans la diffusion de leur message⁷⁹⁸. Gingrich annonce quant à lui qu'il compte convier des animateurs de talk-shows à des dîners mensuels avec une vingtaine de membres du Congrès et lui-même de manière à entretenir le lien avec eux : « *So every month we'll be re-establishing our ties with the people who spend hours talking with the American people* »⁷⁹⁹.

Étonnamment, Limbaugh ne participe pas à l'événement ; aux dires de son assistant, il serait en vacances. L'absence de Limbaugh à un événement qui célèbre un genre médiatique qu'il a fortement contribué à réinventer indique une volonté de la part de l'animateur de maintenir ses distances par rapport au pouvoir républicain, malgré son implication dans la promotion des engagements du Contrat. Cette volonté d'indépendance suggère que la

⁷⁹⁶ Steven A. Holmes, "The 104th Congress: TALK RADIO; True Believers Rejoice in Babylon," *The New York Times*, January 5th, 1995.

⁷⁹⁷ « *Parce que le speaker a le contrôle de l'espace physique du Capitole, nous avons tout simplement ouvert nos couloirs et nos salles inoccupées aux talk-shows. Ils sont littéralement venus en ville et nous en avons des rangées et ils couvraient les activités de notre Congrès. Et bien sûr nos représentants allaient et venaient dans les allées et participaient à des interviews avec la station de leurs villes d'origine. La plupart étaient locales, une était une station qui couvrait une ville, nous en avions plus d'une centaine et nous avons fait ça un certain nombre de fois. Donc nous nous coordonnions avec eux de façon active. Ils pouvaient dire, 'en direct de la capitale de la nation ce matin, je suis juste au bout du couloir où Newt Gingrich a son bureau' ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley »*

⁷⁹⁸ Holmes, "The 104th Congress: TALK RADIO."

⁷⁹⁹ « *Donc chaque mois nous resserrerons nos liens avec ceux qui passent des heures à parler avec les Américains* ». Holmes, "The 104th Congress: TALK RADIO."

victoire de novembre complique son positionnement par rapport au leadership du Parti républicain. Au sujet de ses relations avec ce dernier, il met un point d'honneur à signaler qu'il ne s'est entretenu avec Gingrich que sept ou huit fois tout au plus et confie à la journaliste Margaret Carlson : « *I'm not friends with these people ; I want to be free to criticize if need be, if they back off on term limits or a balanced budget* »⁸⁰⁰. Ces propos affinent la définition de la relation spéciale qui, bien qu'elle soit symbiotique, n'implique pas nécessairement de contacts interpersonnels. Ils confirment également la notion d'une relation dans laquelle Limbaugh entend garder toute latitude pour critiquer l'action de la nouvelle majorité. À cet égard, suite à une conférence de presse au cours de laquelle Gingrich suggère le passage d'un amendement constitutionnel rendant obligatoire l'équilibre budgétaire, Limbaugh s'interroge ouvertement sur les ondes quant à la détermination du *speaker*. Ce dernier se voit contraint de lui téléphoner en privé pour l'assurer qu'elle est intacte⁸⁰¹.

La concurrence entre la Maison-Blanche et le leadership républicain à la Chambre se manifeste également au niveau communicationnel avec l'élaboration d'une stratégie visant à donner à Gingrich l'ascendant sur Clinton dans la définition de l'ordre du jour. Comme le relate Blankley, le *speaker* alors met en place une conférence de presse quotidienne en tout début de matinée afin de devancer la Maison Blanche dont la conférence de presse n'a lieu qu'en milieu de journée:

We set up a morning press briefing that Newt would give. So we were pre-empting the White House's press briefing. [...] And Newt was coming out and saying here's what we're doing today and letting the White House react to us so we're getting not only talk radio. Now it became a very combative relationship and the White House went to war with Newt [...]. Eventually after a few months, we had to cancel it [...]. But for a while we were not only driving our own communications to talk radio, but we were also driving the national media each day.⁸⁰²

La stratégie de communication de la nouvelle majorité cible également la télévision. Gingrich lance ainsi son propre talk-show télévisé intitulé *The Progress Report* sur National Empowerment Television (NET), une chaîne câblée créée par Paul Weyrich en 1993. C'est

⁸⁰⁰ « *Je ne suis pas ami avec ces gens, je veux être libre de pouvoir critiquer si besoin est, s'ils font marche-arrière sur la limitation des mandats ou sur l'équilibre budgétaire par exemple* ». Margaret Carlson, "Public Eye: My Dinner with Rush Limbaugh," TIME Magazine, January 23rd, 1995.

⁸⁰¹ Thomas Rosenstiel, "Twists and Turns On the Road Rightward," Newsweek, January 23rd, 1993.

⁸⁰² « *Nous avons mis en place une conférence de presse matinale donnée par Newt. Donc nous sapions la conférence de presse de la Maison Blanche. [...] Et Newt arrivait et disait, « voilà ce qu'on fait aujourd'hui » et laissait la Maison Blanche réagir à ce que nous disions. Donc nous n'avions pas que les talk-shows à notre disposition. C'est donc devenu une relation très antagoniste et la Maison Blanche est partie en guerre contre Newt [...]. Au final, après quelques mois, nous avons dû arrêter [...]. Mais pendant un temps, non seulement nous faisons passer nos messages par les talk-shows, mais nous influençons aussi les médias nationaux chaque jour* ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

avec le concours de Weyrich et de *The Heritage Foundation* qu'est organisé le « Capitol Hill Talk Radio Row ». À cette occasion, la *Foundation* avait équipé entièrement un studio non loin du Capitole de façon à pouvoir accueillir des animateurs⁸⁰³. L'intérêt fort que nourrit Weyrich pour les médias contribue à doter les conservateurs d'un dispositif de communication propre.

Début 1995, NET est accessible à dix millions de foyers à travers le pays. Elle est financée en partie par The Coors Brewing Co.⁸⁰⁴. De l'aveu de Weyrich, la chaîne a pour objectif de permettre aux citoyens ordinaires d'exprimer leurs opinions auprès de leurs dirigeants politiques : « *Since FDR, Washington has had a megaphone pointed at the rest of America. We're turning the megaphone around* »⁸⁰⁵. Lorsque des voix critiquent la participation de Gingrich à un dîner de levée de fonds pour NET dont le droit d'entrée s'élève à 50 000 dollars, Limbaugh prend sa défense en soulignant la différence de traitement entre Gingrich et Clinton dans ce domaine : les médias de référence s'offusquent que le speaker fasse une contribution financière à une chaîne de télévision conservatrice mais ne trouvent rien à redire au fait que le président apparaisse à des dîners de bienfaisance pour des organisations proches des sociolibéraux comme la *National Organization for Women* ou l'*American Civil Liberties Union*⁸⁰⁶.

4.2.2.2. Les premières fissures de la relation spéciale et l'affirmation problématique de Bob Dole comme leader des Républicains

Si la relation entre les talk-shows et le pouvoir républicain est à son apogée, la situation est moins évidente qu'il n'y paraît. Dès la période de transition, en coulisses des célébrations de la victoire, des désaccords se font jour, notamment sur les accords du General Agreement on Tariffs and Trade (GATT): « *Anti-GATT forces include famous names. [...] Rush Limbaugh, now a powerful inside player in the GOP, is in the middle. A free trader and phone pal of Gingrich's, he's largely avoided the topic, and his show turned down some anti-GATT ads* »⁸⁰⁷. Hostile au GATT, Limbaugh choisit toutefois de ne pas évoquer le sujet sur les ondes afin d'éviter de mettre la majorité en difficulté. Il semble donc disposé à faire des

⁸⁰³ Holmes, "The 104th Congress: TALK RADIO."

⁸⁰⁴ Gina Bellafante, "The Network that Newt Built," *TIME Magazine*, January 9th, 1995.

⁸⁰⁵ « *Depuis Roosevelt, Washington a un porte-voix dirigé vers le reste de l'Amérique. Il est temps de tourner le porte-voix* ». John Meacham, "Surfing on Newt's Network," *Newsweek*, January 30th, 1995.

⁸⁰⁶ *The Rush Limbaugh Show*, 25 janvier 1995 (00:17:20).

⁸⁰⁷ « *Les forces anti GATT comptent des noms connus. [...] Rush Limbaugh, désormais acteur influent au sein du GOP, en fait partie. Partisan du libre-échange et copain de Gingrich avec qui il a une relation téléphonique, il a copieusement évité le sujet, et son émission a refusé des pubs anti GATT* ». Howard Fineman, *Really Bites*, *Newsweek*, November 28th, 1994.

compromis sur certains aspects de la politique mise en œuvre par la nouvelle majorité de façon à préserver la relation qu'il entretient avec elle.

La relation entre le *speakership* et la présidence est au contraire un domaine dans lequel Limbaugh est disposé à ne faire absolument aucun compromis. C'est ainsi qu'il critique vivement Gingrich quand celui-ci se montre aimable envers le président lors du *townhall meeting* auxquels ils participent le 11 juin dans le New Hampshire. Gingrich accepte l'invitation du président à venir débattre publiquement du projet de loi sur l'équilibre budgétaire dans le but d'adoucir son image auprès du public qui a tendance à le voir comme un réactionnaire hargneux⁸⁰⁸. Le speaker se montre si amène envers le président que *The Washington Post* affirme qu'on aurait pu croire que Clinton était en train de débattre avec Gore⁸⁰⁹. Le lendemain, si Limbaugh estime que le speaker a tiré son épingle du jeu honorablement, il estime que la bonne entente affichée de Gingrich et Clinton est hors de propos. À ses yeux, le principe de l'action politique n'est pas de bien s'entendre avec l'opposition mais de faire valoir ses idées à tout prix pour neutraliser l'adversaire⁸¹⁰. De l'aveu de Clinton, la trop grande mansuétude de Gingrich lui vaut de si vifs reproches de la part de Limbaugh qu'il décide qu'on ne l'y reprendra plus :

At his best, Newt Gingrich was creative, flexible, and brimming over with new ideas. But that wasn't what had made him Speaker; his searing attacks on the Democrats had done that. It's hard to restrain the source of your power, as Newt was reminded the next day when he was criticized by Rush Limbaugh and the conservative *Manchester Union Leader* for being too pleasant to me. It was a mistake he wouldn't often repeat in the future, at least not in public⁸¹¹.

Ainsi, de la même façon qu'il s'est assuré qu'aucun des Républicains candidats aux élections de mi-mandat n'adopte des positions trop modérées ou ne se montre ouvert au compromis avec les Démocrates – comme en témoignent ses critiques à l'égard de Giuliani – Limbaugh veille à ce que les Républicains désormais élus ne baissent pas la garde face aux Démocrates, fidèle en cela à l'esprit du discours qu'il avait prononcé devant la promotion des jeunes élus

⁸⁰⁸ Gillon, *The Pact*, 149.

⁸⁰⁹ Gillon, *The Pact*, 149.

⁸¹⁰ John Switzer, "FIRST HOUR," *Unofficial Summary of The Rush Limbaugh Show for Monday June 12th, 1995*.

⁸¹¹ « Dans ses meilleurs jours, Newt Gingrich était créatif, souple et débordant de nouvelles idées. Mais ce n'était pas ce qui l'avait fait speaker ; ce sont ses attaques cinglantes contre les Démocrates qui lui avaient permis d'arriver là. Il est difficile de contenir la source de votre pouvoir, comme on le rappela à Newt le jour suivant quand il fut critiqué par Rush Limbaugh et le journal conservateur *Manchester Union Leader* pour avoir été trop aimable à mon égard. C'est une erreur qu'il ne refit plus souvent par la suite, du moins pas en public ».

⁸¹¹ Bill Clinton, *My Life* (New York: Vintage Books, Random House Inc., 2004), 659.

en décembre 1994. Au cours de l'année 1995, de petites anicroches se font donc jour dans la relation entre le pouvoir républicain et les talk-shows radiophoniques politiques.

L'affirmation de Bob Dole sur le devant de la scène politique nationale complique la relation. Les débats sur le projet de loi visant à inscrire dans la Constitution l'obligation de présenter des budgets équilibrés et son examen au Sénat en révèlent plus précisément les limites. Afin qu'il soit voté par la chambre haute, Dole prend les rênes du projet au mois de février 1995. Le *Fiscal Responsibility Act* correspond au huitième engagement du Contrat – « *EIGHTH, guarantee an honest accounting of our Federal Budget by implementing zero base-line budgeting* »⁸¹² – et occupe la première place dans la liste des projets de loi que les Républicains se sont engagés à présenter au Congrès en cas de victoire lors des élections de novembre :

1. THE FISCAL RESPONSIBILITY ACT

A balanced budget/tax limitation amendment and a legislative line-item veto to restore fiscal responsibility to an out-of-control Congress, requiring them to live under the same budget constraints as families and businesses.⁸¹³

Le projet est voté sans heurts à une large majorité à la Chambre à 300 voix contre 132 le 26 janvier 1995. Lorsque les discussions sur le projet au Sénat s'achèvent vers la fin février, Bob Dole, chef de la majorité Républicaine à la chambre haute ne dispose pas des 67 voix nécessaires à son passage. Ne parvenant pas à convaincre les sénateurs réticents à le voter, il sollicite l'aide de Limbaugh. Dans une conversation téléphonique du 1^{er} mars, Dole indique à l'animateur qu'il a retardé le vote afin que les Américains puissent faire entendre leurs opinions à leurs élus⁸¹⁴. En d'autres termes, il demande à Limbaugh de défendre le projet de loi dans son émission et d'encourager les auditeurs à faire connaître leur soutien à leurs sénateurs. S'il insiste sur l'importance de ce projet de loi et qu'il prédit l'échec aux prochaines élections législatives à ceux des sénateurs démocrates qui voteront contre, Limbaugh montre un enthousiasme limité suite à l'appel de Dole, une réaction qui est le fruit de la frustration de l'animateur.

⁸¹² Voir annexe n°15 « Contrat avec l'Amérique ».

⁸¹³ « *1-La Loi sur la Responsabilité fiscale. Un amendement d'équilibre budgétaire et de limitation de la fiscalité, ainsi que la mise en place du veto partiel pour restaurer la responsabilité fiscale au sein d'un Congrès incontrôlable, ce qui lui imposerait de vivre selon les mêmes contraintes budgétaires que les familles et les entreprises* ». Voir annexe n°15 « Contrat avec l'Amérique ».

⁸¹⁴ Timothy Egan, "THE 104th CONGRESS: TALK RADIO; On the Angry Airwaves, the Response to the Budget Vote is Underwhelming," *The New York Times*, March 2nd, 1995.

En effet, ce dernier n'accepte de venir en aide à Dole qu'à la condition qu'il relève Mark Hatfield – seul sénateur républicain ayant signifié son refus de voter pour le projet – de ses fonctions de président de la Commission d'affectation des crédits (*Appropriations Committee*)⁸¹⁵. Le refus de Dole d'accéder à la requête de l'animateur semble avoir joué dans l'implication plutôt molle de Limbaugh dans la campagne en faveur du vote du *Fiscal Responsibility Act* au Sénat. De leur côté, les auditeurs réagissent sans grand entrain également à l'appel du sénateur, appel qui semble même jouer en sa défaveur : au lieu de galvaniser les citoyens conservateurs, son intervention auprès de Limbaugh, relayée sur d'autres talk-shows radiophoniques du pays, suscite le doute chez ces derniers quant à son attachement au conservatisme et sa capacité à assurer le leadership⁸¹⁶.

La tentative ratée de Dole de rallier Limbaugh à sa cause est un épisode singulier de la relation entre l'animateur et le leadership républicain. D'une part, c'est la première tentative connue de la part de l'animateur d'influencer directement le processus politique, autrement que par le biais du microphone. Si d'ordinaire son ralliement à l'action du leadership républicain n'est motivé que par son adhésion idéologique, dans le cas du vote sur le *Fiscal Responsibility Act*, il est clairement subordonné à une exigence précise de Limbaugh, qui vient démentir la volonté affichée de ce dernier de vouloir influencer le jeu politique. Le refus de Dole d'y céder montre que le souci d'indépendance qui caractérise la relation entre les talk-shows radiophoniques conservateurs, vaut pour les deux parties. L'échec de la démarche de Dole tend d'autre part à suggérer que lorsqu'il est en position d'interlocuteur direct du talk-show radiophonique dans le camp républicain, la relation semble se relâcher et ne plus fonctionner. Au final, le rejet du projet par le sénat prive Dole d'une victoire qui aurait pu renforcer sa stature de dirigeant et le placer dans une position favorable, tant dans la sphère politique que médiatique, en vue de la campagne des primaires républicaines.

4.2.3. Le monopole de Limbaugh remis en cause : radicalisation du conservatisme dans la métropole de San Francisco

Outre les quelques crispations qui se font jour dans la relation entre le GOP et Limbaugh, le lancement au niveau local des émissions de deux futurs concurrents de Limbaugh sur les ondes nationales dans la période de l'après-11 septembre, ainsi que l'apparition d'un discours conservateur plus radical sur les ondes de Californie, font du début de l'année 1995 une période charnière. C'est à ce moment en effet que Sean Hannity et

⁸¹⁵ Howard Fineman and Thomas Rosenstiel, "Mr. Inside Strikes Out," *Newsweek*, March 13th, 1995.

⁸¹⁶ Egan, "THE 104th CONGRESS: TALK RADIO."

Michael Savage rejoignent les rangs des animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs. Hannity, qui officie à Atlanta, en Géorgie, sur la station WGST, développe un discours sur l'iniquité de la philosophie économique des sociolibéraux déjà bien rôdé. Au sujet de la proposition des Démocrates d'augmenter le salaire minium, il déclare : « *How much more can you pay to someone who flips burger for a living ? Are you willing to pay more for a hamburger? The Democrats feel they can get a lot of mileage out of this because they can create this class envy and strife—which they're masters at* »⁸¹⁷. Il n'est encore toutefois qu'un animateur de petite envergure qui ne retient que peu l'attention des médias de référence.

Cependant, c'est en Californie, sur les ondes de KSFO, que le talk-show radiophonique conservateur connaît des changements plus significatifs. En janvier 1995, la station redéfinit sa programmation pour ne proposer que des talk-shows radiophoniques conservateurs. La métropole de San Francisco devient le berceau d'une forme de conservatisme radiophonique radical qui fait fi de toute bienséance et pousse le politiquement incorrect à son extrême. KSFO commence à diffuser les émissions de J. Paul Emerson, un champion de la provocation licencié de KFRC pour avoir tenu des propos racistes, de Tom Kamb, ancien agent de police animant un talk-show sur les questions relatives à l'ordre public, ainsi que celle de Hamblin que la presse locale surnomme le « Limbaugh noir » (*black limbaugh*)⁸¹⁸.

Le repositionnement de KSFO illustre également la tendance des radios à programmer exclusivement des talk-shows radiophoniques conservateurs, dont la diffusion est plus lucrative que celle des talk-shows sociolibéraux. Kevin Berger, observateur de l'industrie la radio, affirme que la décision de KSFO est motivée par des raisons strictement financières : « *Politics has nothing to do with it. This is just another trend to get high ratings. If Jerry Brown got ratings as high as Ken Hamblin's, KSFO would put Jerry Brown on the air. But studies have shown that active listeners to talk radio are white and conservatives. That's where the money is* »⁸¹⁹. Ce repositionnement est donc la manifestation de manière exacerbée au niveau local d'une tendance nationale.

⁸¹⁷ « *Jusqu'où peut-on augmenter quelqu'un qui gagne sa vie en retournant des steaks hachés? Est-ce que vous êtes prêts à payer plus pour un hamburger ? Les Démocrates ont l'impression qu'ils peuvent marquer pas mal de points grâce à ça parce qu'ils peuvent créer cette jalousie et cette querelle de classe, chose dont ils sont passés maîtres* ». Corliss, "Look Who's Talking." alignement marge

⁸¹⁸ Jane Ganahi, "KSFO Moves to the Right of the Dial," *The San Francisco Examiner*, January 5th, 1995.

⁸¹⁹ « *La politique n'a rien à voir là-dedans. C'est simplement une autre manière d'avoir des taux d'audience élevés. Si les taux d'audience de Jerry Brown étaient aussi élevés que ceux de Ken Hamblin, KSFO aurait mis Jerry Brown à l'antenne. Mais des études ont montré que les auditeurs actifs de talk-shows sont blancs et conservateurs. C'est là qu'est l'argent* ». Ganahi, "KSFO Moves to the Right of the Dial."

Le plus acerbe de tous est sans conteste Michael Savage, adepte d'un discours anti-sociolibéral très radical qui porte fréquemment sur les homosexuels : « *These gay and lesbian nazis, I don't know what else to call them, they're trying to steal our freedom* »⁸²⁰. Il constate que même dans une ville aussi à gauche que San Francisco, il existe un fort mécontentement face au sociolibéralisme : « *What I'm finding is that even in San Francisco, I'm getting calls from gay people who say they are ostracized in their own community. Even blacks and Hispanics are fed up with the liberal agenda, so they have gone underground with their conservatism* »⁸²¹. Enfin, si elle peut sembler paradoxale, l'émergence d'un discours conservateur aussi radical que celui de Savage ou Emerson dans une région très fortement sociolibérale est à la mesure de l'environnement politique et sociétal local. Pour Harrison, le succès de Savage n'a rien d'étonnant :

I'm constantly asked by people, "How is it that Michael Savage is the highest rated talk show host in San Francisco when it's such a liberal city and he's a conservative?" I say because he's not running for mayor! If he's running for mayor, he couldn't be elected dogcatcher. But in radio, sometimes, when you appeal to a minority in a city, or in a country, you'll have a larger audience than someone who's fighting other people for the majority because they'll galvanize around you and support you.⁸²²

Outre le positionnement interstitiel entre sphère médiatique et sphère politique qui caractérise les animateurs de talk-shows conservateurs, le statut minoritaire des émissions du genre de celle de Savage dans une région acquise au sociolibéralisme est un facteur clef de leur succès. L'apparition de Savage semble donc constituer une réaction normale au contexte culturel local. L'animateur lui-même conçoit le lancement de son émission comme l'antidote nécessaire à ce qu'il perçoit comme le déclin culturel de San Francisco, dont les médias de référence sont complices : « *You're listening to the new voice of the city, the clear spring of reality of the city, not the river of pollution that's run through the media here for 40*

⁸²⁰ « *Ces gays et lesbiennes nazis, je ne sais pas comment les appeler autrement, ils sont en train de nous voler notre liberté* ». John Tierney, "A San Francisco Talk Show Takes Right-Wing Radio to a New Dimension," *The New York Times*, February 14th, 1995.

⁸²¹ « *Ce que je constate même à San Francisco, je reçois des appels de gays qui disent qu'ils sont ostracisés au sein de leur propre communauté. Même les noirs et les Hispaniques en ont marre de l'activisme sociolibéral, donc ils dissimulent leur conservatisme* ». Ganahi, "KSFO Moves to the Right of the Dial."

⁸²² « *Les gens me demandent constamment, 'Comment se fait-il que Michael Savage est l'animateur de talk-show avec les taux d'audience les plus élevés de San Francisco alors que c'est une ville si sociolibérale et qu'il est conservateur?' Je dis que c'est parce qu'il ne se présente pas à la municipalité ! S'il se présentait à la municipalité, il ne pourrait même pas être élu ramasseur d'animaux. Mais dans le secteur de la radio, parfois, quand vous vous adressez à la minorité d'une ville, ou d'un pays, vous allez avoir une audience plus grande que quelqu'un qui combat d'autres gens pour la majorité parce qu'ils vont se fédérer autour de lui et le soutenir* ». Voir annexe n°8 « Entretien avec Harrison ».

years »⁸²³. Savage considère sa présence sur les ondes comme le nécessaire rééquilibrage des rapports de force entre conservateurs et sociolibéraux. Le lancement de *The Savage Nation* sur KSFO apparaît donc comme le signe de l'arrivée d'une seconde génération d'animateurs de talk-shows conservateurs au discours plus radical qui les place à la marge de l'écosystème des émissions radiophoniques politiques et qui, ce faisant, « normalise » les talk-shows de la première génération lancée par Limbaugh.

Ainsi, la fin de l'âge d'or du talk-show radiophonique s'amorce d'une part avec l'apparition d'une nouvelle génération d'animateurs qui radicalisent le discours conservateur en déployant une rhétorique corrosive à côté de laquelle celle des animateurs appartenant à la première génération par contraste apparaît policée. D'autre part, la fin de l'âge d'or est amorcée également par le relâchement de la relation spéciale au moment où une forme de conservatisme réaliste incarné par Dole prend l'ascendant sur le conservatisme orthodoxe-révolutionnaire à la Gingrich. Le tandem que forment les talk-shows radiophonique et le leadership républicain ne semble viable que lorsque ce dernier est incarné par une figure de la nouvelle génération de conservateurs. Au moment où se profilent les primaires républicaines en vue de la présidentielle de novembre 1996, la relation spéciale est donc remise en cause par l'émergence progressive de Dole comme figure républicaine de premier plan. La prise en main de la direction du GOP par une personnalité orthodoxe-conservatrice s'avère donc être une condition au rayonnement du talk-show radiophonique conservateur.

La présence de Gingrich à la tête du leadership républicain a indéniablement été un des facteurs ayant permis au talk-show radiophonique d'occuper une place aussi centrale en 1994 et de connaître un âge d'or dont la campagne pour les élections de mi-mandat de novembre puis la victoire des Républicains ont constitué le point culminant. À la veille de la campagne des primaires de 1996, la situation a changé et il semble que les conditions ne soient plus réunies pour que le tandem soit en position de fonctionner pleinement et de s'assurer des victoires de l'ampleur de celle de 1994.

4.3. Les conditions optimales à l'efficacité du talk-show, à l'aune de l'année 1994

Les élections de mi-mandat de 1994 ont lieu en effet au milieu d'un cycle qui semble présenter des conditions optimales à un retournement politique dans lequel le talk-show radiophonique politique est susceptible de jouer un rôle central. Gaylord, stratège de la

⁸²³ « Vous écoutez la nouvelle voix de la ville, le courant d'eau clair de la réalité de la ville, pas la rivière de pollution qui parcourt les médias de la région depuis quarante ans ». Tierney, "A San Francisco Talk Show."

reconquête de la Chambre par les Républicains, confirme qu'en 1994, toutes les conditions étaient réunies pour que le changement de majorité voulu par l'équipe de Gingrich puisse se produire :

When you look at [...] any election where you are trying to overturn a legislative body, [...] there has to be a sort of uniting of the opposition and I think it's very important that the party out of power not be the opposition party but rather the alternative party, which is what we had in 1994. There are five or six key things that have to be present all at once in the operation.⁸²⁴

Gaylord insiste donc qu'il ne suffit pas pour le parti qui cherche à reprendre le pouvoir d'adopter une approche négative consistant à contester le pouvoir en place et se contenter de n'être que le parti d'opposition, mais qu'il est nécessaire avant tout d'avoir une approche affirmative afin d'être le parti qui incarne une alternance crédible et viable. Cinq des six paramètres que Gaylord identifie comme nécessaires au processus de réalignement politique sont constitutifs de cette approche affirmative, et quatre sont directement liés au talk-show radiophonique politique.

4.3.1. Un projet alternatif formulé dans un langage compréhensible par les citoyens ordinaires

Selon Gaylord, l'élaboration d'un projet politique différent formulé dans un langage accessible aux citoyens ordinaires est un facteur essentiel du réalignement. L'existence d'un projet alternatif est donc le premier facteur : « *The first is to know what you're for [...] and not necessarily for what you are against, but have a positive platform* »⁸²⁵. Il ne suffit donc pas d'être le parti qui conteste mais le parti qui propose. En 1994, le *Contrat avec l'Amérique* constitue précisément l'outil permettant aux Républicains de faire la preuve qu'ils parlent tous d'une même voix et qu'ils sont porteurs d'un projet crédible. À cet égard, bien que le *Contrat pour l'Amérique* ait été rédigé par les élus du GOP et que Limbaugh n'y ait aucunement participé, il existe une concordance de vues frappante entre les principes et les valeurs que défend ce dernier à longueur d'émission et le contenu du *Contrat*, comme l'interdiction à terme des déficits, l'équilibre budgétaire et la responsabilité des élus. Karl Rove confirme cette adéquation idéologique entre le discours de Limbaugh et les propositions de la feuille de

⁸²⁴ « *Quand vous considérez [...] une élection au cours de laquelle vous essayez de faire basculer une assemblée législative, [...] il faut qu'il y ait une sorte de phénomène d'unification de l'opposition et je pense qu'il est très important que le parti qui n'est pas au pouvoir ne soit pas le parti de l'opposition mais plutôt le parti incarnant l'alternance, ce que nous avons en 1994. Il y a cinq ou six éléments clefs qui doivent être présents tous ensemble dans l'opération* ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

⁸²⁵ « *Le premier élément est de savoir ce pour quoi vous êtes, [...] et pas nécessairement ce contre quoi vous êtes mais avoir une plateforme de propositions* ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

route des Républicains : « *Rush was talking about elements of the Contract with America before there was one* »⁸²⁶. Selon Rove, cette adéquation préexiste donc à la mise en forme du *Contrat*, ce qui laisserait presque à penser que le projet a été élaboré à partir des émissions de Limbaugh et que ce sont les élus du GOP qui promeuvent son ordre du jour et non l'inverse.

Le deuxième paramètre énoncé par Gaylord est directement lié au talk-show radiophonique politique car il a trait au travail sur le langage. Selon le conseiller de Gingrich, pour qu'un basculement politique soit possible, il est nécessaire de formuler des propositions dans un langage que l'homme de la rue puisse comprendre : « *The second thing, you have to have a language that describes [ideas] in terms that people use in their everyday lives so that they understand what it is that you're all about* »⁸²⁷. Pour assurer sa victoire, le candidat doit donc se défaire du jargon politicien pour s'exprimer avec les mots du quotidien :

What I mean by their own language is [...] getting out of the political speak, getting out of the cliché that normally kind of flows easily into the political lexicon of candidates because they kind of copy what they hear incumbents say, what the news media say, so [...] they're in words that might not mean anything to people when they have their kind of what I would call their kitchen table or family discussions about what's going on in the world.⁸²⁸

Ainsi, le combat politique qui mène à la victoire est avant tout un combat de mots. À cet égard, le rôle de Frantz Luntz, conservateur trentenaire et ancien soutien de Buchanan, est essentiel : c'est lui qui travaille sur l'aspect discursif de la promotion du *Contrat* et des batailles que livre le GOP à la Chambre au cours de l'année 1994 (Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord »). L'équipe de Gingrich lui doit d'avoir élaboré un langage capable d'ancrer les principes que combattent ou promeuvent les Républicains dans le quotidien des gens afin qu'ils puissent en saisir immédiatement les enjeux. Les conservateurs orthodoxes-révolutionnaires accordent donc une place essentielle au travail sur le langage dans leur stratégie d'attaque des Démocrates et de reconquête du pouvoir.

⁸²⁶ « *Rush parlait de certains éléments du Contrat avec l'Amérique avant qu'il n'y en ait un* ». Chafets, *Army of One*, 77.

⁸²⁷ « *Le deuxième élément c'est que vous devez avoir un langage qui décrit [les idées] en des termes que les gens utilisent dans leur vie de tous les jours de façon à ce qu'ils comprennent ce que vous proposez* ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

⁸²⁸ « *Ce que je veux dire par leur propre langage c'est [...] sortir du jargon politique, sortir des clichés qui traditionnellement naviguent avec aisance dans le vocabulaire politique des candidats parce qu'en quelque sorte, ils copient ce qu'ils entendent dire de la bouche des candidats sortants ou par les médias d'information, donc [...] ils utilisent des mots dont il se pourrait qu'ils ne veulent rien dire pour les gens, quand ils ont ce que j'appellerais leurs discussions autour de la table de la cuisine ou des discussions de famille sur ce qui se passe dans le monde* ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

Comme l'explique Gaylord, l'opposition à la loi sur les droits de succession (*Inheritance Tax*) fournit une illustration parlante de l'importance du travail sur le langage :

The classic example of utilization of words and talking about in a way that people understand, is taking the "Inheritance Tax" and turning it into "the Death Tax" [...] We would relate it in a way that said that it's fundamentally unfair for families to have to visit the undertaker and the IRS in the same week. So it was: "Oh I get that", [...] which is why we took the "Inheritance Tax"—which was popular with people—[and] named and recategorized it as the "Death Tax", which was incredibly unpopular with people. So, use a language that people understand, words that have meaning and can drive political outcomes.⁸²⁹

Dans le cas de la loi sur les droits de succession, il s'est agi pour les Républicains de communiquer leur hostilité à la loi en remplaçant son intitulé – *Inheritance Tax* – qui est une expression non connotée, par une formulation dysphorique à la connotation morbide – *Death Tax* – qui produit un effet instantané de dissonance cognitive et provoque le rejet du concept auquel elle renvoie. Ce processus fait appel à la disposition naturelle de l'individu à se représenter la mort de manière négative. Il s'agit bien donc de créer une nouvelle réalité avec le langage en changeant le signifiant pour changer le signifié. Dans la même optique, la disposition du projet de loi anti-criminalité qui visait à rendre plus humaines les conditions d'incarcération a été renommé « basketball nocturne pour détenus » (*midnight basket-ball for convicts*) de façon à suggérer que la loi cible davantage le confort des criminels que celui des victimes.

4.3.2. Un média susceptible de transmettre le message efficacement

En corollaire à la formulation du message dans un langage que les gens comprennent, l'existence d'un média susceptible de le relayer auprès des citoyens constitue le quatrième facteur nécessaire au basculement politique. En 1994, ce média est bien évidemment le talk-show radiophonique politique :

The fourth thing is the ability to communicate over, under, around and through the media, and that's where the talk radio thing becomes most important. We were for something, so talk radio people had an opportunity to talk about what we were for as

⁸²⁹ « L'exemple classique de la mise à profit des mots et de l'emploi d'un discours que les gens comprennent, c'est celui qui consiste à prendre la loi sur les droits de succession et d'en faire l'«impôt sur la mort» [...]. Nous présentions les droits de succession d'une façon qui disait que c'était fondamentalement injuste que les familles aient à rendre visite au croque-mort et au fisc dans la même semaine. Alors ça donnait, « Oh, ça je comprends », [...] ce qui est la raison pour laquelle nous avons pris la loi sur les droits de succession, qui était populaire auprès des gens, [et] l'avons renommé et recatégorisée en tant qu'«impôt sur la mort», ce qui était incroyablement impopulaire auprès des gens. Donc, il faut utiliser un langage que les gens comprennent, des mots qui ont un sens et qui peuvent produire des résultats politiques ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

opposed to just what we were against. They translated it into language that we were using also, so the everyday ability to communicate in words that people understood was also there.⁸³⁰

Le talk-show n'intervient pas pour jouer un simple rôle de transmission au même titre que les autres médias : il assure une fonction de contournement de l'obstacle que constituent les médias de référence à la diffusion du message de la minorité républicaine. L'apparition de ce nouveau genre médiatique a pour effet de rétablir un équilibre dans le rapport de force entre les deux familles, rapport de force que les conservateurs orthodoxes-révolutionnaires à la tête du GOP perçoivent comme étant en leur défaveur.

Outre la fonction de contournement du talk-show radiophonique politique, Gaylord ajoute que ce qu'il décrit comme l'« adéquation discursive » entre les Républicains et le média, est un facteur fondamental du succès que connaît le tandem qu'ils forment en 1994. Le talk-show radiophonique politique permet donc de court-circuiter les médias de référence à deux niveaux : celui de la transmission, par la fonction de contournement, et celui du discours, par le recours à des codes discursifs différents. Sous l'effet de ce nouveau genre médiatique, le rapport de force tourne rapidement au désavantage des démocrates : si le talk-show s'aligne évidemment sur les positions du GOP, aucun réaligement similaire ne se produit du côté démocrate du fait que les médias de référence suivent la ligne directrice de l'objectivité et maintiennent leur position centrale au sein de l'écosystème médiatique. Sous l'effet du talk-show radiophonique, aucun rééquilibrage des rapports de force ne se produit : le déséquilibre change simplement de camp.

Blankley confirme le désavantage des Démocrates dans leur face à face avec le GOP au cours de la première moitié des années quatre-vingt-dix :

What talk radio gave us—not that we could control it—but if we gave them good stuff, put it out, enough would pick it up, we were driving messages to scores of millions of people [...]. I think in the period of '92-'95, I think we, in the minority, were driving our message more effectively nation-wide than the majority Democratic speakers—Speakers Foley and Daschle—and it was because of talk radio. Couldn't have been done without it. They couldn't have had the role they had if we weren't liaising.⁸³¹

⁸³⁰ « Le quatrième élément c'est la capacité à communiquer par-dessus, en dessous, autour et à travers les médias et c'est là que cette histoire des talk-shows devient particulièrement importante. Nous étions en faveur de quelque chose, donc les gens des talk-shows avaient une occasion de parler de ce en faveur de quoi nous étions au lieu de parler seulement de ce à quoi nous étions opposés. Ils traduisaient cela dans un langage que nous utilisions également, donc il y avait également la capacité de communiquer dans des mots de tous les jours que les gens comprennent ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

⁸³¹ « Ce que le talk-show radiophonique nous a donné – non pas que pouvions le contrôler – mais si nous leur donnions de bons matériaux, qu'on les leur transmettait, un nombre suffisant d'entre eux s'en emparait, et nous communiquions notre message à des millions de gens [...]. Je crois que pendant la période 92-95, je pense que

Le porte-parole de Gingrich confirme non seulement l'ascendant que prend le talk-show radiophonique politique sur les médias de référence ainsi que son rôle essentiel dans les victoires du GOP, mais il insiste surtout sur la nécessité d'une relation pleinement fonctionnelle entre le média et le parti politique. Comme l'indique l'utilisation du terme « liaising », il ne suffit pas d'avoir à ses côtés un média acquis à sa cause, encore faut-il nourrir une relation constante avec lui et coordonner l'action en lui fournissant des matériaux.

4.3.3. Une victoire possible grâce aux failles du pouvoir en place

Le dernier facteur nécessaire au réalignement politique réside dans la possibilité de faire apparaître le pouvoir en place sous un jour négatif de façon à créer la perception qu'il est incompetent et doit être remplacé : « *And the sixth thing is actually you need the opposition party or the party in power to have screwed up somewhere, so that people are [...] open to the believable contrast that might be there between the two* »⁸³². Dans ce domaine, le rôle du talk-show radiophonique, et de Limbaugh en particulier, est essentiel. Dès le début de la présidence de Clinton, les animateurs de talk-shows s'emparent du moindre faux-pas de la nouvelle Administration pour la mettre en défaut. Il faut dire que les occasions de la brocarder sont pléthoriques au cours des deux premières années qui suivent son arrivée au pouvoir. Gaylord rappelle que, par ses maladresses, Clinton facilite largement la tâche à l'équipe de Gingrich qui n'a aucun mal à les exploiter à son avantage pour faire accréditer la thèse de l'incompétence du président :

This is [...] a cycle when you had the largest tax increase in American history, you also had gays in the military for the first time, you also had an anticrime bill that looked like it was pro-convict as opposed to pro-victim, and you had a gun bill that [...] limited people's rights to hunt and use firearms, so it was a national building of a constituency on the right that also both understood and the language and the terms of what we were talking about.⁸³³

nous, la minorité, nous communiquions nos messages au niveau national de manière plus efficace que les speakers de la majorité démocrate – les speakers Foley et Daschle – et c'était grâce au talk-show radiophonique. On n'aurait pas pu le faire sans ça. Ils n'auraient pas eu le rôle qu'ils ont eu si ne nous n'avions pas été en coordination avec eux ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁸³² « Et le sixième élément c'est qu'en fait vous avez besoin [...] que le parti au pouvoir ait foiré quelque part, de façon à ce que les gens soient [...] réceptifs au contraste crédible qu'il peut y avoir entre les deux, et franchement, les six doivent apparaître ensemble au cours de la campagne si vous voulez connaître le succès ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

⁸³³ « C'est un cycle où vous aviez la plus forte augmentation d'impôts dans l'histoire de l'Amérique, vous aviez aussi l'autorisation des homosexuels à servir dans l'armée pour la première fois, vous aviez aussi un projet de loi contre la criminalité qui semblait être davantage pro-criminel que pro-victime, et vous aviez un projet de loi sur les armes à feu qui [...] limitait le droit des gens de chasser et d'utiliser des armes à feu, donc c'était la mise en place d'un électoral national de droite qui comprenait à la fois le langage et les termes de ce dont nous parlions ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

La précipitation de Clinton dans la mise en place du principe de « Don't Ask, Don't Tell » – qui permet aux homosexuels d'intégrer l'armée à condition ne pas faire état de leur préférence amoureuse – et sa négligence dans la sélection de la candidate au poste de garde des Sceaux ajoutés au trop grand nombre de projets ambitieux – la loi sur la réduction des armes à feu et la loi contre la criminalité – donnent l'impression que le président démocrate veut faire tout trop vite dans un laps de temps trop court, ce qui *a contrario*, fait apparaître la nouvelle génération de représentants républicains comme porteuse d'une alternative crédible. Aux éléments ayant joué en faveur de ces derniers, Gaylord aurait pu ajouter le scandale de Whitewater dont Limbaugh contribue à attiser les flammes en instaurant un « Flash Whitewatergate » (*Whitewatergate Update*) quasi quotidien au cours duquel il annonce la mise en examen de diverses personnes proche du couple Clinton. Il fait directement référence au scandale dans le neuvième commandement des « Dix Commandements de la Gauche religieuse » : « 9. *Thou shalt not bear false witness, unless thou art discussing the history of the 1980s or art campaigning for office, or can afford legal counsel in case you are discovered and can ask the American people to pay your legal bills* »⁸³⁴.

De l'aveu du 42^{ème} président lui-même – qui ne mentionne Limbaugh que deux fois dans ses mémoires –, l'obsession de Limbaugh pour l'affaire ainsi que ses insinuations sur l'implication de Clinton dans des meurtres a fortement contribué à ce qu'elle reste à l'ordre du jour des médias de référence :

Rush Limbaugh was having a field day on his show, wallowing in the Whitewater mud. He claimed that Vince had been murdered in an apartment Hillary owned, and that his body had been moved to Fort Marcy Park. [...] Later, Limbaugh falsely charged that “journalists and others working on or involved in Whitewatergate have been beaten and harassed in Little Rock. Some have died”⁸³⁵.

À en croire le président – que la justice blanchit de toutes les accusations relatives à l'affaire en 1998 –, le scandale de Whitewater est taillé sur mesure pour la bataille que lui livrent les conservateurs orthodoxes-révolutionnaires dont Limbaugh en tête. Clinton a donc servi de repoussoir à ces derniers, tout autant qu'il a permis à *The Rush Limbaugh Show* de connaître

⁸³⁴ « Tu ne feras point de faux témoignages, sauf si tu débats de l'histoire des années quatre-vingt ou que tu fais campagne pour une élection, ou que tu peux te permettre de te payer une défense au cas où tu es démasqué et que tu peux demander aux Américains de payer tes frais d'avocat ». *The Ten Commandments of the Religious Left*. Voir annexe n°13 « Les Dix Commandements de la Gauche religieuse ».

⁸³⁵ « Rush Limbaugh jubilait dans son émission, se vautrant dans la fange de Whitewater. Il prétendait que Vince avait été assassiné dans un appartement que possédait Hillary, et que son corps avait été déplacé à Fort Marcy Park. [...] Plus tard, Limbaugh a porté de fausses accusations selon lesquelles ‘ des journalistes et d'autres personnes qui travaillaient ou étaient impliquées dans Whitewater avaient été passées à tabac et harcelées à Little Rock. Certaines étaient mortes ’ ». Clinton, *My Life*, 587.

son essor. Le journaliste Steven V. Roberts en veut pour preuve que le président est crédité au générique de l'émission télévisée de Limbaugh : « *Bill Clinton's election was probably the best thing that ever happened to Rush Limbaugh. Clinton provided so much good material that Roger Ailes, producer of Rush's TV show, recently gave the president a credit as head writer* »⁸³⁶.

Ainsi, du point de vue politique, les années 1994 et 1995 sont bel et bien celles de l'âge d'or du talk-show radiophonique car, de l'activisme virulent de la minorité républicaine au Congrès, en passant par l'image négative du pouvoir démocrate, jusqu'à la dissémination des stations de radio consacrées exclusivement au format conversationnel, toutes les conditions sont réunies pour que le média soit pleinement en symbiose avec le pouvoir républicain, comme le conclut Blankley :

The only time we've had talk radio as a dominant force with a really strong leadership at the top of the Republican party, I would say would be Newt in 1994-1995. At that point, while everybody could do what they want, Newt was certainly shaping and defining what conservatism as practiced in national politics and what the Republican Party stood for. Other than that we've had weak leadership.⁸³⁷

Les années 1994 et 1995 sont celles d'un état de grâce que parti républicain n'a jamais retrouvé par la suite. Enfin, du point de vue médiatique, ces années d'âge d'or permettent au talk-show radiophonique conservateur de connaître une phase ascendante à l'issue de laquelle il se trouve solidement installé dans l'écosystème médiatique américain, même si son statut demeure celui d'un média de niche.

⁸³⁶ « L'élection de Bill Clinton est probablement la meilleure chose qui soit arrivée à Rush Limbaugh. Clinton fournissait de si bons matériaux que Roger Ailes, le producteur de l'émission télé de Rush, à récemment donné au président une place au générique en tant que scénariste en chef ». Steven V. Roberts, "What a Rush! He's an American original, fusing news and nonsense, hard-edged humor and hard-right views. And even his critics think he is funny," *U.S. News & World Report*, August 8th, 1993.

⁸³⁷ « La seule fois où les talk-shows radiophoniques ont constitué une force politique dominante avec un leadership fort à la tête du GOP, c'est je dirais avec Newt en 1994-1995. À ce moment, bien que chacun faisait ce qu'il voulait, Newt était indubitablement en train de formuler et de définir ce que le conservatisme dans la politique nationale et le GOP représentait ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

CHAPITRE 5

–

PHASE DE CONSOLIDATION (Novembre 1996 – Novembre 2010)

La phase nouvelle de l'histoire du talk-show radiophonique conservateur qui s'ouvre en 1996 est marquée au sceau du paradoxe : c'est une période riche d'événements politiques, sociétaux et géopolitiques mais au cours de laquelle le talk-show occupe une position beaucoup plus en retrait de la scène médiatique que pendant les deux phases précédentes, même si le genre continue de prospérer et de se développer et qu'il revient sur le devant de la scène à certains moments. Il semble donc qu'après un âge d'or au cours duquel il a joué un rôle politique prépondérant, assuré une fonction d'agenda quasi continue et a fait l'objet d'une attention constante de la part des médias de référence, s'annonce une phase dominante qui est surtout celle de la normalisation.

Plusieurs autres facteurs importants interviennent dans l'amorce de ce nouveau tournant, dont les premiers ont trait directement à la vie personnelle de Limbaugh. D'abord, à partir de la fin de l'année 1995, Limbaugh sombre progressivement dans l'addiction aux analgésiques qu'il prend pour soulager des maux de dos, et qui le contraint à interrompre son émission pendant cinq semaines en 2003 pour faire une cure de désintoxication⁸³⁸. L'animateur se fait prescrire ces médicaments par différents médecins sans les mettre au courant de sa situation ce qui amène la police à l'arrêter au printemps 2006⁸³⁹. Ensuite, vers la fin de l'année 2000 s'amorce un processus de dégénérescence auditive chez l'animateur qui aboutit en 2001 à un état de surdité totale⁸⁴⁰. *The Rush Limbaugh* semble alors connaître une baisse de régime, même s'il parvient à recouvrir une partie de ses facultés auditives après une lourde opération en 2003, l'animateur, qui refuse d'interrompre sa carrière, prend un certain temps à s'adapter à cette nouvelle situation qui requiert de mettre en place des ajustements médicaux et technologiques nécessaires à la poursuite de l'émission.

Sur le plan médiatique, en 1996 le talk-show radiophonique conservateur n'est plus un phénomène nouveau et il semble que malgré la stabilité des taux d'audience, le grand public ne s'y intéresse plus autant et les médias de référence en parlent moins dans leurs colonnes. Par ailleurs, cet essoufflement est causé également par la perte du monopole de Limbaugh dans la formulation du message conservateur. Cette perte est la conséquence du lancement de la chaîne Fox News en octobre 1996, la distribution sous licence au national de *The Savage Nation* en 1999, puis l'arrivée sur les ondes de *The Laura Ingraham Show* au printemps 2001, suivie du passage au national de *The Sean Hannity Show* le 10 septembre 2001. Du fait de l'émergence d'un écosystème médiatique conservateur, à laquelle contribue fortement la

⁸³⁸ Chafets, *An Army of One*, 94-95.

⁸³⁹ "Rush Limbaugh Arrested on Prescription Drug Charges," *The New York Times*, April 28th, 2006.

⁸⁴⁰ Chafets, *An Army of One*, 92-93.

dérèglementation du secteur des médias par le *Telecommunications Act* de 1996⁸⁴¹, Limbaugh perd un des éléments qui font sa singularité et d'une certaine manière, sa voix ne devient plus qu'une parmi d'autres.

De plus, le conservatisme a désormais droit de cité et n'est plus une idéologie à la marge, une situation à laquelle Limbaugh a largement contribué comme le résume Harvey C. Mansfield : « *He has converted many waverers and legitimized conservatism as a doctrine of the people, not just of businessmen and intellectuals* »⁸⁴². Ainsi, dans la logique selon laquelle un média qui s'adresse à la minorité est en position de se singulariser davantage que celui qui parle à la majorité, Limbaugh semble paradoxalement faire les frais de l'avancée du conservatisme dans la société américaine. Enfin, à partir de 1996, le talk-show radiophonique perd un allié de taille avec l'ascendant que prend Dole au sein du Parti républicain au détriment de Gingrich, qui, de son côté, semble échaudé par le bras de fer autour de la fermeture des services de l'État (*government shutdown*) à l'hiver 1995-1996.

5.1. Normalisation du talk-show radiophonique conservateur

5.1.1. Une baisse de régime dans l'activité médiatique de Limbaugh

La baisse de régime dans l'activité médiatique de Limbaugh s'amorce le 6 septembre 1996 par l'arrêt de l'émission télévisée *Rush Limbaugh : the TV Program*⁸⁴³. Les raisons avancées à cette interruption portent sur l'évolution du secteur de la distribution sous licence des émissions télévisées dont Limbaugh considère qu'elle lui est défavorable, car son émission est programmée de plus en plus tard⁸⁴⁴. Au moment où il décide de mettre un terme à son expérience télévisée, cela fait un an qu'il est en proie à l'addiction aux analgésiques, comme il le révèle en 2003 au retour d'une cure de désintoxication : « *I was a drug addict from about 1996, 1995 or whatever [...]. The truth of the matter is I avoided the subject of drugs on this program for the precise reason that I was keeping it a secret* »⁸⁴⁵. Bien qu'il soit impossible de déterminer avec certitude si l'assuétude dont il est victime est la cause de

⁸⁴¹ Patricia Aufderheide, *Communications Policy in the Public Interest: the Telecommunications Act of 1996* (New York: Guilford Press; 1999).

⁸⁴² « *Il a converti bon nombre d'indécis et légitimé le conservatisme en tant que doctrine du peuple, et non seulement celle des hommes d'affaires et des intellectuels* ». Don Feder, Florence King, Jesse Walker, Irving Kristol and Scott Walter, "Why Liberals Find Talk Radio So Threatening," *The American Enterprise* 7, n°2 (1996): 24.

⁸⁴³ "Limbaugh Ready to End TV Show," *The Spokesman Review*, July 16th, 1996. www.spokesman.com/stories/1996/jul/16/limbaugh-ready-to-end-tv-show/; dernière consultation 23 août 2012.

⁸⁴⁴ "Limbaugh Ready to End TV Show," *The Spokesman Review*.

⁸⁴⁵ « *J'étais accro aux médicaments depuis 1996, 1995 environ ou quelque chose comme ça [...]. La vérité de cette affaire c'est que j'évitais le sujet de la drogue dans cette émission pour la raison précise que j'essayais de garder ça secret* ». Chafets, *Army of One*, 96.

l'interruption de l'émission télévisée, l'hypothèse peut être avancée qu'elle a certainement pesé dans sa décision.

Par ailleurs, sur le front radiophonique, Limbaugh subit la concurrence au niveau national de Matalin dont l'émission, *The Mary Matalin Show*, est lancée sur quarante stations du réseau CBS Talk Radio Network le 8 janvier 1996. L'expérience n'est que de courte durée car l'ancienne aide de camp de George H.W. Bush éprouve des difficultés à fidéliser son auditoire et quitte les ondes le 24 avril 1998⁸⁴⁶. Le jugement de Harrison sur Matalin dans son rôle d'animatrice de talk-show est plutôt sévère :

She wasn't very entertaining. Mary Matalin is a bright woman. Mary Matalin is a nice person. Mary Matalin is very, very smart. But Mary Matalin was dull and she would never have been as big as Rush Limbaugh. Rush Limbaugh became big because he's exciting, he's entertaining, he's articulate, he's funny, and he's original, not because he's conservative. Being conservative alone is not enough.⁸⁴⁷

Pour Harrison, les qualités de stratège politique de Matalin n'ont donc pas suffi à faire d'elle une animatrice de talk-show convaincante, rappelant que le divertissement et l'humour sont des composantes essentielles d'un talk-show politique réussi. Si cette expérience est un échec, elle constitue toutefois la première tentative de proposer un talk-show radiophonique politique conservateur national animé par une femme. En effet, parmi les talk-shows radiophoniques nationaux animés par des femmes, il n'y a aucun talk-show politique: *The Sally Jessy Raphael Show* et *The Dr. Laura Schlessinger Show* sont des émissions de développement personnel et non des émissions politiques, et ce, même si Laura Schlessinger a tendance à aborder les questions personnelles des auditeurs sous l'angle de la moralité et du conservatisme. Enfin, malgré son échec, la tentative de Matalin est un premier signe que le talk-show radiophonique conservateur amorce un processus de diversification.

À partir de janvier 1997, Limbaugh commence également à être concurrencé de façon plus tangible sur le marché de New York par Sean Hannity dont l'émission est lancée sur 77WABC⁸⁴⁸, station-phare du réseau ABC Radio Network, lui-même sous contrat avec EFM Media Management qui assure la distribution de *The Rush Limbaugh Show*. Outre sa courte

⁸⁴⁶ "Mary Matalin", *Washington Speakers Bureau*, http://onesource.thomsonreuters.com/share/synergy-2012/125244/Mary_Matalin_BIO.pdf; dernière consultation le 22 septembre 2012.

⁸⁴⁷ « Elle n'était pas très divertissante. Mary Matalin est une femme brillante. Mary Matalin est une personne sympathique. Mary Matalin est très, très intelligente. Mais Mary Matalin était terne et elle n'aurait jamais été aussi importante que Rush Limbaugh. Rush Limbaugh est devenu important parce qu'il est stimulant, il est divertissant, il s'exprime bien, il est drôle, il original, pas parce qu'il est conservateur. Le simple fait d'être conservateur ne suffit pas ». Voir annexe n°8 « Entretien avec Harrison ».

⁸⁴⁸ "Sean Hannity: Tuned to America," *ABC Radio Networks*, April 2007. <http://web.archive.org/web/20070807124253/http://affiliates.abcradionetworks.com/abcradio/seanhannitybio.pdf>

expérience sur KCSB, radio du campus de Santa Barbara dont il a dû partir après la polémique qui l'a opposé aux associations de défenses des droits des homosexuels (Voir annexe n°11 « Article sur le licenciement de Hannity de KCSB »), Hannity s'est fait remarquer sur une station de Huntsville dans l'Alabama. À cette occasion, le journal local le surnomme « l'animateur radio venu de l'enfer » (*the talk-show host from hell*)⁸⁴⁹. Plus tard, il est recruté par WGST à Atlanta où il fait connaissance de Gingrich, dont il devient l'ami. La présence de Hannity sur la station phare du réseau n'expose pas immédiatement *The Rush Limbaugh Show* au risque de perdre des auditeurs car l'émission de Hannity est diffusée sur le créneau 23h00-2h00⁸⁵⁰. Elle permet même à l'animateur d'officialier en remplacement de Limbaugh et d'asseoir ainsi sa crédibilité.

5.1.2. Multiplication et diversification des relais du conservatisme au niveau national

Outre ses déboires personnels, qui en fin de compte n'ont que des conséquences limitées sur l'activité de l'animateur, c'est l'apparition de Hannity, et de la génération dont il fait partie, qui contribue à la baisse de régime de *The Rush Limbaugh Show*. Avec Bill O'Reilly, Hannity est une figure emblématique des médias conservateurs et de Fox plus particulièrement. À la fois présentateur de télévision et animateur radio, il a une position d'interface entre les talk-shows radiophoniques conservateurs et la chaîne.

5.1.2.1. L'émergence de Fox News comme concurrent du talk-show radiophonique conservateur

Lancée le 7 octobre 1996, la chaîne câblée Fox News est censée concurrencer CNN qui, depuis la Guerre du golfe de 1990, s'est imposée comme première chaîne d'information en continu. Sur le modèle de sa consœur, Fox diffuse de l'actualité sans discontinuer avec des mises à jour et flashs spéciaux constants⁸⁵¹. L'intention affichée au départ par son président est de faire de Fox une chaîne dédiée exclusivement à l'information d'actualité (*hard news*) : « *We're going to be basically a hard-news network [providing] straight, factual information to the American people so that they can make up their own minds, with less 'spin' and less*

⁸⁴⁹ Diane Ketcham, "ABOUT LONG ISLAND; Liberal of Conservative, Both Are From L.I.," *The New York Times*, March 1st, 1998.

⁸⁵⁰ "Sean Hannity: Tuned to America," *ABC Radio Networks*.

⁸⁵¹ Jonathan S. Morris, "The Fox News Factor," *The Harvard International Journal of Press/Politics* 10, n°56 (2006): 59-60

'face time' for anchors »⁸⁵². Initialement, les parts d'audience de la chaîne sont plutôt faibles comparativement à CNN et aux chaînes hertziennes, mais elles sont du même ordre que celles de Limbaugh : à ses débuts, Fox est donc un média de niche à la marge de l'écosystème médiatique américain.

À l'instar de CNN, Fox s'appuie, pour se développer, sur des événements à forte intensité dramatique tels que l'affaire Clinton-Lewinsky, les attentats du 11 septembre et surtout la guerre d'Irak de 2003 : bien que toutes les chaînes voient leurs parts de marché augmenter à l'occasion de ces événements, Fox est celle dont le public s'élargit le plus, de telle sorte qu'à partir de 2001, ses taux d'audience commencent à dépasser systématiquement ceux de CNN⁸⁵³. Lancée en 1996 dans 17 millions de foyers américains, en 2000 la chaîne est disponible dans 54 millions d'entre eux en 2000 et dans plus 80 millions en 2003⁸⁵⁴.

Jonathan S. Morris identifie deux facteurs à ce succès: la présentation visuelle et audio beaucoup plus dynamique que celle de ses homologues et la rupture avec les pratiques du journalisme conventionnel⁸⁵⁵. Dans le premier domaine, la chaîne introduit une bannière déroulante (*scrolling ticker*) au bas de l'écran lors de ses journaux télévisés – pour mettre à jour l'information concernant un sujet autre que celui qui est en train d'être traité –, des effets sonores en introduction de chaque sujet et des inserts au fort impact visuel. Dans le deuxième domaine, elle rompt avec la norme d'objectivité en traitant l'information avec une perspective conservatrice, attirant ainsi un public convaincu de l'existence d'un parti-pris sociolibéral des médias de référence⁸⁵⁶.

Les attentats du 11 septembre 2001 marquent un tournant dans le traitement de l'information qui, sur la chaîne, devient très clairement conservateur et plus nettement en faveur de l'Administration Bush. À cela s'ajoute la tendance à insérer des faits divers sans rapport avec l'actualité politique et au caractère particulièrement sensationnaliste. À titre d'exemple, l'édition de *The Fox Report with Sheppard Smith* du lundi 3 mai 2004 est émaillée de courtes séquences sur l'explosion d'une voiture au Pakistan, le meurtre d'une nonne par un prêtre dans le cadre de rituels sataniques à Toledo dans l'Ohio et le retournement d'un bateau

⁸⁵² « Nous allons être en substance un réseau d'actualité immédiate [proposant] de l'information simple et factuelle aux Américains de façon à ce qu'ils puissent se faire leur propre idée, avec moins d'interprétation et moins de temps d'antenne pour les présentateurs ». Morris, "The Fox News Factor," 60.

⁸⁵³ Morris, "The Fox News Factor," 60.

⁸⁵⁴ Jamieson and Cappella, *Echo Chamber*, 47.

⁸⁵⁵ Morris, "The Fox News Factor," 60.

⁸⁵⁶ Morris, "The Fox News Factor," 60-61.

de plaisance au large des côtes d'Austin au Texas après que les passagers se sont précipités tous ensemble du même côté pour regarder une plage de nudistes gays⁸⁵⁷.

L'étude conduite par Morris montre que si le public de Fox s'identifie davantage au Parti républicain que celui des autres chaînes en 1998 et en 2002, il en est tout autrement en 2004 : entre 2002 et 2004, les téléspectateurs de Fox sont devenus de plus en plus républicains, alors que l'inverse ne s'est pas produit parmi ceux de CNN qui ont eu tendance à s'identifier un peu moins au Parti démocrate⁸⁵⁸. Le moment de la guerre en Irak apparaît donc comme le moment pivot où se produit le phénomène de polarisation politique des publics. Par ailleurs, les téléspectateurs de Fox montrent davantage de cynisme envers les médias de référence, particulièrement envers les chaînes hertziennes, ce que Morris explique en émettant l'hypothèse que la chaîne attire un public moins éduqué, plus désabusé par le processus politique et moins impliqué politiquement⁸⁵⁹. Enfin, Fox semble attirer un public plus enclin à rechercher un traitement de l'information qui correspond à ses opinions, ce qui ne se vérifie pas dans le public de CNN. Ainsi, de 1996 à 2004, Fox se développe progressivement en attirant à elle un public dont le rapport aux médias et à la politique est différent de celui des autres chaînes, cherchant moins le pluralisme des points de vue que la confirmation de ses opinions (un effet post-Fairness Doctrine).

Séduit par le talent du jeune animateur dont il fait la connaissance à Atlanta l'année précédente, dès le lancement de Fox, le directeur de la chaîne, Roger Ailes, propose à Hannity une émission en tandem avec un animateur de tendance sociolibéral, sur le modèle de l'émission *Crossfire* diffusée sur CNN⁸⁶⁰. C'est ainsi que de 21h00 à 22h00, il anime *Hannity & Colmes*, un talk-show où il confronte ses opinions conservatrices à celles d'Alan Colmes, autre personnalité radiophonique⁸⁶¹. Si Hannity est recruté pour ses qualités oratoires et son franc-parler, il semble que Colmes ait été sollicité moins pour ces qualités-ci que pour être la personnalité sociolibérale qui donnerait l'apparence de l'équilibre entre opinions de gauche et de droite. Hannity indique en effet qu'au moment où il est embauché par Fox, la production de l'émission n'a aucune idée de qui serait son partenaire et l'émission est désignée provisoirement par le titre *Hannity & LTBD (Hannity & Liberal To Be Determined)*, c'est-à-

⁸⁵⁷ *The Fox Report with Sheppard Smith* (Fox News), May 3rd, 2004. Vanderbilt TV News Archives.

⁸⁵⁸ Morris, "The Fox News Factor," 65.

⁸⁵⁹ Morris, "The Fox News Factor," 68.

⁸⁶⁰ Ketcham, "ABOUT LONG ISLAND."

⁸⁶¹ Lawrie Mifflin, "At the new Fox News Channel, the buzzword is fairness, separating news from bias," *The New York Times*, October 6th, 1996.

dire « Hannity et un sociolibéral à déterminer »⁸⁶². Hannity confie que la production l'a mis à contribution pour trouver son partenaire : « *Roger Ailes said to me, 'You know any good liberals? So we started auditioning some* »⁸⁶³. De manière frappante, l'animateur conservateur est recruté de façon plutôt informelle, sur la base de relations personnelles avec le directeur de la chaîne et semble avoir son mot à dire sur le choix de la personnalité sociolibérale avec qui il anime l'émission. D'emblée, les deux ne sont donc pas sur un pied d'égalité, ce que confirme Colmes : « *It was fill in the blank. I was the blank* »⁸⁶⁴. L'émission *Hannity & Colmes* ainsi que la prépondérance de Hannity au sein de Fox, établit le lien entre cette dernière et les talk-shows radiophoniques, dont le directeur de Fox, Roger Ailes, transfère certaines des caractéristiques vers la nouvelle chaîne câblée.

5.1.2.2. Diversification de l'offre des talk-shows conservateurs à l'échelle du territoire au tournant des années deux mille

L'émergence de Fox s'effectue également en parallèle à un phénomène de diversification de l'offre des talk-shows radiophoniques conservateurs au niveau national au tournant des années deux mille. Ces émissions viennent disputer le monopole incontesté de *The Rush Limbaugh Show* depuis le début des années 1990, et parviennent en quelques années à attirer un auditoire comparable à celui de Limbaugh (voir figure 1 page 4).

Le premier de ces nouveaux venus est Michael Savage, animateur sur KSFO à San Francisco, dont l'émission *The Savage Nation* est lancée en distribution sous licence par Talk Radio Network en 1999. Savage est une voix conservatrice de la deuxième génération de talk-shows conservateurs, qui se montre critique du Parti républicain contrairement à son homologue historique. En 2001, deux autres émissions viennent donner de l'élan au processus de diversification des talk-shows sur les ondes nationales par le lancement de *The Laura Ingraham Show* en avril 2001 et du passage de *The Sean Hannity Show* de la diffusion locale sur la région des « trois états » à la distribution sous licence le 10 septembre 2001, la veille des attentats sur le World Trade Center.

Tous deux presque quadragénaires – le premier est né en 1961, la seconde en 1964 –, Hannity et Ingraham ont des parcours universitaires et professionnels différents. Avant de s'établir en tant qu'animateur radio de premier ordre, Hannity a pratiqué un grand nombre de

⁸⁶² Ketcham, "ABOUT LONG ISLAND."

⁸⁶³ « *Roger Ailes m'a dit, 'Tu connaîtrais pas des sociolibéraux valables?' Alors on s'est mis à en auditionner* ». Ketcham, "ABOUT LONG ISLAND."

⁸⁶⁴ « *C'était 'Remplissez les trous', je suis celui qui a bouché le trou* ». Ketcham, "ABOUT LONG ISLAND."

petits métiers après avoir abandonné des études entamées à New York University⁸⁶⁵. Au contraire, Ingraham est diplômée de Dartmouth College et de University of Virginia où elle a obtenu un doctorat de droit (*Juris Doctor*). Après ses études, elle a travaillé en tant que rédactrice de discours au sein de l'Administration Reagan⁸⁶⁶ puis en tant que clerc du juge de la Cour suprême Clarence Thomas, au cours de la session de 1992-1993⁸⁶⁷. Après son expérience à la Maison Blanche et à la Cour suprême, elle intègre le bureau de Washington, D.C. du cabinet d'avocats *Skadden, Arps*⁸⁶⁸. Ainsi, là où Ingraham évolue dans les hautes sphères de la politique et du droit, Hannity est un col bleu qui vit de petits métiers.

Toutefois, au moment de lancer leurs émissions respectives en 2001, les animateurs ont deux points communs. D'une part, ils sont des figures de télévision jouissant d'une petite notoriété. En septembre 2001, Hannity est co-animateur de *Hannity & Colmes* depuis cinq ans. Quant à Ingraham, elle fait des apparitions régulières en tant que commentatrice politique sur le journal du soir *CBS Evening News* et en tant qu'éditocrate sur la chaîne MSNBC où elle anime sa propre émission, *Watch it !*, pendant un an et demi à la fin des années 1990⁸⁶⁹. Par ailleurs, elle écrit des éditoriaux pour *The Washington Post*. Hannity et Ingraham sont donc des personnalités médiatiques plutôt bien installées. D'autre part, ils sont d'anciens adeptes de « l'acharnement sur les homosexuels » (*gay bashing*). En 1989, le premier avait été prié de quitter KCSB, la station du campus de l'université de Santa Barbara, après avoir tenu des propos homophobes et injurieux envers les homosexuels atteints du SIDA. La seconde s'est fait connaître sur le campus de Dartmouth College pour une campagne anti gay pilotée depuis *The Dartmouth Review* dont elle est rédactrice en chef⁸⁷⁰. À cette occasion, elle avait participé à une réunion de la Gay Students Association du campus pour y enregistrer les conversations, les retranscrire et rendre publics les noms des étudiants gays membres de l'association⁸⁷¹, les désignant par le qualificatif de « sodomites »⁸⁷².

⁸⁶⁵ Howard Kurtz, "Radio's New Right-Fielder; For Conservative Hannity, Liberal Praise," *The Washington Post*, January 14th, 2002.

⁸⁶⁶ Rory O'Connor, "Laura Ingraham: Right-Wing Radio's High Priestess of Hate," *The Huffington Post*, February 9th, 2010.

⁸⁶⁷ Laura A. Ingraham and Stephen F. Smith, "The War Against Clarence Thomas; Two of His Former Law Clerks Ask: Will the Unfair Attacks Ever Stop?" *The Washington Post*, November 6th, 1994.

⁸⁶⁸ James Atlas, "The Counter Counterculture," *The New York Times*, February 15th, 1995.

⁸⁶⁹ Laura Ingraham, "That Sinking Feeling; The Pundits; I Goofed, but Not As Much as the GOP," *The Washington Post*, November 8th, 1998.

⁸⁷⁰ Maura Henninger, "Ingraham '85 renounces intolerance: Former Dartmouth Review Editor describes experience in *Post* column," *The Dartmouth Review*, May 8th, 1997.

⁸⁷¹ Henninger, "Ingraham '85 renounces intolerance."

⁸⁷² Margaret Carlson, "Only in my Backyard," *TIME Magazine*, April 21st, 1997.

Dix ans après, elle revient sur l'affaire en proposant son *mea culpa* dans les colonnes de *The Washington Post*. Dans un éditorial intitulé « Test of Devotion; What My Gay Brother Taught Me about Tolerance », elle confie avoir pris conscience des difficultés qu'ont souvent les homosexuels à se faire accepter et la souffrance que provoque le rejet par les autres. L'expérience de son frère lui a permis de comprendre que les couples homosexuels peuvent vivre des relations amoureuses qui ne sont pas différentes de celles des autres couples : « *In the ten years since I learned my brother Curtis was gay my views and rhetoric about homosexuality have been tempered, because I have seen him and his companion Richard lead their lives with dignity, fidelity and courage* »⁸⁷³. Le combat contre le SIDA que mène son frère, dont le compagnon est atteint par la maladie, lui a fait voir des situations douloureuses que certains homosexuels doivent affronter. Ainsi, elle reconnaît que les actes qu'elle a commis pendant ses années à la tête de *The Dartmouth Review* sont inadmissibles et admet la nécessité d'un financement conséquent de la lutte contre le SIDA⁸⁷⁴. Ce faisant, elle déclenche une passe d'armes avec Jeffrey Hart, professeur-conseil de la revue qui affirme à *TIME Magazine* que cette confession publique est « bidon » (*phony*)⁸⁷⁵ et qu'elle n'a d'autre but que de permettre à Ingraham de redorer son blason afin de faire avancer sa carrière : « *She wants to make teams with people who might disagree with her* »⁸⁷⁶. Dans le même ordre d'idée, Margaret Carlson de *TIME* déplore qu'il ait fallu l'exemple de son frère pour qu'elle accepte les homosexuels, cela-même alors qu'en tant que femme de médias, elle a la responsabilité de connaître pleinement ce dont elle parle :

Ingraham said that until her brother's ordeal she didn't understand the urgency for AIDS funding, the problems gay couples face with insurance and the emotional strain of continuing discrimination. But doesn't a commentator have a responsibility to find out about such things before venturing an opinion, even if it means looking outside your own tribe?⁸⁷⁷

⁸⁷³ « *Au cours des dix années qui se sont écoulées depuis que j'ai appris que mon frère Curtis était gay, mon point de vue et ma rhétorique sur l'homosexualité se sont adoucis parce que j'ai vu que lui et son compagnon Richard mènent une vie de dignité, de fidélité et de courage* ». Laura Ingraham, "Test of Devotion; What My Gay Brother Taught Me about Tolerance," *The Washington Post*, February 23rd, 1997.

⁸⁷⁴ Ingraham, "Test of Devotion."

⁸⁷⁵ Carlson, "Only in my Backyard."

⁸⁷⁶ « *Elle veut faire équipe avec des gens qui pourraient être en désaccord avec elle* ». Henninger, "Ingraham '85 renounces intolerance."

⁸⁷⁷ « *Ingraham a dit que jusqu'à ce que son frère connaisse cette épreuve, elle ne comprenait pas l'urgence du financement de la lutte contre le SIDA, les problèmes auxquels les couples homosexuels doivent faire face avec les assurances ni la détresse émotionnelle que cause le fait d'être continuellement discriminé. Mais un commentateur n'a-t-il pas la responsabilité de connaître ces choses avant de proposer une opinion, même si cela implique de regarder au-delà de sa propre tribu ?* » Carlson, "Only in my Backyard."

La journaliste remet en cause non pas la sincérité de l'animatrice mais le fait qu'elle a changé de position sur une question de société aussi importante uniquement parce que cela la concerne. Quelles que soient les motivations sous-jacentes à ce *mea culpa* public, il permet à Ingraham de faire savoir, à la faveur d'une polémique impliquant la presse écrite, une université et un représentant à la Chambre – sa chronique ayant été écrite après un vif échange avec Barney Frank⁸⁷⁸ – de faire connaître l'évolution de sa position sur ces questions.

Hannity et Ingraham ont un autre point commun : ils ont été remarqués pour leur talent oratoire, leur sens de la répartie ainsi que leur approche franche des discussions avec leurs invités. Le journaliste Rory O'Connor décrit Ingraham ainsi : « *She is a Class-A Schmooser who understands and exploits her verbal gifts to the fullest. Her skill for networking, along with her willingness to go for the jugular, has allowed her to break into the boy's club of conservative radio* »⁸⁷⁹. Le directeur des programmes de WABC Phil Boyce, décrit Hannity comme une personnalité capable de mettre l'adversaire à terre avec une grande courtoisie : « *He has an amazing ability to fight like a gladiator, then pick you up, dust you off, thank you for being his latest victim and send you back with a smile on your face* »⁸⁸⁰. Ingraham comme Hannity possèdent donc des prédispositions pour la joute verbale, qualités qui leur permettent d'apparaître comme la relève de Limbaugh. De l'aveu du publiciste de Hannity, la comparaison avec Limbaugh est pleinement pertinente : « *I still see Sean as the Pepsi to Rush's Coke. There's never really been a strong number two* »⁸⁸¹. Si la métaphore dit vrai, Limbaugh et Hannity seraient donc deux versions d'un même produit. Au moment où le premier est aux prises avec une pathologie qui rend particulièrement compliquée l'animation des trois heures quotidiennes d'émission, il semble que l'apparition des deux nouveaux venus sur le devant de la scène vienne à point nommé.

Les similarités entre Hannity et Limbaugh – tout comme le parcours universitaire et professionnel d'Ingraham – indiquent que, bien qu'ils soient de nouveaux animateurs, ils appartiennent à la première génération d'animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs de la veine des Limbaugh, Bohannon ou North. Contrairement à Savage, ils ont

⁸⁷⁸ Ingraham, "Test of Devotion."

⁸⁷⁹ « *C'est une causeuse de première classe qui comprend et exploite ses talents oratoires au maximum de leur potentiel. Son don pour le réseautage, ainsi que sa détermination à frapper où ça fait mal lui ont permis de s'imposer dans le club réservé aux garçons que constitue le secteur de la radio conservatrice* ». O'Connor, "Laura Ingraham: Right-Wing Radio's High Priestess of Hate."

⁸⁸⁰ « *Il a une capacité étonnante à se battre comme un gladiateur, puis à vous aider à vous relever, vous épousseter, vous remercier d'avoir été sa dernière victime et vous renvoyer avec un sourire au visage* ». Kurtz, "Radio's New Right-Fielder."

⁸⁸¹ « *Je continue à considérer que Sean est à Rush ce que Pepsi est au Coca. Il n'y a jamais vraiment eu de numéro deux solide* ». Kurtz, "Radio's New Right-Fielder."

accédé à la distribution sous licence sans avoir eu à radicaliser leur discours à l'extrême pour affirmer une identité spécifique différente de l'environnement social et culturel de l'endroit où ils officient. La polémique autour du *mea culpa* public d'Ingraham suggère même que l'abandon de la rhétorique incendiaire propre au début des guerres de l'identité – sur les questions de l'homosexualité et du SIDA particulièrement – a été une condition nécessaire à la possibilité d'une émission nationale. Il en va de même pour Hannity dont on souligne son goût pour les questions politiques et économiques mais dont on ne dit rien de sa position sur les questions de moralité. Leur arrivée sur les ondes nationales semble donc signifier que le talk-show radiophonique conservateur est parvenu à un certain stade de maturité et qu'il est désormais possible de connaître le succès sans avoir à adopter la rhétorique parfois ordurière des animateurs de la deuxième génération dont Savage constitue l'archétype. Cette évolution apparaît comme un signe supplémentaire de la normalisation du conservatisme dans l'écosystème médiatique américain et dans la société américaine tout entière.

5.1.3. L'effritement de la relation spéciale et la reconfiguration des relations entre le talk-show radiophonique et le GOP

De façon assez paradoxale, ce phénomène de normalisation du conservatisme est concomitant avec le moment où l'escouade républicaine que forment les talk-shows radiophoniques avec le leadership du Parti républicain et les journaux conservateurs commence progressivement à se déliter. L'affirmation de Dole comme figure de proue du GOP ainsi que l'émergence de Trent Lott comme interlocuteur privilégié de Clinton au Sénat pour faire passer les réformes⁸⁸² déplacent le centre d'impulsion du parti vers la chambre haute. Du coup, Gingrich perd le statut de chef de file du GOP qui est le sien pendant les années 1994 et 1995, ce qui prive Limbaugh de son partenaire de dialogue privilégié. Lorsqu'il prend le devant de la scène, Dole n'a pas à cœur d'établir de relation avec les talk-shows à la façon du speaker et ne fait appel à eux que lorsqu'il se trouve en situation de difficulté, comme l'indique le coup de téléphone passé à Limbaugh en mars 1995 lors du vote sur l'équilibre budgétaire. De son côté Limbaugh ne nourrit pas d'enthousiasme particulier pour la personne de Dole.

⁸⁸² Gillon, *The Pact*, 176.

5.1.3.1. La fin de l'escouade républicaine

Globalement, les réserves de l'animateur à l'égard du sénateur ne portent pas sur le caractère de l'homme, dont il pense qu'il est un homme d'État solide et respectable⁸⁸³, mais sur ce que Limbaugh considère comme le manque de poigne et de mordant du sénateur sur les plans idéologique, stratégique et communicationnel. Dans ce dernier domaine, l'animateur se montre très critique. Ainsi, il qualifie de « terne » (*lackluster*) le discours de Dole en réponse à l'allocution sur l'État de l'Union (*State of the Union Address*) du 23 janvier 1996⁸⁸⁴.

Le choix de Limbaugh au moment où s'engagent les primaires républicaines se porte sur Steve Forbes et non sur celui qui incarne le leadership du GOP depuis la fin 1996. Forbes est une figure de l'industrie des médias qui a occupé le poste de président du Board of International Broadcasting, une instance bipartite qui supervise des opérations de diffusion radiophonique à l'étranger⁸⁸⁵. Ainsi, c'est sous sa direction que Radio Free Europe et Radio Liberty ont pu émettre de l'autre côté du rideau de fer. Nommé à ce poste en 1985 par Reagan, il y est reconduit par George H.W. Bush en 1989 jusqu'en 1993. Pendant la campagne de 1996, Forbes défend l'impôt à taux unique (*flat tax*), la mise en place d'un système de sécurité sociale par capitalisation (*medical savings account*) ou encore un nouveau système de retraite pour les Américains qui travaillent⁸⁸⁶.

En tandem avec *The Wall Street Journal*, Limbaugh se lance dans une campagne discrète mais réelle de soutien en faveur de Steve Forbes au détriment de Ross Perot et Pat Buchanan dont Limbaugh affirme qu'il n'est pas un Républicain mais un « populiste » qui joue sur le ressentiment de la classe moyenne au lieu d'envoyer un message optimiste⁸⁸⁷. Si Limbaugh se défend d'apporter un soutien officiel (*endorsement*) à Forbes, il affirme de façon appuyée qu'il est d'accord sur la plupart des propositions du candidat, surtout celles qui portent sur la mise en place de l'impôt à taux unique. À une auditrice très favorable à Forbes qui lui reproche de ne pas soutenir le candidat de manière plus virulente, Limbaugh répond qu'il est le seul dans les médias à avoir évoqué son programme :

And I don't think you can find anybody in the national news media who has explained Steve Forbes's ideas any more of any better than I have and who have stood with them

⁸⁸³ *The Rush Limbaugh Show*, 20 février 1996.

⁸⁸⁴ Nancy Gibbs, "Campaign '96: What Dole is Doing Wrong," *TIME Magazine*, February 5th, 1996.

⁸⁸⁵ *Forbes*, <http://www.forbes.com/fdc/bios/steveforbes.html>; dernière consultation le 15 octobre 2012.

⁸⁸⁶ *Forbes*, <http://www.forbes.com/fdc/bios/steveforbes.html>; dernière consultation le 15 octobre 2012.

⁸⁸⁷ Michael Kinsley, "The Genie's Revenge," *TIME Magazine*, March 11th, 1996.

and said, “this is a good idea” From the Social Security reform he’s got to the economic growth, to the flat tax, to a number of things.⁸⁸⁸

Trois semaines après, à la veille des primaires du New Hampshire, *The Wall Street Journal* déplore que la droite religieuse ait pris Forbes pour cible de ses attaques au prétexte que sa position sur l’avortement est trop molle, alors qu’il incarne la relève de Reagan : « *Three days from the voting, the leadership of the religious right can claim to be driving the party’s agenda [...]: it has left the party’s most Reaganite candidate, Steve Forbes, “cut off at the knees.”* »⁸⁸⁹. Dans la campagne des primaires, Limbaugh et *The Wall Street Journal* entendent donc exercer « une fonction d’accréditation » (*vetting function*) des candidats par l’examen minutieux du parcours de chacun. Il s’agit de vérifier l’adhésion du candidat aux canons du conservatisme reaganien, et le cas échéant, de s’y opposer en dénonçant les dangers qu’il fait peser sur les chances du parti. En 1996, Buchanan et Perot sont déclarés inaptes à incarner le GOP : le premier parce qu’il est protectionniste, le second parce que sa candidature est considérée comme peu crédible⁸⁹⁰.

Outre l’absence de relation entre Limbaugh et Dole, celle qui existe entre l’animateur et Gingrich commence à se distendre également au cours de la campagne présidentielle. Pour le speaker, il ne s’agit plus de galvaniser les Républicains en vue de la conquête de la Chambre ou pour le passage des différents volets du Contrat, mais de réhabiliter sa mauvaise image auprès des Américains suite au bras de fer de l’hiver 1995-1996 et de parer les attaques de Clinton dont la stratégie de campagne consiste précisément à instrumentaliser l’image négative du speaker pour systématiquement identifier Dole à Gingrich⁸⁹¹. Dans ce contexte, il est impossible pour le speaker d’organiser des mises en scène autour du vote de certaines lois auxquelles il pourrait associer les talk-shows radiophoniques et Limbaugh. En 1996, l’attention de la classe politique se porte sur l’élection présidentielle et Gingrich n’est plus la figure centrale du jeu politique. Par ailleurs, Limbaugh ne trouve pas non plus d’interlocuteur en la personne de Jack Kemp, ancien membre de l’Administration Reagan, rédacteur d’un projet de réforme de la fiscalité et candidat à la vice-présidence. Limbaugh trouve que Kemp

⁸⁸⁸ « Et je ne pense pas que vous puissiez trouver quiconque dans les médias d’information nationaux qui ait expliqué les idées de Steve Forbes autant et aussi bien que je ne l’ai fait et qui les ait défendues et dit, « Ça c’est une bonne idée ». De la réforme du système de retraites qu’il propose jusqu’à l’impôt à taux unique, jusqu’à un certain nombre de choses ». *The Rush Limbaugh Show*, 27 janvier 1996 (00:48:07).

⁸⁸⁹ « À trois jours du vote, les chefs de file de la droite religieuse peuvent se targuer d’être en train de définir l’ordre du jour du parti [...] : ils ont laissé le candidat du parti le plus reaganien ‘exsangue’ ». “McGovern Republicans,” *The Wall Street Journal*, February 16th, 1996.

⁸⁹⁰ Jamieson and Cappella, *Echo Chamber*, 108-109.

⁸⁹¹ Gillon, *The Pact*, 174-175.

n'est pas à la hauteur et suite à son débat avec Gore, il s'exclame avec fureur qu'il faut de nouveaux dirigeants au GOP : « *It's a disaster ! We need new leaders !* »⁸⁹².

La réélection puis l'investiture de Clinton – après une année 1996 dont les premiers jours ont été marqués par le bras de fer entre l'Administration et le leadership républicain de la Chambre – ouvre un cycle au cours duquel les Américains semblent se détourner temporairement de la politique. Sans doute parce qu'il ne fait plus aussi sensation que trois ans auparavant, le talk-show radiophonique politique intéresse moins le public. Après l'échec des Républicains, les médias considèrent Limbaugh dépassé et se demandent si la période faste de l'émission n'est pas derrière elle⁸⁹³. Kit Carson, l'assistant de Limbaugh, se lance alors dans une campagne de communication auprès des médias de référence pour attester de la vitalité de *The Rush Limbaugh Show* dont il confirme qu'il est toujours le programme le plus écouté de la tranche horaire 12h00-15h00 : « *The Republican Congress was reelected, Clinton was reelected, and Rush was reelected. So next time someone passes you the story that Rush is on the way down, look at the numbers* »⁸⁹⁴. Limbaugh est donc déterminé à empêcher qu'il ne soit dit que son émission est en perte de vitesse.

Le bruit d'une possible baisse de régime de l'émission se répand au moment où l'émission de Laura Schlessinger gagne des parts de marché de manière exponentielle, ce qui contraint Jacor Communications Inc. – qui a racheté EFM Media Management – à proposer des licences de distribution à de nouvelles stations dans les marchés où *The Rush Limbaugh Show* a été remplacé par *The Dr. Laura Schlessinger Show*⁸⁹⁵. L'émission de Limbaugh continue toutefois d'être distribuée à plus de 650 radios affiliées et connaît des taux d'audience les meilleurs depuis l'année 1994. S'il n'est plus au-devant de la scène politique et médiatique, le talk-show radiophonique attire un public toujours aussi nombreux et fidèle : ce qui était un nouveau genre radiophonique qui faisait sensation au début des années quatre-vingt-dix est à la fin de la décennie un média bien établi qui rentre dans sa phase de consolidation.

De son côté, au cours de l'année 1997, Gingrich s'éloigne encore davantage du positionnement révolutionnaire qui avait été le sien jusqu'en 1995. Lassé de la confrontation

⁸⁹² « *C'est un désastre ! Il nous faut de nouveaux dirigeants !* » Dan Goodgame, "Campaign '96: From Savior to Scapegoat," *TIME Magazine*, October 21st, 1996.

⁸⁹³ Chafets, *Army of One*, 92.

⁸⁹⁴ « *Le Congrès républicain a été réélu, Clinton a été réélu et Rush a été réélu. Alors la prochaine fois que quelqu'un vous sort l'histoire que Rush est en train de plonger, regardez les chiffres* ». Marc Fisher, "The Listener; Rush Limbaugh, Still Mr. Right?," *The Washington Post*, April 8th, 1997.

⁸⁹⁵ Fisher, "The Listener."

permanente avec la Maison Blanche, il a désormais à cœur de laisser autre chose qu'une image de réactionnaire hargneux à la postérité, ainsi que le rappelle Gillon :

His hubris, so evident in his first two years as Speaker, had been tamed by the budget showdown and by an ethics investigation that had weakened his grip on power. Instead of being seen as the leader of a conservative revolution, Gingrich needed to prove to moderates that he could pass legislation and regain the public's trust.⁸⁹⁶

L'heure n'est donc plus à la révolution mais à la réflexion sur son héritage politique. Dans cet esprit, il accepte la proposition de Clinton de travailler sur un projet bipartite de réforme du système des retraites. Le 28 octobre 1997, les deux hommes entament un cycle de séances de travail⁸⁹⁷. Afin de leur permettre de se soustraire aux pressions de leurs camps respectifs, ces séances de travail sont tenues secrètes et lorsque le speaker et son chef de cabinet Arne Christenson rejoignent nuitamment le président et Erskine Bowles dans la Salle des traités (*Treaty Room*)⁸⁹⁸, ils passent par une porte dérobée. Clinton prend soin de faire en sorte que son interlocuteur ne tombe pas nez-à-nez avec des membres du *press corps* de la Maison-Blanche et s'assure également que les discussions ne soient pas connues du vice-président⁸⁹⁹. A l'automne 1997, Gingrich est donc davantage désireux d'établir une relation de travail viable avec Clinton pour faire aboutir le projet de réforme bipartite que l'Amérique attend, que de livrer des guerres partisans contre les Démocrates aux côtés de Limbaugh.

L'année 1998 semble donc s'annoncer sous des auspices prometteurs : au cours des deux mois précédents, le président et le speaker sont parvenus à définir un cadre précis à la réforme qu'ils souhaitent mettre en place et leur stratégie de communication pour annoncer le lancement du projet est en place. Lorsque le 21 janvier 1998 *The Washington Post*⁹⁰⁰ révèle que des suspicions pèsent sur Clinton quant à une possible aventure extraconjugale avec une stagiaire de la Maison Blanche, chacun des deux hommes se retranche sur son positionnement partisan et le projet est tué dans l'œuf⁹⁰¹.

Le scandale Lewinsky est une aubaine pour les animateurs de talk-shows radiophoniques – dont certains connaissent des baisses de taux d'audience – qui se repaissent à l'envi des

⁸⁹⁶ « La démesure de son orgueil, si visible pendant ses deux premières années en tant que speaker, a été tempérée par la confrontation sur le budget et par une enquête sur des pratiques malhonnêtes qui ont affaibli son emprise sur le pouvoir. Au lieu d'être vu comme meneur de la révolution conservatrice, Gingrich avait besoin de prouver aux modérés qu'il pouvait faire passer des lois et regagner la confiance du public ». Gillon, *The Pact*, 216.

⁸⁹⁷ Gillon, *The Pact*, 215.

⁸⁹⁸ Gillon, *The Pact*, 214.

⁸⁹⁹ Gillon, *The Pact*, 214.

⁹⁰⁰ Susan Schmidt, Peter Baker, Tony Locy, "Clinton Accused of Urging Aide to Lie," *The Washington Post*, January 21st, 1998: A1.

⁹⁰¹ Gillon, *The Pact*, 225.

tours et détours de l'affaire. Limbaugh, qui la surnomme *Zippergate* à partir de *zipper*, le mot anglais pour « braguette », n'est pas en reste. En réaction aux propos de la Première dame sur l'existence d'une « vaste conjuration de droite » (*vast right-wing conspiracy*) s'acharnant contre le président, Limbaugh fait fabriquer des tasses à café « Conjuration de Droite » (*Right-Wing Conspiracy Coffee Mug*) qu'il offre à ses auditeurs⁹⁰². À l'été 1998, il demande également la démission de Clinton⁹⁰³. Comme en témoigne Randy Michaels, le président de Jacor Communications Inc., le scandale donne un nouveau souffle à *The Rush Limbaugh Show*: « *I cannot tell you how much Rush appreciates Monica Lewinsky. Although we don't have the ratings yet for 'Zippergate,' the number of people calling and saying, 'Hey, what's ditto mean?' tells you how much new audience we've got on that show* »⁹⁰⁴. À en croire le président de Jacor, le scandale Lewinsky a donc pour effet de renouveler l'audience de l'émission. Ainsi, bien que Limbaugh ne soit pas à l'origine du scandale – qui est d'abord révélé par le site internet *The Drudge Report*⁹⁰⁵ le 17 janvier, quatre jours avant que *The Washington Post* ne titre sur les allégations – il sait en tirer pleinement profit.

Il en de même pour le speaker qui, après une tentative de travailler à une action bipartite que les événements ont finalement contrariée, saisit l'occasion du scandale pour faire avancer l'ordre du jour républicain. Au plus fort de la tempête médiatique causée par le scandale, il déclare devant un parterre de ses soutiens : « *I will never again, as long as I am speaker, make a speech without commenting on this topic* »⁹⁰⁶. À une semaine des élections de mi-mandat de novembre 1998, il lance une campagne télévisée contre les Démocrates dont les frasques du président avec Lewinsky constituent le ressort principal pour encourager les électeurs à voter en faveur des Républicains⁹⁰⁷. Dans les rangs du GOP, des voix s'élèvent contre ces publicités car des enquêtes ont montré qu'elles ont un effet stimulant sur l'électorat Démocrate. À cette occasion, Limbaugh encourage ses auditeurs à contacter le National

⁹⁰² Walter Kirn, « Persecuted or Paranoid? », *TIME Magazine*, February 9th, 1998.

⁹⁰³ Walter Kirn, « Justice Should Come Before Closure », *TIME Magazine*, August 31st, 1998.

⁹⁰⁴ « *Je ne sais pas comment vous dire à quel point Rush apprécie Monica Lewinsky. Bien que nous n'ayons pas encore les taux d'audience du 'Braguettegate', le nombre de gens qui nous appellent pour nous dire 'He, ça veut dire quoi ditto?' Vous donne une idée du nombre de nouveaux auditeurs de cette émission* ». Marc Fisher, « The Hot Talk of Radio; White House Crisis Breathes New Life Into Today's Conservative Mainstays », *The Washington Post*, February 19th, 1998.

⁹⁰⁵ Newsweek Kills Story on White House Intern, *The Drudge Report*, January 17th, 1998. http://www.drudgereportarchives.com/data/2002/01/17/20020117_175502_ml.htm; dernière consultation le 21 septembre 2012.

⁹⁰⁶ Cecil Connolly and Howard Kurtz, « Gingrich Orchestrated Lewinsky Ads », *The Washington Post*, October 30th, 1998: A1.

⁹⁰⁷ « *Je ne prononcerai plus jamais, tant que je suis speaker, de discours sans évoquer ce sujet* ». Connolly and Kurtz, « Gingrich Orchestrated Lewinsky Ads ».

Republican Congressional Committee (NRCC) pour protester contre le retrait des publicités⁹⁰⁸.

Il y a fort à parier qu'outre son souhait de raviver un scandale dont les États-Unis semblent vouloir tourner la page, le fait que la campagne publicitaire soit pilotée par Gingrich ait motivé d'autant l'animateur à tenter d'empêcher que les publicités ne soient retirées. Cette campagne ne semble toutefois pas faire l'objet d'une action concertée entre Limbaugh et Gingrich. Ce dernier, qui n'a pas sollicité de onzième mandat auprès des électeurs de sa circonscription de Géorgie, passe le relai de la présidence de la chambre à Dennis Hastert en janvier 1999. Le nouveau speaker n'a pas l'âme d'un révolutionnaire et ne cherche pas à renouer de liens avec Limbaugh. Après avoir connu son apogée en 1994 et 1995, la relation spéciale entre le talk-show conservateur et le GOP s'achève définitivement en 1999 au bout d'un long processus d'effritement progressif.

5.1.3.2. Reconfiguration des relations entre le talk-show radiophonique et le pouvoir républicain

Le lancement de la campagne des primaires républicaines en vue de l'élection présidentielle de novembre 2000 ouvre un nouveau cycle politique dans lequel Limbaugh compte bien jouer un rôle central, et ce malgré l'aggravement de sa surdité. Fin 1999, il commence un examen minutieux des candidats républicains en lice afin d'exercer la fonction d'accréditation des candidats. Lorsque John McCain, en qui Limbaugh voit un avatar de Rockefeller, sort victorieux de l'élection du New Hampshire, l'animateur en fait la cible de ses attaques : « *When I hear McCain using liberal rhetoric to bust up the conservative coalition, I think 'What the hell is this ?' This guy's a Republican [...]. I'm just an honest-to-God thoroughbred conservative, and I don't see McCain as that* »⁹⁰⁹.

Limbaugh remet en cause la position critique de McCain à l'égard de l'orthodoxie du Parti républicain au sein duquel le sénateur de l'Arizona prétend être un « électron libre » (*maverick*). Fidèle à sa conception d'un jeu politique nettement polarisé, Limbaugh lui réserve donc ce que Jamieson et Cappella nomment « le traitement Limbaugh » (*the Limbaugh treatment*)⁹¹⁰. En outre, ces derniers indiquent que la campagne de Limbaugh contre le sénateur de l'Arizona a influencé l'opinion que les auditeurs se font de McCain de manière

⁹⁰⁸ Connolly and Kurtz, "Gingrich Orchestrated Lewinsky Ads."

⁹⁰⁹ « *Quand j'entends McCain utiliser une rhétorique sociolibérale pour taper sur la coalition conservatrice, je pense 'qu'est-ce que ce truc?' Ce type est un Républicain [...]. Je suis qu'un simple conservateur pur-jus, et je ne considère pas que McCain en est un* ». Howard Kurtz, "The Conservative Press, Standing Divided for Bush," *The Washington Post*, March 1st 2000: C1.

⁹¹⁰ Jamieson and Cappella, *Echo Chamber*, 113.

négative. Selon le National Annenberg Election Survey de 2000, leur opinion change de manière significative suite à l'élection du New Hampshire, un phénomène qui s'accroît d'autant à l'approche du Super Mardi (*Super Tuesday*) parmi les auditeurs de Limbaugh résidant dans les États où des primaires se tiennent ce jour-là⁹¹¹.

Le favori de Limbaugh dans les primaires de 2000 est George W. Bush. Gouverneur du Texas depuis le raz-de-marée républicain de 1994, aux yeux de Limbaugh, il incarne plus qu'aucun autre Républicain les valeurs du conservatisme. Si en 1996, il n'existait aucun atome crochu entre le candidat du GOP et l'animateur, la situation est radicalement différente en 2000. Sans être amis ni même entretenir de relations, les deux hommes se connaissent depuis le mandat de George H.W Bush au cours duquel ils se sont rencontrés à la Maison-Blanche⁹¹². En 1994, ils se sont également fréquentés lors de matchs de baseball, particulièrement ceux que jouaient l'équipe des *Texas Rangers* dont George W. Bush était actionnaire⁹¹³.

En août 1999, avant le lancement des primaires, ce dernier rend visite à Limbaugh alors qu'il passe quelques jours avec sa mère dans la maison familiale de Cape Girardeau. À cette occasion, l'animateur met en garde le candidat républicain contre l'hostilité dont il risque de faire l'objet de la part des leaders du GOP⁹¹⁴. Selon lui, l'élite du parti est encore trop à la solde des Républicains à la Rockefeller qui méprisent les conservateurs comme Bush : « *The Republican country-club, blue-blood establishment has always been embarrassed to go to cocktail parties and be in the same party as these gun-toting, Southern-accented proliferers* »⁹¹⁵. Ce qu'il reconnaît comme des qualités chez le fils du 41^{ème} président sont donc des défauts que raille l'élite du GOP, et qui sont susceptibles de jouer en sa défaveur dans les primaires. Il arrive cependant en tête et décroche la désignation du parti, puis est désigné vainqueur de l'élection présidentielle à la faveur d'une bataille juridique que finit par trancher la Cour suprême.

Suite à l'investiture du 43^{ème} président, Limbaugh est privé de sa cible de prédilection. L'émergence de l'animateur au début des années quatre-vingt-dix avait été fortement stimulée par une Administration démocrate en proie à des difficultés de toutes sortes et un président

⁹¹¹ Jamieson and Cappella, *Echo Chamber*, 114.

⁹¹² Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross » ; Kurtz, "The Conservative Press."

⁹¹³ Kurtz, "The Conservative Press."

⁹¹⁴ Kurtz, "The Conservative Press."

⁹¹⁵ « *L'establishment des Républicains aristos façon Rotary club a toujours été gêné d'aller à des cocktails et d'être du même parti que ces anti-avortement à l'accent du Sud trimballant leurs armes à feu* ». Kurtz, "The Conservative Press."

qui, aux yeux des éditocrates conservateurs, incarnait le pire du sociolibéralisme. Il semble cependant que le suspense autour du résultat final de l'élection de novembre 2000 ait un effet très positif sur les taux d'audience de l'émission qui sont en augmentation constante depuis l'hiver 1999-2000 dans 13 des 16 marchés les plus importants du pays⁹¹⁶. Limbaugh se défend d'avoir nourri quelque obsession que ce soit pour Clinton: « *I was never obsessed with Clinton personally. He was so dominant that he could not be avoided. But I'm happy he's gone. I actively avoid mentioning him now. [...] The idea that Clinton made me is a popular myth dispelled by my own history* »⁹¹⁷. À l'en croire, il accueille le départ de Clinton de la Maison Blanche avec soulagement et s'inscrit en faux contre l'idée qu'il lui doit sa réussite, un argument qui vise à donner des gages de la vitalité de l'émission au moment où s'ouvre l'ère Bush. L'animateur va même jusqu'à affirmer que les sociolibéraux sont de meilleures cibles quand ils ne sont pas au pouvoir : « *The Left is always more fun when they are out of power trying to reacquire it. They are wacky trying to get noticed. They are 'dangerous' when they are in power implementing what they believe, but funny as hell when not* »⁹¹⁸. Par ailleurs, il entend bien ne pas se défaire de sa vigilance à l'égard du nouveau pouvoir : « *I am a cheerleader for conservative Republicans. I am the first to give this Administration grief when I think they deserve it* »⁹¹⁹. Le positionnement d'indépendance critique qui est celui de Limbaugh depuis ses débuts demeure donc inchangé au moment où George W. Bush investit la Maison Blanche.

L'accession du gouverneur du Texas à la présidence pourrait laisser augurer de la résurrection de la relation spéciale qui a permis au GOP de remporter des victoires politiques en 1994 et 1995. En effet, comme en 1995, la figure de proue du Parti républicain est un conservateur soutenu par l'élite conservatrice – Limbaugh en tête – qui considère, au début de sa présidence, qu'il incarne pleinement les valeurs du conservatisme. Cependant, la stratégie de communication que l'Administration met en place marque une rupture très nette avec celle qu'avaient déployée les Républicains à partir de 1994 : au lieu de renouveler l'expérience du

⁹¹⁶ Howard Kurtz, "Limbaugh, Post-Clinton: Dining Happily on What's Left," *The Washington Post*, May 7th, 2000: C01.

⁹¹⁷ « *Je n'ai jamais été obsédé par Clinton à un niveau personnel. Il dominait tellement l'actualité qu'on ne pouvait pas l'éviter. Mais je suis content qu'il soit parti. J'évite à tout prix d'y faire référence maintenant. [...] L'idée que c'est Clinton qui m'a fait est un mythe populaire déboulonné par mon histoire personnelle* ». Kurtz, "Limbaugh, Post-Clinton."

⁹¹⁸ « *La gauche est toujours plus amusante quand elle est dans l'opposition et qu'elle essaie de reconquérir le pouvoir. Elle se rend dingue à vouloir qu'on la remarque. Elle est 'dangereuse' quand elle est au pouvoir à mettre en application ce en quoi elle croit, mais amusante comme il n'est pas permis quand elle n'y est pas* ». Kurtz, "Limbaugh, Post-Clinton."

⁹¹⁹ « *Je suis un supporter des idées conservatrices. Je suis le premier à leur faire des misères à l'Administration quand je pense qu'elle le mérite* ». Kurtz, "Limbaugh, Post-Clinton."

processus de *nationalization*, l'Administration opte pour le retour à la politique du tout-local (*all politics is local*), comme le rappelle Taylor Gross :

We would, on a daily basis, figure out whatever the policies or agendas were that we were pushing that were on the President's top priority list, how to dissect those down into what it meant for you locally, what it meant for you as a state, and then identify the mediums—not just the mediums but the shows, the vehicles for radio, local TV, local newspaper, and go out and communicate those to those constituents and those audiences. [...] One of the reasons the President won reelection in 2004 was the strategy we put in place for media was we did not cater to *The New York Times* or *The Washington Post*. The President, if he was going to Iowa, he would take *The Des Moines Register* on the bus with him.⁹²⁰

La stratégie consiste donc à adapter le message de l'Administration en le modifiant sur mesure en fonction des enjeux locaux, de façon à ce que l'ordre du jour présidentiel trouve un écho favorable auprès de la population malgré la disparité des contextes politiques, économiques et sociaux. La radio est donc fortement mise à contribution et Taylor Gross définit une stratégie radiophonique qui répond au principe de ciblage chirurgical posé en amont dans la stratégie de communication globale :

So sometimes the national radio shows that we may engage in weren't just based upon the fact that they were national. They were also based upon the fact that I would look at the affiliates and say, "OK, look, this guy's got a national show, he's only syndicated 100 places, but of those 100, I've got 30 that are in my target zone where I need to be and so we're going to make sure we're putting our message into those places right now, and we're going to use this guy to do it."⁹²¹

Contrairement à l'équipe de Gingrich qui choisit de faire relayer son message sur tout le territoire par Limbaugh, Liddy, North et autres Bohannon de manière uniforme, l'équipe de Bush préfère les émissions locales aux grands talk-shows nationaux. Ces derniers sont mis à contribution lorsque l'implantation de leurs affiliés dans des endroits que l'Administration souhaite cibler le justifie, et non pas de manière systématique.

⁹²⁰ « Habituellement, de façon quotidienne, on déterminait ce qu'était les politiques et les ordres à mettre en œuvre qui étaient en haut de la liste des priorités du président, la façon de les disséquer pour faire comprendre ce qu'ils impliquaient localement, ce que ça voulait dire pour chacun des États, puis on identifiait les médias : pas simplement les médias, mais les émissions et les formats pour la radio, la télévision locale, le journal local, et on les faisait relayer auprès de ces administrés et de ces publics. [...] L'une des raisons pour lesquelles le président a gagné sa réélection en 2004 a été la stratégie qu'on avait mise en place pour les médias, a été le fait qu'on ne s'adressait pas à *The New York Times* ou *The Washington Post*. Le président, s'il allait dans l'Iowa, il prenait *The Des Moines Register* avec lui dans le bus ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹²¹ « Alors des fois, quand on sollicitait les émissions de radio nationales, ce n'était pas simplement sur la base du fait qu'elles étaient nationales. C'était sur la base que je regardais les stations affiliées et je me disais, 'Ok, regarde, ce gars a une émission nationale, il est distribué auprès de 100 stations seulement, mais de ces 100 stations, j'en ai 30 dans ma zone de cible où il faut que je sois et alors on va faire en sorte de diffuser notre message dans ces endroits dès maintenant, et on va se servir de ce gars pour le faire' ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

Par ailleurs, là où au milieu des années 1990 ce sont les figures politiques qui ont tendance à courtiser les grands noms du talk-show radiophonique conservateur, la tendance est désormais inversée :

In 2000, a lot of the differences were that we were in power. We had it. Both houses of Congress, the Presidency, so what's left for these guys on the radio? So the problem that that put on us was that everyone was competing. At that point, you're competing for names. You're competing for, "Well, damnit. You gave Cheney to so-and-so and why the hell am I not getting Cheney?" And I had, on more than one occasion, a knock-down, drag-out argument with Sean Hannity on the phone all the time because he would get furious.⁹²²

La concordance idéologique entre l'Administration et les talk-shows radiophoniques conservateurs crée un nouveau rapport de force : ces derniers ne sont désormais plus dans une position de contestation mais d'affirmation de l'agenda majoritaire. Conjuguée au phénomène de multiplication des voix conservatrices au sein de l'écosystème médiatique, cette nouvelle situation provoque un durcissement de la concurrence entre les talk-shows pour obtenir des entretiens avec les dirigeants républicains. Désormais en position dominante, ces derniers ont moins besoin de solliciter les talk-shows radiophoniques.

La relation spéciale du milieu des années quatre-vingt-dix qui s'était effritée à la fin de la décennie, n'est donc pas ressuscitée au cours de l'ère Bush et les grands talk-shows nationaux semblent passer au second plan : « *I would not say that it was arrogance by any stretch of the imagination, that we took them for granted or anything like that. But at the same time, I think that one of our faults was that we over-assumed that they would always be with us on every little thing* »⁹²³. Le calcul de l'Administration Bush repose donc sur l'idée que ces grands talk-shows leur sont acquis et que leur adhésion à l'agenda présidentiel ne nécessite aucun effort spécifique pour nourrir des relations avec eux. Outre cette raison stratégique, l'absence de relation spéciale s'explique aussi par une raison d'ordre personnelle. Comme le souligne Gross, bien qu'ils se connaissent, Limbaugh et Bush n'ont pas d'affinités particulières :

President Bush did not have the same kind of relationship that his father did with Rush. [...] I wouldn't say that 41, his father, had an affinity for the media and 43 had a no-

⁹²² « En 2000, beaucoup des différences venaient du fait qu'on était au pouvoir. On l'avait. Les deux chambres du Congrès, la présidence, donc qu'est-ce qu'il reste à ces gars de la radio ? Donc le problème que ça nous mettait sur les épaules c'était que tout le monde était en concurrence. À ce niveau-là, tu te bats pour avoir des noms. Tu te bats pour, 'Bah merde. Tu as donné Cheney à tel ou untel et pourquoi diable j'ai pas droit à Cheney ?' Et j'avais, à plus d'une reprise, de véritables disputes à n'en pas finir au téléphone avec Sean Hannity tout le temps parce qu'il devenait furieux ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹²³ « Je ne dirais pas que c'était de l'arrogance loin de là, que nous les tenions pour acquis ou quoi que ce soit du genre. Mais en même temps, je pense qu'une de nos erreurs est d'avoir été trop présomptueux de penser qu'ils seraient toujours à nos côtés sur chaque petite chose ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

affinity for the media, but I would say that 41 was more open to engaging with the media and 43 saw it as part of his job. And Karl Rove had a great personal relationship, and still does, and Karl was the guy who would talk with Rush on X, Y, and Z issue and that kind of thing.⁹²⁴

Le rapport de Limbaugh au président républicain dans les années deux mille est donc l'exact inverse de celui de 1992. Au cours de la campagne pour la réélection de George H.W. Bush, Limbaugh s'était lié d'amitié avec le président malgré leurs divergences idéologiques et leurs conceptions différentes du jeu politique. En 2001, les affinités réelles entre Limbaugh et George W. Bush sur le plan idéologique ne se traduisent pas en une relation amicale entre les deux hommes. Pour Gross, le contraste de personnalité entre le père et le fils explique la différence dans la relation que chacun d'eux établit avec Limbaugh :

[George H.W. Bush] had Rush actually spend the night at the White House too. He had Rush come and be an overnight guest. That was reported. George W. did not. But again, they're two different people. George W. had his hunting buddy from midland Texas come up and see him as opposed to an academic or a high-minded journalist. That was kind of more his style.⁹²⁵

À en croire Gross, le 43^{ème} président des États-Unis est davantage enclin à profiter de son temps libre en côtoyant ses anciens partenaires de chasse que des figures médiatiques importantes. Soulignons que Gross suggère qu'aux yeux de George W. Bush, Limbaugh est assimilé aux universitaires (« academics ») et aux journalistes de la grande presse (« high-minded journalist »). Ainsi, au début des années deux mille, qu'il s'agisse de facteurs de nature stratégique ou ayant trait aux relations interpersonnelles, tout concourt à ce que la relation spéciale demeure une chose du passé et que les grands talk-shows nationaux perdent l'ascendant au profit des émissions et radios locales dans la stratégie de communication de l'Administration Bush.

Le témoignage officiel de reconnaissance que reçoit Limbaugh de la part de l'élite républicaine au début des années deux mille lui est adressé par le Congrès. Par l'intermédiaire de Mike Pence, représentant de la 6^{ème} circonscription de l'Indiana, la Chambre des

⁹²⁴ « Le président Bush n'avait pas le même genre de relation que son père avec Rush. [...] Je ne dirais pas que le 41^{ème}, son père, avait des affinités avec les médias et que le 43^{ème} n'avait aucune affinité avec les médias, mais je dirais que le 41^{ème} était plus ouvert à l'échange avec les médias et que le 43^{ème} voyait ça comme une partie de son boulot. Et Karl Rove avait une bonne relation personnelle, et l'a toujours, et Karl était le gars qui parlait à Rush au sujet de telle ou telle question et des trucs comme ça ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹²⁵ « [George H.W. Bush] a eu Rush à dormir à la Maison Blanche aussi. Il a eu Rush à dîner et à passer la nuit. Ça a été rapporté dans la presse. Mais une fois encore, ils sont deux personnes différentes. George W. faisait venir ses copains de chasse de l'arrière-pays texan pour le voir et non pas des universitaires ou des journalistes intellos. C'était davantage son style d'une certaine manière ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

représentants rend hommage à l'animateur pour son dévouement à la cause conservatrice le 16 octobre 2001, soit quelques jours après qu'il eut rendue publique la nouvelle de sa surdité :

[Rush Limbaugh] has been an inspiration to many millions of Americans. After Ronald Reagan left the national stage in 1988 and many of us conservatives were searching for a voice and for over 20 million Americans, that voice was and is Rush Limbaugh. [...] Rush Limbaugh was not one of those in the media who, in effect, cowered behind that image of objectivity, hiding the fact that he had opinions, biases, beliefs, convictions; but, rather, he never feared being discovered to be an American of strong opinions. [...] He has given us an example of a life that is about ideas larger than personal advancement, a life that tries to bring the reality of God's grace in each of our lives and in the history of this Nation before the citizenry every day.⁹²⁶

Le changement dans le rapport de l'establishment du GOP à Limbaugh apparaît comme le résultat d'un changement de génération : si le nouveau pouvoir républicain de la Maison-Blanche ne fait que peu de cas de lui, il est proprement une figure tutélaire pour la génération de ceux qui sont arrivés aux affaires en 1994.

Le processus de ciblage des radios par ère géographique permet, certes, au président de communiquer efficacement son message en l'adaptant aux réalités locales, mais il peut également avoir des effets contreproductifs, dont la défection de Jim Jeffords, sénateur républicain du Vermont au printemps 2001, fournit une illustration. Sénateur républicain modéré, Jeffords est un parlementaire à la marge du parti. Bien souvent il s'oppose à la direction que prend le parti et vote dans le même sens que les Démocrates. En 2001, le Sénat refuse de voter les crédits nécessaires au financement d'une loi sur l'éducation dont il est l'auteur. En outre, il a affirmé son refus de voter en faveur de la loi sur les réductions d'impôts. Ainsi, s'il a souvent été en décalage avec son parti, depuis l'élection de Bush, il ne s'y reconnaît guère plus. Bien décidée à le ramener dans le rang, la Maison Blanche fait exercer des pressions par le biais d'une radio locale du Vermont, une démarche qui achève de convaincre le sénateur que le GOP ne représente plus ses idéaux : en mai 2001, il quitte le Parti républicain pour siéger en tant qu'Indépendant, même s'il passe un accord de principe avec les Démocrates sur le vote de certaines législations :

⁹²⁶ « Rush Limbaugh a été une source d'inspiration pour plusieurs millions d'Américains. Après que Ronald Reagan eut quitté la scène politique nationale en 1988 et que bon nombre d'entre nous conservateurs cherchions une voix, et pour plus de 20 millions d'Américains, cette voix était et est encore Rush Limbaugh. [...] Rush Limbaugh n'était pas l'un de ceux dans les médias qui, en fait, se retranchent derrière cette image d'objectivité, dissimulant le fait qu'il avait des opinions, des partis-pris, des croyances, des convictions ; mais, au contraire, il n'avait jamais peur qu'on découvre que c'était un Américain avec de fortes opinions. [...] Il nous a donné un exemple d'une vie consacrée à des idées plus grandes que l'avancement personnel, une vie qui essaie de faire prendre corps à la grâce divine dans chacune de nos vies et dans l'histoire de cette nation, quotidiennement devant les citoyens ». "Representative Mike Pence's Tribute to Rush Hudson Limbaugh," *Congressional Records* 147, n°139 (October 16th, 2001), h6875-h6876. http://capitolwords.org/date/2001/10/16/H6875-5_tribute-to-rush-hudson-limbaugh-iii/; dernière consultation le 10 octobre 2012

Jeffords was kind of pissed from the radio side. Like wait a second, he knew who this radio station guy was, he probably uses him all the time. [...] “I’ve got 2 billion dollars for Vermont cheese,” you know, he would call up that local radio station to talk about his new pork he’s brought back for the state. And all of a sudden you’ve got a guy from the West Wing calling in and saying, “By the way, your home-state Senator is really screwing you on these tax cuts. He wants your taxes to be increased.”⁹²⁷

La manœuvre de la Maison Blanche n’est certes pas la raison principale du départ de Jeffords, elle en est cependant l’événement déclencheur. Ainsi, au lieu de ramener le sénateur dans les rangs du GOP et de le convaincre de voter dans le sens de la présidence, l’intervention d’Andy Card sur la radio du Vermont produit l’effet inverse. Si dans la plupart des cas, l’utilisation de la radio par le pouvoir républicain produit des effets positifs, le cas de Jeffords est précisément un exemple de l’effet contreproductif de cet usage dans le jeu politique. Pour l’Administration, les conséquences de la démarche dépassent la simple perte d’une voix en faveur de la loi sur les allègements fiscaux car en tentant d’exercer des pressions sur Jeffords, elle perd également sa majorité au Sénat : « *The counter-productivity of it all was not that we didn’t get the tax cuts. The counter-productivity was that we pissed off the guy we were trying to nudge* »⁹²⁸. La stratégie de ciblage chirurgical que la Maison Blanche utilise pour mettre en cause nommément un membre de sa majorité pour le faire rentrer dans le rang a semble-t-il été employée avec trop peu de discernement dans ce cas : sénateur modéré mais qui n’en est pas moins membre de la majorité, Jeffords a finalement été bousculé comme s’il était un adversaire, une stratégie qui dans ces circonstances a produit l’effet d’un boomerang.

Ce revers de fortune ne change pas l’attachement de la Maison Blanche au talk-show radiophonique pour autant. À l’automne suivant, elle convie 45 animateurs venus de tout le pays à émettre depuis un chapiteau géant installé pour l’occasion dans le Jardin nord (*North Lawn*) de la Maison Blanche⁹²⁹. L’événement, intitulé *Talk Radio Day*, a lieu le 30 octobre 2002, soit une semaine avant les élections de mi-mandat. Il rassemble des animateurs de tendances politiques diverses, dont Hannity et North, ainsi que des personnalités moins connues telles que Janet Parshall, Blanquita Cullum, McGraw Millhaven ou encore Shannon Burke, invités afin que l’Administration puisse parler aux auditeurs de façon directe de la

⁹²⁷ « Jeffords était un peu contrarié sur le front de la radio. Du genre, attends, il connaissait le type de cette station de radio, il faisait probablement appel à lui tout le temps. [...] ‘J’ai deux milliards pour le fromage du Vermont’, tu sais, il avait l’habitude d’appeler cette station de radio locale pour parler de nouveaux fonds spécifiquement affectés qu’il apportait à l’État [du Vermont]. Et tout à coup, tu as ce gars de l’Aile Ouest qui appelle pour dire, ‘Au fait, le sénateur de votre État est vraiment en train de vous avoir sur les réductions d’impôts. Il veut que vos impôts soient augmentés ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹²⁸ « Le côté contreproductif de tout ça n’a pas été qu’on n’a pas obtenu les réduction d’impôts. Le côté contreproductif ça a été qu’on a gonflé le type qu’on essayait de bousculer gentiment ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹²⁹ Ellen Ratner, “Talk Radio Day at the White House,” *Talkers Magazine* n°134 (November 2002): 3.

conduite des affaires ainsi que de l'ordre du jour présidentiel: « *The event [...] was designed to provide GOP leaders with the opportunity to get their message out across America, 'unfiltered' by the mainstream press, just prior to the midterm elections* »⁹³⁰. L'événement est donc organisé à des fins de contournement des médias de référence, ce qui confirme que malgré la position moins centrale des grands talk-shows, la radio demeure un média essentiel dans la communication du GOP, surtout à la veille des élections de mi-mandat qui sont traditionnellement défavorables au parti qui occupe la Maison Blanche :

*“Radio Day” [...] was a few days before the midterms. Did we catch a lot of shit on doing this right before the midterms? Absolutely we did. But at the same time I said, if we're going to do this we can't just have rah-rahs sitting, [...] people who are “Go President Bush! We love everything you're doing!” We have to make it varied across the board and we did. Radio Day we did the first time we had the big tent in front of the White House and we had 100 or so stations that came and shows that came and we had NPR and American Urban Radio Network.*⁹³¹

Il s'agit donc pour l'Administration de s'adresser à une majorité de citoyens, quelle que soit leur sensibilité politique, quitte à essuyer des critiques ou devoir répondre à des questions difficiles de la part d'animateurs qui ne seraient pas acquis à la cause du président. À cet égard, le principe du *Talk Radio Day* est que les membres de l'Administration peuvent aller et venir à leur guise dans le chapiteau et converser avec les animateurs de leur choix. Par ailleurs, chaque animateur est libre d'aborder les questions qu'il souhaite : « *There was no editing of content. You come here, you do whatever you want, we will provide you all these different people to interview, and we did. Every cabinet member came through that radio tent. Every senior staff member for the President came through that radio tent. The President did not* ».⁹³² Absent des discussions radiophoniques, Bush reçoit cependant Hannity et North, invités à s'entretenir quelques instants avec lui en marge des activités de la journée⁹³³, ce qui

⁹³⁰ « L'événement a été conçu pour donner l'occasion aux dirigeants du Parti républicain de faire passer leur message à travers les États-Unis, sans qu'il soit 'filtré' par la presse de référence, juste avant les élections de mi-mandat ». Ratner, “Talk Radio Day at the White House.”

⁹³¹ « *Radio Day [...] a eu lieu quelques jours avant les élections de mi-mandat. Est-ce qu'on s'en est pris plein la tronche en faisant ça juste avant les élections de mi-mandat ? Absolument. Mais en même temps j'ai dit, si on doit faire ça, on peut pas simplement faire venir les supers enthousiastes, [...] les gens qui disent, 'Allez président Bush ! On adore tout ce que vous faites !', il faut qu'on ait une de la diversité et c'est ce qu'on a fait. Pour le Radio Day qu'on a fait la première fois, on avait la grande tente devant la Maison Blanche et on a fait venir cent et quelques stations et émissions et on a fait venir NPR et American Urban Radio Network* ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹³² « *Le contenu n'était pas contrôlé. Tu viens, tu fais ce que tu veux, on va te donner toutes ces personnes différentes à interviewer, et on l'a fait. Chaque membre du gouvernement est passé par cette tente radio. Chaque membre de haut rang du cabinet du président est passé par cette tente radio. Pas le président* ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹³³ Ratner, “Talk Radio Day at the White House.”

signale que les grands talk-shows reçoivent quand même un traitement spécial de la part de la Maison Blanche.

Limbaugh est l'autre grand absent de l'événement, bien qu'il ait été convié par l'équipe de Gross : « *Rush did not come. We invited Rush, I know we did. [...] The true answer is guys like Rush don't want to be... they consider themselves up here and everyone else down here, so why would Rush go table after table of talk radio shows. So I want to say it was hubris* »⁹³⁴. Tout comme ce fut le cas lors du *Capitol Hill Radio Row* de 1995, l'absence de Limbaugh à l'événement est motivée par une volonté de ne pas se banaliser en évitant de n'être plus qu'un animateur de talk-show radiophonique parmi les autres, surtout dans une ère où la dérèglementation des supports donne lieu à un foisonnement des talk-shows radiophoniques politiques. Enfin, Savage n'est pas présent non plus mais contrairement à Limbaugh, il n'a pas été convié. De l'aveu de Gross, il ne figure même pas sur la liste des participants possibles :

We did not invite Michael Savage to Radio Day at the White House. [...] He just didn't even come up on my radar screen. It was an oversight at first, and once they started calling, we already had everybody assigned where they were going to be, they started freaking out. Michael Savage went ballistic. He did two shows on not being invited to the White House.⁹³⁵

Le fait que Savage ne fasse pas partie de la sélection d'animateurs susceptibles de participer à l'événement semble confirmer qu'il se situe à l'extérieur du groupe que forment Limbaugh, Hannity et d'autres animateurs moins célèbres. Il occupe donc une position marginale qui reflète sa rhétorique particulièrement violente sur certains sujets. Gross avoue à mots couverts que c'est la raison pour laquelle il n'a pas été convié : « *Putting your principal—your boss, whether it be a Senator you're working for, the President, a Governor, Congressman, President's senior staff—putting them on with some of these guys you're taking some major risks, because some of these guys, you know,... they will... just run amok* »⁹³⁶. Si des

⁹³⁴ « *Rush n'est pas venu. On a invité Rush, je sais qu'on l'a fait. [...] La vraie réponse c'est que des gars comme Rush ne veulent pas... il se considère à ce niveau et tous les autres sont à ce niveau, donc pourquoi est-ce que Rush passerait de tables d'émissions de radio en tables d'émissions de radio ? Donc, j'ai envie de dire que c'était de l'orgueil démesuré* ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹³⁵ « *On a pas invité Michael Savage au Radio Day de la Maison Blanche. [...] Il n'apparaissait tout simplement pas sur mon écran radar. Ça s'est produit par inadvertance au début, et une fois qu'ils se sont mis à nous appeler, on avait déjà attribué des places à tout le monde, ils se sont mis à flipper. Michael Savage est devenu dingue. Il a fait deux émissions sur le fait de ne pas avoir été invité à la Maison Blanche* ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

⁹³⁶ « *À faire passer ton superviseur, ton patron – que tu travailles pour un sénateur, le président, un gouverneur, un membre du Congrès, un membre de l'équipe du président – les faire passer avec l'un de ces gars, tu prends de gros risques parce que certains de ces gars, tu sais, ont l'habitude de [...] tout simplement faire n'importe quoi* ». Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

personnalités comme Hannity et Limbaugh sont jugées fiables et bien disposées à l'égard de l'Administration républicaine, il en va tout autrement de Savage dont la présence lors de l'événement aurait pu comporter un risque de dérapage.

Ainsi, pendant le premier mandat de Bush, le talk-show radiophonique politique occupe toujours une place centrale dans la stratégie de communication du leadership républicain, mais les rapports qu'ils entretiennent se sont reconfigurés. En corollaire à la stratégie de ciblage local, les talk-shows locaux de moindre envergure ont pris l'ascendant sur les grands talk-shows nationaux. Blankley confirme l'idée que l'establishment républicain s'en est désolidarisé au cours de la présidence de Bush : « *I'm sure they had their outreach to talk radio. But I never saw evidence of a systematic, strategic plan where talk radio was integrated into the daily message driving of accounts. It was sort of like they reached out to them when they thought it was necessary* »⁹³⁷. Ainsi, l'accession du 43^{ème} président à la Maison Blanche tourne bel et bien la page de la grande époque du partenariat entre Gingrich et Limbaugh.

5.2. La position centrale des talk-shows radiophoniques nationaux en 2004 malgré l'absence de relation spéciale

L'absence de relation spéciale ne signifie pas que le talk-show radiophonique politique est un média en déclin. Au contraire, le premier mandat de Bush est riche d'événements propices à alimenter les discussions sur les ondes, dont le premier est sans nul doute la Guerre d'Irak et la « Guerre contre la terreur » (*War on Terror*) que mènent les États-Unis depuis les attentats du 11 septembre 2001. Média en phase de consolidation, le talk-show radiophonique connaît un essor jusqu'à l'automne 2004, moment à partir duquel les taux d'audience de Limbaugh et Hannity – les deux premières émissions du classement – cessent non seulement d'augmenter mais amorcent une chute très sensible (voir figure 1 page 4).

La fin du premier mandat de Bush est marquée par deux événements majeurs qui permettent aux grands talk-shows nationaux de reprendre, pour un temps, une place centrale dans le débat et viennent à la rescousse du pouvoir républicain. Il s'agit d'une part du scandale que cause la publication, début mai, de photos de soldats américains en train d'infliger des sévices physiques aux détenus de la prison d'Abou Ghraib, et d'autre part de la polémique autour des états de service au Vietnam du sénateur John Kerry, lancée par un

⁹³⁷ « *Je suis sûr qu'ils avaient des contacts avec les talk-shows radiophoniques. Mais je n'ai jamais rien vu qui suggérerait l'existence d'un plan systématique, stratégique qui intégrait les talk-shows radiophoniques dans la communication quotidienne des messages. C'est un peu comme s'ils les sollicitaient quand ils pensaient que c'était nécessaire* ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

groupe de vétérans qui alléguaient que le candidat démocrate avait usurpé ses décorations et qu'il était « inapte au commandement » (*Unfit for Command*), du titre du livre que John O'Neil, l'un des vétérans, publie pendant l'été 2004⁹³⁸. Jusqu'à l'automne 2004, le talk-show radiophonique conservateur est donc un média particulièrement dynamique et dont le rôle dans le débat national populaire reste central.

5.2.1. Deux événements radiophoniques d'envergure pendant la campagne des primaires

En 2004, Bush est le leader incontesté du GOP et aucun Républicain ne le défie dans le cadre d'une élection primaire. Du côté démocrate, différents candidats se mettent en lice pour solliciter la désignation du Parti de l'âne auprès des électeurs. Au cours de cette campagne, la radio est mise à contribution lors d'occasions diverses, notamment au moment de l'élection primaire dans le New Hampshire en janvier.

L'Administration Bush organise le premier événement en conviant des animateurs de talk-shows pour un deuxième *Talk Radio Day* à la Maison Blanche le 21 janvier 2004. L'événement est organisé selon le même principe que le premier *Talk Radio Day* d'octobre 2002. Quelques quarante animateurs de talk-shows radiophoniques sont conviés à diffuser leur émission depuis un chapiteau établi devant la Maison Blanche. Au cours des 15 heures d'antenne, les membres du gouvernement se pressent autour des tables pour discuter de l'agenda présidentiel. Comme lors de la première édition, le *Talk Radio Day* de 2004 réunit des animateurs aussi bien sociolibéraux – tels que Juan Williams de NPR – que conservateurs, dont Hannity et Cullum sont les têtes d'affiche⁹³⁹.

Ce rassemblement est immédiatement suivi dans la foulée par le premier *Talk Radio Row* des primaires du New Hampshire entre le 24 et 28 janvier. Organisé en partenariat avec *Talkers Magazine*, l'événement a pour but de donner la parole aux candidats des primaires démocrates et de créer un « point central d'activité » (*central point of activity*) à l'occasion du vote du mardi 27 janvier⁹⁴⁰. Il permet également aux animateurs de réduire considérablement leurs coûts d'émission et d'avoir facilement accès aux candidats, ce qui s'avère être une gageure lorsque les animateurs s'y essaient individuellement, comme le souligne Jerry Agar de la station WPTF de Raleigh en Caroline du Nord : « *There is no way I could have gone to*

⁹³⁸ John E. O'Neil and Jerome R. Corsi, *Unfit for Command: Swift Boat Veterans Speak Out Against John Kerry* (Washington, D.C.: Regnery Publishing Inc., 2004).

⁹³⁹ Alan Linder, "Radio Rows Provide Hot Programming Opportunities," *Talkers Magazine*, n°146 (March 2004).

⁹⁴⁰ Linder, "Radio Rows Provide Hot Programming Opportunities."

the frozen north and found all those guests on my own. No one could »⁹⁴¹. Le rassemblement permet donc aux animateurs de radios locales d'interviewer des personnalités importantes dans le cadre de la primaire démocrate du New Hampshire, une échéance souvent décisive dans le processus de désignation des candidats.

Ces rencontres et contacts divers entre le pouvoir républicain et les animateurs de talk-show radiophoniques interviennent dans le cadre de la stratégie de communication de la Maison Blanche et du DNC dans un contexte ordinaire qui n'est marqué par aucun événement de grande importance. Leur objectif est de communiquer directement auprès des auditeurs au sujet de l'ordre du jour présidentiel ou de mettre en lumière le lancement des primaires démocrates. La situation change en mai 2004 sous l'effet de la révélation des sévices physiques infligés par des soldats américains à des détenus iraqiens de la prison d'Abou Ghraïb.

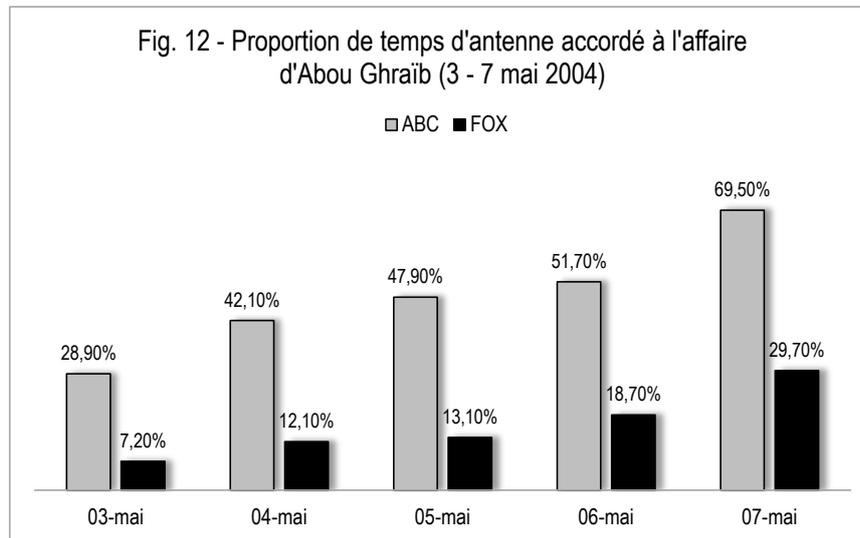
5.2.2. Le scandale d'Abou Ghraïb : un exemple de la fonction de « calfeutrage » du talk-show radiophonique conservateur

Lorsque les photos des actes de torture sont révélées au public américain, les talk-shows radiophoniques passent en régime de crise. Du fait de l'impact de la violence visuelle qui accompagne sa révélation, le scandale d'Abou Ghraïb fait l'objet d'une couverture médiatique intense et de grande ampleur. Montrées pour la première fois le vendredi 30 avril sur CBS dans l'émission *60 Minutes*, les photos des sévices corporels infligés aux détenus de la prison d'Abou Ghraïb envahissent les écrans de télévision et d'internet ainsi que les pages des journaux dès le lundi 3 mai. Si pendant les deux semaines qui suivent, le scandale occupe une place centrale dans les journaux télévisés, la presse écrite et les talk-shows radiophoniques, tous ne traitent pas l'affaire de la même façon.

L'examen du cadrage que chaque média propose de l'affaire révèle que le positionnement de Limbaugh est largement en faveur de l'Administration Bush. Ainsi, à partir du 3 mai, de concert avec le journal du soir de Fox *The Fox Report with Sheppard Smith*, Limbaugh s'emploie à amortir l'onde de choc afin d'en protéger le pouvoir. Cette démarche va à contre-courant des médias de référence, et notamment de *The New York Times*, *ABC World News Tonight with Peter Jennings* et d'*All Things Considered* de la radio publique NPR.

⁹⁴¹ « *Je n'aurais jamais pu aller dans le froid du Nord et trouver tous ces invités tout seul. Personne ne l'aurait pu* ». Linder, "Radio Rows Provide Hot Programming Opportunities."

Comme l'indique la figure 12, dans son journal du soir du 3 mai, ABC consacre 28,9% du temps d'antenne à l'affaire, une proportion qui passe à 69,5% entre le 6 et le 7 mai, suite à l'entretien que Bush accorde à la chaîne Al Jazeera. Le même phénomène semble se produire sur le journal de Fox qui consacre une proportion de temps croissante à l'affaire tout au long de la semaine.



Source : *The Fox Report with Sheppard Smith* (Fox) et *ABC World News Tonight with Peter Jennings* (ABC) – May 3rd to May 7th, 2004 (Vanderbilt TV News Archives).

Toutefois, si ces proportions augmentent dans les deux journaux, elles sont d'ampleur très différente car ABC consacre en moyenne trois fois plus de temps à l'affaire que Fox qui la traite en relation avec le conflit iraquien et l'actualité militaire sur le terrain. Ainsi, la stratégie que déploie Fox est de banaliser l'affaire en suggérant qu'elle n'est qu'un événement de plus dans l'opération militaire.

Les deux chaînes recourent à des cadrages différents également. ABC évoque l'effet de la révélation des sévices sur la population iraquienne. L'attention du téléspectateur est attirée principalement sur le point de vue des prisonniers et la perception des Iraquiens qui considèrent que les États-Unis sont pires que Saddam Hussein : « *Accounts of degradation and humiliation are turning Iraqi even more against the US* »⁹⁴². La perte de l'autorité morale des États-Unis que provoque la révélation de l'affaire est également évoquée. Par ailleurs, ABC cadre l'événement principalement comme un échec du leadership aux effets dévastateurs, et s'interroge sur la responsabilité de la Maison Blanche en mettant en cause la

⁹⁴² « *Des récits de dégradation et d'humiliation font monter l'hostilité des Iraquiens envers les États-Unis d'autant plus* ». *ABC World News Tonight with Peter Jennings* (ABC), 3 mai 2004. Vanderbilt TV News Archives.

chaîne de commandement. Le jour suivant, la chaîne cite un rapport qui pointe des manquements dans la direction des opérations et qui recommande que le général responsable soit relevé de ses fonctions : « *the report emphasizes failure of leadership in a brigade which was improperly trained* »⁹⁴³. Le commentateur précise que le général, ainsi que des soldats ayant été réprimandés, sont toutefois restés en place : « *We have been reinstated and will return to the company soon* »⁹⁴⁴. L'approche globale est analytique et explicative, le journal fournissant de nombreux détails sur les sanctions encourues et les personnes impliquées dans l'affaire.

Au contraire, Fox se lance dans une opération de limitation des dégâts et déploie une stratégie de minimisation de l'événement. D'une part, la chaîne tente de banaliser l'événement en le présentant comme une simple conséquence de la « guerre contre la terreur » et en le justifiant par le combat nécessaire des États-Unis pour la liberté. Ainsi, l'événement est systématiquement entrelacé avec d'autres événements qui surviennent en lien avec la guerre d'Irak. Pendant l'annonce des titres le 3 mai, l'évocation du scandale est immédiatement suivie d'autres sujets relatifs à la présence américaine en Irak. L'animateur enchaîne sur la résistance à laquelle la coalition doit faire face à Najaf, le passage de relai du commandement des opérations à Fallujah à un nouveau général, et l'existence d'un projet d'attentat visant les chefs d'États lors d'un sommet auquel Bush participe: « *A terror plot to attack the meeting of world leaders including President Bush. Who planned it, who stopped it and how?* »⁹⁴⁵.

Le lendemain Fox réitère en évoquant le sujet juste après l'affaire d'Abou Ghraïb : « *They're accused of planning to kill President Bush and other world leader* »⁹⁴⁶. Le présentateur insiste sur ce qui a été saisi: « *The police found guns, bomb-making materials and Al Qaeda training manuals* »⁹⁴⁷. La démarche de la chaîne consiste à normaliser l'événement en suggérant qu'il n'est qu'une péripétie de plus dans le combat que mènent les États-Unis. L'annonce ne précise toutefois pas de quel sommet il s'agit ni où il a lieu. Le journal évoque également la mort du soldat Tillman ou le sauvetage de Thomas Hamill des

⁹⁴³ « *Le rapport insiste sur la défaillance du commandement au sein d'une brigade qui n'a pas été comme il se doit* ». *World News Tonight*, 4 mai 2004.

⁹⁴⁴ « *Nous avons été réintégrés et nous allons bientôt retourner au sein de la compagnie* ». *World News Tonight*, 4 mai 2004.

⁹⁴⁵ « *Un plan de terreur pour attaquer le sommet de dirigeants du monde, y compris le président Bush. Qui l'a défini, qui l'a déjoué et comment ?* » *The Fox Report with Sheppard Smith*, Fox News, 3 mai 2004. Vanderbilt TV News Archives.

⁹⁴⁶ « *Ils sont accusés de vouloir tuer le président Bush et des dirigeants d'autres pays* ». *Fox Report*, 4 mai 2004.

⁹⁴⁷ « *La police a trouvé des armes à feu, du matériel pour fabriquer des bombes et des manuels d'entraînement d'Al Qaeda* ». *Fox Report*, 4 mai 2004.

maines des rebelles irakiens, en contrepoint des événements d'Abu Ghraïb⁹⁴⁸. Une telle stratégie vise à mettre en avant l'idée que les Américains également subissent des pertes et sont menacés. Par ailleurs, Fox met l'accent sur l'argument de Donald Rumsfeld que les sévices infligés aux prisonniers sont le fait d'un petit groupe d'individus isolés et qu'ils ne sont pas représentatifs des pratiques de l'armée américaine : « *It is not a pattern or a practice and any suggestion that it is would be incorrect* »⁹⁴⁹. Le traitement de l'affaire par Fox fait donc la part belle à la version de l'Administration. Il s'agit donc de déployer une stratégie visant à la « calfeutrer » (*insulate*) afin de la protéger des retombées du scandale, en l'exonérant de toute responsabilité dans l'affaire.

C'est un cadrage opposé que propose *The New York Times* dans ses éditoriaux. Si le traitement du scandale dans les pages d'information suit très méticuleusement la norme d'objectivité et fournit une exploration minutieuse des faits, les éditoriaux – au rythme d'un par jour en moyenne au cours de la semaine⁹⁵⁰ – adoptent une position qui met en cause la responsabilité de l'Administration. Le premier, intitulé “The Nightmare at Abu Ghraïb”, voit dans la perpétration des sévices le signe que la prise de contrôle par l'armée américaine n'a rien changé à la façon dont la prison est dirigée : « *As United States officials have known for months, some of the American soldiers brought their own version of sadism to the site. Now that the rest of the world knows, the Bush administration will have to do more than denounce the scandal of a few bad apples* »⁹⁵¹. Pour le journal, ces faits s'inscrivent dans la continuité du régime de Saddam Hussein. Plus tard dans la semaine, *The New York Times* neutralise la ligne de défense de la Maison Blanche en insistant qu'il ne s'agit pas d'un cas isolé et que les personnes ayant commis les atrocités sont précisément les responsables de la prison :

The revelations from the Abu Ghraib prison called for some humility, an apology to the abused men and an immediate, full and public accounting of what happened and who's responsible. Instead the Bush administration began one of its now-classic defensive maneuvers. President Bush portrayed the acts as the aberrant work of a handful of men and women, even as they knew—or should have known—that the Army was conducting

⁹⁴⁸ *Fox Report*, 3 mai 2004.

⁹⁴⁹ « *C'est un fait exceptionnel, ce n'est pas une pratique et quiconque suggérerait que ça l'est aurait tort* ». *Fox Report*, 3 mai 2004.

⁹⁵⁰ Voir “The Nightmare at Abu Ghraïb,” May 3rd, 2004; “The Torture Photos,” *The New York Times*, May 5th, 2004 “Another Vision of Iraq,” May 6th, 2004; “Restoring Our Honor,” May 6, 2004; “The New Iraq Crisis; The Military Archipelago”, May 7th, 2004.

⁹⁵¹ « *Comme les hauts dirigeants des États-Unis le savent depuis des mois, certains parmi les soldats américains ont apporté leur propre version du sadisme sur le site. Maintenant que le reste du monde le sait, l'Administration Bush va devoir faire davantage que dénoncer le scandale comme étant le fait de quelques brebis galeuses* ». “The Nightmare at Abu Ghraïb,” *The New York Times*, May 3rd, 2004.

criminal investigations into more than 20 different incidents in Iraq and Afghanistan, many involving prisoner deaths.⁹⁵²

Enfin, 7 mai, le journal demande la démission de Donald Rumsfeld et revient sur les raisons de la présence américaine en Irak en reprenant l'argument que les liens entre Al Qaeda et l'Irak n'ont jamais été établis :

Despite its best efforts, the government has never been able to demonstrate any strong links between Iraq and Al Qaeda before the invasion. But since then, Iraqi prisoners have been treated like suspect terrorists. The abuses in Abu Ghraib and throughout the military detention system stain this country's reputation and play into Osama Bin Laden's portrait of an evil America. The Bush administration has given a gift to Al Qaeda's worldwide recruitment efforts.⁹⁵³

Dans *All Things Considered*, NPR interroge également la chaîne de commandement mais se concentre sur un autre aspect du problème que les autres médias semblent ignorer : elle met en cause la trop grande importance des entreprises militaires privées dans les conflits dans lesquels les États-Unis sont impliqués⁹⁵⁴. Le cadrage de l'événement que propose NPR déplore l'intervention du secteur privé dans le conflit iraquien au motif qu'il échappe au contrôle de l'État.

De façon attendue, le traitement de l'affaire dans *The Rush Limbaugh Show* est à l'opposé de celui d'*All Things Considered*, *The New York Times* et *World News Tonight*. Dès la révélation de l'affaire, Limbaugh se lance à la rescousse de l'Administration et déploie toute un arsenal rhétorique pour contrer le cadrage des médias de référence et calfeutrer l'Administration à la manière de Fox News. Pour ce faire, il recourt à trois stratégies typiques de sa rhétorique mais particulièrement visibles à cette occasion : la diversion, la banalisation et la dissociation.

D'abord, Limbaugh s'emploie à recentrer le débat sur John Kerry qui au même moment voit son rôle dans la guerre du Vietnam remis en cause par un groupe de vétérans qui

⁹⁵² « Les révélations relatives à la prison d'Abou Ghraïb requièrent l'humilité, des excuses auprès des hommes qui ont subi ces mauvais traitements, un compte-rendu complet et public de ce qui s'est passé et des responsabilités de chacun. Au lieu de cela, l'Administration Bush s'est lancée dans une de ses manœuvres de défense désormais classiques. Le président Bush a décrit ces actes comme l'œuvre aberrante d'une poignée d'hommes et de femmes, même s'ils savent – ou auraient dû savoir – que l'armée était en train de mener des enquêtes criminelles sur plus de vingt incidents différents en Irak et en Afghanistan, dont plusieurs impliqueraient la mort de prisonniers ». «The Torture Photos», *The New York Times*, May 5th, 2004.

⁹⁵³ « En dépit d'efforts intenses, le gouvernement n'a jamais été en mesure de démontrer quelque lien fort que ce soit entre l'Irak et Al Qaeda avant l'invasion. Mais depuis lors, les prisonniers iraqiens ont été traités comme s'ils étaient suspectés de terrorisme. Les sévices perpétrés à Abou Ghraïb et dans tout le système de détention entachent la réputation de ce pays et légitiment la description que fait Oussama Ben Laden de l'Amérique comme le pays du mal ». «The New Iraq Crisis; The Military Archipelago», *The New York Times*, May 7th, 2004

⁹⁵⁴ «Contractors Called On for Iraq Security», *All Things Considered*, May 3rd, 2004. <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=1869198>; dernière consultation le 12 octobre 2012.

contestent les faits de guerre du sénateur et nient s'être livrés aux actes de tortures que décrit Kerry :

I think that we need somebody with expertise to get to the bottom of this. And I think we should send Kerry over there. John Kerry, who has lots of experience in war atrocities. He admitted to committing them. He came back from Vietnam and he's testifying there before the Senate. He says, I did this, and I did that, and what Kerry said he did is far worse than what's depicted in these pictures.⁹⁵⁵

Le contexte offre donc l'occasion à Limbaugh de détourner l'accusation de torture portée contre l'Administration pour la porter sur Kerry, un procédé désigné par *turning the tables*⁹⁵⁶. Ainsi, pour Limbaugh, si quelqu'un doit être mis en cause pour avoir commis des actes de torture, ce n'est pas le président mais son concurrent dans la course à la Maison Blanche. Il tente donc de recentrer la discussion sur une figure qui n'est aucunement liée aux événements. Dans ce même ordre d'idée, il insiste longuement aussi sur le fait que les actes ont été perpétrés par des femmes, un aspect du scandale qu'il trouve particulièrement cocasse :

Does it not represent the coarsening of American women? Does it—because I mean [...] would you want to marry one of these babes? Might maybe date them for a couple of days, but would you want...? [*laughter*] I'm sorry, folks. I'm sorry. Somebody has to provide a little levity here. This is not as serious as everybody's making it out to be. My gosh, we're all wringing our hands, we're acting like—OK, let's just die.⁹⁵⁷

Ensuite, l'animateur compare les scènes que montrent les clichés aux numéros scéniques de Madonna et Britney Spears : « *Now, as to my original point, that these torture photos, that you can see this on stage at a Britney Spears or Madonna concert, I stand by it* »⁹⁵⁸. Ce faisant, il recourt au procédé de la recatégorisation utilisé par l'équipe de Gingrich sous l'égide de Luntz dans les années 1990, en assimilant les actes de tortures à de simples performances hollywoodiennes, donc à des artefacts culturels associés au sociolibéralisme.

⁹⁵⁵ « Je crois que nous avons besoin de quelqu'un de compétent dans le domaine pour vraiment comprendre ça. Et je crois que nous devrions envoyer Kerry là-bas. John Kerry, qui a beaucoup d'expérience des atrocités de guerre. Il est revenu du Vietnam et il témoigne devant le Sénat. Il dit, 'j'ai fait ci, j'ai fait ça', et ce que Kerry dit avoir fait est bien pire que ce qui est représenté dans ces photos ». *The Rush Limbaugh Show*, 3 mai 2004. (*Media Matters for America* transcripts).

⁹⁵⁶ Jamieson and Cappella, *Echo Chamber*, 39.

⁹⁵⁷ « Est-ce que ça ne représente pas le durcissement des femmes américaines ? Est-ce que – parce que je veux dire [...] est-ce que vous voudriez épouser une de ces nanas ? Vous pourriez peut-être sortir avec elles un ou deux jours, mais est-ce que vous voudriez... ? [*rire*] Je suis désolé mesdames, et messieurs. Je suis désolé. Quelqu'un doit apporter un peu de légèreté là. Ce n'est pas aussi sérieux que tout le monde essaie de le faire apparaître. Mon dieu, on est tous en train de se tordre les mains, on fait comme si – d'accord, on a qu'à tout simplement mourir ». *The Rush Limbaugh Show*, 5 mai 2004. (*Media Matters for America* transcript).

⁹⁵⁸ « Maintenant, pour revenir à ce que je disais au début, que ces photos de torture, que vous pouvez voir ça sur scène à un concert de Britney Spears ou de Madonna, je maintiens ». *The Rush Limbaugh Show*, 3 mai 2004. (*Media Matters for America* transcript).

Enfin, il assure que les agissements des gardiens de la prison ne sont en rien représentatifs de l'Administration, ni de ce que sont les États-Unis et les Américains. Ces actes ne sont donc que le fait de quelques brebis galeuses mais ne remettent pas en cause la chaîne de commandement :

I'm not suggesting it's not a big deal. [...] What I'm trying to say, we are in a war and there are bad guys, from our perspective, and they are it. And there are good guys from our perspective and we are the good guys. And amongst both groups you've got some factions that don't qualify. Probably some good people in the bad guys and there're probably some rotten apples in the good-guy group. And these people that did this so-called torture may, in fact, be the rotten apples of the good-guy group. And [...] it doesn't taint the whole military effort—it doesn't taint us—but the world is joining, now, trying to get us tainted as a nation, and as a people, and as a culture, by virtue of these pictures on the basis that we have humiliated these people.⁹⁵⁹

Par cet argument, Limbaugh tente donc de dissocier la Maison Blanche du scandale, vu ici comme la conséquence d'une responsabilité individuelle défailante et non pas de la négligence des États-Majors ou de l'exécutif, une pratique déjà éprouvée lorsqu'il essayait de protéger l'héritage de Reagan.

Outre la différence flagrante dans le traitement de l'événement entre Limbaugh et les médias de référence écrits et télévisuels, la différence de traitement entre les médias de référence et Fox est un phénomène qui interpelle. En effet, depuis les attentats du 11 septembre 2001, les médias américains adoptent une position commune sur les questions de sécurité du territoire, de présence à l'étranger et de réglementation des libertés publiques, position indexée sur celle de l'Administration. Abdiquant le rôle d'observateurs détachés que prescrit la norme d'objectivité, ils prennent part au travail de deuil de la nation américaine dans les mois qui suivent les attentats⁹⁶⁰. Leur interprétation est peu ou prou la même : tous apportent leur soutien la guerre d'Irak, même si c'est à des degrés différents⁹⁶¹. Le scandale d'Abou Grhaib, dont les médias de référence proposent un traitement qui tranche nettement avec la position officielle de l'Administration et le cadrage qu'en fait Fox, marque un retour à

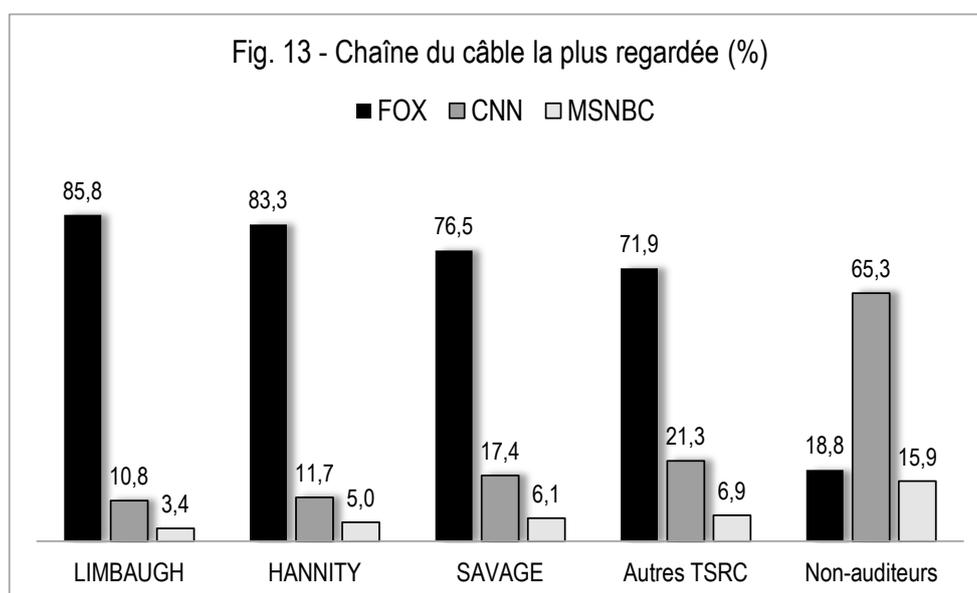
⁹⁵⁹ « Je ne suis pas en train de suggérer que c'est une broutille. [...] Ce que j'essaie de dire, c'est que nous sommes en guerre et qu'il y a des méchants, de notre point de vue, c'est eux. Et il y a des gentils, et de notre point de vue, les gentils c'est nous. Et au sein des deux groupes vous avez des factions qui font exception. Il y a probablement des gentils parmi les méchants et des brebis galeuses dans le groupe des gentils. Et il se peut que les gens qui ont commis ces soi-disant actes de torture soient, en fait, les brebis galeuses du groupe des gentils. Et [...] ça ne salit pas toute l'action de l'armée – ça ne nous salit pas – mais le monde est en train de se liguer pour essayer de nous salir en tant que nation, et en tant que peuple, et en tant que culture, par le simple fait de ces photos au prétexte que nous avons humilié ces gens ». *The Rush Limbaugh Show*, 3 mai 2004. (*Media Matters for America* transcript).

⁹⁶⁰ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 173-175.

⁹⁶¹ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 173-175.

des positionnements différents entre médias de référence et médias partisans en induisant un phénomène de désalignement.

Les cadrages proposés par Fox et Limbaugh sont en revanche alignés l'un sur l'autre. Lors de la campagne des primaires de 2000, l'opinion des auditeurs de Limbaugh sur McCain était devenue plus nettement négative dès lors que l'animateur avait commencé à le critiquer de façon appuyée et continue à l'antenne. En 2004, ils sont d'autant plus susceptibles d'attribuer la responsabilité du scandale d'une façon qui va dans le sens du cadrage qu'en fait Limbaugh car entre temps, Fox a pris un essor considérable, adoptant un traitement de l'information très nettement favorable à l'Administration Bush. La figure 13 présente les chaînes du câble les plus regardées par le public de chaque talk-show radiophonique conservateur.

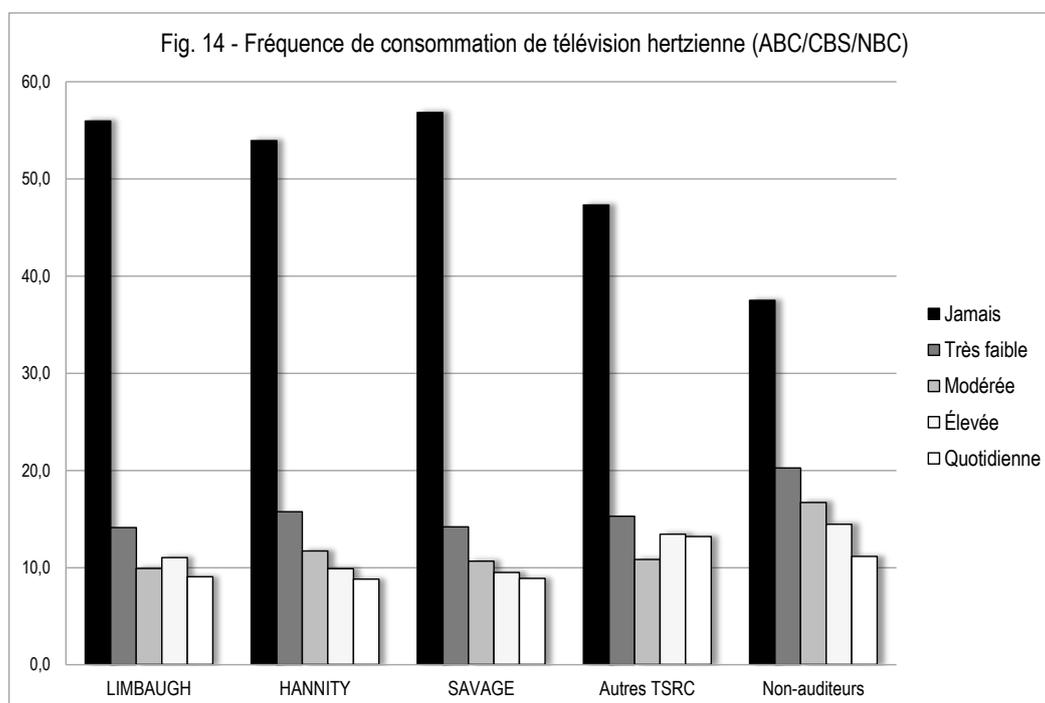


Source : National Annenberg Election Survey (2004)

Parmi Fox, CNN et MSNBC, Fox est celle que les auditeurs regardent le plus. Parmi les auditeurs de Limbaugh, 85,8% du temps total passé devant une chaîne câblée est consacré à Fox. Cette proportion descend à 71,9% pour les auditeurs de talk-shows radiophoniques conservateurs autres que Limbaugh, Hannity et Savage, mais elle demeure largement supérieure à celle du temps passé devant CNN et MSNBC. Le rapport entre le temps passé devant Fox et le temps passé devant CNN est de un à huit parmi les auditeurs de Limbaugh – soit 85,8% contre 10,8% – ainsi que parmi ceux de Hannity – 83,3% contre 11,7% ; il est de cinq parmi ceux de Savage. Chez les non-auditeurs, ce rapport s'inverse : le temps qu'ils passent devant les chaînes câblées est consacré majoritairement à CNN, à trois et demi contre

Fox News, soit 65,3% contre 18,8%. Auditeurs de Limbaugh et des talk-shows radiophoniques conservateurs dans leur ensemble évoluent dans une sphère d'écoute majoritairement dominée par Fox News. Leurs représentations des sévices physiques infligés aux prisonniers ainsi que la façon dont ils en attribuent la responsabilité sont donc très fortement influencées par le cadrage de l'événement que propose la chaîne.

Dominée par deux médias très conservateurs, la sphère d'écoute des auditeurs de Limbaugh réserve la portion congrue du temps passé devant l'écran aux chaînes qui véhiculent un message de tendance plus sociolibéral. La figure 14 souligne qu'outre CNN – que les auditeurs de talk-shows radiophoniques ne regardent quasiment pas –, les chaînes hertziennes occupent une place très réduite dans la sphère d'écoute de ces auditeurs.

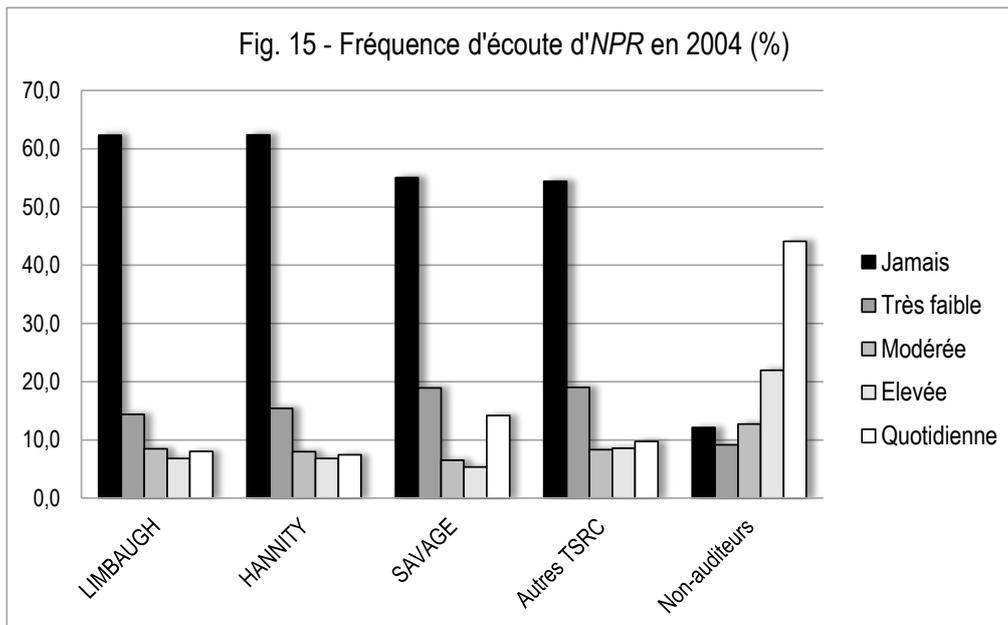


Source : National Annenberg Election Survey (2004)

À l'instar de ceux de Hannity et Savage, les auditeurs de Limbaugh déclarent à plus de 55% ne jamais regarder la télévision hertzienne. À l'inverse ils affirment regarder quotidiennement ces chaînes dans des proportions qui ne dépassent jamais les 10%. Ce phénomène est cohérent avec la tendance générale du déclin du public des chaînes hertziennes : parmi les non-auditeurs de talk-shows radiophoniques conservateurs, ceux qui ne regardent jamais les Trois Grands sont majoritaires (47%), tandis que ceux qui affirment les regarder quotidiennement sont minoritaires, quoique leur proportion dépasse les 10%. Les auditeurs de talk-shows

radiophoniques conservateurs ne consomment donc aucun média de référence dans le domaine de la télévision.

Un schéma similaire est visible pour ce qui est de NPR (voir figure 15), une radio que les auditeurs de talk-shows radiophoniques tous animateurs confondus déclarent à plus de 55% ne jamais écouter. Le rapport est strictement inverse parmi les non-auditeurs dont plus de 40% déclarent l'écouter quotidiennement.



Source : National Annenberg Election Survey (2004)

Ce bref parcours de la sphère d'écoute des auditeurs de Limbaugh et des autres talk-shows radiophoniques conservateurs montre donc que les habitudes de consommation médiatique diffèrent de façon très significative entre auditeurs et non-auditeurs, particulièrement en termes de chaînes câblées et de radio publique. Il permet également d'avancer l'hypothèse que les auditeurs de Limbaugh ne sont confrontés à aucun cadrage du scandale d'Abou Ghraïb susceptible de contredire ceux que véhiculent Fox ou Limbaugh.

Le concept de la « chambre d'écho » (*echo chamber*), développé par Kathleen Hall Jamieson et Joseph N. Cappella, chercheurs en sciences de la communication à l'Annenberg School for Communication de l'Université de Pennsylvanie, permet de mieux comprendre la spécificité de la sphère d'écoute des auditeurs de Limbaugh. Dans leur ouvrage *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment* paru en 2008 avant l'élection d'Obama, les auteurs définissent le concept ainsi : « *a bounded, enclosed media space that has the potential to both magnify the messages delivered within it and insulates them from rebuttal, [and which] creates a common frame of reference and positive feedback*

loops for those who listen to, read, and watch these media outlets »⁹⁶². Il s'agit donc d'un espace politico-médiatique délimité et clos dans lequel les contenus circulent et se réverbèrent pour influencer les opinions et les attitudes du public dans un sens favorable à l'Administration. L'analyse de la sphère d'écoute des auditeurs de Limbaugh suggère que ces derniers évoluent précisément dans cette chambre d'écho qui les calfeutre et empêche qu'ils ne soient confrontés à d'autres messages que ceux qui sont générés au sein de cette sphère. Dès lors l'hypothèse de la prévalence parmi ces auditeurs de l'idée selon laquelle les actes de tortures sont le fait de quelques brebis galeuses dont l'Administration Bush n'est pas responsable est confortée.

5.2.3. La polémique des Swift Boat Veterans for Truth : l'émergence d'une nouvelle escouade républicaine ?

Au printemps 2004, une autre affaire se fait jour de façon quasi-concomitante au scandale d'Abou Ghraïb. Au mois le 4 mai, un groupe de vétérans du Vietnam ayant pris la relève de Kerry en 1971, adressent une lettre au sénateur du Massachusetts lui demandant de ne plus déformer la réalité de son passé de vétéran du Vietnam et de cesser d'impliquer ses compagnons d'armes dans des méfaits qu'y auraient été commis par l'armée américaine :

It is our collective judgment that, upon your return from Vietnam, you grossly and knowingly distorted the conduct of the American soldiers, marines, sailors and airmen of that war (including a betrayal of many of us, without regard for the danger your actions caused us). Further, we believe that you have withheld and/or distorted material facts as to your own conduct in this war [...]. Senator Kerry, we were there. We know the truth. We have been silence long enough. The Stakes are too great, not only for America in general, but most importantly for those who have followed us into service in Iraq and Afghanistan. We call upon you to provide a full, accurate accounting of your conduct in Vietnam.⁹⁶³

⁹⁶² « Un espace médiatique délimité et clos ayant le potentiel à la fois d'amplifier les messages qui y sont diffusés et de les prémunir contre les possibilités de réfutation, et qui crée un cadre de référence commun ainsi que des échos positifs en boucle à destination de ceux qui écoutent, lisent ou regardent ces médias ». Jamieson and Cappella, *Echo Chamber*, 76.

⁹⁶³ « C'est notre avis collectif qu'à votre retour du Vietnam, vous avez déformé de façon grossière et intentionnelle la conduite des soldats américains, les marines, les marins et les pilotes de cette guerre (y compris la trahison de beaucoup d'entre nous, sans égard pour le danger que vos actions nous ont causé). En outre, nous pensons que vous avez dissimulé et/ou avez déformé des faits matériels relatifs à votre propre conduite pendant la guerre [...]. Sénateur Kerry, nous y étions. Nous connaissons la vérité. Nous avons gardé le silence assez longtemps. Les enjeux sont trop importants, non seulement pour les États-Unis dans leur ensemble, mais de manière plus importante pour ceux qui nous ont suivis dans notre démarche de service pour le pays en Irak et en Afghanistan. Nous exigeons que vous fournissiez un rapport complet et précis de votre conduite au Vietnam ». "Swift Veterans Letter to John Kerry," *Swift Boat Veterans and POWs for Truth Website*, May 4th, 2004. <http://web.archive.org/web/20050915133442/http://horse.he.net/~swiftpow/article.php?story=20040629220813790>; dernière consultation le 13 octobre 2012.

Pendant la campagne, le candidat démocrate souligne les similarités entre le conflit iraquien et la guerre du Vietnam, en affirmant que l'armée y a commis des actes barbares auxquels il a été contraint de participer.

Ces vétérans, qui n'ont pas servi aux côtés de Kerry, sont d'anciens pilotes d'hydroglisseurs (*swift boats*). Si au départ, ils prennent la parole pour s'inscrire en faux contre les allégations de Kerry sur les violences perpétrées par l'armée américaine au Vietnam et contester ses faits de guerre, ils se constituent bientôt en une sorte de « groupe parapolitique » – *The Swift Boat Veterans for Truth* – déclaré auprès du fisc américain sous la section 527 du code de la fiscalité. La *Federal Election Commission* décrit comme suit ces organisations communément désignés par le terme de *527 Groups* :

Entities organized under section 527 of the tax code are considered “political organizations,” defined generally as a party, committee or association that is organized and operated primarily for the purpose of influencing the selection, nomination or appointment of any individual to any federal, state or local public office, or office in a political organization.⁹⁶⁴

L'objectif du groupe n'est pas seulement de s'opposer à Kerry mais de tout bonnement saper sa crédibilité dans le domaine militaire, en alléguant que ses faits d'armes sont inauthentiques et que les décorations qui lui ont été remises n'ont pas été méritées. Le jour où ils adressent la lettre à Kerry, ils tiennent une conférence de presse pour la rendre publique. Toutefois, l'intervention du groupe de vétérans passe quasiment inaperçue.

C'est au mois d'août que *The Swift Boat Veterans for Truth* mettent en place une campagne plus offensive. Pour cela, ils font diffuser des publicités qui remettent clairement en cause l'action de Kerry au Vietnam. Diffusées les 5, 20, 26 et 30 août, elles s'appuient sur les témoignages de ceux qui n'ont pourtant pas été les compagnons d'armes du candidat. Fox réagit immédiatement et se fait le relai de la charge portée par le groupe contre Kerry. Ainsi, dans son journal du soir du 4 août, Fox interroge l'un des représentants, Charles Plumly, qui s'en fait le porte-voix : « *Kerry would be described as devious, self-absorbing, manipulative,*

⁹⁶⁴ « Les entités établies sous la section 527 du code de la fiscalité sont considérées comme des organisations politiques, que l'on définit généralement comme un parti, un comité, ou une association organisé et dirigé en premier lieu dans l'objectif d'influencer la sélection, la désignation ou la nomination de tout individu à toute fonction publique fédérale, étatique ou locale, ou à une fonction dans une organisation politique ». “What is a 527 organization?” *Federal Election Commission*. www.fec.gov/ans/answers_general.shtml#527; dernière consultation le 14 octobre 2012.

disdain for authority, disruptive, but the most common phrase you would hear was 'requires constant supervision' »⁹⁶⁵.

En parallèle, l'un des vétérans, le capitaine John O'Neil, écrit un livre à charge contre Kerry intitulé *Unfit for Command : Swift Boat Veterans Speak Out Against John Kerry*. Pour cela, il sollicite l'aide de Jerome Corsi, un professeur d'université impliqué aux côtés du Parti républicain. Si par sa nature même, le groupe est censé être indépendant du GOP et à l'interdiction d'en recevoir des financements, le site internet Media Matters for America révèle que ses membres ont des liens avec le parti de l'âne, et notamment des liens financiers⁹⁶⁶. À sa sortie, le livre fait l'objet d'une vaste campagne médiatique visant à asséner le message que Kerry a menti sur son parcours militaire, qu'il est un usurpateur carriériste et qu'il n'est donc pas apte au commandement en ces temps où les États-Unis sont en guerre contre le terrorisme⁹⁶⁷.

Les médias de référence s'intéressant peu ou pas à l'affaire à ses débuts, ce sont donc les talk-shows radiophoniques conservateurs qui fournissent le point d'entrée du message des *Swift Boat Veterans for Truth* dans l'écosystème médiatique. Les membres du groupe, l'auteur du livre en tête, entament une tournée des talk-shows locaux et nationaux qui leur ouvrent leur antenne, Limbaugh y compris. Entre le 29 juillet et le 24 octobre, le groupe est entendu sur plus de 200 stations à travers le pays d'après le plan média consultable sur la page média de son site internet⁹⁶⁸. Ingraham est la première à donner la parole à ceux que l'on surnomme les « Swift-Veties » le 29 juillet. Hannity lui emboîte le pas en diffusant une partie de la publicité anti-Kerry le 4 août. Le lendemain, il interviewe le soldat Van Odell et l'amiral Hoffman sur *The Sean Hannity Show* et consacre un long segment de *Hannity & Colmes* sur Fox à l'affaire le surlendemain. Malgré sa position à la marge de l'establishment médiatique conservateur, Savage invite le groupe à s'exprimer dans *The Savage Nation* le 6 août⁹⁶⁹.

Lors de chaque intervention, le même message est asséné : Kerry ne mérite pas ses décorations et les a obtenues à la faveur d'intrigues, l'armée américaine n'a jamais perpétré les actes que décrit Kerry, toute l'action de l'ancien lieutenant pendant et après la guerre avait

⁹⁶⁵ « Kerry était décrit comme sournois, égocentrique, manipulateur, dédaigneux de l'autorité, perturbateur, mais l'expression qui revenait le plus était 'requiert une surveillance constante ». *Fox Report*, 4 mai 2004.

⁹⁶⁶ "Submerging the Truth About Swift Boat Vets on Hannity & Colmes, Scarborough Country," *Media Matters for America*, August 5th, 2004. <http://mediamatters.org/research/2004/08/05/submerging-the-truth-about-swift-boat-vets-on-h/131593>.

⁹⁶⁷ O'Neil and Corsi, *Unfit for Command*.

⁹⁶⁸ "Previous Swift Vets and POWs Appearances," *Swift Veterans and POWs for Truth*. <http://www.swiftvets.com/staticpages/index.php?page=PastInterviews>

⁹⁶⁹ "Swifts' Transcripts from TV, radio & audio, Swift Boat Veterans for Truths (PDF)," *Swift Boat Veterans and POWs for Truths*; www.swiftvets.com/phpBB2/viewtopic.php?t=1726.

pour seul objectif de faire avancer sa carrière politique et il faut se mobiliser pour le mettre en échec. Ingraham ouvre les hostilités le 29 septembre en recevant le commandant Bob Elder dans *The Laura Ingraham Show*. D'après un résumé de l'émission écrit par un fan sur le site de l'animatrice, Elder affirme que Kerry a usurpé ses médailles : « *Elder says that two of the Purple Hearts were the results of Kerry's own hand. He had to put in for them himself. One was turned down twice and Kerry finally got someone in Saigon to come through for him* »⁹⁷⁰. Le commandant dénonce aussi Kerry pour avoir abandonné ses compagnons d'armes: « *Kerry left his comrades in arms and then turned on them accusing them of hideous war crimes. Three men Elder knows were kept and tortured* »⁹⁷¹. Elder accuse donc Kerry d'avoir contribué à ce que des soldats de son unité soient torturés.

Le 5 août, après avoir diffusé une partie de la première publicité sur *Hannity & Colmes*, Hannity donne la parole à Odell et Hoffman dans *The Sean Hannity Show*. Ce dernier réaffirme que l'action des Swift Boats Veterans for Truth est d'empêcher que Kerry ne soit élu :

Hannity: Van, you served closely with John Kerry for three of the four months he was there, 75% of his time. You are disputing his record of what happened in Vietnam as are many of your fellow Vietnam vets. Why did you decide to get involved in this?

Van: I'll tell you what. I started to get involved in this when he announced that he was going to be a candidate for President of the United States and be Commander in Chief. Ah, before that it didn't matter. He was in Massachusetts and that was their choice to have him. Right now, ah, I'm a father and a grandfather, and my kids may be in the military... my grandchildren. And it's important that we have a Commander in Chief that is fit to serve and I decided to get involved in this because I felt, at that time, that I was being called back to service by my country, to tell the truth about what actually happened in Vietnam with John Kerry.⁹⁷²

⁹⁷⁰ « Elder affirme que deux de ses décorations sont le résultat de l'intervention de Kerry lui-même. Il a dû se placer pour les avoir. L'une lui a été refusée deux fois et Kerry a finalement fait intervenir quelqu'un en sa faveur à Saigon ». "Swift Commander Bob Elder eviscerates John Kerry on Laura Ingraham Show," *The Laura Ingraham Show*, 29 juillet 2004. www.freerepublic.com/focus/f-news/1180960/posts; dernière consultation le 25 octobre 2012.

⁹⁷¹ « Kerry a abandonné ses compagnons d'armes et puis s'est retourné contre eux, les accusant de crimes de guerre odieux. Trois hommes que connaît Elder ont été retenus captifs et torturés ». "Swift Commander Bob Elder."

⁹⁷² « Hannity : Vous avez servi dans l'armée aux côtés de John Kerry pendant trois des quatre mois qu'il a passés là-bas, 75% du temps qu'il y a passé. Vous contestez sa description de ce qui s'est passé au Vietnam comme bon nombre de vos co-vétérans. Pourquoi avez-vous décidé de vous impliquer ? Van : Je vais vous expliquer. J'ai commencé à m'impliquer dans ça quand il a annoncé qu'il allait être candidat pour devenir président des États-Unis et Chef des Armées. Ah, avant ça, ça n'avait pas d'importance. Il était dans le Massachusetts et c'était leur choix de l'élire. Maintenant, ah, je suis père et grand-père, et il se peut que mes enfants partent à l'armée... mes petits-enfants. Et c'est important que nous ayons un chef des armées qui soit apte à servir et j'ai décidé de m'impliquer parce que j'ai eu l'impression, à ce moment-là, que j'étais rappelé à reprendre du service par mon pays, pour dire la vérité sur ce qui s'est vraiment passé au Vietnam avec John Kerry ». *The Sean Hannity Show*, 5 août 2004; "Swifts' Transcripts."

L'argument d'Odell active le ressort de l'« émotion patriotique »⁹⁷³ : il explique en effet que sa démarche est dictée par l'impératif que son statut de père et de grand-père lui impose de protéger les siens. Ce faisant il convoque à la fois les valeurs traditionnelles d'une part et les valeurs du nationalisme et du patriotisme d'autre part. Ces dernières sont essentielles dans un contexte géopolitique dans lequel les États-Unis sont engagés dans un conflit militaire suite à une attaque sur leur propre sol et qu'ils interprètent précisément comme un assaut sur leurs valeurs fondatrices. Enfin, Hannity saisit l'occasion de la présence d'Odell pour préempter les répliques possibles du côté démocrate en annonçant que les vétérans vont faire l'objet d'une campagne de dénigrement: « *I think [...] that the beginning of the trashing of you guys has begun. You guys are gonna have your reputation smeared, your characters impugned, your motives are going to be questioned* »⁹⁷⁴. Ce faisant, il met en cause les Démocrates par anticipation en les accusant de vouloir rétorquer par le recours à une stratégie d'attaque *ad hominem* (*character assassination*) qui est précisément celle que sont en train de déployer les vétérans.

Si Odell en appelle principalement aux valeurs, O'Neil, l'auteur du livre, se montre moins subtil et attaque Kerry de manière frontale. Son passage dans *The Rush Limbaugh Show*, dont Limbaugh lui ouvre les ondes de manière exceptionnelle, fournit un exemple parlant de sa rhétorique :

He's the same guy, completely the same guy, that everybody knew. You could start with the total lies at the Democratic convention about what he actually did in Vietnam. It's exactly the same thing. It's the lies he told in Vietnam to his commanders to get medals there. With respect to the ability to flip-flop, when he was in Vietnam he was regarded as sort of a harsh operator. People wouldn't operate with him because his fire control was so bad. He'd fire at anything, and then he comes back from Vietnam and instantly he's a war protester, supposedly, and we're all criminals. So we have a guy, at the heart of him there aren't the values and stuff that we all had. This is a guy literally where there's absolutely nothing there except ambition, no loyalty to comrades, no, allegiance to the truth.⁹⁷⁵

⁹⁷³ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 173.

⁹⁷⁴ « Je crois que [...] que la campagne pour vous traîner dans la boue vient de commencer. Vous allez voir votre réputation entachée, votre personne remise en cause, vos motifs vont être remis en question ». *The Sean Hannity Show*, 5 août 2004; "Swifts' Transcripts."

⁹⁷⁵ « C'est le même type, complètement le même type, que celui que tout le monde connaissait. Vous pouvez commencer par les mensonges absolus qu'il a proférés pendant la convention démocrate au sujet de ce qu'il a vraiment fait au Vietnam. C'est exactement la même chose. Ce sont les mensonges qu'il a proférés auprès de ses supérieurs pour obtenir ses médailles. Pour ce qui est de sa capacité à retourner sa veste, quand il était au Vietnam, il était considéré comme quelqu'un qui savait bien s'y prendre. Les gens refusaient de faire équipe avec lui parce qu'il ne contrôlait pas ses tirs. Il faisait feu sur tout et rien, et puis il revient du Vietnam et il devient instantanément un opposant à la guerre, et on est soi-disant tous des criminels. Donc on a un type, chez qui, en son for intérieur, il n'y aucune des valeurs, aucune étoffe semblables à celles que nous avons. C'est un

Les propos de la figure de proue de l'organisation résumant donc de manière violente et acerbe les arguments disséminés par chacun de ses membres, un phénomène attendu dès lors que le chef de file des vétérans intervient dans l'émission du chef de file des animateurs de talk-show conservateurs.

Pendant les deux semaines qui suivent la diffusion de la première publicité, les talk-shows radiophoniques sont les seuls médias à évoquer l'action des *Swift Boat Veterans for Truths*. Ainsi, une recherche effectuée dans les archives de *The New York Times* sur les mots « SWIFT BOAT VETERANS FOR TRUTH » fait apparaître, dans l'ordre chronologique, un premier article daté du 5 août signalant la diffusion des publicités dans trois États-clefs⁹⁷⁶, puis un second daté du 19 août, qui est en fait un schéma montrant les connexions entre le groupe et le président Bush. Ainsi, entre le 5 et le 19 août, ni les médias de référence, ni même le candidat démocrate ne font état de la campagne que mène l'organisation. En fait, comme l'explique Blankley, le silence des premiers est lié à celui du second :

During that time John Kerry did not respond on the theory [...] and held a perfectly reasonable proposition that, "Gee, the media's not reporting it, it's just on talk radio. They're just talking to their own people. Rush Limbaugh's listeners aren't going to be voting for me anyway and if I respond I make the story bigger and then The New York Times has to report it because I've talked about it so I'll just keep radio silence." Except that two weeks after the story started being pushed by talk radio, *The New York Times* did a poll and found that 70 some per cent of the general public had heard enough about it [...] that they had an opinion that was negative toward John Kerry, so then he had to start talking about it, but he got out too late.⁹⁷⁷

Kerry choisit donc de ne pas réagir à l'affaire pour éviter de lui faire prendre une plus grande ampleur : l'évoquer serait reconnaître son importance et ainsi légitimer la démarche des *Swift Boat Veterans for Truth*.

Le 19 août marque donc un tournant dans la campagne du groupe car c'est à partir de ce jour-là que les médias de référence commencent à parler de l'affaire. Si Fox s'en fait l'écho dès le 17 août, ABC ne la relaie qu'à partir du 19, c'est-à-dire le jour où Kerry réagit

gars chez qui il n'y a littéralement absolument rien d'autre que de l'ambition, pas de loyauté envers ses camarades, pas d'allégeance envers la vérité ». *The Rush Limbaugh Show*, 23 août 2004; "Swifts' Transcripts."

⁹⁷⁶ Jodi Wilgoren, "Vietnam Veterans Buy Ads to Attack Kerry," *The New York Times*, August 5th, 2004.

⁹⁷⁷ « Pendant ce temps, John Kerry ne répondait pas à cette théorie [...] sur la base du raisonnement tout à fait raisonnable que, 'Mince, les médias ne s'en font pas écho, c'est seulement sur les talk-shows radiophoniques. Ils prêchent leurs convertis. Les auditeurs de Rush Limbaugh ne vont pas voter pour moi de toutes façons et si je réponds, cette histoire va prendre des proportions plus grandes et alors The New York Times va devoir en parler parce que j'en ai parlé alors je vais simplement garder le silence radio'. Sauf que deux semaines après que l'affaire a commencé à être portée par les talk-shows radiophoniques, The New York Times a fait un sondage indiquant que 70% environ du grand public en avait assez entendu parler [...] pour s'être formé une opinion négative de John Kerry, alors il s'est mis à en parler mais c'était trop tard ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

publiquement aux attaques dont il fait l'objet. Lors d'un discours devant l'association internationale des pompiers (*International Association of Firefighters*), il déclare : « *Of course, the President keeps telling people he would never question my service to our country. Instead, he watches as a Republican-funded attack group does just that. Well, if he wants to have a debate about our service in Vietnam, here is my answer: "Bring it on" »*⁹⁷⁸. Le journal du soir d'ABC relaie les propos de Kerry presque mot pour mot après son discours, puis revient sur l'affaire le lendemain en insistant sur la passe d'armes qui débute entre le candidat démocrate et la Maison Blanche : « *It's starting to get hot and a little bit personal. The White House accused Kerry of losing his cool »*⁹⁷⁹. Le 19 août, *The New York Times* propose un éditorial – "Politics as Usual" – dénonçant sèchement la tentative des *Swift Boat Veterans for Truth*⁹⁸⁰. L'éditorial est le premier d'une série d'articles que le journal consacre à l'affaire au cours des deux semaines qui suivent, et plus globalement, tout au long du mois d'août.

À la mi-août 2004, ce qui n'était initialement qu'une charge anti-Kerry parmi d'autres, portée par un groupe para-politique sans envergure, est désormais une polémique ressassée à l'envi dans les médias de référence. La stratégie qui avait consisté à mettre les médias de référence en situation de « retard sur l'actualité » lors des divers scandales des années 1990, et notamment celui autour de la nomination de Zoe Baird, est utilisée de nouveau pour mettre en difficulté le sénateur John Kerry à l'été 2004 comme en témoigne Blankley, qui est à l'époque rédacteur en chef de la rubrique des éditoriaux du journal conservateur *The Washington Times* :

I met with the Swift Boat people immediately, I reviewed their book in my column, I was an editorial editor of the *The Washington Times* and I did an editorial or two. For the first two weeks, no other newspaper in the country, any real daily newspaper, was reporting it. Even *The Wall Street Journal* editorial page, which is conservative, didn't talk about it. Cable TV—Fox and all the rest—didn't cover it much. It was only covered by talk radio and my little feeble efforts. [...] I wrote my book review of the book and then a lot of talk radio stations started reading or summarizing or reporting my review of the story and talk radio went right into that story.⁹⁸¹

⁹⁷⁸ « *Bien-sûr, le président n'arrête pas de dire aux gens qu'il ne remettrait jamais en cause mon service pour notre pays. Au lieu de ça, il regarde un groupe para-politique financé par les Républicains faire précisément cela. Eh bien, s'il veut qu'on ait un débat sur notre service au Vietnam, voici ma réponse : ' quand il veut ' ».* John Kerry, "Remarks to the International Association of Fire Fighters in Boston," August 19th, 2004. *The American Presidency Project*. <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=29720>; dernière consultation le 21 octobre 2012.

⁹⁷⁹ *World News Tonight*, 20 août 2004.

⁹⁸⁰ "Politics as Usual," *The New York Times*, August 19th, 2004.

⁹⁸¹ « *J'ai rencontré les gens des Swift Boat immédiatement, j'ai chroniqué leur livre dans ma rubrique. J'étais rédacteur-en-chef des éditoriaux pour The Washington Times et j'ai fait un éditorial ou deux. Pendant les deux premières semaines, aucun autre journal du pays, aucun journal quotidien sérieux ne s'en faisait écho. Même*

Le propos de Blankley doit être nuancé car l'éditorial qu'il écrit n'est publié que le 10 août, soit cinq jours après que Hannity l'ait évoqué dans son émission de télévision⁹⁸². S'il n'a pas déclenché la campagne de communication radiophonique, il a certainement contribué à l'alimenter. Une chose est sûre, il a permis de légitimer la démarche des vétérans en insistant sur la rigueur scientifique du livre d'O'Neil et Corsi :

The book appears to be meticulously researched and reported. It is replete with copious footnotes, a detailed index and two appendices. First-hand witnesses are named and quoted verbatim to support each specific, shocking charge. Each charge of false heroics is logically presented. The authors quote the official Navy citation and then present the purported eyewitness testimony that refutes the official finding. [...] I would encourage some of the major voices of the non-conservative mainline media—Tim Russert, Dan Rather, Leonard Downie Jr. of *The Washington Post*—to do as I did. [...] If they are not struck by the damning picture it paints of John Kerry and the credibility of the presentation, forget about it. But if they judge it as I did, then let their conscience be their guide.⁹⁸³

En attestant du sérieux de la démarche des auteurs, Blankley tente de faire apparaître le livre comme une publication ordinaire et non un écrit marginal d'individus peu crédibles. En outre, il met en quelque sorte les journalistes des médias de référence au défi de lire le livre, ce qui est une façon de les inciter à prendre part à la conversation qui commence à se faire entendre sur l'affaire et donc de les contraindre à prendre parti. Ainsi, le talk-show radiophonique assure une fonction de porte-voix des publications conservatrices à faible tirage.

Outre la présence assidue des membres *Swift Boat Veterans for Truth* dans les talk-shows radiophoniques, les spots publicitaires produits par l'organisation ont fourni des matériaux formatés idéalement pour alimenter ces émissions. Le contenu du livre aurait été compliqué à faire connaître s'il n'avait pas été reconditionné parallèlement dans des formats courts. Comme le confirme Blankley, l'éditorial est un format qui permet au contenu évoqué d'être facilement repris par les talk-shows :

les pages éditoriales de The Wall Street Journal, qui sont conservatrices, n'en parlaient pas. La télévision câblée – Fox et les autres – n'en parlait pas beaucoup. C'était relayé uniquement par les talk-shows radiophoniques et mes modestes efforts. [...] J'ai écrit ma chronique du livre et alors pas mal de stations de radio ont commencé à lire ou résumer ou relayer ma chronique sur l'affaire et les talk-shows radiophoniques s'en sont emparés ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

⁹⁸² Tony Blankley, "Unfit for Command?" *The Washington Times*, August 10th, 2004.

⁹⁸³ « Le livre semble avoir fait l'objet d'une recherche et d'une présentation méticuleuses. Il foisonne de notes de bas de page abondantes, comporte un index et deux annexes. Les témoins directs sont nommés et cités verbatim pour corroborer chaque accusation spécifique et choquante. Chaque accusation de fait de guerre inventé est présentée de façon logique. Les auteurs présentent la citation officielle de la marine puis le témoignage du prétendu témoin oculaire réfutant les résultats officiels. [...] J'encouragerais certaines des personnalités importantes des médias de référence non conservateurs – Tim Russert, Dan Rather, Leonard Downie Jr. de *The Washington Post* – de faire comme moi. [...] S'ils ne sont pas frappés par le portrait à charge que [le livre] propose de John Kerry et par la crédibilité de ce qu'il expose, qu'ils laissent tomber. Mais s'ils estiment comme je l'ai fait, alors que leur conscience soit leur guide ». Blankley, "Unfit for Command?"

One of the things I always did at *The Washington Times* was to recognize that our editorials were perfect content for talk radio. We made sure talk radio knew what we were editorializing and sometimes we'd be out in the country and hear them basically reading our editorials. Sometimes they gave us credit and sometimes they didn't but the point was that we can do a smart editorial here in Washington and we can only reach our readers, a 100,000. If it gets picked up by Rush it reaches 20 million. So it was a multiplier effect.⁹⁸⁴

Les talk-shows radiophoniques produisent donc un effet de réverbération du message des publications à faible tirage qui, sans l'intervention de la radio, n'aurait qu'un écho limité. Ainsi, les différents médias qui composent l'establishment médiatique conservateur nourrissent entre eux des liens organiques, ce qui confirme l'existence du phénomène de « chambre d'écho » auquel contribue chaque média conservateur. Le cas du scandale autour des *Swift Boat Veterans for Truth* montre que dans certains cas, le message qui est amplifié et réverbéré peut émaner de médias de petite envergure, ce qui souligne la puissance du dispositif médiatique conservateur. À force d'asséner le message des vétérans, les talk-shows sont parvenus à contraindre le candidat à s'exprimer sur l'affaire et donc à donner le feu vert aux médias de référence pour en parler. Par l'intermédiaire des talk-shows, un message émanant initialement d'un petit groupe para-politique et véhiculé dans des petites publications a pu être propulsé dans l'écosystème médiatique dans son entier.

En outre, l'affaire des *Swift Boat Veterans for Truth* semble signaler l'émergence d'une nouvelle escouade républicaine au sein de laquelle le leadership républicain est remplacé par les organisations de type 527 qui interviennent à la place du candidat pour lui éviter de s'impliquer directement. Cette nouvelle escouade apparaît encore plus redoutable dans la mesure où, n'étant pas officiellement affiliées aux partis politiques, ces organisations ont une liberté de parole et une latitude encore plus grandes. L'affaire des vétérans illustre l'influence que peuvent avoir ces organisations dans la remise en cause des candidats ainsi que le rôle important qu'elles peuvent jouer en externe dans le dispositif du talk-show conservateur : elles permettent en effet de mettre à l'ordre du jour médiatique des sujets qui autrement resteraient lettre morte. L'affaire montre ainsi comment le scénario décrit par Dolan en 1980 peut devenir réalité.

⁹⁸⁴ « Ce que j'ai toujours fait à *The Washington Times* c'était de reconnaître que nos éditoriaux fournissaient un contenu idéal pour les talk-shows radiophoniques. On faisait en sorte que les talk-shows aient connaissance de ce sur quoi nous écrivions nos éditoriaux et parfois on était à la campagne et on les entendait lire en substance nos éditoriaux. Parfois, ils nous créditaient et parfois non mais l'idée c'était que nous pouvons faire un éditorial intelligent ici à Washington et nous pouvons seulement toucher nos lecteurs, soit 100 000 personnes. Si Rush s'en empare, ça en touche vingt millions. Donc ça produisait un effet d'amplification ». Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

Enfin, le scandale d'Abou Ghraib et l'épisode des *Swift Boat Veterans for Truth* tend à suggérer que malgré l'absence de relation spéciale, le talk-show radiophonique conservateur est toujours en mesure de jouer un rôle dans la définition de l'ordre du jour médiatique. Qu'il s'agisse d'intervenir de façon réactive afin de protéger le pouvoir républicain de scandales susceptibles de lui nuire, ou de manière proactive en donnant de l'ampleur à des attaques contre l'adversaire, le talk-show ne semble pas avoir perdu sa capacité d'influence, seul son rapport au pouvoir politique a changé.

5.3. Le talk-show radiophonique conservateur face à la crise du pouvoir républicain et l'effet stimulant du retour des Démocrates

Suite à l'élection de novembre 2004, George W. Bush est réélu contre Kerry et le Parti républicain garde la majorité des sièges dans les deux chambres du Congrès. Le pouvoir du GOP semble donc avoir été plébiscité par les Américains. Toutefois, cet état de grâce retrouvé ne dure guère plus de six mois et en août 2005, l'Administration Bush se trouve en butte à de très sérieuses difficultés.

5.3.1. La remise en cause des Républicains et la reconfiguration de l'écosystème du talk-show radiophonique politique

À l'automne 2005, l'Administration Bush est remise en cause sur plusieurs fronts. Dans le domaine de la politique intérieure, la façon dont elle réagit à l'ouragan Katrina est vivement critiquée. Les citoyens ainsi que l'opposition démocrate reprochent au président son attitude désinvolte suite au passage de l'ouragan, et déplorent l'inefficacité du pouvoir fédéral dans l'aide apportée aux victimes. Dans le premier domaine, le survol en avion de la Nouvelle Orléans par le président est interprété comme une marque de condescendance détachée de sa part, ainsi que le déplore le sénateur démocrate Frank Lautenberg du New Jersey : « *It was not enough for the president to bank his plane and look at the window and say, 'Oh, what a devastating site. Instead of looking out the window of an airplane, he should have been on the ground giving the people devastated by this hurricane hope* »⁹⁸⁵. Cela s'ajoute au fait que Bush a tardé à venir prendre la mesure de l'ampleur des dégâts car il était en vacances. Dans le deuxième domaine, les volontaires qui viennent en aide à la population sur le terrain

⁹⁸⁵ Elisabeth Bumiller, "STORM AND CRISIS: THE PRESIDENT; Democrats and Others Criticize White House's Response to Disaster," *The New York Times*, September 2nd, 2005.

déplorent la désorganisation au sein de la Federal Emergency Management Agency qui empêche que l'action des secouristes soit concertée de manière efficace⁹⁸⁶.

Sur le plan géopolitique, la présence américaine en Irak est de plus en plus contestée et des voix discordantes se font entendre au sein même du GOP, notamment celle du sénateur du Nebraska Chuck Hagel. Ancien chef d'escadron dans l'infanterie pendant la Guerre du Vietnam, Hagel est également membre de la Commission des affaires étrangères au Sénat (*Senate Foreign Relations Committee*). En 2002, il vote la résolution autorisant l'action américaine contre le régime de Saddam Hussein⁹⁸⁷, une décision qu'il justifie par le fait qu'il estimait qu'elle donnerait à Colin Powell dans la conduite des hostilités⁹⁸⁸.

En août 2005, il commence à exprimer son inquiétude par rapport à ce qu'il perçoit comme l'embourbement de l'armée américaine en Irak, une situation qui lui rappelle celle de la Guerre du Vietnam comme il le confie à CNN : « *Maybe the vice-president can explain the increase in casualties we're taking. If that's winning, then he's got a different definition of winning than I do* »⁹⁸⁹. Si Hagel se défend d'être homme à agiter le drapeau blanc, il n'en est pas néoconservateur pour autant mais plutôt internationaliste⁹⁹⁰. Lui-même se définit comme un conservateur qui considère que l'État doit jouer un rôle raisonné et déplore que l'Administration Bush ait présidé à un processus d'hypertrophie de l'appareil d'État. Ainsi, comme Jeffords en 2001, il a peine à se reconnaître dans son parti : « *This party that sometimes I don't recognize anymore has presided over the largest growth of government in the history of this country and maybe even in the history of man* »⁹⁹¹.

Par ailleurs, la contestation de la légitimité de la présence américaine en Irak s'intensifie au moment où est franchi le seuil symbolique des 2 000 soldats tombés dans le conflit iraquien le 26 octobre 2005⁹⁹². Malgré les appels du président à honorer la mémoire des morts en continuant le combat, les Américains sont de plus en plus divisés sur l'utilité du conflit⁹⁹³. Le mois suivant, la révélation d'actes de tortures perpétrés dans des prisons iraqiennes sur

⁹⁸⁶ Bumiller, "STORM AND CRISIS."

⁹⁸⁷ "Hagel: Iraq growing more like Vietnam," CNN.COM, August 19th, 2005 <http://edition.cnn.com/2005/POLITICS/08/18/hagel.iraq/>; dernière consultation le 9 mars 2010.

⁹⁸⁸ Joseph Lelyveld, "The Heartland Dissident," *The New York Times*, February 12th, 2006.

⁹⁸⁹ "Hagel: Iraq growing more like Vietnam."

⁹⁹⁰ Lelyveld, "The Heartland Dissident."

⁹⁹¹ Lelyveld, "The Heartland Dissident."

⁹⁹² James Dao, "2,000 Dead: As Iraq Tour Stretch On, a Grim Mark," *The New York Times*, October 26th, 2005.

⁹⁹³ Dao, "2,000 Dead."

des prisonniers appartenant à la population Sunnite jette encore davantage le discrédit sur la légitimité de la guerre⁹⁹⁴.

Ensuite, le Parti républicain est en proie à des scandales de mœurs dont le plus important est celui que suscite la révélation d'échanges de SMS entre le représentant de Floride Mark Foley et des huissiers (*pages*) mineurs du Congrès. Le 29 septembre 2006, Foley est contraint de présenter sa démission après qu'ABC l'eut confronté à l'échange de SMS que l'un des jeunes huissiers a transmis à la chaîne⁹⁹⁵. Bien que les premiers messages ne fussent pas de nature explicitement sexuelle, ils étaient suffisamment tendancieux pour que les parents s'inquiètent et s'en ouvrent au président du programme des huissiers (*page program*). Avec le clerc de la Chambre, ce dernier soumet Foley à un interrogatoire mais l'enjoint simplement à cesser tout contact avec le jeune l'homme⁹⁹⁶. Lorsque l'affaire est révélée, le speaker Dennis Hastert affirme n'en avoir jamais eu connaissance⁹⁹⁷.

Sous l'égide de Nancy Pelosi et Harry Reid, les Démocrates accusent les Républicains de complaisance et leur reprochent d'avoir voulu étouffer l'affaire. Ainsi, la *minority whip* s'émeut que les élus du GOP aient donné la priorité à la logique politicienne au détriment du bien-être de l'adolescent : « *Since that resolution passed, Republican leaders have admitted to knowing about Mr. Foley's outrageous behavior for six months to a year, and they chose to cover it up rather than to protect these children* »⁹⁹⁸. Révélé en pleine campagne des élections de mi-mandat, le scandale met la majorité républicaine en position délicate d'autant plus que Foley est par ailleurs connu pour sa rhétorique d'hostilité envers les homosexuels. Le scandale a pour effet de ragaillardir la minorité démocrate à qui il ne manque que 15 sièges pour regagner la majorité à la Chambre⁹⁹⁹.

Ainsi, entre l'automne 2005 et l'automne 2006, l'Administration Bush tombe de charybde en scylla à mesure qu'elle voit son action remise en cause sur de multiples fronts. De manière concomitante aux difficultés du GOP, les talk-shows radiophoniques conservateurs accusent également une baisse de régime. À l'automne 2004, ils semblent être à leur apogée, à en croire les taux d'audience qui ont augmenté tout au long de l'année pour

⁹⁹⁴ John F. Burns, "Torture Alleged at Ministry Site Outside Baghdad," *The New York Times*, November 16th, 2005.

⁹⁹⁵ Carl Husle and Jeff Zeleny, "Review of Messages Sent by Congressman Begins," *The New York Times*, October 2nd, 2006.

⁹⁹⁶ Husle and Zeleny, "Review of Messages Sent by Congressman."

⁹⁹⁷ Charles Babington and Jonathan Weisman, "Rep. Foley Quits in Page Scandal," *The Washington Post*, September 30th, 2006.

⁹⁹⁸ Husle and Zeleny, "Review of Messages Sent by Congressman."

⁹⁹⁹ Babington and Weisman, "Rep. Foley Quits in Page Scandal."

culminer au moment de l'élection présidentielle. En janvier 2005, un autre *talk radio row* est organisé à la Maison Blanche en amont de l'investiture de Bush. Toutefois, au cours de l'hiver 2005, *The Rush Limbaugh Show* et *The Sean Hannity Show*, qui se classent respectivement premier et second dans le palmarès proposé par *Talkers Magazine*, connaissent une chute importante de leurs taux d'audience. Ceux de Limbaugh chutent d'un million hebdomadaire et passent de 14,75 à 13,75 millions, tandis que ceux de Hannity accusent une baisse de 500 000 auditeurs hebdomadaires et passent de 13 à 12,5 millions. Savage est le moins touché par ce phénomène : il ne perd que 250 000 auditeurs et ses taux d'audience passent de 8,25 à 8 millions par semaine¹⁰⁰⁰.

Harrison explique que ce phénomène est lié à la fin du cycle politique que marque l'investiture du président, un phénomène qu'il constate à chaque élection depuis que *Talkers Magazine* existe¹⁰⁰¹. À l'en croire, il ne faut pas attribuer la chute des taux d'audience à l'érosion de la capacité du talk-show radiophonique à mobiliser l'auditorat conservateur mais à la tendance parmi celles et ceux qui ne sont d'ordinaire pas impliqués politiquement de s'être branchés davantage sur ces émissions pendant la campagne présidentielle. Toutefois, il faut attendre le printemps 2007 pour voir les taux d'audience reprendre de la vigueur et ce n'est qu'au printemps 2009 qu'ils retrouvent leur niveau de l'automne 2004¹⁰⁰². Le talk-show radiophonique conservateur connaît donc une période de stagnation de deux ans entre le printemps 2005 et le printemps 2007.

Au-delà des aléas qu'impliquent les cycles politiques, il semble que la chute des taux d'audience et la période de stagnation qui s'ensuivent soient la conséquence des difficultés des Républicains et du positionnement délicat des talk-shows radiophoniques qui résulte de leur fonction de promotion de l'ordre du jour majoritaire. En d'autres termes, la position des talk-shows devient compliquée à tenir dès lors que le pouvoir républicain commence à être remis en cause par les citoyens.

5.3.2. 2006, le rétablissement de la relation spéciale ?

Face aux difficultés qu'elle doit affronter à partir de la fin 2005, l'Administration entame une démarche pour rétablir la relation spéciale avec les talk-shows radiophoniques. Si au départ tous répondent favorablement à ses sollicitations – à l'exception de Savage qui ne

¹⁰⁰⁰ "The Top Talk Radio Audience – Fall 2004", *Talkers Magazine*, n°158 (May 2005); "The Top Talk Radio Audience – Spring 2005", *Talkers Magazine*, n°162 (October 2005).

¹⁰⁰¹ Michael Harrison, "Latest Top Host Figures", *Talkers Magazine*, n°162 (October 2005), 11 et 32.

¹⁰⁰² "The Top Talk Radio Audience – Spring 2009", *Talkers Magazine*, n°203 (October 2009).

montre aucune affinité pour le pouvoir républicain – Ingraham s’en désolidarise, surtout à partir de la révélation du scandale Foley, un moment où des divergences se font jour dans l’écosystème des talk-shows autour de la question du rapport au pouvoir républicain. Limbaugh et Hannity montrent au contraire un soutien indéfectible à l’Administration.

Au cours de l’année 2006, les efforts des animateurs se portent sur deux fronts. D’une part, ils assurent une fonction de porte-voix de l’Administration en invitant le vice-président Cheney à s’exprimer à l’antenne à un rythme régulier, et d’autre part, ils prennent pour cibles de leurs attaques les Républicains modérés en qui ils voient une menace sur l’intégrité idéologique du parti.

5.3.2.1. Les talk-shows radiophoniques comme porte-voix du pouvoir

De janvier à octobre, les animateurs ouvrent leur antenne à la Maison Blanche à sept reprises, ce qui équivaut à peu près à une intervention toutes les six semaines sur une période de dix mois. Le vice-président intervient six fois, et le Secrétaire d’état à la défense Donald Rumsfeld une fois.

C’est sur *The Sean Hannity Show* le 11 janvier que Cheney entame le cycle de ces interventions radiophonique. Dans son entretien avec l’animateur, il évoque entre autres les audiences de confirmation du juge d’appel Samuel Alito à la fonction de juge à la Cour suprême¹⁰⁰³. Hannity oriente le débat vers le processus de confirmation qu’il considère biaisé dès le départ car selon lui les Démocrates ont décidé de rejeter la nomination d’Alito, cela-même alors qu’une figure sociolibérale comme Ruth Bader Ginsburg avait été confirmée par une large majorité de sénateurs, dont des Républicains. Pour Cheney, la différence de traitement s’explique par le respect du processus de confirmation par les sénateurs de l’époque :

She got a lot of Republican votes because it was handled on the basis I think that it should be handled, that is with respect to the fact that the President gets to nominate, and unless there’s some major disqualifying factor, the Senate ought to—generally ought to confirm if people are qualified for the post they’ve been nominated for. Clearly that is not a reciprocal proposition from the standpoint of many of the Democratic members of the Senate. They’re bound and determined to vote against somebody like Alito¹⁰⁰⁴.

¹⁰⁰³ “Interview of the Vice President by Sean Hannity via telephone,” *The Sean Hannity Show*, January 11th, 2006, *The White House President George W. Bush*.

¹⁰⁰⁴ “Interview of the Vice President by Sean Hannity.”

Hannity opère donc en tandem avec le vice-président pour dénoncer le manque d'équité dans le traitement qui est réservé aux candidats à la Cour suprême selon qu'ils sont républicains ou démocrates.

Deux semaines après, il intervient dans *The Rush Limbaugh Show* le 1^{er} février. Il saisit l'occasion de sa conversation avec Limbaugh pour aborder le thème de la Guerre d'Irak et répondre de façon indirecte à la charge portée par Hagel sur l'embourbement des troupes américaines et l'impossibilité de gagner la guerre : « *It has been less than three years since we arrived, and we've come a long way, and the Iraqis have come a long way. It's hard. It's tough. It's a difficult challenge without question, but it's absolutely one those conflicts that we can win. The only way we're going to lose this is if we quit, and there's no quit in this administration* »¹⁰⁰⁵. Les propos de Cheney désignent donc indirectement comme des perdants ceux ou celles qui contesteraient la légitimité de la guerre ainsi que la possibilité de la gagner.

Deux jours plus tard le 3 février, il intervient dans *The Laura Ingraham Show* pour rappeler les progrès qui ont été accomplis sur le terrain par l'armée américaine et réitérer la détermination de l'Administration à mener à son terme l'intervention américaine en Irak : « *I'm confident that we will succeed, that the only way we can lose this one is if we quit. And we're not about to quit* »¹⁰⁰⁶. Les interventions répétées de Cheney sur les talk-shows radiophoniques ont donc pour objectif d'affermir le soutien de la base conservatrice à la guerre d'Irak à un moment où celle-ci est vivement contestée par le grand public.

Le 17 avril, le Secrétaire d'état à la défense succède à Cheney dans l'émission de Limbaugh. Son intervention dans *The Rush Limbaugh Show* ne doit rien au hasard : au mois d'avril 2006, Rumsfeld perd le soutien de certains généraux du Pentagone et quatre d'entre eux demandent sa démission¹⁰⁰⁷. Le 11 avril, le groupe est rejoint par un cinquième qui affirme que Rumsfeld a entièrement échoué dans la conduite de la guerre d'Irak : « *We need to continue to fight the global war on terror and keep it off our shores. But I do not believe Secretary Rumsfeld is the right person to fight that war based on his absolute failures in managing the war against Saddam in Iraq* »¹⁰⁰⁸. Quand Limbaugh l'accueille sur l'antenne de

¹⁰⁰⁵ "Interview of the Vice President by Rush Limbaugh via telephone," *The Rush Limbaugh Show*, February 1st, 2006, *The White House President George W. Bush*.

¹⁰⁰⁶ "Interview of the Vice President by Laura Ingraham via telephone," *The Laura Ingraham Show*, February 3rd, 2006, *The White House President George W. Bush*.

¹⁰⁰⁷ David S. Cloud and Eric Schmitt, "More Retired Generals Call for Rumsfeld Resignation," *The New York Times*, April 14th, 2006.

¹⁰⁰⁸ Cloud and Schmitt, "More Retired Generals Call for Rumsfeld Resignation."

son émission, la première question porte précisément sur l'appel des généraux à sa démission :

Limbaugh : What does it feel like to go through those ups and downs and to have practically the entire media jump on the case of these six generals demanding your ouster ?

Rumsfeld: Well, you know, this too will pass. I think about it and I must say that there's always two sides to these things. The sharper the criticism comes sometimes the sharper the defense comes from people who don't agree with the criticism. [...] So, I'm here at the Pentagon doing my job, working on transformation and seeing that we manage the force in a successful way and working on things involving Iraq.¹⁰⁰⁹

L'intervention de Rumsfeld est principalement motivée par le besoin de contrecarrer l'appel des généraux et de s'arroger le soutien des conservateurs au moment où sa position est pour le moins délicate. La posture d'impassibilité qu'adopte le secrétaire d'État vise précisément à donner l'impression qu'il n'est nullement ébranlé par la démarche des généraux et qu'il est tout à sa tâche.

Les autres interventions portent également sur l'ordre du jour de la Maison Blanche comme le projet de loi de régularisation des immigrés en situation irrégulière – évoqué le 16 mai dans *The Rush Limbaugh Show*¹⁰¹⁰ –, les succès sur le front de la « guerre contre la terreur » et notamment l'assassinat de Zarqawi – abordés dans *The Sean Hannity Show* le 15 juin¹⁰¹¹ –, ou encore le redressement économique, dont s'entretiennent Limbaugh et le vice-président le 17 octobre 2006¹⁰¹², soit une quinzaine de jours après la révélation du scandale des SMS, scandale qui compromet les chances des Républicains de conserver leur majorité lors des élections.

Au cours de l'année 2006, les talk-shows radiophoniques se font donc les porte-voix du pouvoir dans une période où l'Administration est en mauvaise posture sur le front de la guerre d'Irak, ce qui nécessite de fédérer la base conservatrice. L'intervention de Cheney au moment des audiences de confirmation du juge Alito est particulièrement significative au vu des liens historiques entre les talk-shows radiophoniques et le GOP. La mise en échec du *Lobby Dislosure and Reform Bill* en 1994 avait été le résultat d'une mobilisation des citoyens qui

¹⁰⁰⁹ “Radio Interview with Secretary Rumsfeld on the “Rush Limbaugh Show,” April 17th, 2006. www.defenselink.mil/transcripts.aspx?transcriptid=1249

¹⁰¹⁰ “Interview of the Vice President by Rush Limbaugh via telephone,” *The Rush Limbaugh Show*, May 16th, 2006, *The White House President George W. Bush*.

¹⁰¹¹ “Interview of the Vice President by Sean Hannity via telephone,” *The Sean Hannity Show*, June 15th, 2006, *The White House President George W. Bush*.

¹⁰¹² “Interview of the Vice President by Rush Limbaugh via telephone,” *The Rush Limbaugh Show*, October 17th, 2006, *The White House President George W. Bush*.

avaient fait savoir en masse leur opposition au projet à leurs sénateurs. L'hypothèse peut être avancée d'une volonté de Cheney de réactiver le dispositif de mobilisation des auditeurs afin qu'ils fassent savoir leur soutien à Alito aux sénateurs susceptibles de s'opposer à la confirmation du juge.

5.3.2.2. Les talk-shows radiophoniques conservateurs comme chiens de garde des Républicains

Outre le rôle de porte-voix, les talk-shows radiophoniques assurent également une fonction de « chiens de garde » (*watchdog*) au sein du Parti républicain, qui est à relier à la fonction d'accréditation que jouent les animateurs pendant les campagnes. Il s'agit, dans un contexte où le pouvoir républicain est en situation difficile, de s'assurer que la majorité parlementaire est en ordre de marche. La fonction de chien de garde consiste donc à mettre en défaut certains Républicains modérés qui feraient entendre une voix dissonante afin de les faire rentrer dans le rang.

Un premier aspect de la stratégie consiste à montrer du doigt ces parlementaires récalcitrants en les affublant du nom de « RINOs » soit « Republican In Name Only » – une autre illustration du processus de recatégorisation – qui signifie que ces élus n'ont de républicain que le nom. L'acronyme évoque également le mot « rhinoceros » qui suggère une certaine lourdeur dans la conduite des affaires parlementaires par opposition implicite aux élus conservateurs qui seraient caractérisés principalement par leur agilité et leur dextérité. Les RINO sont donc les poids lourds du Parti républicain qui gênent la frange conservatrice dans son action et dont elle est forcée de s'accommoder.

McCain est certainement celui des RINO qui essuie le plus les brocards des animateurs, et particulièrement ceux de Limbaugh dont l'hostilité envers le sénateur de l'Arizona remonte à la campagne des primaires de 2000. Au printemps 2006, le GOP travaille au passage d'une loi de réforme de l'immigration visant à régulariser les immigrants séjournant sur le sol américain de façon irrégulière. Après l'échec en commission du projet proposé conjointement par McCain et Ted Kennedy, les sénateurs Hagel et Martinez font une seconde proposition qui prend en compte certaines demandes de la frange conservatrice du GOP¹⁰¹³. Surnommé « Hagel-Martinez Compromise Bill », le projet de loi est défendu sur le terrain par McCain, ce qui suscite l'ire de Limbaugh. C'est ainsi qu'il commente les propos que le sénateur a tenu lors d'un entretien avec Katie Couric sur CBS :

¹⁰¹³ “The Amnesty Trap,” *The New York Times*, April 5th, 2006.

McCain: The way we got this through the Senate was bipartisan. I think that's the way we ought to get an overall agreement, Democrats and Republicans sitting down together, working out a problem, which is what the American would like us to do.

Limbaugh: I can't believe that you just don't get it! What you're doing is *not* what the American people want you to do, and it's *not* why they sent you there, and the solution to this is *not* getting members of the House to agree with you.¹⁰¹⁴

Encore une fois, Limbaugh affirme son opposition franche et massive à toute démarche bipartite. La sermonne qu'il adresse à McCain définit en creux le processus parlementaire comme le combat d'une faction contre l'autre dont le dénouement doit être la victoire franche de l'une sur l'autre. Elle fait également du sénateur le contre-exemple de ce que doit être un vrai républicain.

Le sénateur du Nebraska Chuck Hagel fait aussi partie des RINO que Limbaugh s'emploie à faire rentrer dans le rang. Dès le début du premier mandat de Bush, Hagel a fait l'objet de remontrances de la part de l'Administration car il affichait une trop grande indépendance par rapport à la ligne politique fixée par la Maison Blanche. Gross indique que Hagel a fait l'objet du même ciblage que Jeffords :

We did this often with Chuck Hagel, who is a Republican from Nebraska, who's now left, but he was extremely moderate Republican and that's not the makeup of Nebraska Republicans. Nebraska Republicans are not [...] like Maine Republicans or New England Republicans. They're pretty Middle America, red-white-and-blue type folks. Some of the things that Hagel would do really kind of ran contrary to this, and we would try to target Nebraska radio stations to do that. And those times he would feel the pressure and would back down a lot of times because he knew.¹⁰¹⁵

Dans les premiers temps de la présidence de Bush, la Maison Blanche met donc à profit son dispositif de communication pour s'occuper des RINO elle-même. Quand elle se trouve en situation délicate, le talk-show radiophonique vient toutefois à son secours. Ainsi, à partir de la fin 2006, Hagel devient la bête noire de Limbaugh qui lorsqu'il ne le surnomme pas « Chuck Hagel l'impudent » (*shameless Chuck Hagel*)¹⁰¹⁶, le brocarde pour avoir suggéré que la destitution (*impeachment*) de Bush est une chose probable : « *We can't figure what the political upside for Chuck Hagel is in all this rap that he's gotten into, now talking about the president might be impeached or could be impeachable. I just can't figure it out, unless he's*

¹⁰¹⁴ "Public Can See Through Senate Immigration Fraud: It's Amnesty, Pure and Simple," *Rush Limbaugh*, http://www.rushlimbaugh.com/daily/2006/05/25/public_can_see_through_senate_immigration_fraud_it_s_amnesty_pure_and_simple2

¹⁰¹⁵ Voir annexe n°5 « Entretien avec Gross ».

¹⁰¹⁶ "Boxer Hits Rice Below the Ovaries; Freshman Brags About White House Insults," *Rush Limbaugh*, http://www.rushlimbaugh.com/daily/2007/01/12/boxer_hits_rice_below_the_ovaries_freshman_brags_about_white_house_insults

running for the Democrat nomination. I don't know what Chuck Hagel is up to. [...] I cannot detect an intelligent motive for this »¹⁰¹⁷. De la même façon qu'il est impossible d'être un vrai républicain si l'on travaille à des compromis avec les Démocrates, envisager la destitution d'un président républicain est forcément l'apanage des Démocrates. La fidélité de Limbaugh au Parti républicain ne se dément donc pas, surtout dans les moments où ce dernier est en butte à des difficultés.

5.3.2.3. Campagne des *midterms* 2006 : la Maison Blanche resserre momentanément les rangs avec les talk-shows

Cette fidélité indéboulonnable semble être davantage caractéristique de Limbaugh et Hannity que d'Ingraham et Savage qui, lui, se montre particulièrement mécontent du projet de loi sur l'immigration¹⁰¹⁸. De son côté Ingraham s'est interrogée sur la capacité du GOP à servir la cause du conservatisme au moment du scandale des SMS de Foley : « *You have to ask yourself, the people who are in positions of power now in the Republican Party, are they able to credibly articulate the conservative agenda to the American people—to rally the base, to rally the country?* »¹⁰¹⁹. Elle est la seule parmi les animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs à poser la question de l'adéquation entre le GOP et le conservatisme et à remettre en cause l'adhésion du parti à ses fondamentaux. Au moment d'aborder les élections de mi-mandat, le Parti républicain semble ne plus être en phase avec sa base conservatrice.

Conscient de ce décalage, George W. Bush convie un petit groupe d'animateurs de talk-shows radiophoniques – dont Ingraham, Hannity, Gallagher et Boortz – à s'entretenir avec lui en privé dans le Bureau Ovale le 16 octobre.

¹⁰¹⁷ “Stack of Stuff Quick Hits Page,” *Rush Limbaugh*. www.rushlimbaugh.com/home/daily/site_032607/content/01125104.member.html

¹⁰¹⁸ Jim Rutenberg, “As Talk Radio Wavers, Bush Moves to Firm Up Support,” *The New York Times*, October 17th, 2006.

¹⁰¹⁹ Rutenberg, “As Talk Radio Wavers.”

Figure 16 – George W. Bush reçoit les animateurs de talk-shows radiophoniques
(16 octobre 2006)



Crédit : White House photo (Eric Draper).

Au cours d’une discussion d’une heure et demie, le président expose sa vision de la politique intérieure, particulièrement son souhait de voir se concrétiser la réforme de l’immigration, dans un cadre intime qui permet un échange informel. Qu’un président reçoive des figures médiatiques au cours d’une audience privée à la Maison Blanche en préparation d’une échéance électorale est un événement proprement inédit qui montre clairement que Bush a pleinement conscience que l’élection de novembre risque de lui être défavorable. Une telle démarche atteste par ailleurs du potentiel de mobilisation non démenti du talk-show radiophonique, et des émissions nationales à fort taux d’audience plus précisément, que le pouvoir choisit de courtiser en temps de crise, après s’en être quelque peu détourné. Bien que son âge d’or soit derrière lui et que sa relation avec le pouvoir républicain ne fonctionne plus sur un mode symbiotique, il jouit toujours d’un statut de média de prédilection d’expression du conservatisme.

Après des élections de mi-mandat à l’issue desquelles le parti démocrate reconquiert la majorité au Congrès – et ce malgré les encouragements d’Ingraham à mettre hors service le service téléphonique mis à disposition par le Parti démocrate pour signaler des irrégularités dans le vote¹⁰²⁰ – l’exécutif républicain doit cohabiter avec un pouvoir législatif démocrate. Plus tard, au moment où s’annonce la campagne des primaires en vue de l’élection présidentielle de 2008, le talk-show conservateur se retrouve dans la même situation que vingt

¹⁰²⁰ O’Connor, “Laura Ingraham: Right-Wing Radio’s High Priestess of Hate.”

ans auparavant : il s'agit de mobiliser les auditeurs en vue de faire gagner le GOP lors d'une élection présidentielle qui intervient après une période de huit années au cours desquelles il contrôle l'exécutif. Malgré les efforts de Limbaugh pour faire échouer le Parti démocrate pendant la campagne des primaires et celle de l'élection générale, ce dernier remporte la victoire et Obama accède à la Maison Blanche. L'opération visant à apporter son soutien à Hillary Clinton – *Operation Chaos* – afin d'encourager les auditeurs républicains à voter en faveur de la sénatrice de New York pour mieux affaiblir Obama, ne parvient pas à mettre à mal le parti de l'âne, pas plus que le discours aux relents racistes de Limbaugh sur Obama qu'il surnomme « le nègre magique » (*Obama, the Magic Negro*)¹⁰²¹.

Après une période au cours de laquelle les taux d'audience des talk-shows ont stagné, ils reprennent de la vigueur au printemps 2007 et retrouvent leur niveau de 2004 au printemps 2009 dans un contexte politique à nouveau dominé par les Démocrates. Le talk-show radiophonique retrouve un positionnement central dans le jeu politique à un moment où le leadership républicain est éparpillé. La passe d'armes entre Limbaugh et Steele au moment de la controverse que suscitent les vœux d'échec de l'animateur à Obama fait la preuve que le média n'a rien perdu de sa vitalité et qu'il peut encore influencer l'ordre du jour médiatique. D'une certaine manière, à partir de 2008, le talk-show radiophonique conservateur assure une « Seconde régence » comme en 1992 et 1993 après l'élection de Clinton, mais qui cette fois-ci est collective du fait de la reconfiguration de l'écosystème du talk-show. Blankley va même jusqu'à avancer l'argument que le début de cette régence remonte à fin 2005 :

Certainly in the period from August 2005—Katrina—in the Bush presidency to today, talk radio has been *the* dominant force. And it is collectively, but Rush is just a huge piece of that collective. It's hard to imagine there would be this magnitude or this coherence of the same force without Rush.¹⁰²²

Selon lui, l'incurie de l'Administration dans la prise en charge de la population de la Nouvelle Orléans suite au passage de l'ouragan Katrina marque la fin du leadership de Bush. La capacité éprouvée du talk-show radiophonique conservateur à prendre le relais de ce leadership ne laisse les conservateurs orphelins que peu de temps car Limbaugh et ses homologues gardent la faculté de prendre la relève.

La régence prend fin en 2010, année qui offre au GOP une occasion de reprendre le pouvoir. Le passage de la loi de réforme du système de santé, la loi de réforme de la finance et

¹⁰²¹ “Obama Displays Maturity, Laughs Off “Barack the Magic Negro” Song, *Rush Limbaugh*, http://www.rushlimbaugh.com/daily/2007/05/02/obama_displays_maturity_laugh_off_barack_the_magic_negro_song10

¹⁰²² Voir annexe n°4 « Entretien avec Blankley ».

le non-renouvellement annoncé des réductions fiscales octroyées par Bush redynamisent non seulement les talk-shows radiophoniques, mais également les citoyens conservateurs. Le GOP croit donc en ses chances de reprendre le Congrès, d'autant plus qu'outre le talk-show, il a dans le *Tea Party Movement* un second allié de taille pour mobiliser l'électorat conservateur et les mécontents d'Obama.

La possibilité de reconquérir le pouvoir législatif est d'autant plus grande que la campagne des élections de mi-mandat 2010 s'ouvre dans un contexte politique similaire à celui de 1994 : l'exécutif est contrôlé par un président démocrate que les Républicains considèrent illégitime – si les détracteurs de Clinton surnommaient le 42^{ème} président « Willie le roublard », ceux d'Obama désignent le président par son deuxième prénom « Hussein » – et dont ils estiment qu'il outrepassa ses pouvoirs afin de faire passer des réformes qui conduisent le pays vers le socialisme – Clinton fait voter la loi sur le contrôle des armes à feu et réintègre les homosexuels dans l'armée ; Obama fait passer une loi de réforme du système de santé de grande ampleur. Ainsi, les Républicains réactivent la stratégie de 1994 qui avait consisté à identifier les Démocrates à une forme de sociolibéralisme la plus radicale incarnée par le président. À en croire Hannity, le scénario qui a mené à la victoire en 1994 peut être rejoué en 2010 :

For those of you who are concerned, who are worried or energized about whether or not this conservative ascendancy can really take hold. I was here emceeding this event for Newt Gingrich on November of 1994 the night that he became Speaker of the House: it was electric! 54 congressional seats! It's happened before, historically things happen again! And I certainly think that things are ripe.¹⁰²³

Il s'agit donc de capitaliser sur des procédés de mobilisation du pouvoir qui ont déjà fait leurs preuves. Le soir de l'élection, les Républicains sont certes parvenus à reprendre le contrôle de la Chambre mais pas celui du Sénat.

La stratégie gagnante de 1994 n'a pas porté entièrement ses fruits en 2010 et le réalignement de grande envergure que Hannity appelait de ses vœux n'a pas eu lieu. À la lecture des six facteurs nécessaires pour qu'un réalignement politique se produise, suggérée par Gaylord, il semble que deux d'entre eux n'aient pas été pleinement satisfaits. Les 3^{ème} et 5^{ème} facteurs, qui n'ont pas trait au talk-show radiophonique, semblent avoir été remplis : le GOP avait présenté des candidats dans toutes les circonscriptions (3^{ème} facteur) et disposait de ressources financières et de soutiens suffisants (5^{ème} facteur). L'impératif de travailler sur le

¹⁰²³ *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010.

langage afin de rendre le projet proposé accessible au plus grand nombre est également respecté (2^{ème} facteur) : le projet de loi sur la réforme de santé est renommé « Obamacare » de façon à assimiler la réforme à la personnalité du président, et par ailleurs, la section 1233 du projet – qui dispose que des médecins payés par l'État pourront intervenir auprès de personnes en fin de vie pour les aider à décider de leurs dernières volontés – est habilement recatégorisée par Palin en « panels de la mort » (*death panels*) censés déterminer de l'opportunité d'administrer des soins à certaines personnes âgées très malades ou aux enfants atteints du syndrome de Down. Enfin, la capacité à contourner les médias de référence pour s'adresser directement aux électeurs (4^{ème} facteur) est donnée également par le foisonnement de médias partisans sur l'Internet, les chaînes du câble et les émissions de radio.

La différence entre 1994 et 2010 semble donc être le résultat de l'absence des facteurs un et six, c'est-à-dire l'existence d'un projet positif qui ne se résume pas à la simple opposition au pouvoir en place (1^{er} facteur) d'une part, et la possibilité de capitaliser sur les erreurs ou les défaillances de l'adversaire (6^{ème} facteur) d'autre part. En 2010, les républicains se présentent sur la base d'un projet d'opposition à Obama et de démantèlement de la loi de réforme du système de santé qui donne lieu au slogan de campagne « révoquer et remplacer » (*repeal and replace*), sans que ne soit toutefois précisé clairement par quoi serait remplacée la loi. Par ailleurs, si l'on peut considérer la tendance d'Obama à donner l'impression qu'il veut se fixer des projets trop ambitieux (*overreach*) comme une défaillance, elle n'est en rien comparable aux scandales autour de Whitewater et du suicide de Vince Foster, ainsi que la perception d'un président à la libido démesurée qui avait jeté le discrédit sur la moralité de Clinton. Or en 2010, aucune affaire ayant trait à la moralité d'Obama ne s'est fait jour. La preuve en est que la seule attaque de nature personnelle que les Républicains ont lancée au président portait sur son lieu de naissance, un ressort bien peu efficace pour stimuler l'électorat chrétien et les croisés de l'identité.

Enfin, il semble également qu'il faille compléter la liste par un septième facteur qui serait la nécessité que le parti qui prétend reprendre le pouvoir n'ait pas laissé une image négative de sa conduite des affaires la dernière fois qu'il a été au pouvoir. L'hypothèse peut être avancée que la réticence des Américains à confier l'intégralité du pouvoir législatif aux Républicains ait été la conséquence de l'image négative dont pâtit le GOP après les deux mandats de George W. Bush. Le septième facteur est donc le « facteur de l'image positive » dont doit jouir le parti qui souhaite reconquérir le pouvoir, et qui porte sur la façon dont les citoyens se représentent ce parti.

PARTIE 3

—

LA RHETORIQUE CONSERVATRICE ET SES CONDITIONS DE PRODUCTION ET DE RECEPTION

Le talk-show radiophonique conservateur tire sa capacité à influencer – à certains moments – l'ordre du jour politique et médiatique, de la rhétorique spécifique dont il est porteur. Cette rhétorique émerge grâce à l'existence d'un dispositif qui lui est propre. Dans la troisième partie, la recherche se concentre donc d'abord sur l'analyse de ce dispositif en s'appuyant sur le concept tel qu'il a été introduit par Michel Foucault¹⁰²⁴ dans les années soixante-dix puis adapté au domaine des médias par Daniel Peraya¹⁰²⁵. Elle s'attache à analyser le fonctionnement de ce dispositif en interne, en examinant la façon dont les émissions sont structurées, mais également en externe, en explorant leurs modes de distribution ainsi que leurs rapports à l'écosystème médiatique américain dans son ensemble.

Parmi les éléments saillants du dispositif des talk-shows radiophoniques, le statut de l'« appelant » (*caller*) – l'auditeur qui intervient par téléphone en cours d'émission – est examiné pour défendre l'idée que ces talk-shows ne constituent pas de réels forums où l'auditeur peut formuler librement un propos et y affirmer son identité politique, mais que cette parole tend à être instrumentalisée. Le processus de filtrage des appels (*screening*) ainsi que la toute-puissance de l'animateur dans la modération de la discussion sont analysés pour montrer qu'elles donnent lieu à un certain nombre de violations des critères d'une « conversation authentique » qui réduisent l'appelant à ce qui apparaît comme une « figure conservatrice factice ». La recherche défend donc l'idée que les talk-shows radiophoniques conservateurs participent du « tournant démotique » amorcé dans les médias au cours des dernières décennies.

Ensuite, une place particulière est accordée à l'analyse du discours des animateurs sur les médias de référence. Leur rhétorique conservatrice est en effet légitimée en amont par l'identification systématique de ces médias à l'élite intellectuelle et aux tenants de l'ordre sociolibéral: à en croire Limbaugh et ses homologues, les médias d'information de référence serviraient leurs intérêts au lieu de ceux des citoyens ordinaires. La démarche des talk-shows s'inscrit donc dans une perspective populiste d'opposition à cette élite, à laquelle les médias de référence sont identifiés. La forme de contestation dont sont porteurs les talk-shows s'effectue alors par la remise en cause des médias d'information de référence et de leurs codes, et plus particulièrement du journalisme en tant que profession organisée fonctionnant selon des normes, des valeurs et des pratiques propres.

¹⁰²⁴ Michel Foucault, *Dits et Ecrits, 1954-1988 – Tome II : 1976-1988*, ed. Daniel Defert et François Ewald (Paris: Gallimard, 1994),

¹⁰²⁵ Daniel Peraya, « Médiation et médiatisation : le campus virtuel ». Dans Jacquinet et al., « Le Dispositif : entre usage et concept », *HERMES* 25 (Paris : CNRS, 1999) : 153.

Dans un deuxième temps, la troisième partie se concentre sur la construction thématique et idéologique du discours conservateur en proposant une analyse comparative de *The Rush Limbaugh Show*, *The Sean Hannity Show*, *The Laura Ingraham Show*, et *The Savage Nation*. En effet, l'émergence de ces nouveaux programmes, qui prennent la tête du classement juste derrière Limbaugh, a induit une reconfiguration de l'écosystème des talk-shows radiophoniques conservateurs, doublée de la perte du monopole de Limbaugh sur le genre. Bien qu'il en demeure le maître incontesté et que le format de son émission ait fait école auprès de Hannity, Ingraham et Savage, la présente recherche s'attache à démontrer que leurs émissions ne sont pas de simples répliques de celle de Limbaugh mais qu'elles proposent des contenus politiques et rhétoriques divers, répondant par là-même à la diversité de la demande du public. À cet égard, l'écosystème du talk-show radiophonique conservateur est porteur d'une « contestation sur mesure » adaptée à des publics différents, reflétant ainsi la segmentation du paysage médiatique américain dans son ensemble.

La tension entre l'ubiquité des talk-shows et la diversité de l'offre – Limbaugh, Hannity, Ingraham et Savage ne sont que la partie émergée d'un iceberg de plus grande envergure – donne lieu à deux hypothèses possibles sur la nature du contenu des talk-shows. D'une part, la possibilité d'écouter ces émissions tout au long de la journée¹⁰²⁶ suggère qu'il doit y avoir une certaine uniformité de contenu permettant à l'auditeur conservateur d'écouter des programmes politiques en accord avec ses propres convictions idéologiques, et d'être exposé à un discours sur les fondamentaux du conservatisme à toute heure du jour. Cette « hypothèse des contenus uniformes » conçoit les émissions de Hannity, Ingraham et Savage comme identiques à celle de Limbaugh, mais également les unes aux autres. D'autre part, la multiplicité de ces programmes peut également indiquer une certaine diversité des contenus, et ce d'autant plus que certaines stations sont titulaires d'une licence pour deux, voire trois, de ces émissions¹⁰²⁷ : on peut donc également avancer « l'hypothèse des contenus différenciés ». La logique commerciale implique que si plusieurs produits de même type sont disponibles sur le marché, ceux-ci présentent nécessairement un certain degré de différenciation, ne serait-ce que pour assurer leur viabilité en diversifiant leurs cibles.

¹⁰²⁶ Une personne résidant dans le fuseau horaire de l'Est (*Eastern Time Zone*) et dont la radio locale diffuse les émissions en direct, peut commencer la journée avec *The Laura Ingraham Show* (9h00-Midi) ou *The Glenn Beck Program* (9h00-Midi), puis se brancher sur *The Rush Limbaugh Show* (Midi-15h00), puis sur *The Sean Hannity Show* (15h00-18h00) et terminer la journée avec *The Savage Nation* (18h00-21h00 ou 19h-22h00).

¹⁰²⁷ C'est le cas par exemple de WINC 1400 à Winchester en Virginie qui diffuse à la fois *The Laura Ingraham Show*, *The Rush Limbaugh Show* et *The Sean Hannity Show* en direct. <http://www.newstalk1400winc.com/On-Air/4007432>, dernière consultation le 26 juillet 2012.

En fait les deux hypothèses ne sont pas contradictoires : les auditeurs peuvent reconnaître le genre comme ayant un contenu unique, sur le conservatisme, et un contenu différencié selon la nature personnalisée des animateurs. À cet égard, l'écoute flottante non-systématique des émissions, ainsi que la lecture des ouvrages écrits par les animateurs suggèrent des positionnements idéologiques divergents et des différences dans le traitement des figures politiques.

L'analyse devrait ainsi faire apparaître Limbaugh comme un conservateur fiscal, dans la mesure où il semble s'être détourné des questions morales et sociétales depuis les années 1991/1992. Elle devrait montrer un Hannity au profil néoconservateur, en ce qu'il semble accorder une grande importance aux affaires internationales et à la guerre contre le terrorisme¹⁰²⁸. Du fait de son intérêt marqué pour les questions relatives à l'avortement, aux dangers du sécularisme et aux valeurs familiales¹⁰²⁹, Ingraham devrait se révéler comme une conservatrice sociale. Enfin, sa méfiance à l'égard des élites dans leur ensemble ainsi que son obsession du déclin identitaire des États-Unis¹⁰³⁰ devraient faire apparaître Savage comme une sorte de réactionnaire anti-establishment.

La méthode de l'analyse de contenu employée pour mener cette analyse comparative vise donc à établir une typologie des émissions de Limbaugh, Hannity, Ingraham et Savage à partir de l'examen de quatre de leurs aspects fondamentaux: (1) le profil idéologique, c'est-à-dire le type de conservatisme que promeut l'émission, (2) les figures et entités évoquées (que l'étude de Conway, Grabe et Grievés définit comme *role players*¹⁰³¹), (3) la façon dont ils sont caractérisés, indicateur du degré de partialité dans le traitement des Républicains et des Démocrates, et enfin (4) leur rapport aux organisations conservatrices de terrain, comme le *Tea Party Movement*.

L'analyse est conduite sur un corpus d'émissions diffusées au printemps 2010, au cours de la campagne des primaires en vue des élections de mi-mandat. Ce moment offre un cadre idéal à l'analyse de contenu car en 2010, les talk-shows radiophoniques conservateurs sont revigorés par un contexte politique qui leur permet de retrouver leur positionnement

¹⁰²⁸ Voir *Deliver us from Evil: Defeating Terrorism, Despotism and Liberalism* (New York: Harper Paperbacks, 2004) et plus précisément les chapitres 1 (*Terrorism, Despotism, and Liberalism*), 5 (*Iraq I: War and Appeasement*) et 6 (*Axis Iraq: The New Appeasement*).

¹⁰²⁹ Voir *Power to the People* (Washington, D.C.: Regnery Publishers, Inc., 2007) et plus précisément les chapitres 1 (*Power to the Family*) et 6 (*Saving our Pornified Culture*).

¹⁰³⁰ Voir *The Savage Nation: Saving America from the Liberal Assault on Our Borders, Language, and Culture* (Nashville: Thomas Nelson Publishers, 2002) et plus précisément les chapitres 2 (*Diversity is Perversity*) et 3 (*America: from the Melting Pot to the Chamber Pot*).

¹⁰³¹ Conway et al., "Villains, victims and the virtuous in Bill O'Reilly's "No-Spin Zone", 201.

révolutionnaire de 1994. En effet, la contestation contre le pouvoir démocrate à la Maison Blanche et au Congrès subit un très net regain. La promulgation de la loi sur la réforme de la couverture médicale – le *Healthcare & Education Reconciliation Act of 2010 [H.R. 4872]* – constitue une victoire indéniable pour l'Administration Obama et un des accomplissements les plus marquants de son premier mi-mandat. C'est également une aubaine pour les chantres de la contestation conservatrice qui dès lors s'emploient à mettre en doute la constitutionnalité de la loi et, de concert avec les Républicains du Congrès, défendent l'idée de sa possible annulation. Sur le terrain, la contestation se manifeste par des révoltes fiscales d'une ampleur sans précédent dans l'histoire américaine, qui s'agrègent dans le Tea Party Movement. Sarah Palin, candidate malchanceuse à la vice-présidence républicaine en 2008 mais devenue depuis la figure de proue de la frange populiste du GOP, s'associe au mouvement qui organise des rassemblements de grande envergure à travers le pays.

Ainsi, au printemps 2010, la situation politique présente de grandes similarités avec celle de 1994 : un président démocrate disposant d'une majorité dans les deux chambres du Congrès voit sa légitimité remise en cause, et sa politique sévèrement brocardée par une partie de l'électorat ainsi que par les médias conservateurs, et ce, en tandem avec la frange révolutionnaire du Parti républicain. Outre l'interventionnisme outrancier dont fait preuve le 44^{ème} président aux yeux des conservateurs, la nationalité d'Obama est mise en doute par un groupe de Républicains et de figures médiatiques qui entretiennent l'idée que le président n'est pas né à Hawaii mais au Kenya. Ces « paranoïaques de la nationalité » (*birthers*) prétendent que l'élection d'Obama n'est pas valide car, né en dehors du territoire américain, il ne peut prétendre à exercer la fonction suprême. La contestation qui prend forme en 2010 s'appuie donc sur un mouvement anti-étatiste aux forts relents nativistes. Elle s'exacerbe particulièrement au moment où les citoyens qui se déclarent républicains sont invités à prendre part au vote des primaires, première étape dans la reconquête du pouvoir législatif par le GOP. Par ailleurs, en 2010, les parts d'audience de ces talk-shows ont subi une hausse qui les a portées à leur niveau d'avant 2004. Les talk-shows sont donc en mesure de faire pleinement entendre leurs voix dans le concert de la protestation.

Ainsi, les cinq épisodes de *The Rush Limbaugh Show*, *The Sean Hannity Show*, *The Laura Ingraham Show*, et *The Savage Nation* diffusés au cours de la semaine du 12 au 16 avril 2010 sont retenus pour l'analyse, soit 20 épisodes au total équivalents à 35 heures et 47 minutes de temps d'antenne. Sur la base du découpage de chaque émission (*program clock*) en vigueur en avril 2010, Savage est celui dont l'émission, hors pauses commerciales et

décrochages locaux, dure le plus longtemps (01h50min40sec) et Hannity celui dont l'émission est la plus courte (01h45min). Limbaugh dispose de 01h47min20sec de temps d'antenne et Ingraham 01h46min20sec (Voir annexe n°16 et n°17 en particulier).

Les émissions du corpus évoquent, outre les primaires républicaines et la loi sur la réforme de la couverture médicale, un large panel d'événements et de sujets susceptibles de susciter leur intérêt. Ces événements relèvent des domaines tout autant économique (date limite d'envoi de la déclaration d'impôts, ou *Tax Day*), que politique (pourvoi du poste laissé vacant par le juge Stevens à la Cour Suprême, rassemblements du Tea Party, tournée à travers le pays de figures médiatiques et politiques conservatrices importantes dans le cadre du *Take Back Our Country Tour*), social (scandale autour d'un enfant renvoyé seul en Russie par sa mère adoptive, suicide d'une écolière après avoir subi des tentatives d'intimidation à l'école, caméra cachée dans un planning familial) et international (sommet de Washington sur les réductions d'armes nucléaires). La semaine choisie apparaît donc comme une semaine sans grand événement international, sans échéances politiques d'envergure (élection présidentielle, élection de mi-mandat ou investiture), ni rituels nationaux (Journée de l'Action de Grâce, Noël ou 4 juillet) : c'est une semaine ordinaire qui permet d'examiner le discours des animateurs dans son régime médian.

La population finale des unités produites par la segmentation des trente-cinq épisodes (n=1417) montre un équilibre plutôt juste entre la proportion de *The Rush Limbaugh Show* (n=342), de *The Sean Hannity Show* (n=357), *The Laura Ingraham Show* (n=342), et *The Savage Nation* (n=376). Le mode (mode=4) indique que *The Savage Nation* est légèrement surreprésenté (26,5%) par rapport à *The Rush Limbaugh Show* et *The Laura Ingraham Show* (24,1% respectivement) et *The Sean Hannity Show* (25,2%), phénomène qui s'explique par le fait que les unités de l'émission de Savage sont plus courtes. En termes de temps total d'émission, il n'y a toutefois aucune différence sensible.

Afin de définir le profil idéologique de chacune de ces émissions, la présente recherche examine quatorze thématiques relevant du conservatisme tel qu'il y est promu, identifiées à partir des principes énumérés par Limbaugh dans *The Way Things Ought To Be*¹⁰³² et affinées tout au long de la phase de prétest en les confrontant au contenu des quatre émissions (Voir annexe n°20 « Instrument de codage »)¹⁰³³. Il s'agit de mettre en lumière leur importance relative car dans l'hypothèse des contenus différenciés (tout en ayant une certaine unité de ton

¹⁰³² Limbaugh, *The Way Things Ought To Be*, 2-3.

¹⁰³³ La variable « Conservatisme » ($\alpha=0.88$) comprend quinze catégories dont la quinzième est « Autre/Ne s'applique pas ».

conservatrice), les données devraient révéler des divergences dans l'importance accordée à chaque thématique. Ces divergences devraient elles-mêmes montrer un écart notable entre les thématiques au sein de chaque programme et entre chaque animateur.

CHAPITRE 6
—
LE DISPOSITIF
DES TALK-SHOWS RADIOPHONIQUES CONSERVATEURS

Si la spécificité du discours qu'il véhicule ainsi que sa position interstitielle entre média d'information et média de divertissement sont des facteurs essentiels dans l'essor du talk-show radiophonique conservateur, la façon dont sont agencés les éléments nécessaires à la production et la légitimation de son contenu ont un rôle tout aussi important. En effet, le talk-show tire principalement son efficacité et son potentiel d'influence de l'agencement singulier des éléments tangibles et symboliques qui le composent. Pour le dire en empruntant un terme qui appartient au champ de la socio-sémiotique, le talk-show radiophonique conservateur fonctionne selon un « dispositif » de médiation qui lui est spécifique. L'analyse de ce dispositif n'est pas celle du simple format – c'est-à-dire la structure interne – de ces émissions : le format ne peut à lui seul rendre compte du mécanisme qui génère le contenu discursif si spécifique du talk-show radiophonique conservateur. Toutes les émissions au format conversationnel, y compris les émissions politiques, n'ont pas la même finalité que le talk-show politique tel que le définissent Limbaugh et ses homologues.

Le concept de dispositif est pertinent dans cette analyse parce ce qu'il est plus large, plus englobant et plus dynamique que celui de format, et qu'il prend en compte également les éléments non tangibles qui interviennent dans la production du contenu et du sens. Le simple concept de format ne permet pas, par exemple, d'intégrer ce qui relève du discursif, du symbolique, de l'institutionnel, et de l'interaction entre ces différents éléments, dont la fonction est tout aussi importante que les ressources matérielles et technologiques nécessaires à sa production. La notion est convoquée ici dans le sens que lui donnent les sociologues et les chercheurs en communication depuis son apparition dans les années soixante-dix sous l'influence de Michel Foucault qui l'évoque tour à tour dans *Surveiller et Punir* en 1975¹⁰³⁴, dans *Histoire de la Sexualité* l'année suivante¹⁰³⁵, ainsi que dans un entretien de 1977 avec des psychanalystes publié dans la revue *Ornicar*¹⁰³⁶.

Isabelle Gavillet met toutefois en garde sur le dévoiement de la citation canonique de Foucault et l'effet « sclérosant » qui en résulte, phénomène que l'auteure considère comme révélateur de « *la pratique de raccourcis épistémiques dont la conséquence est de vider le concept de dispositif de son fondement heuristique* »¹⁰³⁷. L'auteure déplore que, prise pour la

¹⁰³⁴ Michel Foucault, *Surveiller et Punir* (Paris : Gallimard, 1975).

¹⁰³⁵ Michel Foucault, *Histoire de la sexualité* (Paris : Gallimard, 1976).

¹⁰³⁶ « Le jeu de Michel Foucault » (entretien avec D. Colas, A. Grosrichard, G. Le Gaufey, J. Livi, G. Miller, J. Miller, J.-A. Miller, C. Millot, G. Wejman), *Ornicar ? Bulletin Périodique du champ freudien*, n°10 (1977) : 62-93.

¹⁰³⁷ Isabelle Gavillet, « Michel Foucault et le dispositif : question sur l'usage galvaudé d'un concept ». Violaine Appel, Hélène Boulanger et Luc Massou, (dir.), *Les dispositifs d'information et de communication : concepts, usages et objets* (Bruxelles : De Boeck, 2010), 9.

définition stricte de dispositif alors même qu'elle n'est qu'une partie de sa formulation, l'utilisation automatique de la citation de Foucault a fini par figer un concept qui par définition n'a de pertinence qu'en ce qu'il est un processus dynamique. Une fois cette mise en garde intégrée, le concept tel que l'esquisse Foucault dans sa réponse *ad hoc* au professeur Alain Grosrichard lors de l'entretien, n'en apparaît pas moins opératoire pour aborder l'agencement complexe des éléments qui constituent le « mécanisme » de production du contenu du talk-show. La formulation partielle du dispositif que propose Foucault en 1977 constitue donc le point de départ à l'analyse du dispositif du talk-show radiophonique conservateur. À Grosrichard qui lui demande d'expliquer ce qu'il entend par dispositif, Foucault répond ceci :

Ce que j'essaie de repérer sous ce nom, c'est [...] un ensemble résolument hétérogène, comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques, bref : du dit, aussi bien que du non-dit¹⁰³⁸.

La proposition contient deux principes très à propos pour l'analyse. D'une part, les éléments qui s'articulent au sein du dispositif sont de nature « hétérogène » : ils peuvent participer du dispositif de façon implicite, sans être manifestement identifiables. Il s'agit donc d'autre chose que du simple agencement d'éléments matériels et technologiques. D'autre part, ces éléments de nature différente peuvent également être tangibles aussi bien qu'intangibles, relevant « du dit aussi bien que du non-dit ». À cet égard, Foucault inclut dans le dispositif ce qui relève du discours d'une part, et des institutions d'autre part, deux aspects essentiels de la mécanique des talk-shows radiophoniques conservateurs.

La définition que propose le chercheur en communication Daniel Peraya complète utilement la citation de Foucault pour la rendre opératoire à l'analyse des dispositifs de médiation :

Un dispositif est une instance, un lieu social d'interaction et de coopération possédant ses intentions, son fonctionnement matériel et symbolique enfin, ses modes d'interaction propres. L'économie d'un dispositif – son fonctionnement – déterminée par les intentions, s'appuie sur l'organisation structurée de moyens matériels, technologiques, symboliques et relationnels qui modélisent, à partir de leurs caractéristiques propres, les comportements et les conduites sociales (affectives et relationnelles), cognitives, communicatives des sujets¹⁰³⁹.

¹⁰³⁸ Foucault, *Dits et Ecrits*, 298.

¹⁰³⁹ Peraya, « Médiation et médiatisation » : 153.

L'apport de Peraya à la définition du dispositif est triple. En premier lieu, il y intègre des éléments de nature technologique en insistant sur la dimension matérielle du dispositif (« son fonctionnement matériel »; « l'organisation structurée de moyens matériels, technologiques »), aspect fondamental du talk-show en ce qu'il s'appuie sur un support technique. En second lieu, en décrivant le dispositif comme « lieu social d'interaction et de coopération », il le définit comme un espace virtuel où est possible la mise en relation d'individus entre eux. Peraya insiste enfin sur la visée stratégique intentionnelle du dispositif en précisant que l'agencement des éléments a pour finalité d'influer sur les comportements : il s'agit donc d'un instrument de pouvoir.

Cette idée du pouvoir comme finalité du dispositif est d'ailleurs posée dès l'introduction de l'ouvrage collectif d'Appel et son équipe. Les auteurs y précisent que « Foucault insiste surtout sur la nature essentiellement stratégique du dispositif, comme manipulation ou intervention rationnelle et concertée des rapports de force, jeu ou enjeux de pouvoir en lien avec des types de savoir »¹⁰⁴⁰. Les compléments qu'apportent Peraya ainsi qu'Appel et son équipe sont essentiels car ce principe d'intentionnalité, pourtant inhérent au concept de dispositif, est absent de la formulation de Foucault lorsqu'elle est convoquée dans sa version escamotée, et donc habituellement évacuée des discussions.

L'analyse consiste donc à mettre en lumière les différents éléments humains, matériels, législatifs, institutionnels, symboliques et discursifs qui composent « l'ensemble hétérogène » que constitue le dispositif du talk-show radiophonique conservateur, ainsi que la façon dont ces éléments interagissent, de façon à identifier la visée stratégique qu'ils servent.

6.1. Un système de relations multiformes entre l'animateur, le public et les institutions

Sur la base de ce défrichage théorique, le dispositif du talk-show radiophonique conservateur peut se définir comme un ensemble dans lequel interagissent entre eux l'animateur, le public et l'appelant (composante humaine), les moyens technologiques de diffusion (composante matérielle), les réseaux de diffusion sous licence (composante organisationnelle de la diffusion), le Premier amendement, qui garantit la pleine liberté d'expression de l'animateur (composante législative), l'écosystème médiatique, les réseaux de distribution et les institutions politiques (composante institutionnelle) et le discours sur le

¹⁰⁴⁰ Violaine Appel, Hélène Boulanger et Luc Massou, « Dispositif[s] : discerner, discuter, distribuer ». Appel et al., *Les dispositifs d'information*, 11.

parti-pris sociolibéral des médias de référence (composante discursive). Ce sont donc toutes ces composantes et leur interaction qu'il faut examiner pour rendre compte du fonctionnement du dispositif du talk-show.

6.1.1. Déréglementation, acte 2 : le *Telecommunications Act of 1996*, la consolidation du secteur radiophonique et l'hyper-ubiquité des talk-shows

Les réseaux de diffusion « sous licence » (*syndication networks*) constituent la composante institutionnelle des dispositifs. Ils sont un élément essentiel car ils assurent la diffusion en masse du message depuis le studio vers les auditeurs. Sous l'influence du *Telecommunications Act* de 1996, le secteur de la radio a été entièrement reconfiguré selon un modèle d'hyperconsolidation qui a permis à une petite dizaine de grandes corporations de se partager les quelques 14 420 stations¹⁰⁴¹ de radio du pays. Cette loi établit les modalités de la concurrence dans les domaines de la téléphonie locale, des services de télécommunications et du développement des services de diffusion (*broadcast services*). La notion d'intérêt public y est identifiée à l'existence d'un environnement économique concurrentiel dans lequel les besoins des consommateurs et des distributeurs peuvent être réconciliés de façon efficace selon un modèle de libre marché¹⁰⁴². Dans le domaine des services de diffusion, elle rend possible la concentration, la conglomération et l'intégration verticale par le relâchement des restrictions qui pèsent sur la propriété (*ownership*) et le renouvellement de licence¹⁰⁴³, et les grandes corporations sont ainsi devenues de « véritables systèmes médiatiques¹⁰⁴⁴ ». Si dans le domaine de la télévision, l'industrie américaine a suivi une logique d'hyper-concentration qui a permis à six corporations de s'arroger à elles seules 75% du temps que les Américains passent devant leur écran¹⁰⁴⁵, jusqu'en 1996 la radio est le média électronique le moins soumis à la concentration, le plus implanté localement et celui dont les tarifs publicitaires sont les plus bas¹⁰⁴⁶.

The Telecommunications Act de 1996 assouplit les règles de la propriété en permettant à une même entité de posséder jusqu'à huit stations sur un seul marché radiophonique¹⁰⁴⁷.

¹⁰⁴¹ "14,420 Radio Stations in the US," *Radio Survivor*, <http://www.radiosurvivor.com/2010/03/11/14420-radio-stations-in-the-us/> (à partir des chiffres de la FCC); dernière consultation le 28 août 2012.

¹⁰⁴² Patricia Aufderheide, *Communications Policy and the Public Interest: the Telecommunications Act of 1996* (New York: Guilford Press, 1999), 61.

¹⁰⁴³ Aufderheide, *Communications Policy*, 62.

¹⁰⁴⁴ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 34.

¹⁰⁴⁵ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?* 35.

¹⁰⁴⁶ Aufderheide, *Communications Policy*, 69.

¹⁰⁴⁷ Sec.202. Broadcast Ownership, (b) Local Diversity, (1) Applicable Caps—The Commission shall revise its regulations to provide that—(A) in a radio market with 45 or more commercial radio stations, a party may own,

L'assouplissement de la réglementation sur ce point déclenche une vague de fusions et d'acquisitions en chaîne : dans les dix-huit mois qui s'écoulent entre le passage de la loi et l'été 1997, 2 100 stations de radio changent de propriétaire par le biais de transactions qui génèrent un montant global de 15 milliards de dollars¹⁰⁴⁸. En résulte la constitution de grands réseaux radiophoniques dominés *in fine* par *Premiere Radio Networks Inc.* (PRN) et *Talk Radio Network* (TRN). Ces deux géants distribuent respectivement *The Rush Limbaugh Show* et *The Sean Hannity Show* d'une part, et *The Laura Ingraham Show* et *The Savage Nation* d'autre part. Ils ne sont pas nés de la loi de 1996, mais se sont développés au fur et à mesure des années pour connaître une accélération de leur croissance suite à son passage.

Ce phénomène de concentration du secteur de la radio provoque une hausse de la demande d'émissions distribuées sous licence car la présence de grands réseaux concurrents sur un même marché impose à chaque radio de se différencier. C'est aux entités propriétaires de plusieurs stations sur un seul et même marché que la loi bénéficie le plus car elle leur permet de réduire leurs coûts de façon significative par l'élimination des opérations redondantes. Elle les place également en position de négocier des contrats de programmation et de publicité aux meilleurs tarifs par le contrôle qu'elles exercent sur une part considérable de l'auditorat d'un marché donné. Sous l'effet de l'émergence de géants de la radio, le processus de concentration augmente de façon exponentielle : les grands groupes exercent des pressions économiques sur les entités de plus petite taille pour qu'elles acceptent d'être rachetées ou de fusionner¹⁰⁴⁹.

La mise en application de la loi ne bénéficie toutefois pas autant aux auditeurs. Le président de la *Radio-Television News Directors Association*, David Bartlett, estime que si le phénomène de concentration stimule le marché radiophonique de l'information, il met sérieusement en péril la diversité¹⁰⁵⁰. D'autres expriment leurs craintes quant au risque que la domination du secteur par une petite dizaine de grands groupes ne gomme les identités et ne mette à mal la démocratie au niveau local. Le président de *Media Access Project*, Andrew Jay Schwartzman, déclare à ce sujet : « *when you have one of the major sources of local news and information restructured so that one company controls a substantial proportion of the*

operate, or control up to 8 commercial radio stations, not more than 5 of which are in the same service (AM or FM); *Telecommunications Act of 1996*.

¹⁰⁴⁸ Andrea Adelson, "Jacor: a Rising Star Among Radio Networks," *The New York Times*, June 23rd, 1997.

¹⁰⁴⁹ Steve Knoll, "Radio Consolidation: Good News for Owners but What About Listeners," *The New York Times*, December 30th, 1996.

¹⁰⁵⁰ Knoll, "Radio Consolidation."

editorial voices in a community in that medium, that's not good for democracy »¹⁰⁵¹. La crainte se fait jour que l'uniformisation de l'offre ne permette pas à la programmation de refléter la spécificité des communautés et des identités locales.

Filiale du groupe de médias Clear Channel Media Entertainment, *Premiere Radio Networks* distribue sous licence plus de 90 émissions à ses quelques 5 000 stations affiliées qui les diffusent à leur tour auprès de 190 millions d'auditeurs hebdomadaires¹⁰⁵². Bien qu'elle fût fondée à Los Angeles en 1987, c'est-à-dire au moment où Limbaugh négocie son passage au national, PRN n'est pas le distributeur historique de *The Rush Limbaugh Show*. L'émission est distribuée à l'origine par EFM Media Management, compagnie créée par Edward F. McLaughlin suite à son départ d'ABC Radio où il officiait en tant que directeur du service information. Après dix ans d'existence, EFM Media Management est rachetée en mars 1997 par Jacor Communications Inc., entité devenue cinquième entreprise radiophonique des Etats-Unis après son rachat de Noble Broadcast Group en février 1996¹⁰⁵³. Le rachat d'EFM Media Management est une transaction lucrative pour Jacor – déjà propriétaire de 66 stations de radio et deux chaînes de télévision – car *The Rush Limbaugh Show* est solidement implanté dans un très grand nombre de marchés à travers le pays. Après son rachat de PRN en juin 1997, Jacor Communications Inc. se hisse au rang de troisième corporation la plus importante du secteur de la radio, dégagant des revenus publicitaires tels qu'elle est en passe de supplanter les réseaux historiques CBS Radio Network et ABC Radio Network¹⁰⁵⁴. Au total, Jacor Communications Inc. dépense un milliard et demi de dollars en rachat de stations entre janvier 1996 et l'été 1997¹⁰⁵⁵.

The New York Times décrit l'entreprise comme l'« anticonformiste de l'industrie radiophonique » (*the industry contrarian*) car sa stratégie d'implantation va à rebours de la tendance du marché : l'entreprise s'est spécialisée dans l'AM, ce qui lui permet de bien résister à la domination de la fréquence FM, mais surtout, elle cible exclusivement les marchés secondaires¹⁰⁵⁶. Outre la distribution d'émissions d'envergure nationale telles que *The Rush Limbaugh Show* et *The Sean Hannity Show*, elle développe des émissions régionales

¹⁰⁵¹ « *Quand vous avez l'une des sources d'actualité et d'informations les plus importantes qui est restructurée de façon à ce qu'une compagnie ait le contrôle d'une proportion considérable des voix éditoriales d'une communauté sur ce média, ça n'est pas bon pour la démocratie* ». Knoll, "Radio Consolidation."

¹⁰⁵² "Premiere Networks: Company Backgrounder," www.premiereradio.com/pages/corporate/about.html; dernière consultation 29 août 2012.

¹⁰⁵³ "Company News; Jacor Communications to Buy Noble Broadcast Group," *The New York Times*, February 6th, 1996.

¹⁰⁵⁴ Adelson, "Jacor: a Rising Star."

¹⁰⁵⁵ Adelson, "Jacor: a Rising Star."

¹⁰⁵⁶ Adelson, "Jacor: a Rising Star."

qu'elle distribue selon une logique de « réseau en étoile » (*hub-and-spoke*), soit auprès de stations situées dans des marchés secondaires contigus autour d'une métropole¹⁰⁵⁷.

En octobre 1998, l'annonceur Clear Channel déclare qu'il s'apprête à racheter Jacor Communications Inc. pour 2,8 milliards en actions¹⁰⁵⁸. L'incorporation de Jacor Communications Inc. à Clear Channel donne naissance à un véritable empire radiophonique qui s'étend dans tous les marchés du pays. En effet, en juin 1996, Clear Channel avait racheté Heftel Broadcasting Corporation, propriétaire de 17 stations, qu'elle avait fusionnée avec Tichenor Media System Inc, propriétaire de 20 stations émettant principalement en Espagne¹⁰⁵⁹. Au moment du rachat, Clear Channel compte 625 stations de radio, 19 chaînes de télévision et près de 220 000 panneaux d'affichage (*billboards*) dans 25 pays outre les États-Unis¹⁰⁶⁰.

De son côté, Jacor Communications Inc. possède 230 stations de radio et distribue, outre *The Rush Limbaugh Show*, *The Dr. Laura Schlessinger Show* dont elle a racheté les droits à Synergy Broadcasting Inc. en septembre 1997, établissant ainsi de nouveaux liens commerciaux avec les quelques 400 stations qui diffusent l'émission¹⁰⁶¹. Surtout, la stratégie de ciblage des marchés secondaires fait que les stations contrôlées par Jacor Communications Inc. sont implantées dans des marchés différents de ceux que desservent les radios de Clear Channel. En revanche, Jacor Communications Inc. tire plus de 40% de ses revenus de zones géographiques où sont implantés un nombre infini de panneaux d'affichages de Clear Channel¹⁰⁶². Son rachat permet donc de réaliser une alliance parfaite entre deux corporations dont les implantations géographiques respectives sont complémentaires l'une de l'autre.

La distribution sous licence est un principe assez singulier car elle fonctionne par des « accords de troc » (*barter deals*) selon lesquels le distributeur accorde une licence de diffusion d'une émission à une station en échange de temps pour la diffusion de publicités d'annonceurs nationaux¹⁰⁶³. À première vue, ce système semble plutôt profitable aux radios car les réseaux de distribution leur offrent la possibilité d'inclure des grands noms de la radio à leurs grilles de programme pour un coût minime : ainsi sur les 21 minutes et 10

¹⁰⁵⁷ Adelson, "Jacor: a Rising Star."

¹⁰⁵⁸ Allen R. Myerson, "THE MEDIA BUSINESS; Clear Channel to Buy Jacor For \$2.8 Billion in Stock," *The New York Times*, October 9th, 1998.

¹⁰⁵⁹ "Company News; Clear Channel to Propose Merger with Tichenor Media," *The New York Times*, July 11th, 1996.

¹⁰⁶⁰ Myerson, "THE MEDIA BUSINESS; Clear Channel to Buy Jacor."

¹⁰⁶¹ "THE MEDIA BUSINESS; Jacor Will Purchase Rights to a Show," *The New York Times*, September 17th, 1997.

¹⁰⁶² Myerson, "THE MEDIA BUSINESS; Clear Channel to Buy Jacor."

¹⁰⁶³ Adelson, "Jacor: a Rising Star."

secondes de pauses consacrées à la publicité et aux informations dans *The Rush Limbaugh Show*, quatre seulement reviennent de droit à TRN¹⁰⁶⁴ ; dans *The Sean Hannity Show*, ce sont cinq minutes sur les 24 minutes et 20 secondes de décrochage qui reviennent au distributeur¹⁰⁶⁵.

Sur le plan économique, de tels accords se révèlent particulièrement lucratifs pour les directeurs de stations comme le souligne le spécialiste en rachat et vente de stations de radio Bill Exline : « *Not only does the local station get three hours of free programming, but that's one less local talk-show hosts on staff they need. It makes small- and medium-market radio properties more profitable and attractive by cutting down staff expenses* »¹⁰⁶⁶. Si ce type d'accord permet effectivement aux stations de réaliser des économies considérables et d'assurer leur survie, il met ces dernières dans une situation de dépendance totale à l'égard des distributeurs tout autant qu'il les réduit à de simples supports de diffusion de contenus générés en amont. Il en résulte une uniformisation de la programmation des stations qui, sous la domination hégémonique des grands distributeurs, ne sont plus en mesure de refléter les réalités locales. Comme le résume Lee Abrams, consultant en radio établi à Philadelphie : « *Radio is so generic ; local doesn't mean anything anymore* »¹⁰⁶⁷. Le phénomène de concentration du secteur de la radio déclenché par le *Telecommunications Act* de 1996 a donc pour effet l'uniformisation de l'offre radiophonique. Quant à l'hyper-ubiquité des talk-shows radiophoniques conservateurs, elle s'explique certainement davantage par le système d'accords de troc, qui rend la diffusion des émissions de Limbaugh et de ses homologues bien plus rentable que la production de programmes locaux, que par l'attrait réel de l'idéologie véhiculée par ces émissions. La force du dispositif est donc de faire passer l'offre pour de la demande.

C'est fort du constat que les accords de troc constituent des modèles de distribution fiables qu'en 1993, Mark Masters fonde *Talk Radio Network* (TRN), concurrent direct de PRN. Décrit sur la page d'accueil de son site internet comme un « poids lourd de la distribution sous licence des émissions de longues durée au format conversationnel » (*juggernaut in long*

¹⁰⁶⁴ «Weekday Program Clock,» effective January 19th, 2009, *The Rush Limbaugh Program*. Voir annexe n°16.

¹⁰⁶⁵ «Weekday Program Clock,» effective December 29th, 2008, *The Sean Hannity Show*. Voir Annexe n°17.

¹⁰⁶⁶ « *Non seulement la station locale obtient trois heures de programme gratuites, mais ça fait un animateur de talk-show local en moins parmi leur personnel. Ça rend les radios des petits et moyens marchés rentables et attractives par la réduction des coûts de personnel* ». Bill Mann, «MEDIA: Limbaugh's Dirty Little Secret of Radio Success,» *The Huffington Post*, April 12th, 2009.

¹⁰⁶⁷ « *Le contenu de la radio est tellement générique ; le local ça ne veut plus rien dire* ». Mann, «Limbaugh's Dirty Little Secret.»

form talk syndication)¹⁰⁶⁸, TRN débute en assurant la distribution de *Coast to Coast*, émission sur les phénomènes paranormaux animée par Art Bell. Après avoir rendu l'émission viable, Masters revend TRN à PRN début 1998 pour la lui racheter quatre mois plus tard sans l'émission d'Art Bell¹⁰⁶⁹. Parmi les entreprises de distribution sous licence, TRN se classe deuxième derrière PRN mais devant ABC Radio Networks et Westwood One, filiale de CBS. Outre les émissions de Savage et Ingraham, elle distribue celles de Jerry Doyle, Rusty Humphries et Erich "Mancow" Muller, toutes dans les 10 premières places du classement des émissions les plus écoutées selon *Talkers Magazine*¹⁰⁷⁰. Au printemps 2012, TRN annonce un chiffre de 275 affiliations avec des stations de radio dont certaines diffusent parfois plusieurs talk-shows radiophoniques distribués exclusivement par TRN¹⁰⁷¹. Son statut de corporation dédiée exclusivement à la distribution sous licence constitue sa spécificité : contrairement à Clear Channel, TRN ne possède aucune station de radio.

Au final, par leur implantation sur la quasi-intégralité des marchés radiophoniques, les géants de la distribution sous licence exercent une domination qui permet à la voix des animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs d'être entendue partout dans le pays. Cette hyper-ubiquité radiophonique du discours conservateur assure ainsi la diffusion permanente de leur idéologie sur tout le territoire.

6.1.2. Deux modèles du dispositif radiophonique conservateur : modèle monophonique et modèle polyphonique

La radio est un média qui fonctionne exclusivement grâce au son et principalement à la voix : l'animateur, ainsi que le discours qu'il produit, sont les éléments centraux du dispositif. Comme le formule Patrick Charaudeau pour décrire la voix de l'animateur,

on dira que la voix avec ses caractéristiques de timbre, d'intonation, de débit et d'accentuation, est révélatrice [...] des mouvements qui traversent son affect, de son intériorité cachée ou du moins invisible, de l'image qu'il se fait de lui-même (et éventuellement des autres), et jusques et y compris sa position sociale¹⁰⁷².

¹⁰⁶⁸ *Talk Radio Network > ABOUT*, www.trncorporate.com/about; dernière consultation le 1^{er} septembre 2012.

¹⁰⁶⁹ "A Declaration of Independents," Mark Masters Interview, *Radio Ink*, August 5th, 2002.

¹⁰⁷⁰ "The Top Talk Radio Audiences," *Talkers Magazine* n° XXX, Spring 2012,

¹⁰⁷¹ "Now Over 275 Affiliations," *Talk Radio Network News: News from Talk Radio Network, and Associated Companies* 8, n°1 (Feb/Mar. 2012), 8.

¹⁰⁷² Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique : La construction du miroir social* (Paris : Éditions Nathan Université, 1997) 87-88.

La voix est d'autant plus prépondérante dans le talk-show radiophonique politique qu'elle constitue la matière principale et essentielle de l'émission. De plus, par ses inflexions, elle établit une hiérarchie entre l'animateur d'un côté, et le public et les appelants de l'autre.

L'analyse de la voix, de son statut et de son interaction ou non avec d'autres voix fait apparaître deux modèles au sein du dispositif radiophonique conservateur : un dispositif agencé autour de la seule voix de l'animateur, un autre agencé autour de l'intervention de plusieurs voix, qui si elles ne se font pas entendre à proportion égale à celle de l'animateur, sont invitées à s'exprimer pleinement. Il semble donc plus pertinent de parler de « dispositifs » au pluriel que d'un dispositif unique qui serait commun à tous les talk-shows. Dans les deux cas, la voix demeure centrale et affirme la domination de l'animateur sur le dispositif dans son ensemble.

6.1.2.1. Le point commun aux deux modèles : l'animateur comme maître absolu du dispositif

La voix qui se fait entendre dans les talk-shows parle à la première personne du singulier. Ce faisant, elle signale la centralité de l'animateur dans l'émission et dans la définition de son contenu : dans le talk-show radiophonique conservateur, l'animateur est maître absolu du dispositif (dont il est en outre propriétaire par la syndication). Il suffit pour s'en convaincre de considérer le simple titre des émissions : à l'exception de l'émission de Savage, tous comprennent le prénom et le nom de l'animateur en position épithète du mot *show*. Si Savage ne fait pas mention de son prénom, son patronyme fait bien partie du titre. La formulation du titre signale à elle seule l'identification du contenu de l'émission à l'animateur. Le talk-show radiophonique conservateur est donc ce que Christophe Deleu désigne comme une « émission personnalisée »¹⁰⁷³.

À noter que les talk-shows politiques partisans aux États-Unis, qu'ils soient télévisés ou radiophoniques, sont tous des émissions personnalisées. Le public conservateur peut ainsi regarder *Hannity*¹⁰⁷⁴, *The O'Reilly Factor*¹⁰⁷⁵, *Huckabee*¹⁰⁷⁶ – et jusqu'en mai 2011, *Beck* –

¹⁰⁷³ Christophe Deleu, *Les Anonymes à la radio : usages, fonctions et portée de leur parole*, (Bruxelles : De Boeck, 2006), 76.

¹⁰⁷⁴ *Hannity, Weeknights at 9:00 p.m. E.T.*, <http://www.foxnews.com/on-air/hannity/index.html>; dernière consultation le 12 février 2010.

¹⁰⁷⁵ *The O'Reilly Factor, Weekdays at 8:00 p.m. and 11:00 p.m. E.T.*; <http://www.foxnews.com/on-air/oreilly/index.html>; dernière consultation le 4 septembre 2012.

¹⁰⁷⁶ *Huckabee, Saturdays and Sundays, 8:00 p.m. E.T.*, <http://www.foxnews.com/on-air/huckabee/index.html>; dernière consultation le 4 septembre 2012.

sur Fox News, tandis que les sociolibéraux peuvent suivre *The Rachel Maddow Show*¹⁰⁷⁷ et *The Ed Show*¹⁰⁷⁸ sur MSNBC. Par contraste, bien que les titres des journaux télévisés des chaînes hertziennes généralistes mentionnent aussi le nom du présentateur, ce dernier est indiqué de façon à n'avoir qu'une importance secondaire. Qu'il s'agisse de *ABC World News with Diane Sawyer*, *NBC Nightly News with Brian Williams* ou *CBS Evening News with Scott Pelley*, l'accent est mis sur la notion d'information, *news*, ainsi que sur le nom de la chaîne. Le nom du présentateur est mentionné en complément du nom du journal par la préposition *with*, comme pour indiquer qu'il n'est que le « rapporteur » de l'information. À relever que les titres des programmes de divertissement non-partisans que sont les talk-shows satiriques de deuxième partie de soirée (*late-night comedy*) ont un fonctionnement similaire. Citons à titre d'exemple *Late Show with David Letterman* sur CBS, *The Tonight Show with Jay Leno* sur NBC, ou encore *Late Night with Jimmy Fallon* sur la même chaîne. Tous mettent en exergue la notion de spectacle, *show*, signalant ainsi que l'humour, la satire et le divertissement forment le contenu de l'émission. Il semble donc y avoir une adéquation entre statut d'émission personnalisée signalé par l'inclusion des prénom et patronyme de l'animateur dans le titre et approche partisane.

En corollaire à la personnalisation du talk-show radiophonique conservateur, l'animateur utilise la première personne du singulier et du pluriel à longueur d'émission, une particularité discursive qui distingue ce genre d'émission des journaux d'informations télévisés. Certes, les présentateurs des journaux du soir recourent eux aussi au « je » et au « nous » mais ils l'utilisent dans des proportions bien moindres et surtout, ils n'en font pas le même usage. Le respect de la norme d'objectivité rend impératif le désinvestissement et la mise à distance du présentateur par rapport à l'information qu'il rapporte. Le « je » est donc une option discursive proscrite dans la présentation et la mise en perspective des événements relatés. Il n'est donc utilisé que très rarement, typiquement au moment de la transition d'un sujet à l'autre. Par exemple, dans l'édition du 12 avril 2010 d'*ABC World News with Diane Sawyer*, la présentatrice éponyme clôt l'intervention du Doctor Richard Besser sur la question des seniors au volant en précisant : « *Thank you and I know you've put online a lot of other tips for everybody at home* »¹⁰⁷⁹. Dans ce cas, l'utilisation de la première personne du singulier est

¹⁰⁷⁷ *The Rachel Maddow Show*, 9:00 p.m. ET/PT, M-F. http://www.msnbc.msn.com/id/26315908/ns/msnbc_tv-rachel_maddow_show/; dernière consultation le 4 septembre 2012.

¹⁰⁷⁸ http://www.msnbc.msn.com/id/45755822/ns/msnbc_tv-the_ed_show/; dernière consultation le 4 septembre 2012.

¹⁰⁷⁹ « *Merci et je sais que vous avez mis en ligne beaucoup d'autres informations pour que tout le monde puisse les consulter de chez eux* ». *ABC World News with Diane Sawyer*, 12 avril 2010.

non-marquée : elle intervient de façon neutre, tout à fait ponctuellement, en dernière partie du journal à la conclusion d'un reportage sur un sujet d'importance secondaire par rapport aux sujets politiques du moment, et surtout dans une phrase improvisée qui semble ne pas faire partie du script qui défile sur le prompteur. Elle vise à rompre quelques secondes avec le formalisme de l'exercice pour permettre un moment de légèreté dans un format d'émission plutôt austère.

Dans les journaux télévisés, c'est la première personne du pluriel qui constitue la norme discursive : il s'agit d'un « nous » qui renvoie à l'équipe éditoriale qui prépare le journal, comme celui qu'utilise Diane Sawyer en introduction d'un reportage sur le Tea Party en septembre 2010 : « *And we have another victory to report for the Tea Party tonight against a mainstream Republican* »¹⁰⁸⁰. Ici, le « nous » désigne l'ensemble des personnes ayant contribué à l'édition du jour, donc toute la chaîne humaine en amont du journal dont la production du contenu est une entreprise collective. À noter que ce « nous » est employé dans une tournure modale qui vise à distancier l'animateur de la nouvelle qu'il présente, un procédé récurrent dans les journaux télévisés. Ainsi, le présentateur ne tarit pas de périphrases telles que « *we learnt today that* » ou « *we now know that* » qui sont des rappels constants du processus de mise à distance. Enfin, le présentateur utilise la première personne typiquement au moment de prendre congé des téléspectateurs, à la façon de Brian Williams le 12 avril 2010 : « *This is our broadcast for our Monday night [...], thanks for being with us, I'm Brian Williams. As always, we hope to see you tomorrow* »¹⁰⁸¹. Là encore, il s'agit d'un nous collectif signalant que l'animateur parle au nom de l'équipe qui travaille à la réalisation du journal.

Il en est tout autrement des animateurs de talk-shows conservateurs. Si leur utilisation de la première personne du singulier et du pluriel peut-être neutre – comme lorsque Hannity annonce ce dont il va parler dans les minutes suivantes (« *I'm gonna go about the tax structure in a minute* »¹⁰⁸²) – elle a le plus souvent une visée stratégique. En effet, cette utilisation du « je » dans le traitement de l'actualité politique et sociétale indique que l'animateur parle en son nom propre. Évoquant les politiques interventionnistes d'Obama, il déclare : « *I am getting more afraid every day, I really am. Just when I think it can't get*

¹⁰⁸⁰ « *Et nous avons à présenter une autre victoire du Tea Party ce soir contre un Républicain centriste* ». *ABC World News with Diane Sawyer*, 1^{er} septembre 2010.

¹⁰⁸¹ « *C'était notre journal du lundi soir [...] merci d'être avec nous, mon nom est Brian Williams. Comme toujours, nous espérons vous voir demain* ». *NBC Nightly News with Brian Williams*, 12 avril 2010 (00:22:04).

¹⁰⁸² « *Je vais évoquer la structure fiscale dans une minute* ». *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010 (00:11:35).

worse, it gets worse »¹⁰⁸³. L'auditeur est donc invité à apprécier la gravité de la situation, non pas sur la base des faits exposés en amont, mais par identification à l'animateur : si Hannity a peur, l'auditeur devrait avoir peur également. Il s'agit d'un « je » affirmé qui se veut gage de fiabilité et de vérité de ce dont il évoque.

Il en va de même pour le « nous » qu'utilisent de façon récurrente les animateurs des talk-shows, différent lui aussi de celui que peuvent employer les présentateurs de journaux télévisés, à l'image de celui qu'utilise Limbaugh pour introduire un développement sur la loi de réforme de santé : « *we now know what the bill does to us* »¹⁰⁸⁴. Ce « nous » est celui de la communauté de vues que forment l'animateur et les auditeurs conservateurs, que ce dernier convoque à des fins de polarisation du débat. Il faut entendre dans ce nous « nous, conservateurs » ou « nous, citoyens victimes des politiques d'Obama » par exemple. Ainsi, là où le « nous » des présentateurs de journaux télévisés est neutre, le « nous » des animateurs de talk-shows radiophoniques a le plus souvent une visée stratégique.

La centralité de l'animateur se vérifie par ailleurs dans la définition du contenu de l'émission, contenu constitué des commentaires d'évènements précis de l'actualité politique et sociétale. S'ils relèvent bien des thématiques clairement identifiables, l'animateur ne les traite pas en tant que telles mais à partir de faits d'actualité concrets, un point que précise Limbaugh dans une brève présentation de son émission lors de sa diffusion en simultané sur la chaîne C-SPAN le 18 février 1994:

This is a program that is driven by the news of the day, driven by issues, driven by events, we don't sit here and do topics. We don't sit here on Friday morning saying, 'ok next Thursday, let's do a show on Tanya Harding and see if we can line up guests for it'. That doesn't happen here, it's expressly event-driven.¹⁰⁸⁵

Édicté par Limbaugh au sujet de son émission, ce principe est valable pour celles de ses homologues. Ainsi, les discussions qui se tiennent sur les talk-shows radiophoniques conservateurs n'abordent pas les questions politiques et sociétales pour elles-mêmes et pour leur importance dans l'absolu, mais parce qu'elles sont ancrées dans des faits et événements concrets et relèvent de préoccupations immédiates dictées par l'actualité. En outre,

¹⁰⁸³ « *J'ai de plus en plus peur chaque jour, vraiment. Au moment pile où je me dis que ça ne peut pas empirer, ça empire* ». *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010 (00:13:25).

¹⁰⁸⁴ « *Nous savons désormais comment la loi nous affecte* ». *The Rush Limbaugh Show*, 13 avril 2010 (00:45:14).

¹⁰⁸⁵ « *C'est une émission dont l'impulsion est donnée par l'actualité du jour, par les questions de fond, par les événements, nous ne sommes pas là pour traiter de sujets. On n'est pas là le vendredi matin à dire, 'd'accord, jeudi prochain, on fait une émission sur Tanya Harding et on essaie de voir si on peut réunir des invités'. Ça ne se passe pas comme ça, l'émission est alimentée par les événements* ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (00:09:30).

l'animateur s'octroie une liberté absolue quant à la direction éditoriale de l'émission : il décide seul de l'ordre du jour, sélectionnant les événements qui font l'objet des discussions en fonction de ses intérêts et préoccupations propres.

Cette sélection s'opère sur la base de l'importance qu'il y accorde et selon des critères qu'il détermine seul. Ainsi, lors d'un entretien accordé à Robert M. Batscha, directeur du *Museum of Television and Radio* de New York¹⁰⁸⁶, Limbaugh précise que lui seul décide de l'ordre du jour: « *the purpose of the show is to talk about the things I am interested in* »¹⁰⁸⁷. C'est là un autre aspect commun aux quatre émissions, car si les autres animateurs ne semblent pas produire de métadiscours sur le fonctionnement de leurs émissions, leur propos est ponctué de marqueurs discursifs signalant leur plein investissement dans le contenu de ce qu'ils relaient, ainsi que l'importance particulière qu'ils accordent au sujet évoqué. Dans le talk-show radiophonique conservateur, l'animateur ne se limite donc pas à transmettre l'information de manière détachée mais prend pleinement à sa charge le contenu de ce qu'il rapporte et commente.

Le dispositif des quatre émissions présente un autre point commun : à des degrés différents, Limbaugh, Hannity, Ingraham et Savage sont engagés dans un processus d'essaimage multimodal. Outre les trois heures d'émission quotidiennes, chacun d'entre eux dispose d'espaces d'expression complémentaires sur d'autres supports médiatiques. Prolongement de l'émission, le site internet constitue une caisse de résonance aux discussions qui se tiennent sur les ondes grâce au renvoi aux articles de presse et extraits vidéo ayant servi de base à la discussion : le site internet a donc une première fonction d'amplification du contenu des émissions. D'autre part, il permet de mettre à jour les informations en temps réel et ainsi de maintenir le lien entre l'émission et les plus assidus des auditeurs d'un jour à l'autre. Sur le site d'Ingraham, la rubrique *Need to Know*¹⁰⁸⁸ liste les articles ayant servi d'appui à la conversation ainsi que d'autres apportant des compléments d'information, à l'instar de *Page 2 News* sur celui de Savage¹⁰⁸⁹. Hannity regroupe ces articles sous la rubrique *Articles* ; Limbaugh les affiche quant à lui directement sur la page d'accueil.

¹⁰⁸⁶ Le musée s'appelle désormais *The Paley Center for Media*. Voir le site <http://www.paleycenter.org/>.

¹⁰⁸⁷ « *Le but de cette émission est de parler des choses qui m'intéressent* ». "Rush Limbaugh and the Talk Radio Revolution", *Museum of Television and Radio Seminars Series: The First Annual Radio Festival*, recorded on October 24th, 1995 (7:30 p.m. E.T.) and hosted by Robert M. Batscha, Chair of the Museum for Television and Radio; catalogue reference: T: 40932.

¹⁰⁸⁸ *Need to Know*, www.lauraingraham.com/blog?categoryID=1#a=1&year=2012&month=8&action=blogArchive&destinationpage=%2Fpg%2Fjsp%2Fcommunity%2Fblog%2Fbloginclude.jsp&categoryID=1; dernière consultation le 28 août 2012.

¹⁰⁸⁹ *Page 2 News*, <http://www.michaelsavage.wnd.com/page-2-news/>; dernière consultation 23 août 2012.

À noter que seuls les sites d'Ingraham et Hannity comprennent une page dédiée aux Tweets des internautes (@IngrahamAngle, @seanhannity), mais tous proposent cependant des possibilités d'interactivité avec l'internaute et de partage sur les réseaux sociaux.

Le site joue également un rôle d'archivage : les trente dernières émissions sont disponibles à l'écoute sur le site et téléchargeables en baladodiffusion moyennant une souscription payante au site, et des extraits de transcription de certaines émissions sont mis à disposition gratuitement. L'archivage payant est également une preuve de l'importance que les auditeurs accordent à ces émissions. Par ailleurs, le site internet a également une fonction de promotion par le biais du merchandising de l'émission et de l'animateur. Les pages *store* proposent tout un panel d'objets à l'effigie de l'animateur et aux couleurs de l'émission qui reprennent des éléments saillants de leurs discours, souvent sans les citer nommément, ou qui relaient le message de certaines opérations parodiques lancées sur les ondes.

Dans la première catégorie on trouve ainsi des tasses et des t-shirts griffés *Freedom Czar*, soit « Haut fonctionnaire à la liberté » sur le site d'Ingraham¹⁰⁹⁰, titre qu'elle revendique par opposition aux hauts fonctionnaires de l'État qui incarnent à ses yeux le pouvoir du *Big Government*, ou arborant le slogan *Can you afford four more ?* sur le site de Hannity¹⁰⁹¹, leitmotiv de l'animateur depuis la réforme du système de santé. Dans la deuxième catégorie, le merchandising disponible sur le site de Limbaugh fait la promotion d'*Operation Chaos* et de *Club Gitmo*, village de vacances fictif pour terroristes islamistes situé à Guantánamo. Outre les t-shirts et casquettes portant le logo et l'ordre de mission d'*Operation Chaos*, des t-shirts censés promouvoir le *Club Gitmo* peuvent également être achetés : y sont inscrits des messages tels que *My Mullah went to Gitmo and all I got was this lousy t-shirt*¹⁰⁹², *Your tropical retreat from the stress of Jihad*¹⁰⁹³, ou encore *What happens in Gitmo stays in Gitmo*¹⁰⁹⁴. Il s'agit donc d'offrir la possibilité aux auditeurs conservateurs les plus convaincus d'affirmer des valeurs promues dans les émissions par le port d'un vêtement et, ce faisant, de prolonger leur diffusion au-delà de la situation de contact. Enfin, dans le cas de Limbaugh, le site internet apporte une composante supplémentaire au processus de stigmatisation en proposant

¹⁰⁹⁰Home > Store > Freedom Czar, <http://www.lauraingraham.com/p/Freedom-Czar/Freedom-Czar-Crewneck-Sweatshirt/22597.html?dispid2=109>; dernière consultation le 18 août 2012.

¹⁰⁹¹Home > Apparel > NEW "Can You Afford Four More?" POLO SHIRT www.seanhannitystore.com/index.php?route=product/product&path=20&product_id=59

¹⁰⁹²*The Club G'itmo T-Shirt - My Mullah Went to Club G'itmo and All I Got Was This Lousy T-Shirt*; https://members.premiereinteractive.com/store/28566/41864_7.html; dernière consultation le 18 août 2012.

¹⁰⁹³*The Club G'itmo T-Shirt - Your Tropical Retreat from the Stress of Jihad*; https://members.premiereinteractive.com/store/28566/41864_9.html; dernière consultation le 18 août 2012.

¹⁰⁹⁴*The Club G'itmo T-Shirt - What Happens in G'itmo Stays in G'itmo*; https://members.premiereinteractive.com/store/28566/41864_8.html; dernière consultation le 18 août 2012.

à l'internaute une visite de *The Rush Limbaugh Museum of Broadcasting*, musée virtuel célébrant l'accomplissement de l'animateur¹⁰⁹⁵.

Le site internet propose également les livres écrits par l'animateur disponibles à la vente. Le livre est un autre support de médiation investi par Limbaugh et ses homologues : chacun d'entre eux en ont écrit au moins deux (Limbaugh) et les plus prolifiques en ont plus de six (Hannity et Savage). Typiquement, le livre propose un condensé des valeurs que l'animateur considère primordiales, des principes politiques auxquels il adhère et des sujets qui constituent ses préoccupations majeures. Chaque chapitre est consacré à une thématique en particulier ce qui permet facilement au lecteur de saisir le positionnement thématique et idéologique de son auteur.

Plus récemment, le support livre a été mis à profit pour évoquer un aspect précis du contexte politique immédiat. Il a ainsi permis à Ingraham de critiquer spécifiquement l'action du président Obama dans *The Obama Diaries*¹⁰⁹⁶ et de déplorer le déclin identitaire et culturel des États-Unis – leitmotiv prévalent du discours de l'animatrice – dans *Of Thee I Zing : American Cultural Decline from Muffin Tops to Body Shots*¹⁰⁹⁷. Hannity a quant à lui utilisé ce support pour établir un plan de bataille en vue de la reconquête du Congrès lors des élections de mi-mandat dans *Conservative Victory : Defeating Obama's Radical Agenda*¹⁰⁹⁸. Une fois publié, le livre permet ensuite à l'animateur d'aller à la rencontre du public pour en faire la promotion. Dans le cas de Hannity, son livre de 2010 a été l'occasion de partir en tournée à travers le pays dans le cadre du *Conservative Victory Tour* et de diffuser *The Sean Hannity Show* depuis une ville différente chaque jour en ciblant particulièrement les états où se tiennent des élections primaires importantes. Rappelons également qu'à ses débuts entre 1989 et 1991, Limbaugh avait quant à lui proposé un one-man show, version scénique de son émission, au cours du *Rush to Excellence Tour*, tournée de plus d'une centaine de dates¹⁰⁹⁹.

Enfin, tous les animateurs ont à un moment de leur parcours investi le support télévisuel en écho à leur émission de radio. Si Limbaugh a été pionnier en la matière en proposant *The Rush Limbaugh Show* à la radio l'après-midi et à la télévision en deuxième partie de soirée entre 1992 et 1996, Ingraham et Hannity sont quant à eux des figures radiophoniques autant que télévisuelles. Ingraham propose « The Ingraham Angle » dans l'émission *The O'Reilly*

¹⁰⁹⁵ *The Rush Limbaugh Museum of Broadcasting*, http://download.premiereradio.net/guest/rushlimb/LimbaughMuseum/Iphone2/PRELOAD_Outside.html; dernière consultation le 25 août 2012.

¹⁰⁹⁶ Laura Ingraham, *The Obama Diaries*, (New York: Threshold Editions, 2010).

¹⁰⁹⁷ Laura Ingraham, *From Thee I Zing: From Muffin Top to Body Shots*, (New York: Threshold Editions, 2010).

¹⁰⁹⁸ Sean Hannity, *Conservative Victory: Defeating Obama's Radical Agenda*, (New York: HarperCollins, 2010).

¹⁰⁹⁹ "Rush Limbaugh and the Talk Radio Revolution."

Factor sur Fox News et intervient en remplacement de son animateur Bill O'Reilly de façon régulière le vendredi soir. Quant à Hannity, il a animé un talk-show à deux voix avec Alan Colmes, *Hannity & Colmes*, entre 1996 et 2008, émission qui devient tout simplement *Hannity* à partir de janvier 2009, suite au départ de son partenaire¹¹⁰⁰. Savage a lui proposé une version télévisée de *The Savage Nation* sur MSNBC entre mars et avril 2003.

Ainsi, l'essaimage multimodal, la prépondérance de l'animateur dans la définition du contenu de l'émission, la sélection des événements qui y sont évoqués, la prise en charge du contenu informationnel ainsi que l'affirmation du « je » comme pratique discursive dominante, sont les caractéristiques qui constituent le socle commun des dispositifs du talk-show radiophonique conservateur.

La question du statut de l'animateur est toutefois un élément de divergence qui définit deux modèles de dispositifs. Dans l'un, la voix de l'animateur domine la discussion et, outre l'intervention des appelants et la diffusion de segments audio, est la seule voix à se faire entendre dans l'émission : cette caractéristique définit le « dispositif monophonique », typique de *The Rush Limbaugh Show*. Dans l'autre, la voix de l'animateur demeure prépondérante mais n'exclut pas l'expression d'autres voix, celles de spécialistes, de figures politiques ou médiatiques et autres experts, invités à s'exprimer dans l'émission. C'est le cas de *The Sean Hannity Show*, *The Laura Ingraham Show* et *The Savage Nation*, émissions qui s'appuient sur un « dispositif polyphonique ».

6.1.2.2. Dispositif monophonique: le talk-show comme « dictature bienveillante »

Si l'animateur de talk-show radiophonique est typiquement maître absolu du dispositif, c'est un contrôle hégémonique qu'exerce Limbaugh sur celui de *The Rush Limbaugh Show*, émission qu'il définit comme une « dictature bienveillante » : « *This is also a benevolent dictatorship—I am the dictator. There is no First Amendment here, except for me* »¹¹⁰¹. L'animateur entend avoir un total contrôle de la parole et jouir seul de la liberté d'expression : il est donc unique source du droit et de la loi dans son émission, comme le suggère la référence au Premier amendement de la Constitution. Outre la façon dont elle définit le statut de la parole de l'appelant, cette conception de l'émission indique également que la voix de

¹¹⁰⁰ Brian Stelter, "One Half of 'Hannity & Colmes' is leaving," *The New York Times*, November 24th, 2008; <http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2008/11/24/one-half-of-hannity-colmes-is-leaving/>; dernière consultation le 18 août 2012.

¹¹⁰¹ « *C'est également une dictature bienveillante: c'est moi le dictateur. Il n'y a pas de Premier amendement ici, sauf pour moi* ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994, (00:09:47).

Limbaugh exerce un monopole absolu sur la discussion. Ainsi, il précise que l'émission ne sollicite l'intervention d'aucun invité : « *There are no guests on this program unless they call in like anybody else. We don't slate or schedule interviews here* »¹¹⁰². Aucune valeur n'est donc reconnue à la parole de l'expert, du spécialiste ou de l'homme politique qui se voit reléguée au rang de parole ordinaire. Ce principe affirme donc implicitement la dimension anti-intellectuelle d'hostilité à l'élite de l'émission tout en confortant le refus de la norme d'objectivité. Comme le résume le journaliste de *The New York Times* Lewis Grossberger : « *There are no guests. Limbaugh is his own guests* »¹¹⁰³. Dominé par la seule voix de l'animateur, le dispositif de *The Rush Limbaugh Show* est donc monophonique.

De l'aveu de Limbaugh lui-même, son émission se différencie des autres émissions du même genre : « *For those of you who are new to this program, [...] let me give a little information about it, bring you up to speed as to what happens on this program and how it differs from most* »¹¹⁰⁴. Évoqué en début d'émission le 18 février 1994, cet aspect du dispositif témoigne de la volonté de Limbaugh, dès les premières années, de se démarquer de ses homologues, fussent-ils animateurs d'émissions locales ou d'émissions nationales à l'audience plus restreinte. Il ne doit donc pas être attribué à la nécessité pour l'animateur de se démarquer des Hannity, Beck et autres Levin qui font leur entrée sur les ondes nationales au début des années 2000. Sur ce point, le dispositif de *The Rush Limbaugh Show* demeure donc le même depuis ses débuts.

Outre que la sélection des événements et des faits d'actualité disséqués à l'antenne est définie par l'animateur – comme c'est le cas des autres émissions – il ne semble pas y avoir, dans l'émission de Limbaugh, d'autre interprétation acceptable que celle qu'en propose l'animateur qui se pose ainsi comme seul contre-expert des questions de société et des événements politiques du moment : « *This is a program also, I should also say, devoted exclusively to what I think. We don't sit here trying to learn what anybody else is thinking per se* »¹¹⁰⁵. L'émission de Limbaugh apparaît comme l'archétype de l'émission personnalisée en ce que l'opinion de l'animateur en constitue à elle seule le contenu. La parole de l'autre n'y

¹¹⁰² « *Il n'y a pas d'invités dans cette émission à moins qu'ils n'appellent comme tout le monde. Nous ne prévoyons ni ne programmons d'entretiens ici* ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994, (00:09:24).

¹¹⁰³ Grossberger, "The Rush Hours."

¹¹⁰⁴ « *Pour ceux d'entre vous qui sont nouveaux, [...] permettez-moi de vous donner quelques informations sur cette émission, de vous mettre au courant de ce qui se passe dans cette émission et de la façon dont elle diffère de la plupart des autres* ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994, (00:09:13).

¹¹⁰⁵ « *C'est aussi une émission, il faut que je le précise, dédiée exclusivement à ce que je pense. On n'est pas là à essayer de savoir ce que quelqu'un d'autre pense en tant que tel* ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994, (00:11:08).

est pas sollicitée par le biais de son intervention sur les ondes, elle n'y est pas non plus relayée. De ce point de vue, le dispositif de *The Rush Limbaugh Show* est donc un dispositif verrouillé.

Se pose alors la question du rapport de l'auditeur à la parole de l'animateur, dans la mesure où ce dernier est invité à y adhérer sans gage de son authenticité ni de sa véracité, aucun expert n'étant convoqué pour la légitimer. Contrairement à ses homologues Ingraham et Hannity, Limbaugh se positionne comme « loup solitaire » : bien qu'il entretienne des liens avec l'establishment médiatique conservateur et la classe politique républicaine, ils ne sont jamais évoqués ni mis en avant. Limbaugh ne les convoque jamais pour valider son discours, ne revendiquant que lui-même comme source d'autorité. Le positionnement singulier de Limbaugh au moment de prendre la parole explique l'adhésion de l'auditeur au discours de l'animateur. Homme de radio, il est également une star médiatique qui assoit sa crédibilité sur le seul gage de ses qualités personnelles et sur le caractère hors du commun de sa personne. Comme il ne manque pas de le rappeler en début d'émission, il est, à l'en croire, doté d'une intelligence exceptionnelle : « *Talent on loan from God. And Rush Limbaugh, as usual, half my brain tied behind my back just to make it fair* »¹¹⁰⁶. C'est un positionnement qu'il adopte dès le début de l'émission, bien avant même d'avoir connu le succès : ainsi, il est une star car il choisit de se positionner en tant que telle.

En résulte la création d'un récit autour de l'émission et de l'animateur qui insiste sur leur caractère exceptionnel, ainsi qu'un processus de mystification de tout ce qui s'y rapporte. La société de production de l'émission est ainsi appelée *The Excellence in Broadcasting Network*. L'endroit d'où est émise l'émission occupe également une place essentielle dans la narration. Ainsi, quand Limbaugh émet de Floride, il désigne le studio comme la « base de commandement sud » (« *We're back here at the EIB Southern Command, ladies and gentlemen, great to have you along* »¹¹⁰⁷); quand il émet de New York, il parle de « base de commandement nord ». Un tel champ lexical suggère que porter la parole conservatrice est une entreprise de grande envergure requérant une logistique et des moyens matériels conséquents, une stratégie élaborée ainsi que tout un état-major.

Le processus de mystification concerne également les objets les plus triviaux comme le micro dans lequel il parle, désigné comme « le micro d'or du réseau EIB » (« *Here at the EIB*

¹¹⁰⁶ « *Du talent prêté par Dieu Et Rush Limbaugh, comme toujours, la moitié de mon cerveau attaché derrière mon dos par simple souci d'équité* ». *The Rush Limbaugh Show*, 4 mai 2004.

¹¹⁰⁷ « *Nous sommes de retour ici à la base de commandement sud de l'EIB, mesdames et messieurs, c'est un plaisir de vous avoir avec nous* ». *The Rush Limbaugh Show*, 6 mai 2004.

southern command, behind the golden EIB microphone »¹¹⁰⁸), et le fauteuil dans lequel il s'assoit, qu'il nomme le « fauteuil d'Attila le Hun »¹¹⁰⁹. Objets tout à fait banals dans un studio de radio, par la façon dont il les évoque, Limbaugh les entoure d'une aura particulière et les transforme en attributs de son pouvoir. L'animateur va même jusqu'à mettre au centre du discours certaines parties de son corps, et notamment ses doigts qu'il désigne comme « mes doigts jadis tachés de nicotine » (« *I have in my formerly nicotine-stained fingers a column today from The Boston Globe by noted radicalist Derrick Z. Jackson*¹¹¹⁰ ») au moment de lire une coupure de journal, comme pour dramatiser l'instant et investir le propos qu'il s'apprête à développer de toute la magie de sa personne. Au début des années 1990, il diffusait même une parodie de la chanson de *Mack The Knife* extraite de *The Threepenny Opera* qu'il avait fait rebaptiser *Rush the Knife* (Voir annexe n°9 « Rush the Knife »). Ainsi, la prépondérance de l'animateur va-t-elle bien au-delà de sa simple maîtrise du dispositif : elle s'affirme par la mystification de la personne même de Limbaugh. L'auditeur se branche donc sur *The Rush Limbaugh Show* en toute connaissance de cause et accepte l'hégémonie de l'animateur sur l'ensemble du dispositif et sur lui-même, par son adhésion au phénomène Limbaugh qui scelle le « pacte spectatorial », l'horizon d'attente des auditeurs en ce qui concerne la teneur du contenu diffusé¹¹¹¹.

6.1.2.3. Dispositif polyphonique: le talk-show comme espace de parole partagée

Bien qu'ils en restent maîtres, Hannity, Ingraham et Savage n'exercent pas ce contrôle hégémonique sur le dispositif de leur émission du fait principalement qu'ils ménagent un espace d'expression à d'autres voix que la leur. Ils gardent, certes, la maîtrise absolue du contenu éditorial et de la sélection des événements qui font l'objet de la discussion mais le dispositif s'appuie sur l'intervention d'invités dont ils sollicitent le point de vue et l'analyse sur un sujet donné : il s'agit donc d'un dispositif polyphonique. Les invités sont des personnes dont les animateurs reconnaissent l'expertise dans un domaine précis, ou de figures politiques, presque exclusivement des conservateurs, à qui ils offrent une tribune.

¹¹⁰⁸ « Ici à la base de commandement sud, derrière le micro d'or de l'EIB ». *The Rush Limbaugh Show*, 6 mai 2004.

¹¹⁰⁹ « *The chair of Attila the Hun* ». *The Rush Limbaugh Show*, 3 novembre 1992, (00:00:59).

¹¹¹⁰ « *J'ai entre mes doigts jadis tachés de nicotine un article de The Boston Globe écrit par le radical notoire Derrick Z. Jackson* ». *The Rush Limbaugh Show*, 6 mai 2004.

¹¹¹¹ Patrick Charaudeau, *Les Médias et l'information: l'impossible transparence du discours* (Bruxelles: De Boeck, 2005).

Liste des invités par émission
(Semaine du corpus sélectionné pour l'analyse de contenu, 12 au 16 avril 2010)

| <i>The Laura Ingraham Show</i> | <i>The Sean Hannity Show</i> | <i>The Savage Nation</i> ¹¹¹² |
|--|--|--|
| <i>12 avril 2010</i> | | |
| Michelle Bachman, représentante du Minnesota | Dick Morris consultant politique conservateur | |
| Dan Patrick, sénateur de l'État du Texas | Newt Gingrich, ancien président de la Chambre des représentants | |
| <i>13 avril 2010</i> | | |
| Dick Morris, consultant politique conservateur | Marco Rubio, président de la Chambre des représentants de Floride | |
| <i>14 avril 2010</i> | | |
| Rick Santelli, correspondant de CNBC | Michelle Malkin, bloggeuse conservatrice | |
| Peter Hitchens, journaliste conservateur anglais | Juan Williams, analyste politique sur Fox News / contributeur au <i>New York Times</i> | |
| <i>15 avril 2010</i> | | |
| Grover Norquist, président d' <i>American for Tax Reform</i> | Bill Cunningham, animateur conservateur de talk-show radiophonique et télévisé | |
| Raymond Arroyo, directeur du service d'informations d' <i>Eternal World Television Network</i> | | |
| <i>16 avril 2010</i> | | |
| Larrisa Mason, directrice exécutive du <i>National Council for Adoption</i> | | |
| Cathy Ruse, jurist au sein du <i>Family Research Council</i> | | |

Ces invités sont conviés à prendre la parole sur des questions qui auront piqué au vif l'animateur par leur importance immédiate dans l'actualité ou qui mettent en jeu certains principes moraux auxquels l'animateur est attaché. Ingraham, Hannity et Savage assoient donc leur légitimité sur la pertinence de leurs idées, leur adhésion à des valeurs qu'ils estiment supérieures et leur analyse des enjeux de l'actualité politique et sociétale, elle-même validée et légitimée par l'intervention d'experts. Leurs émissions mettent l'accent uniquement sur la promotion active du conservatisme, et non sur la personne de l'animateur. À cet égard, bien qu'elles soient des émissions personnalisées, *The Laura Ingraham Show* et *The Sean Hannity Show* ne produisent pas de métadiscours sur la personne de l'animateur, contrairement à *The Rush Limbaugh Show*. Il n'y a donc pas de processus de starisation, encore moins de mystification. Quant à Savage, lorsqu'il parle de lui ou qu'il évoque un événement de sa vie personnelle, c'est souvent en amorce à une critique ou un commentaire sur la société américaine.

¹¹¹² Exceptionnellement cette semaine, Savage ne reçoit aucun invité.

Malgré la dimension polyphonique du dispositif de leurs émissions, si l'avis d'invités est sollicité du fait de leur expertise et s'ils disposent d'un espace de parole important, il semble que ces derniers ne soient conviés à prendre part au débat que dans le but d'abonder dans le sens du propos de l'animateur, en apportant précisions, éléments de contextes et données supplémentaires, ou en faisant des rappels sur les précédents à l'événement évoqué. Rares sont les cas d'invités qui expriment un point de vue divergent, et lorsque cela arrive, leur parole tend à être utilisée de façon à relancer la polémique. Ces émissions construisent donc un système de répartition concertée de la parole à des fins de mise en scène d'un dialogue factice qui vise à légitimer le point de vue défendu par l'animateur.

Pour finir, le positionnement d'Ingraham et de Hannity n'est pas celui du loup solitaire à la Limbaugh. Chacun cherche, certes, à se différencier mais leurs liens avec l'establishment médiatique sont clairement revendiqués au cours des émissions, ainsi que ceux qu'ils entretiennent avec certains membres du Parti républicain. L'adhésion de l'auditeur au discours est ainsi motivée par l'appartenance de l'animateur à cet establishment médiatique conservateur, élément qui scelle le pacte spectatorial de ce dispositif polyphonique.

6.1.3. Le changement de statut dans l'écosystème médiatique américain : de média alternatif à média de niche influent

Le rapport du talk-show radiophonique conservateur avec l'écosystème médiatique est une autre composante essentielle du dispositif car sa position à la marge est une condition nécessaire à la formulation du discours partisan des animateurs. S'il reste marginal, le statut du talk-show n'en évolue pas moins au fil des années sous l'effet des changements de la structuration de l'écosystème médiatique et la résurgence puis la normalisation en son sein de la parole conservatrice. Alors qu'au moment de son expansion au tournant des années 1990, le talk-show conservateur est parmi les médias à fort taux d'audience, le seul média conservateur, il subit la concurrence croissante de Fox News à partir du tournant des années 2000, pour se retrouver une voix conservatrice parmi une multitude dix années plus tard. Ainsi, le statut du talk-show radiophonique conservateur passe de celui de média alternatif à celui de média de niche influent.

6.1.3.1. De 1988 au tournant des années 2000 : le talk-show radiophonique conservateur comme média alternatif

La notion de média alternatif est très large et s'utilise dans divers contextes pour désigner des types de formats et de supports très différents. L'éventail de ce qu'on désigne par média alternatif dans le contexte des États-Unis s'étend des radios pirates et micro-radios (*microbroadcasters*) jusqu'aux graffiti, en passant par les fanzines et les radios communautaires¹¹¹³. Établir une définition de la notion de média alternatif est une réelle gageure car, pour le dire avec Kate Coyer, il y a « *presque autant [de définitions] qu'il y a de gens qui se penchent et écrivent dessus, et qui proposent un étiquetage et des définitions concurrents* »¹¹¹⁴. Cet étiquetage désigne les médias alternatifs de différentes façons: médias radicaux, médias indépendants, médias citoyens, médias tactiques, médias autonomes ou encore médias communautaires. Chris Atton propose une acception encore plus élargie du terme en défendant l'idée que les médias alternatifs ne se limitent pas à des formats et des supports : « *By this I mean a range of media projects, interventions and networks that work against, or seek to develop different forms of, the dominant, expected (and broadly accepted) ways of doing media* »¹¹¹⁵. Ainsi, la notion peut donc s'étendre jusqu'à englober la performance et le happening.

Les travaux de recherche sur la question définissent plusieurs principes communs aux médias alternatifs. Leur première caractéristique essentielle est qu'ils constituent un espace d'expression à des points de vue qui ne sont d'ordinaire pas représentés dans les médias de référence, quand ils ne véhiculent pas des opinions qui y sont opposées, voire hostiles. La norme d'objectivité empêche en effet de s'intéresser aux groupes considérés comme trop éloignés de la norme identitaire : une telle démarche serait perçue comme une marque de partis pris envers ces groupes¹¹¹⁶. Ainsi, les médias alternatifs se distinguent des médias de référence en ce qu'ils permettent de rendre visible les groupes minoritaires, marginalisés et non représentés dans le processus politique. Par exemple, dans la première décennie des années 2000, ils ont servi de tribune aux mouvements d'opposition à l'intervention

¹¹¹³ Kate Coyer, Tony Downmunt and Alan Fountain, *The Alternative Media Handbook* (New York: Routledge, 2007), 16.

¹¹¹⁴ « *Almost as many [definitions] as there are people thinking and writing about it, coming up with competing labels and definitions* ». Coyer et al., *Alternative Media Handbook*, 3.

¹¹¹⁵ « *Par ceci, j'entends une variété de projets, d'interventions et de réseaux médiatiques qui s'affirment en opposition aux façons attendues (et largement acceptées) de faire des médias, ou qui cherchent à en développer des formes différentes* ». Chris Atton, *An Alternative Internet: Radical Media, Politics and Creativity*, (Edinburgh, UK: Edinburgh University Press, 2004), ix.

¹¹¹⁶ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11septembre ?*, 70.

américaine en Irak, en diffusant des informations non relayées par les médias de référence, portant l'accent sur les pertes humaines du côté iraquien et américain, cela même alors que les médias de référence respectaient l'interdiction imposée par l'Administration Bush de diffuser les images des cercueils de soldats américains en train d'être débarqués des avions militaires¹¹¹⁷. Les médias de référence ne relaient presque jamais les mouvements de contestation, et quand ils le font, ils en proposent un traitement très largement négatif, un phénomène désigné par le terme de « paradigme de la contestation » (*protest paradigm*)¹¹¹⁸. C'est pourquoi les médias alternatifs sont souvent conçus comme des médias entretenant des relations symbiotiques avec les mouvements qui promeuvent la justice sociale ou qui sont opposés à l'action de l'État, dans l'esprit de la contre-culture des années soixante.

Il faut se garder toutefois, comme le suggère Atton, de voir les médias alternatifs comme émanant exclusivement de la contre-culture. Dans son ouvrage *Alternative Media* paru en 2002, il énumère une série de caractéristiques communes aux différentes expressions des médias alternatifs quels que soient leur format, leur contenu ou le contexte dans lequel ils sont situés. Selon lui, les médias alternatifs sont porteurs d'une certaine radicalité – qu'elle soit politique ou culturelle – ont une esthétique forte, mettent à profit les innovations technologiques, sont dé-professionnalisés et sont organisés selon une structure non hiérarchique – ils sont animés par des individus dont ce n'est pas la profession dans un système d'intégration horizontale¹¹¹⁹.

À cet égard, les médias alternatifs revêtent une dimension participative beaucoup plus accrue dans leur mode de production que les médias de référence et fonctionnent ainsi de façon beaucoup plus démocratique que ces derniers¹¹²⁰. Ils sont également définis par leur critique des structures de pouvoir établies. Par essence, les médias alternatifs remettent en cause le statu quo médiatique, politique et économique : ils ont donc à ce titre une portée anti-hégémonique. Plus précisément, pour Nick Couldry et James Curran, l'objet des médias alternatifs est précisément la remise en cause du pouvoir hégémonique des médias de référence. Bien qu'il fasse l'objet de peu d'attention, sans doute du fait qu'il apparaisse moins violent, le pouvoir médiatique constitue pourtant un enjeu majeur des conflits sociaux¹¹²¹.

¹¹¹⁷ Sheryl Gay Stolberg, "Senate Backs Ban on Photos of G.I. Coffins," *The New York Times*, June 22nd, 2004.

¹¹¹⁸ J. M. Chan and C. C. Lee, "The Journalistic Paradigm on Civil Protests: A case study of Hong Kong". In A. Arno and W. Dissanayake (Eds.), *The news media in national and international conflict* (Boulder, CO: Westview, 1984),

¹¹¹⁹ Chris Atton, *Alternative Media*, (London, UK: Sage Editions, 2002), 27.

¹¹²⁰ Coyer et al., *Alternative Media Handbook*, 1.

¹¹²¹ Nick Couldry and James Curran (Eds.), *Contesting Media Power: Alternative Media in Networked World* (Oxford, UK: Rowman and Littlefield Publishers, 2003), 7.

Ainsi, les médias alternatifs contestent-ils la répartition du pouvoir au sein de l'écosystème médiatique et remettent-ils en cause la position centrale que les médias de référence entendent y occuper. En corollaire, médias alternatifs et médias de référence diffèrent par leur système de financement respectif : les médias alternatifs ont tendance à être financés plutôt par des organisations à but non lucratif, n'ont pas pour objectif la recherche du profit financier et sont dirigés par des groupes activistes. Ils sont donc moins contraints par la bureaucratie et les impératifs économiques, ce qui leur laisse une plus grande indépendance éditoriale mais les rend aussi moins pérennes.

À ce titre, les médias alternatifs sont conçus comme des instruments de changement social. Tani Haas les définit ainsi : « *Vital conduits for the political agendas of social movements [...] through their advocacy of disenfranchised groups* »¹¹²². Leur traitement de l'information répond à des « valeurs et des cadrages alternatifs » (*alternative values and frameworks*) qui visent à faciliter l'incorporation des groupes minoritaires à la vie de la cité. Les médias alternatifs tendent ainsi à s'affranchir des pratiques journalistiques traditionnelles, notamment la norme d'objectivité, pour mettre en avant un point de vue spécifique sans s'inquiéter de l'impératif d'équilibre s'ils estiment que ce point de vue doit être défendu. Enfin, le statut de média alternatif fluctue selon les circonstances : en tant qu'instrument de changement social, il est particulièrement sensible au contexte politique, économique ou culturel¹¹²³. Ce paramètre complique grandement les tentatives d'aboutir à une définition précise de la notion en ce qu'il brouille la frontière entre média traditionnel et média alternatif au gré des changements de la donne sociale, économique, politique et culturelle.

En résumé, les médias alternatifs se définissent comme (1) des supports et genres médiatiques très variés (2) dédiés à l'expression de points de vue habituellement non représentés dans les médias de référence et (3) qui donnent une certaine visibilité aux groupes minoritaires. Leur finalité est (4) la remise en cause des structures acceptées du pouvoir, y compris le pouvoir médiatique, pour permettre le changement social. À cette fin, (5) les médias alternatifs mettent à profit l'innovation technologique, (6) s'organisent de manière non-hiérarchique, (7) sont dirigés par des individus qui ne sont pas des professionnels des médias et (8) ont un but non-lucratif, ce qui se reflète dans leur mode de financement. Enfin,

¹¹²² « *Des canaux d'expression essentiels à l'affirmation de l'ordre du jour politique des mouvements sociaux [...] par leur défense de groupes maintenus à la marge du processus politique* ». Tani Haas, "Alternative Media, Public Journalism and the Pursuit of Democratization," *Journalism Studies* 5, n°1, (2004): 116.

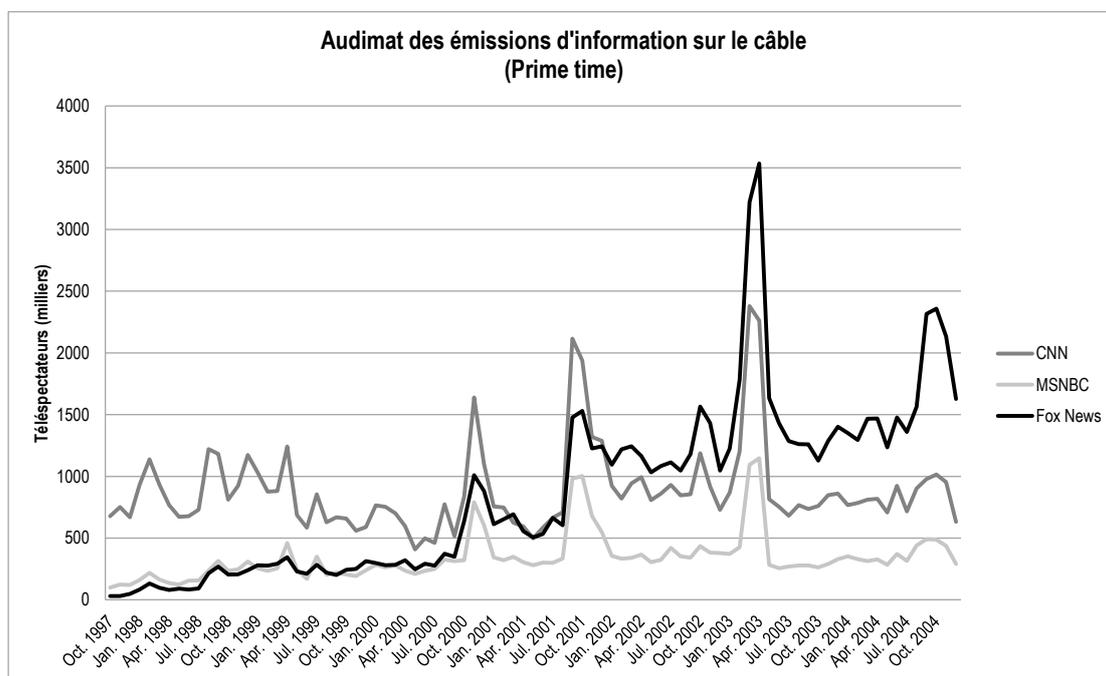
¹¹²³ Coyer et al., *Alternative Media Handbook*, 11.

moteur du changement social, (9) ils sont très sensibles au contexte politique, économique, social et culturel.

Le talk-show radiophonique conservateur présente un certain nombre de ces caractéristiques. Premièrement, par son rôle de relai de l'idéologie conservatrice, il offre un espace d'expression à un courant d'opinion qui n'est pas représenté dans les médias de référence, en réponse à ce qu'il identifie comme leur parti-pris sociolibéral.

Bien que ce ne soit pas le but de cette recherche, il est à noter que la méta-analyse, la méta-analyse de 59 études sur la question conduite par Jamieson et Cappella ne révèle aucun parti-pris dans la grande presse écrite mais signale des un parti-pris mesurable mais non significatif en faveur des Républicains dans les magazines et le même phénomène dans les journaux télévisés en faveur des Démocrates¹¹²⁴. Cependant, dans l'ère pré-Fox News, c'est-à-dire jusqu'au tournant des années 2000 – moment où Fox News atteint le million de téléspectateurs quotidiens en prime-time (1,01 millions en novembre 2000) –, *The Rush Limbaugh Show* est la seule émission, parmi celles qui ont un fort taux d'audience, à commenter l'actualité du point de vue conservateur.

Figure 17 – Audimat des émissions d'information sur le câble (1997-2004)



Source : *State of the News Media, 2004 Annual Report* (d'après les données de Nielsen)

¹¹²⁴ Jamieson and Cappella, *Echo Chamber*, xi.

Tout au long des années 1990, *The Washington Times*, un des seuls journaux de référence ouvertement conservateur, attire rarement plus de 100 000 lecteurs quotidiens – ils ne sont plus que 89 447 en 1993¹¹²⁵. Bien qu’il dépasse largement le million et demi quotidien – 1 818 662 en 1993¹¹²⁶ –, le lectorat de *The Wall Street Journal* demeure très en deçà de l’auditorat de Limbaugh – 4 millions quotidiens en 1994¹¹²⁷ – et seules les pages consacrées aux éditoriaux affirment un point de vue clairement conservateur. Ainsi, aucun média national ayant une audience de taille comparable à celle de *The Rush Limbaugh Show* ne relaie l’idéologie conservatrice avant l’avènement de Fox News. L’émission constitue donc un espace d’expression pour des opinions ignorées des médias de référence et permet par là-même de conférer une certaine visibilité médiatique à des citoyens conservateurs susceptibles de se sentir laissés pour compte par ces médias et donc marginalisés politiquement. Qui plus est, le talk-show radiophonique conservateur ne se limite pas à mettre en lumière des informations et événements ignorés des autres médias : il réfute également les points de vue défendus dans les émissions de débats des grandes chaînes, mises en cause pour leur incapacité à dire la vérité.

Le talk-show radiophonique conservateur a donc pour finalité de contester la domination des grandes chaînes hertziennes et la presse écrite nationale sur l’information : le pouvoir médiatique constitue donc un enjeu essentiel de son activité, l’apparentant par là au dispositif selon Foucault. S’ajoute également à cela l’objectif de conquête du pouvoir politique. Si l’*Operation Chaos* du printemps 2008 est un exemple d’activisme radiophonique qui interpelle, il en existe des précédents. L’*Operation ‘Restore Democracy’* que lance Limbaugh en 1994 pour assurer la reconquête du Congrès ou la levée de fonds organisée par Mary Matalin en 1996 pour que se poursuivent les auditions dans le cadre de l’affaire Whitewater¹¹²⁸, montrent que le talk-show radiophonique conservateur joue un rôle de catalyseur de l’activisme politique. Ce qui est visé *in fine*, c’est le changement de la donne sociale par le changement de majorité politique.

¹¹²⁵ *Editor & Publisher, Yearbook 1994 (Audit Bureau of Circulation figures for 1993).*

¹¹²⁶ *Editor & Publisher, Yearbook 1994.*

¹¹²⁷ Bolce et al., “Dial-in Democracy”: 459. L’article indique un auditorat hebdomadaire de 20 millions d’auditeurs, ce qui fait une moyenne de 4 millions par jour. Ce chiffre, relayé abondamment dans les publications de l’époque, est donné par Limbaugh lui-même. Nous ne disposons pas de l’audimat d’Arbitron pour la décennie 1990 car *Talkers Magazine* ne propose le classement des talk-shows radiophoniques que depuis 1998. Toutefois, même si l’on revoit ce chiffre à la baisse en avançant l’hypothèse de quinze millions d’auditeurs hebdomadaires (chiffre d’octobre 2000), le nombre d’auditeurs quotidiens s’élève à trois millions, un chiffre quand même supérieur au lectorat de *The Wall Street Journal*.

¹¹²⁸ *The Mary Matalin Show*, 10 avril 1996.

L'approche discursive et stylistique qu'emploient les animateurs de ces talk-shows, en cohérence avec leur statut de média d'actualité-divertissement, est un autre paramètre qui les différencie des médias d'information dominants : le parti-pris conservateur revendiqué, le rejet de la norme d'objectivité, la dimension grandiloquente et hyperbolique du style ainsi que la rhétorique particulièrement abrasive utilisée dans le traitement de l'information définissent une esthétique singulière et unique dans l'écosystème médiatique des années quatre-vingt-dix, relativement acquis au « politiquement correct ».

La dimension technologique semble quant à elle plus problématique dans la mesure où la radio n'est pas un support médiatique nouveau et ne constitue pas une avancée technologique innovante comme cela a été le cas de l'Internet et des capacités de communication de l'ère numérique. Quand Limbaugh fait son apparition sur les ondes nationales, la radio est un média qui existe depuis plus de 80 ans, qui a connu l'âge d'or puis le déclin à partir des années cinquante sous l'effet de la généralisation progressive de la télévision et la migration des publics vers cette dernière. En une décennie, celle des années 1950, la radio est supplantée par la télévision – au début des années soixante, 90% des foyers ont un poste de télévision¹¹²⁹ – mais elle demeure un média dominant. Toutefois, si dans les années quatre-vingt la FM est en plein essor, l'AM est dans sa phase résiduelle. Turow observe que les radios qui émettent en AM peinent à assurer leur survie : « *AM stations struggled to find niches for themselves in the new radio world. Many had a hard time staying afloat, and some even went out of business* »¹¹³⁰.

Par conséquent, quand Limbaugh démarre son émission en 1988, il s'empare d'un support pratiquement abandonné par l'industrie. Bien que le talk-show radiophonique conservateur ne constitue pas une avancée technologique au sens propre, on peut donc avancer l'argument qu'il contribue à redynamiser le support radiophonique AM, de la même façon que les fanzines – un autre type de média alternatif – ont redonné une impulsion au support papier. Ainsi, il semble que l'innovation technologique, aspect essentiel des médias alternatifs, doit être réévaluée afin d'incorporer la notion de « redynamisation technologique ». À cet égard, Hamilton déplore que la recherche sur les médias alternatifs ait tendance à se concentrer majoritairement sur les avancées technologiques au lieu de s'intéresser à la façon dont les publics utilisent le média et le rôle que joue ce dernier dans la

¹¹²⁹ Turow, *Media Today*, 428.

¹¹³⁰ « *Les stations AM se débattaient pour se trouver des niches dans le nouvel environnement radiophonique. Bon nombre éprouvait des difficultés à se maintenir à flot et certaines ont même fait faillite* ». Turow, *Media Today*, 431.

formation de « publics alternatifs » (*alternative audiences*)¹¹³¹. L'innovation tient tout de même ici à l'alliance du téléphone à la radio, c'est-à-dire à la mise en lien de deux dispositifs que rien ne prédispose à s'allier au départ. L'auteur réfute l'idée d'un déterminisme technologique qui considère que l'émergence des médias alternatifs n'est possible qu'à la condition qu'il y ait innovation technologique. Il défend l'argument que les publics alternatifs ne préexistent pas à l'introduction d'une technologie nouvelle mais qu'ils sont au contraire le résultat d'un processus de formation qui s'enclenche sous l'effet du contexte social et de l'utilisation qu'en font les gens. Toutefois, le talk-show conservateur redynamise la radio en partie grâce au développement du satellite qui permet aux radios locales de diffuser les émissions à partir de la station d'où elles sont émises initialement. Il y a donc bien un élément technologique nouveau dans le dispositif.

L'argument de Hamilton est donc cohérent avec l'idée que les médias alternatifs sont particulièrement sensibles au contexte social et politique, une caractéristique qui se retrouve dans le cas du talk-show radiophonique conservateur. Ainsi, au tournant des années 1990, outre la rareté des médias conservateurs, les idées de centre-gauche sont encore influentes dans le débat politique, notamment par l'importance des élus démocrates. Malgré deux victoires en 1980 et 1984, Reagan doit en effet composer avec une Chambre démocrate pendant ses deux mandats ; à partir de 1987 c'est le Congrès dans son ensemble qui échappe au contrôle républicain. Par ailleurs, la lassitude des conservateurs par rapport aux politiques d'identité constitue un terreau fertile à la rhétorique anti-sociolibérale de Limbaugh. L'émergence du talk-show radiophonique conservateur en tant que forum d'expression du conservatisme est donc le résultat d'un contexte dans lequel les rapports de force politiques et la structure médiatique ont permis de catalyser un public réceptif au message de contestation véhiculé par un genre médiatique nouveau qui redynamise un support résiduel.

Les caractéristiques du talk-show radiophonique conservateur sur le plan institutionnel sont certainement celles qui rendent problématique la classification du genre parmi les médias alternatifs : les émissions de Limbaugh et ses homologues sont loin d'être des médias à visée non-lucrative tirant leur financement de sources indépendantes. Bien au contraire, elles fonctionnent selon un modèle entrepreneurial et leur objectif premier est de générer des profits financiers. Lorsqu'on l'interroge sur le principe de son émission dans les premières années, Limbaugh répond sans ambages que son but est de vendre les espaces publicitaires de

¹¹³¹James Hamilton, "Alternative Media: Conceptual Difficulties, Critical Possibilities," *Journal of Communication Inquiry* 24, no4 (2000): 341.

son émission au meilleur prix afin d'en tirer un profit financier important¹¹³². Envisager le talk-show radiophonique conservateur comme un genre médiatique fonctionnant selon un modèle dé-professionnalisé est également problématique. Bien que Limbaugh n'ait reçu aucune formation en journalisme et se défende d'être journaliste – à l'instar de ses homologues Hannity, Ingraham et Savage – Edward F. McLaughlin Media Management, la structure de production de *The Rush Limbaugh Show*, qui diffuse également l'émission sous licence, est une entreprise fortement hiérarchisée et qui emploie des salariés.

Malgré ce bémol du fonctionnement institutionnel et financier, le positionnement anti-establishment de *The Rush Limbaugh Show*, sa remise en question de l'équilibre du pouvoir au sein de l'écosystème médiatique, ses pratiques discursives ainsi que son militantisme en faveur d'un ordre politique autre définissent le talk-show radiophonique conservateur comme un média alternatif. Ainsi, dans la macrostructure du dispositif, l'écosystème des médias d'information et les dirigeants démocrates, qui aux yeux de l'animateur constituent l'élite sociolibérale, ont une fonction de repoussoir : ils légitiment le positionnement partisan de l'animateur tout autant qu'il joue un rôle dans le processus de catalyse du « public alternatif » que forment les auditeurs conservateurs.

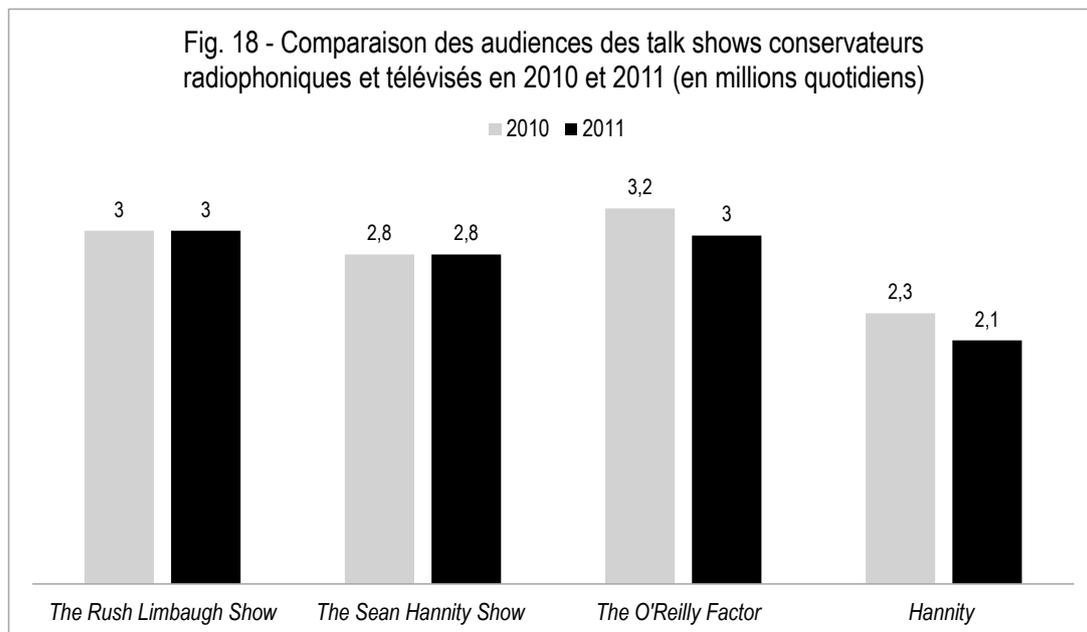
6.1.3.2. À partir des années 2000 : le talk-show radiophonique conservateur comme média de niche influent

À partir des années 2000, le statut du talk-show radiophonique conservateur est tout autre. Sous l'effet de facteurs législatifs autant que technologiques, l'écosystème des médias d'information connaît de très fortes mutations. Le déclin de la grande presse écrite et des *Trois Grands* de la télévision hertzienne au profit de la télévision câblée et de l'Internet, l'avènement des programmes d'actualité-divertissement au détriment des émissions d'information traditionnelles remettent en question les équilibres. La fin de la domination des *Trois Grands* signe de l'effritement du centre de gravité de l'écosystème des médias d'information, rend plus problématique le positionnement alternatif du talk-show radiophonique : il devient en effet difficile de remettre en cause une domination lorsque celle-ci est en train de fortement s'amenuiser.

Ensuite, entre le début des années 1990 et la fin de la première décennie des années 2000, les émissions de Limbaugh et ses homologues ont atteint des taux d'audimats et généré des revenus publicitaires qui, relativement à la taille de leurs audiences, les apparentent davantage

¹¹³² “Rush Limbaugh and the Talk Radio Revolution.”

aux médias grand public dont ils prétendent se différencier. À cet égard, Hamilton critique vivement le fait qu’au bout du compte, certains médias alternatifs ont tendance à adopter un modèle entrepreneurial similaire à celui des médias de référence et évaluent leur succès en termes de profits. L’auteur en conclut que, lorsque les médias alternatifs se développent au point d’atteindre une taille semblable à celle des médias grand public, c’est un signe de leur échec ou du moins du fait qu’ils ont été absorbés par la structure médiatique dominante¹¹³³. Bien qu’elles demeurent des médias de niche, les émissions de Limbaugh et ses confrères peuvent difficilement être vues comme des médias à la marge. Elles le sont d’autant moins par ailleurs qu’elles ne sont plus les seules à exprimer un point de vue conservateur. Comparativement, les taux d’audience de *The Rush Limbaugh Show* et *The Sean Hannity Show* au tournant des années 2010 atteignent des proportions égales aux talk-shows diffusés sur Fox News comme l’indique la figure 18.



Sources: *State of the News Media 2012, An Annual Report on American Journalism* (chiffres de Nielsen) / “Top Talk Radio Audiences,” *Talkers Magazine* (chiffres d’Arbitron).

Qu’ils soient télévisés ou radiophoniques, les talk-shows conservateurs s’arrogent des taux d’audience quotidiens qui oscillent entre 2,8 et 3,2 millions en moyenne. *Hannity* atteint des scores d’audience inférieurs à *The O’Reilly Factor* car il est diffusé de 21h00 à 22h00, une tranche horaire plus tardive. La comparaison avec le pendant télévisé des talk-shows radiophoniques conservateurs montre que les émissions de Limbaugh et Hannity rivalisent aisément avec celle d’O’Reilly : le succès du talk-show radiophonique conservateur ne se

¹¹³³ Hamilton, “Alternative Media”: 360.

dément donc pas. Qu'un talk-show radiophonique diffusé dans la majorité des marchés de 12h00 à 15h00, soit une tranche horaire traditionnellement « creuse », parvienne à égaler un talk-show télévisé diffusé en première partie de soirée – *The O'Reilly Factor* est diffusé sur la tranche 20h00-21h00 – est un phénomène exceptionnel. Le statut du talk-show radiophonique conservateur n'est donc plus celui d'un média alternatif : la défense des idées conservatrices n'est plus son apanage et ses taux d'audience sont similaires à celui de ses homologues télévisuels.

Enfin, si au cours des années 1990 son positionnement politique est celui de la contestation et de la remise en cause du pouvoir politique, il devient problématique à partir des années 2000 pendant l'ère Bush du fait de la reconquête des pouvoirs exécutif et législatif par les Républicains. Il s'avère difficile en effet de continuer à prôner la mise en place d'un ordre politique autre lorsqu'il y a coïncidence de vues avec le parti au pouvoir. Or la défense d'un projet politique et sociétal différent est bien l'un des principes définitoires des médias alternatifs ainsi que le rappelle Hamilton : « *Alternative media [...] must also enable alternative communication, which together make possible the articulation of a social order different from and often opposed to the dominant* »¹¹³⁴. Malgré le retour des Démocrates à la Chambre entre 2007 et 2011 et la présidence d'Obama, les forces du conservatisme continuent à influencer sur le débat politique – comme en témoigne l'émergence du Tea Party Movement – et le processus législatif. De plus, le conservatisme a pignon sur rue dans les médias et les médias conservateurs ont une capacité à influencer la définition de l'ordre du jour qui ne se dément pas. Le statut du talk-show conservateur a donc évolué de média alternatif à celui, paradoxal, de média de niche influent.

6.2. L'audience des talk-shows radiophoniques conservateurs

Le contenu des émissions au format conversationnel n'a de sens que si l'animateur s'adresse aux auditeurs. L'audience constitue le deuxième pilier central du dispositif des talk-shows radiophoniques conservateurs. Elle est l'interlocuteur *in absentia*, le confident muet qui permet à l'animateur de dérouler le fil de sa pensée sans avoir à structurer son propos à la manière des présentateurs de journaux télévisés ou radiophoniques. L'animateur ne parle pas

¹¹³⁴ « *Les médias alternatifs [...] doivent également être facilitateurs de communication alternative, les deux rendant possible la définition d'un ordre social différent de l'ordre établi auquel il est souvent opposé* ». Hamilton, "Alternative Media": 362.

tout seul, il s'adresse à quelqu'un. Son propos est émaillé de *fillers*¹¹³⁵ (« *you know* », « *guess what ?* »), d'impératifs enjoignant l'auditeur à envisager des situations fictives (« *Imagine what this nation will look like, what this nation will become if this ever occurs* »¹¹³⁶) ou de questions rhétoriques l'invitant à se rallier à son point de vue, soit autant de marqueurs dialogiques qui entretiennent le lien conversationnel. De son côté, l'auditeur n'est pas dépourvu de réactions face au propos de l'animateur. Bien qu'absent du studio, il acquiesce, s'interroge, s'irrite, se gausse, accusant ainsi pour lui-même bonne réception du message qui lui est adressé. C'est donc la projection de l'échange conversationnel dans lequel il s'incarne que le discours de l'animateur trouve sa raison d'être.

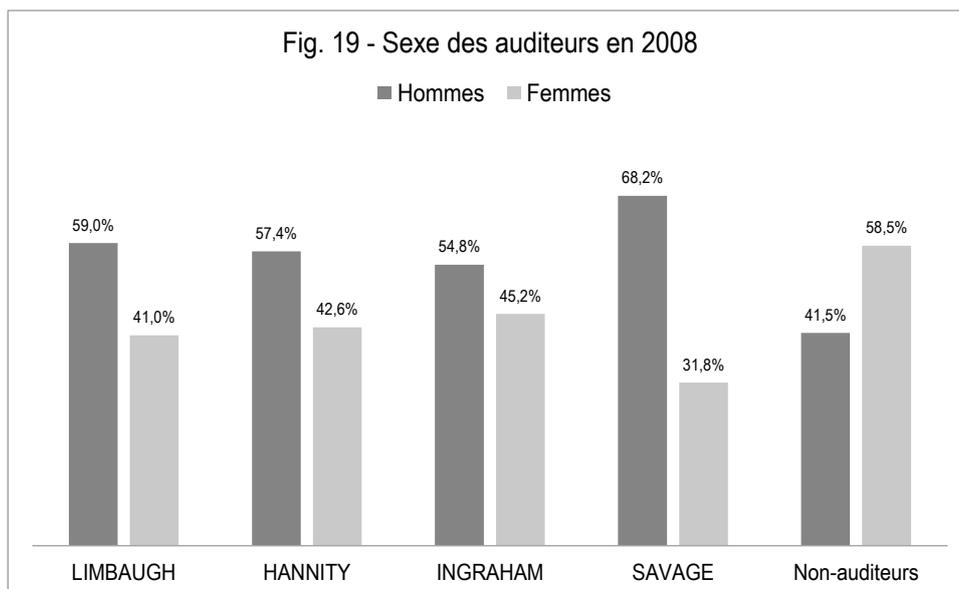
6.2.1. L'auditeur de talk-shows conservateurs comme socio-type à part entière

Du point de vue sociodémographique, les auditeurs de talk-shows radiophoniques conservateurs présentent des caractéristiques différentes des non-auditeurs. La catégorie des non-auditeurs désigne les individus qui n'écoutent pas la radio et ceux qui écoutent la radio mais ne se branchent jamais sur les talk-shows radiophoniques conservateurs (Voir annexe n°23 «Création de la variable 'Audience des talk-shows' »). Ces différences sont particulièrement visibles dans les variables du sexe, de l'âge, du lieu de résidence, du revenu ainsi que de l'affiliation politique, comme permet de le préciser le National Annenberg Election Survey de 2008, le seul disponible en la matière, et qui fait suite à celui de 2004.

La variable du sexe est celle qui présente les différences les plus marquées entre auditeurs et non auditeurs. Comme l'indique la figure 19, si la population des non auditeurs est composée majoritairement de femmes, soit 58,5%, celle des auditeurs est très largement masculine.

¹¹³⁵ Il semble que le terme anglais soit utilisé tel quel dans les travaux de recherche en linguistique anglaise publiés en français. Voir Aliyah Morgenstern, « Écllosion de Morphosyntaxe: le rôle des fillers pré-nominaux dans un corpus longitudinal », *Rééducation Orthophonique* (2009) : 63-82.

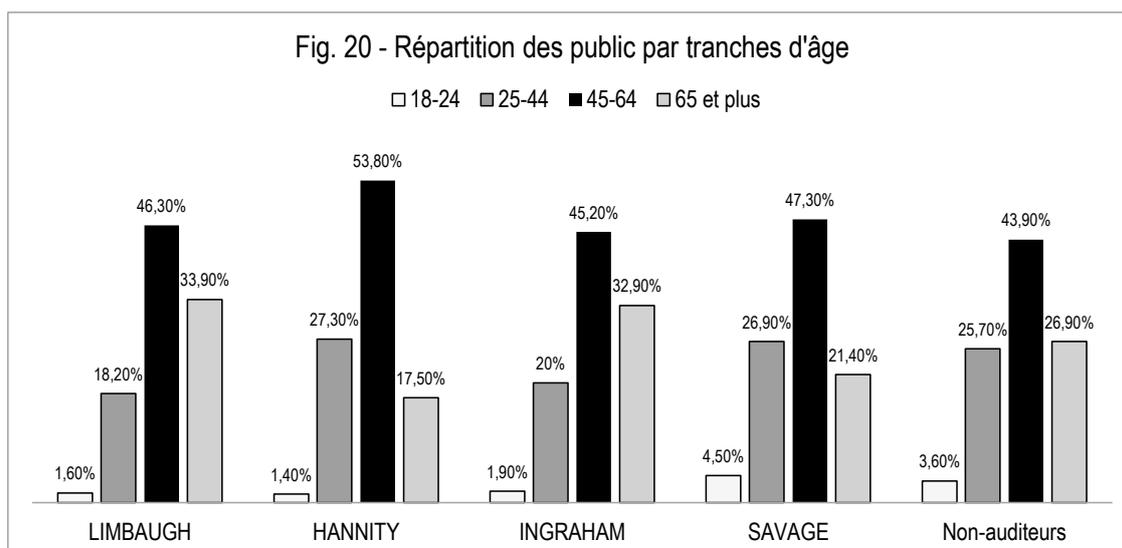
¹¹³⁶ *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010 (00:11:39).



Source : National Annenberg Election Survey 2008.

Émission qui séduit le plus de femmes parmi les quatre, *The Laura Ingraham Show* est quand même écoutée par un audiorat composé d'hommes à 54,8%. Au contraire, *The Savage Nation* attire un audiorat dans lequel les hommes sont deux fois plus nombreux que les femmes (68,2% contre 31,8%). Le public des talk-shows radiophoniques conservateurs est donc majoritairement masculin.

La variable de l'âge présente également des différences sensibles entre les auditeurs et les non-auditeurs : la répartition par tranche d'âge n'est pas la même dans les deux groupes comme le montre la figure 20.

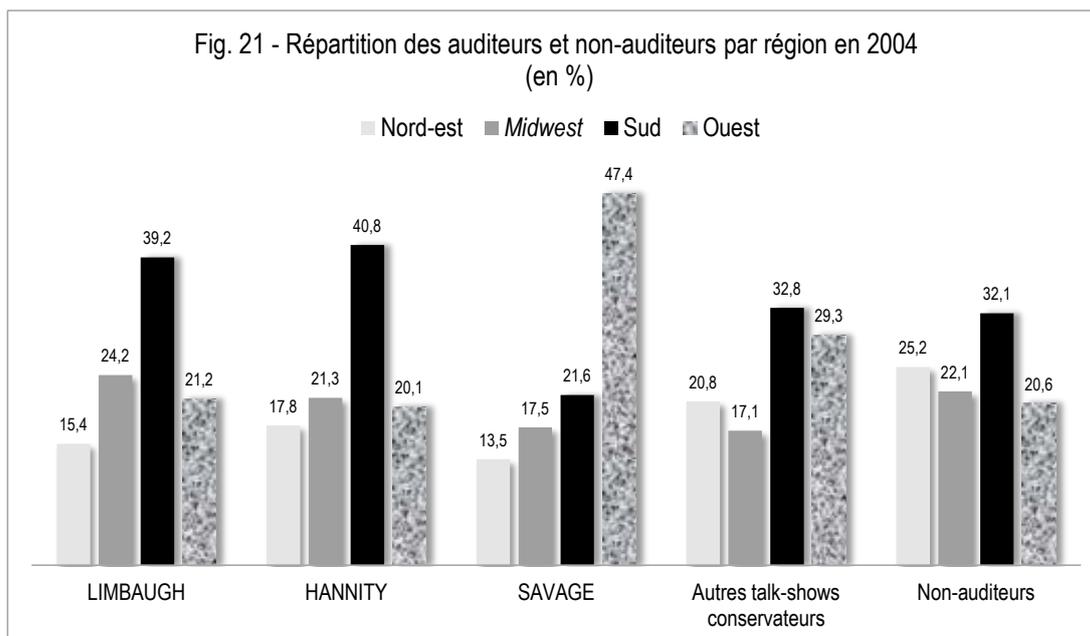


Source : National Annenberg Election Survey 2008.

De manière générale, la tranche d'âge la plus représentée est celle des 45-64 ans : elle constitue 47,3% de la population totale des États-Unis. Parmi les non-auditeurs, les 45-64 ans sont sensiblement moins représentés (43,9%), mais l'ordre de grandeur est identique à la population totale. Parmi les auditeurs de Limbaugh, Ingraham et Savage, cette tranche d'âge est d'importance quasi similaire à deux points près : elle est la même parmi ceux de Savage (47,3%), inférieure d'un point parmi ceux de Limbaugh (46,3%) et de deux points inférieure parmi ceux d'Ingraham (45,2%). Elle est en revanche supérieure de plus de six points parmi les auditeurs de Hannity (53,8%) qui, de manière générale, sont plus jeunes comparativement aux auditeurs des autres émissions, aux non-auditeurs ainsi qu'à la population totale.

En effet, la tranche des 25-44 ans (27,3%) est nettement plus représentée parmi le public de Hannity que celui de Limbaugh (18,2%) – soit un différentiel de neuf points – et que celui d'Ingraham (20%) qu'elle dépasse de plus de sept points. Elle est du même ordre de grandeur que chez les auditeurs de Savage (26,90%) et les non-auditeurs (25,70%). À l'inverse, la tranche d'âge des 65 ans et plus est de proportion nettement moindre parmi le public de Hannity (17,5%) que parmi celui de Limbaugh (33,9%) ou celui d'Ingraham (32,9%) : dans les deux cas, les 65 ans et plus y sont presque deux fois plus importants. L'écart se vérifie également comparativement avec les non-auditeurs (26,9%) et la population totale (26,5%). Ainsi, si la répartition de la population totale par tranche d'âge reflète celle des non-auditeurs, elle est différente de celle des auditeurs des quatre talk-shows en présence. Tandis que le public de Hannity est significativement plus jeune que les non-auditeurs et la population totale, celui de Limbaugh et d'Ingraham est à l'inverse significativement plus âgé.

Le lieu de résidence est une autre variable qui différencie les auditeurs des non-auditeurs (figuren 21). L'enquête annuelle d'Annenberg de 2004 montre que, de manière générale, les Américains qui écoutent la radio régulièrement résident en majorité dans le Sud (32,1%) et dans le Nord-est (25,1%).

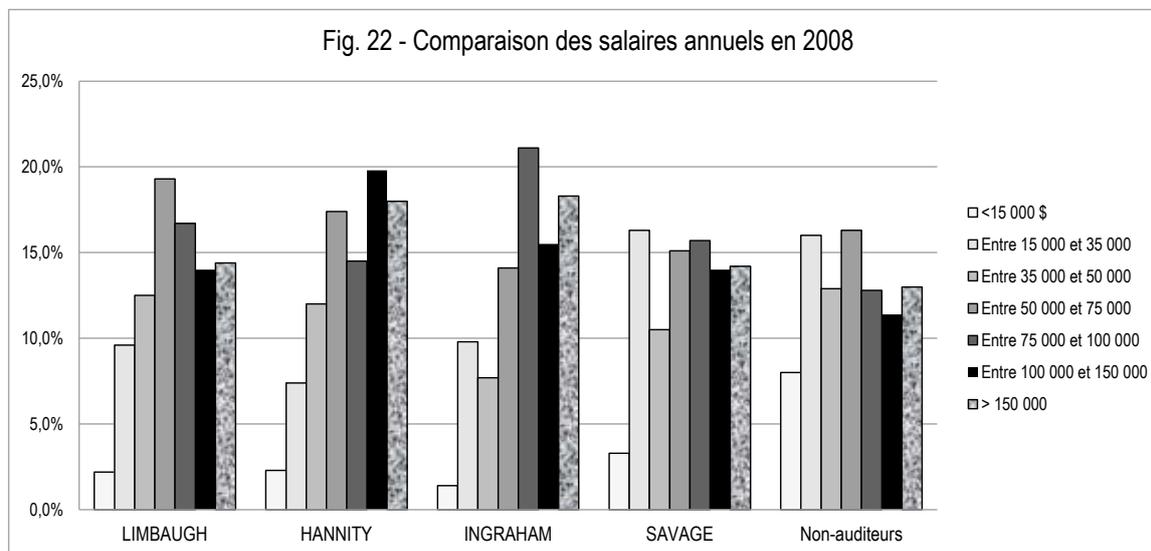


Source : National Annenberg Election Survey 2004.

Les auditeurs de talk-shows radiophoniques conservateurs résident principalement dans le Sud également mais dans des proportions bien supérieures : 39,2% des aficionados de Limbaugh et 40,8% de l'audience de Hannity habitent dans un des États de l'ancienne Confédération. La zone géographique d'où sont émises leurs émissions respectives – New York principalement – semble ne pas rentrer en ligne de compte : les publics respectifs de *The Rush Limbaugh Show* et de *The Sean Hannity Show* sont composés de résidents du Nord-ouest dans des proportions bien inférieures aux non-auditeurs, soit 15,4% et 17,8% contre 25,2%. La région de résidence apparaît toutefois comme un facteur essentiel dans l'écoute de *The Savage Nation* : émise depuis 910 KNEW à San Francisco, l'émission attire des auditeurs résidant à 47,4% dans l'Ouest, soit un pourcentage bien supérieur à celui de la région la plus représentée parmi le public de Hannity et Limbaugh.

La variable du revenu présente également des différences significatives entre auditeurs et non-auditeurs (Figure 22). Globalement, la répartition des non-auditeurs par tranches de revenu est plus équilibrée que celle des auditeurs. Il semble donc que la population des non-auditeurs soit davantage hétérogène que celles des auditeurs : l'écart entre la catégorie de revenu la plus basse et celle la plus haute n'est que de huit points alors qu'il peut monter jusqu'à vingt points pour les auditeurs de *The Laura Ingraham Show*. Les non-auditeurs présentent un profil de classe moyenne : les tranches de salaires les plus représentées sont celles de ceux qui gagnent entre 15 000 et 35 000 dollars par an (16%) et 50 000 et 75 000

dollars par an (16,3%). Par ailleurs, la proportion d'auditeurs percevant moins de 15 000 dollars annuels, donc des personnes à faibles revenus, s'élève à 8%.

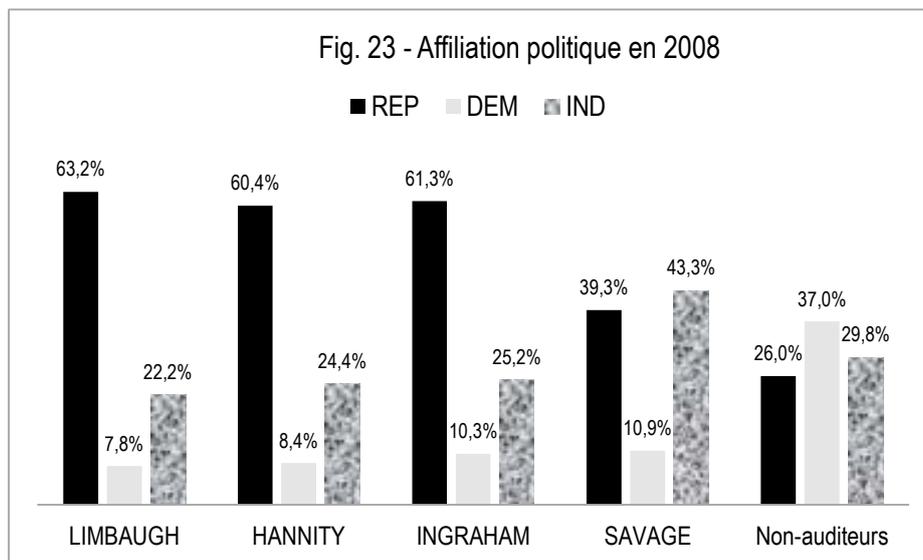


Source : National Annenberg Election Survey 2008.

La tendance est inverse chez les auditeurs de talk-shows conservateurs. En premier lieu, la tranche de revenus inférieure à 15 000 dollars annuels est très peu représentée : elle varie de 1,4% (auditeurs d'Ingraham) à 3,3% (auditeurs de Savage). Ensuite, si les auditeurs de Savage appartiennent clairement à la classe moyenne (la majorité d'entre eux, soit 16,3%, touche entre 15 000 et 35 000 dollars par an), ceux de Limbaugh sont issus de la classe moyenne supérieure (la majorité d'entre eux, soit 19,3%, gagne entre 50 000 et 75 000 dollars annuel) et ceux de Hannity et Ingraham appartiennent globalement à la classe supérieure : la majorité des premiers gagnent entre 100 000 et 150 000 dollars annuels (19,8%) ; la plupart des seconds entre 75 000 et 100 000 dollars annuels (21,1%). Enfin, si les très fortunés (ceux qui gagnent plus de 150 000 dollars par an) sont représentés davantage parmi les auditeurs de Hannity (19,8%) et d'Ingraham (15,5%), dans cette catégorie, l'écart entre auditeurs et non-auditeurs n'est que d'1,2 %. Ainsi, à l'exception des auditeurs de Savage dont le profil économique est davantage semblable à celui des non-auditeurs, les auditeurs de talk-shows radiophoniques conservateurs sont nettement plus aisés que les non-auditeurs.

Pour finir, la variable de l'affiliation partisane est celle qui révèle les différences les plus importantes entre auditeurs et non auditeurs. En 2008, 37% des non-auditeurs se déclarent proches du Parti démocrate, tandis que 26% d'entre eux s'identifient comme Républicains. 29,8% se considèrent comme électeurs indépendants. La figure 23 montre que l'affiliation

partisane des auditeurs de talk-shows radiophoniques conservateurs n'est en rien semblable à celle des non-auditeurs.



Source : National Annenberg Election Survey 2008.

À l'exception de ceux de *The Savage Nation*, les auditeurs de *The Rush Limbaugh Show*, *The Sean Hannity Show* et *The Laura Ingraham Show* se déclarent proches du Parti républicain à une écrasante majorité. Les auditeurs de Limbaugh s'identifient au GOP à 63,2%, ceux de Hannity à 60,4% – soit un écart de moins de trois points – et ceux d'Ingraham à 61,3%. La proportion d'auditeurs qui se déclarent proches du Parti démocrate est identique dans une fourchette de trois points également. À noter que la proportion de Démocrates est la plus faible parmi les auditeurs de Limbaugh (22,2%) et la plus élevée parmi l'audience d'Ingraham (25,2%). Le schéma de répartition des auditeurs entre Républicains, Démocrates et Indépendants est toutefois similaire chez les publics de ces trois émissions. Les auditeurs de *The Savage Nation* quant à eux se répartissent dans les trois catégories selon un schéma qui leur est propre. Le rapport de force entre ceux qui s'identifient au GOP et ceux qui s'identifient au Parti démocrate est inversé par rapport à celui des auditeurs des autres émissions. Ainsi, une majorité des auditeurs de Savage se déclare proche du Parti démocrate (43,3%), une minorité se considère Indépendants et 39,3% se disent proches du Parti républicain.

En résumé le profil-type de l'auditeur des talk-shows conservateurs est un homme de la génération du baby-boom aux revenus importants et qui vote majoritairement républicain. Il réside principalement dans les États du Sud. Toutefois, les auditeurs de Savage ne semblent pas correspondre à ce profil car ils sont établis principalement dans les États de la Côte ouest

et se déclarent proches des Indépendants en majorité. Le profil-type des non-auditeurs est une femme de classe moyenne proche du Parti démocrate mais résidant majoritairement dans les États du Sud comme les auditeurs. La radio apparaît donc comme un média particulièrement implanté dans le Sud comparativement aux autres régions. Enfin, si la proportion de femmes est la plus élevée parmi les auditeurs d'Ingraham, cette supériorité n'est pas significative. Il semble donc que le fait que l'animateur soit une femme n'ait pas de réelle incidence sur la composition de l'auditorat pour ce qui est du sexe.

6.2.2. Le talk-show radiophonique conservateur et l'illusion participative

6.2.2.1. L'impossible authenticité de la conversation entre l'animateur et l'appelant

Qu'il soit de tendance conservatrice ou sociolibérale, le talk-show radiophonique politique permet aux auditeurs d'intervenir à l'antenne pour prendre la parole. Le talk-show radiophonique conservateur appartient lui aussi à cette catégorie des émissions ouvertes aux appels des auditeurs : il est conçu comme un espace où le citoyen conservateur peut exprimer un point de vue, formuler une opinion et prendre part au débat avec l'animateur ou réagir aux propos d'autres appelants. Cette caractéristique est commune aux émissions de Limbaugh, Hannity, Ingraham et Savage. Le talk-show radiophonique conservateur apparaît donc comme un genre médiatique susceptible d'opérer comme un instrument d'inclusion au processus politique des citoyens conservateurs, qui pendant longtemps ont estimé que leurs idées ne jouissaient d'aucune visibilité dans les médias de référence. À ce titre, il apparaît comme un outil qui facilite l'accès à la représentation dans les médias d'une minorité politique sous-représentée.

La question de l'identité politique que rendent visible les talk-shows radiophoniques conservateurs semble problématique, particulièrement à cause du statut de l'auditeur qui intervient à l'antenne. Si la participation des auditeurs constitue une caractéristique fondamentale du genre, la simple écoute des conversations entre animateur et appelant met en lumière les limites de l'espace dont celui-ci dispose : sa capacité à s'exprimer librement apparaît fortement réduite. En premier lieu, l'appelant n'a pas accès à l'antenne de manière directe mais après un « processus de filtrage » (*screening process*) qui permet d'opérer une sélection parmi les personnes susceptibles d'intervenir. Dans le cadre de *The Rush Limbaugh Show*, l'identité de la personne responsable du filtrage est connue du public: il s'agit de Bo Snerdley, de son vrai nom James Golden. L'animateur s'y adresse ou le mentionne souvent au

cours de l'émission : « *Our screener of calls [...] is Mr. Bo Snerdley and he is eargerly answering calls now in our studio control room, and placing these calls on hold, readying them for the air* »¹¹³⁷. Ce processus de sélection est donc revendiqué clairement et fait également partie du récit que crée Limbaugh autour de l'émission. Snerdley apparaît comme le gardien de la forteresse qui laisse ou non entrer les visiteurs. Limbaugh insiste sur le fait que sont sélectionnés les auditeurs qui souhaitent défendre un point de vue tranché en relation avec des sujets qui lui semblent pertinents :

How do we choose these callers? Well the first and foremost thing that must happen to you if you are a caller, is that you must be judged to be one who will make me look good. Now you're probably thinking that it is an ego statement, but it is not. It is simply... just because you get through does not mean you get on the air: you have to be passionate, you have to be opinionated, you have to be articulate, and you have to have a topic or an idea or a subject matter that is relative to something that is in the news either today or recently has been. We don't allow people to read, we don't want people making speeches, we don't want people saying other people's words but rather speaking from their hearts.¹¹³⁸

Le rôle de l'opérateur ne se limite pas à accueillir l'appelant pour prendre connaissance du sujet qu'il souhaite évoquer et le transmettre à l'animateur, il consiste également à le soumettre à une sorte d'examen de passage pour déterminer s'il correspond au profil recherché par Limbaugh : *The Rush Limbaugh Show* n'est donc pas une émission de libre antenne. Ensuite, l'affirmation de l'animateur selon laquelle l'appelant doit être jugé susceptible de le « mettre en valeur » (« make me look good ») suggère que l'animateur est à la recherche de débateurs chevronnés qui lui tiennent la dragée haute afin qu'il puisse apparaître comme ayant vaincu avec péril. Il semble par ailleurs solliciter l'intervention d'appelants qui s'expriment à « cœur ouvert » (« speaking from their hearts »), donc sans préparation et spontanément, ce qui semble quelque peu contradictoire avec la volonté affichée de vouloir débattre avec des appelants rompus à l'art du débat. Ce paradoxe initial tend à entretenir le flou quant à la nature et la finalité des conversations. Ajouté à cela le fait

¹¹³⁷ « *L'opérateur qui sélectionne les appels pour nous [...] est M. Bo Snerdley et il est maintenant en train de répondre avec enthousiasme aux appels dans la salle de contrôle de notre studio, et en train de les mettre en attente, de les préparer à passer à l'antenne* ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (00:10:07).

¹¹³⁸ « *Comment choisissons-nous ces appelants ? Eh bien, la chose la plus importante qui doit vous arriver si vous êtes appelant, c'est que vous devez être jugé comme quelqu'un qui me mettra en valeur. Bon, vous êtes certainement en train de penser que c'est un propos égocentrique, mais ça ne l'est pas. C'est simplement que... le simple fait de parvenir à nous joindre ne veut pas dire que vous passez à l'antenne : vous devez avoir de la ferveur, vous devez croire en ce que vous dites, vous devez être éloquent, vous devez avoir un thème ou une idée ou un sujet en relation avec un point de l'actualité d'aujourd'hui ou de l'actualité récente. Nous ne permettons pas aux gens de lire, nous ne voulons pas de gens qui font des discours, nous ne voulons pas de gens qui tiennent les propos des autres mais plutôt des gens qui parlent avec le cœur* ». *The Rush Limbaugh Show*, 18 février 1994 (00:10:21).

qu'elles ne durent que deux minutes en moyenne, le dispositif d'octroi de la parole sur les talk-shows radiophoniques conservateurs suggère que ces conversations ne sont pas des « conversations authentiques ».

6.2.2.2. La parole de l'appelant comme « parole caution »

Dans une publication sur la théorie de la conversation, Karl Krippendorff propose une modélisation des conversations authentiques et en énumère les propriétés définitives¹¹³⁹. La définition du mot « conversation » proposée par *The Oxford Dictionary* – « *A way of being together in talk and interaction* » – constitue le point de départ du modèle. Parmi les propriétés définitives de la conversation authentique, cinq sont pertinentes pour l'analyse des conversations qui se tiennent sur les talk-shows radiophoniques conservateurs. Dans une conversation authentique, (1) les participants ont un statut d'égalité dans le dialogue et (2) entretiennent la compréhension mutuelle. Les conversations (3) offrent la possibilité de participer, elles sont (4) irréversibles, progressives et uniques, et (5) évoluent selon l'intuition et non selon des règles établies.

Krippendorff définit l'égalité dans le dialogue par le droit de chaque participant à prendre pleinement part à la conversation, à ce que soit prise en compte sa contribution et qu'une réponse adaptée y soit apportée¹¹⁴⁰. Cela implique que les participants considèrent le contenu précis des remarques et des contributions de leurs interlocuteurs. Ainsi, quand l'attention des participants est redirigée vers quelque chose qui est sans rapport avec ce qui a été dit, l'authenticité est enfreinte. L'égalité dans le dialogue sous-entend également l'égalité de statut entre les participants : dans une conversation authentique, personne ne doit se sentir en position de pouvoir affirmer une quelconque autorité, ni ne doit faire acte de soumission. Concrètement, cela veut dire qu'aucun des participants ne doit craindre d'exprimer son point de vue personnel parce qu'il ou elle estime que l'interlocuteur est dans une position de supériorité. À l'inverse, aucun des participants ne doit se sentir autorisé à se montrer condescendant avec son interlocuteur, ni considérer que son point de vue est plus recevable que celui des autres du fait de la position qu'il croit occuper.

Pour que le propos de chacun soit pris en compte et reçoive une réponse adaptée, la compréhension mutuelle entre les interlocuteurs doit être maintenue. La conversation doit progresser étape par étape, et chacune de ces étapes doit être pleinement comprise de tous. La

¹¹³⁹ Klaus Krippendorff, "Conversation: Possibilities of its Repair and Descent into Discourse and Computation," *Constructivist Foundations*, 4, N° 3 (2009).

¹¹⁴⁰ Krippendorff, "Conversation": 139.

compréhension mutuelle ne veut toutefois pas dire qu'il faut qu'il y ait accord entre les participants. Elle permet à la conversation de progresser sur des fondations solides car les marqueurs de compréhension mutuelle sont des invitations à poursuivre adressées à l'interlocuteur¹¹⁴¹. Il est malaisé pour celui qui observe de l'extérieur de détecter le phénomène de compréhension mutuelle entre les participants d'une conversation car il est par essence performatif, c'est-à-dire qu'il s'incarne dans certains actes de langage tels que « je comprends », « en effet » ou encore « c'est ça ». Enfin, la compréhension du point de vue de l'interlocuteur passe également par des questions qui l'invitent à clarifier son point de vue ou à développer sa réponse. Ces questions doivent donc être des questions authentiques et non rhétoriques : elles doivent être posées pour combler un vide informationnel et non dans le but d'asserter une opinion.

Lorsqu'il y a bien compréhension mutuelle, de nouvelles possibilités de participation sont ouvertes. La conversation s'achemine alors vers des points n'ayant pas été évoqués auparavant et qui invitent les participants à construire de nouvelles réponses. La notion de construction est essentielle car elle définit la conversation authentique comme un dialogue dans lequel les participants ne s'engagent pas avec des réponses préparées ou toutes faites. La recherche de la vérité se fait « ensemble dans l'intimité » (*togetherness*) de la discussion, sans préconception quant à sa nature. Cela implique que les participants ne se censurent pas par peur qu'on réponde négativement à leur propos, et qu'ils soient complètement honnêtes afin de permettre à chacun de disposer de tous les éléments nécessaires pour parvenir à la vérité.

La conversation authentique est non seulement progressive mais elle est aussi unique et irréversible, ce qui exclut donc les répétitions car elles enfreignent le principe de progression incrémentale : la répétition d'un point de vue plusieurs fois entrave la progression de la conversation et trahit une intention d'affirmer un point de vue au lieu de rechercher la vérité avec les autres. La conversation authentique est enfin intuitive et non pas déterminée par des règles établies. Bien au contraire, pour Krippendorff, elle entraîne davantage de conversation. Cela implique que l'échange doit être affranchi de contraintes extérieures qui pourraient influencer sur son déroulement ainsi que sur son contenu.

Une fois ces critères posés, et sans même examiner leur contenu, il semble que les conversations entre animateur et appelant qui se tiennent sur les talk-shows radiophoniques conservateurs en enfreignent la majorité. En premier lieu, les interventions des appelants sont de très courte durée du fait des contraintes de temps qu'impose la structure interne des

¹¹⁴¹ Krippendorff, "Conversation": 139.

émissions. L'animateur ne dispose jamais plus de dix minutes de parole d'affilée entre les pauses commerciales et les décrochages locaux. Ainsi, dans *The Sean Hannity Show*, le temps de parole se répartit entre segments de taille inégale : le premier dure 10 minutes (de h06 à h15mn52), le deuxième 8 minutes (de h21 à h29), le troisième 10 minutes (de h35 à h45) et le quatrième 7 minutes (de h50 à h57min40) (Voir annexes n°16 et n°17). Si l'animateur prend deux ou trois appels par segment, il faut que chaque appelant expose ce qu'il ou elle souhaite dire de manière particulièrement concise. Dans ces conditions, il est difficile d'imaginer que l'appelant ait la possibilité de prendre le temps de réfléchir à ce qu'il souhaite exprimer, encore moins de marquer des pauses dans le déroulement de son propos.

En second lieu, l'inégalité de statut qu'implique le dispositif entre l'animateur et l'appelant met fortement à mal le principe d'égalité dans le dialogue. L'animateur jouit d'une position d'autorité et se positionne comme unique source de vérité, quand il n'entretient pas un phénomène de starisation, à la manière de Limbaugh. L'appelant n'est quant à lui qu'un simple anonyme dont il est vraisemblable que le contenu de l'intervention à l'antenne soit fortement influencé par le contexte exceptionnel de la discussion. On peut légitimement formuler l'hypothèse que l'appelant soit impressionné par l'occasion qui lui est fournie de parler à l'animateur. Ensuite, hormis l'impératif d'évoquer un sujet en rapport avec l'émission et de façon assurée, l'existence du processus de sélection des appelants suggère que ceux qui souhaitent évoquer un sujet que l'animateur ne maîtrise qu'imparfaitement n'ont aucune chance de passer à l'antenne.

Krippendorff précise que, dans une vraie conversation, chacun doit s'engager sans préparation ni connaissance particulière¹¹⁴². Or, si l'animateur choisit les appelants sur la base des questions dont il a la meilleure connaissance, il crée un rapport de force qui empêche la possibilité d'une conversation authentique. Enfin, sa maîtrise absolue du dispositif le met en position d'acculer l'appelant au silence en l'excluant de l'antenne s'il est en désaccord avec lui, et ainsi de le priver de ce que Deleu nomme le « droit de suite »¹¹⁴³. De manière récurrente, les conversations des talk-shows radiophoniques conservateurs donnent l'impression que curieusement, une fois son propos formulé ou sa question posée, l'appelant se tait et laisse l'animateur monopoliser la parole. Si la fin de l'intervention est parfois signalée par un marqueur de politesse indiquant que l'animateur prend congé de l'appelant, bien souvent ce dernier semble disparaître des ondes sans aucune autre forme de procès.

¹¹⁴² Krippendorff, "Conversation": 137.

¹¹⁴³ Deleu, *Les Anonymes à la radio*, 81.

Ainsi, avant même que l'appelant n'intervienne à l'antenne, le dispositif d'octroi de la parole des talk-shows radiophoniques conservateurs enfreint les critères d'égalité dans le dialogue et d'intuitivité des conversations.

Dans ces conditions, l'espace d'expression que les talk-shows radiophoniques conservateurs offrent aux appelants ne constitue pas une tribune où les citoyens conservateurs sont libres d'exprimer une parole authentique, indépendamment du point de vue de l'animateur. Appliquée aux talk-shows radiophoniques conservateurs américains, l'hypothèse de Deleu sur le statut de la parole de l'appelant dans les émissions forums françaises est ainsi pleinement validée : « *Loin d'élargir l'espace public et de participer à la démocratisation de la parole, les médias radiophoniques [...] privés, à travers les émissions de type forum, instrumentalisent aujourd'hui la parole des gens [...]* »¹¹⁴⁴. Les émissions de Limbaugh et ses homologues inversent donc le processus de libération de la parole initié par l'élargissement de l'espace d'expression accordé aux citoyens dans les médias dans les années soixante-dix, en ce qu'elles apparaissent au contraire comme des espaces d'enfermement de la parole à des fins de manipulation. En conclusion, si la parole de l'appelant apparaît dans sa forme comme une « parole forum » selon la typologie de Deleu, sur le plan fonctionnel elle est en fait une « parole caution » : parce qu'elle apporte une validation populaire au propos de l'animateur, elle est au bout du compte un élément constitutif du processus de légitimation de son discours.

6.2.2.3. Le talk-show conservateur précurseur du tournant démotique

Phénomène qui émerge au début des années quatre-vingt, la participation du citoyen ordinaire dans les médias a été accueillie par les analystes politiques comme une rupture salutaire avec les pratiques des médias de référence perçus comme trop détachés du quotidien des citoyens ordinaires, et comme la réappropriation du processus démocratique par ces derniers. Toutefois, les études les plus récentes sur le sujet tendent à remettre en cause l'idée que la participation du public aux émissions contribue au processus de démocratisation des médias. Dans *Ordinary People and the Media* paru en 2010, Graeme Turner réfute l'argument selon lequel la participation des anonymes dans les médias sert une visée démocratique. À partir du concept de « tournant démotique » (*demotic turn*), il met en lumière un changement significatif des deux dernières décennies dans le rapport des médias aux anonymes qui apparaissent à l'antenne.

¹¹⁴⁴ Deleu, *Les Anonymes à la radio*, 60.

Il définit le concept en ces termes : «*I coined the term 'the demotic turn' as a preferred means of referring to the increasing visibility of the 'ordinary people' as they have turned themselves into media content through celebrity culture, reality TV, DIY websites, talk radio and the like*»¹¹⁴⁵. Il défend la thèse que d'une fonction de *médiation* de l'identité des différents groupes socioéconomiques et culturels qui composent les sociétés occidentales, les médias ont glissé progressivement vers une fonction de *production* de cette identité¹¹⁴⁶. Ainsi, selon la théorie du tournant démotique, les gens ordinaires qui sont donnés à voir dans les médias ne sont pas des individus dont l'identité propre et authentique serait rendue visible au public, mais bien des individus factices à l'identité créée de toutes pièces.

Par l'impossible authenticité des conversations entre l'animateur et l'appelant, et surtout par le caractère factice et attendu du discours qui en émerge, le talk-show radiophonique conservateur semble s'inscrire pleinement dans le tournant démotique tel que le définit Turner. Loin d'être réelle, l'identité conservatrice qui prend corps dans les conversations est en fait créée de toutes pièces par le dispositif de production des émissions, particulièrement sous l'influence de la toute-puissance de l'animateur. La quasi-inexistence du droit de suite de l'appelant et l'impossibilité d'exprimer une opinion contraire à l'orthodoxie conservatrice telle qu'elle s'incarne dans l'animateur, définissent un archétype du citoyen conservateur qui reflète davantage la conception qu'en a celui ou celle qui se trouve derrière le micro que la réalité.

Ce processus de création fait de Limbaugh et ses homologues les Prométhée radiophoniques d'un idéaltype du conservateur, donné à entendre au public comme un modèle auquel il est invité à s'identifier. Le conservateur idéal qui s'exprime à l'antenne est un individu qui adhère pleinement aux fondamentaux de l'orthodoxie du conservatisme et qui défend des positions nécessairement tranchées, qui ne souffrent pas le débat ni le consensus. Il est également un citoyen dont les droits, voire la survie, sont constamment menacés par l'establishment sociolibéral. Ainsi, l'appelant est un élément essentiel du dispositif car il constitue la caution populaire du discours de l'animateur.

¹¹⁴⁵ «*J'ai inventé l'expression de 'tournant démotique' comme terme de prédilection pour désigner la visibilité croissante des 'gens ordinaires' qui résulte du fait qu'ils sont devenus des contenus médiatiques par le biais de la culture de la célébrité, de la télé-réalité, des sites à faire soi-même, des talk-shows radiophonique et des choses de ce genre*». Graeme Turner, *Ordinary People and the Media: the Demotic Turn* (London: Sage Publications, 2010), 2.

¹¹⁴⁶ Turner, *Ordinary People and the Media*, 3.

6.3. Le parti pris politique revendiqué comme pratique discursive dominante

6.3.1. L'accusation de parti-pris sociolibéral comme légitimation du parti-pris des médias conservateurs

La contestation que portent les talk-shows radiophoniques conservateurs n'affecte pas uniquement la sphère politique : phénomène qui n'est pas immédiatement visible, elle produit également ses effets dans la sphère médiatique. Catalyseur de l'opposition au pouvoir sociolibéral, les talk-shows sont aussi vecteurs de la remise en cause des pratiques discursives canoniques des médias d'information traditionnels. C'est plus précisément la norme d'objectivité que la partialité revendiquée des talk-shows remet implicitement en cause. Par la façon dont elle a été définie, la norme présente un certain nombre de failles qui la rendent particulièrement vulnérable aux tentatives de manipulation de toutes sortes. Parmi elles, le métadiscours des journalistes sur leur pratique ainsi que la nécessité pour eux de présenter deux points de vue ou analyses divergents sur un même événement (le quatrième élément de la définition empirique de Tuchman), constituent deux points de faiblesse majeurs de la norme d'objectivité.

Contrairement au journalisme français, le journalisme américain définit la méthodologie qui préside à sa pratique, et produit un discours réflexif sur cette dernière. La norme d'objectivité n'est donc pas uniquement un protocole de collecte d'informations, elle est aussi une norme professionnelle qui légitime le métier. Les journalistes établissent leur crédibilité et leur fiabilité non pas seulement sur l'exercice de leur profession et l'influence qu'ils peuvent exercer sur le processus démocratique en contribuant à éclairer les citoyens, mais également sur la production d'un discours sur l'impartialité de l'information qu'ils relaient du fait de leur rigueur méthodologique. La norme d'objectivité en tant que discours apparaît finalement comme un piège que se tendent les journalistes à eux-mêmes car elle offre à ses détracteurs un point d'attaque : le discours sur leur objectivité est systématiquement contré par des accusations de partialité à l'égard de l'idéologie sociolibérale (*liberal bias*), elles-mêmes légitimant le propre biais idéologique de celui qui les porte. Pour le dire avec Frau-Meigs, « [la presse] s'enferme ainsi elle-même dans l'hameçon de l'objectivité »¹¹⁴⁷. En d'autres termes, le discours sur l'objectivité se retourne contre les journalistes en ce qu'il invite l'adversaire à un dialogue sur un objet si complexe à définir que ceux-là ne peuvent qu'en ressortir perdants.

¹¹⁴⁷ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 79.

Cette manœuvre d'intimidation prend la forme de « pressions éditoriales moralisantes »¹¹⁴⁸. Ainsi, les animateurs de talk-shows ont beau jeu de décliner à l'envi leurs accusations de parti-pris sociolibéral des journalistes des médias d'information traditionnels, parti-pris dont ces derniers se défendent, contrairement aux premiers. Élément fondamental du discours des talk-shows, les déclarations de Limbaugh sur la partialité des journalistes sont pléthores. En 1996, l'animateur affirme ainsi:

I'm proud to admit my bias, I'm a conservative. These people won't even in public admit to this stuff, but I have always said that it is impossible for a thinking caring person to be objective. This is why media bias doesn't bother me, it is the denial of it that bothers me, it is the denial that they are liberals that has always bothered me. [...] It's the fact that you won't be honest about what you really think or honest about what you are, which in turn you hid and tried to say that what you're reporting is the truth but it's not the truth, it's what you want to be the truth [...]¹¹⁴⁹

Limbaugh légitime son approche discursive très habilement : au lieu de s'engager dans une joute rhétorique dans laquelle médias d'information grand public et talk-shows se disputeraient l'objectivité, il affiche au contraire un parti-pris conservateur très clairement revendiqué et assumé. Toute sa stratégie consiste à préempter l'argument à charge pour le tourner à son avantage et priver ainsi l'adversaire de la possibilité de le mettre en défaut dans la mesure où il ne cherche aucunement à défendre sa propre objectivité mais pose le parti-pris comme paradigme de son approche de l'information.

L'accusation de parti-pris sociolibéral des médias d'information traditionnels est donc nécessaire pour légitimer le propre parti-pris des talk-shows, et plus globalement, l'expression du conservatisme dans les médias. Celle-ci devient impérative pour rétablir l'équilibre des points de vue, dès lors que le biais idéologique des grands médias d'information est établi. La revendication d'un point de vue idéologique de façon si affirmée n'est en effet possible que si ces derniers sont eux-mêmes partisans idéologiquement. Ainsi, dans la mesure où la norme d'objectivité est constamment bafouée par les médias d'information traditionnels, Limbaugh n'est sous aucune obligation de la respecter. C'est ce rôle de rééquilibrage du temps de parole qu'il se pique de jouer, ce qu'il répète à l'envi au début des années 1990 : « *I don't need to be*

¹¹⁴⁸ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 78.

¹¹⁴⁹ « *Je suis fier d'admettre mon parti-pris, je suis conservateur. Ces gens refusent même en public de reconnaître ce truc, mais j'ai toujours dit qu'il est impossible pour une personne réfléchie et bienveillante d'être objective. C'est pourquoi le parti-pris des médias ne me dérange pas, ce qui me dérange c'est le refus d'admettre le parti-pris, c'est leur refus d'admettre qu'ils sont sociolibéraux qui m'a toujours dérangé. [...]* C'est le refus d'être honnête quant à ce que vous pensez ou honnête quant à ce que vous êtes, que vous cachez en essayant de dire que ce que vous rapportez est la vérité alors que ce n'est pas la vérité, c'est ce que vous voulez que soit la vérité ». Rush Limbaugh, *The Rush Limbaugh Show*, 16 avril 1996.

balanced with equal time, I am equal time! »¹¹⁵⁰. L'argument avancé selon lequel *The Rush Limbaugh Show* rééquilibre l'égalité du temps de parole résume toute la stratégie de Limbaugh et de ses homologues des marchés radiophoniques locaux.

La perception d'un parti-pris sociolibéral des médias de référence donne lieu également à un discours sur leur tendance à ignorer, cacher ou distordre la vérité. C'est ce que Limbaugh affirme en creux au cours de la même émission :

What do we do? We relentlessly pursue the truth, and when you hear an opinion on this program, you don't hear it in the words of somebody else, you hear it from me and there is no mistake on what I believe [...]. And you therefore need the courage to be able to listen to the truth on this program and not go nuts¹¹⁵¹.

Le fait de poser la quête infatigable de vérité comme objectif principal de l'émission revient à suggérer que ce n'est pas la démarche des autres médias d'informations à qui la vérité importe peu au final. Limbaugh s'inscrit donc dans la tradition des Lumières américaines (*American Enlightenment*) qui identifie la liberté de la presse à la recherche de la vérité, et non celle de l'objectivité, ce qui permet à l'animateur de se prévaloir d'une supériorité morale et historique sur les journalistes des médias grand public.

Dans la rhétorique de Limbaugh, le journaliste est pour une large part dans cette incapacité des médias à établir la vérité. Limbaugh redéfinit implicitement le rôle du *reporter*, entendu ici comme celle ou celui qui « rapporte » l'information. En s'affirmant comme une source fiable de la vérité (« you hear it from *me* », nos italiques), il signe le rétablissement de l'autorité du *reporter* dans la mesure où ce dernier ne se limite plus à jouer le rôle de simple « transmetteur » détaché et désinvesti de l'information, mais prend à sa charge le contenu de ce qu'il expose. Tout le discours des animateurs de talk-shows sur les médias d'information et la grande presse écrite vise donc à disqualifier le rôle du journaliste et des experts au profit de celui de l'éditocrate et de l'intuition et la personnalité de dernier. Ainsi, là où le journaliste est censé s'effacer devant l'information, l'animateur de talk-show se pose en garant de la fiabilité de ce qu'il rapporte sur le simple gage de sa personne. C'est là un élément central de la réussite de ces émissions, comme le rappelle Michael Harrison, rédacteur en chef de *Talkers*

¹¹⁵⁰ « *Nul besoin de proposer du temps égal de parole pour rééquilibrer les points de vue, c'est moi l'égalité du temps de parole!* » The Paley Center for Media, Museum of Television and Radio Seminars Series: The First Annual Radio Festival « Rush Limbaugh and the Talk Radio Revolution, October 24th, 1995; 7:30 p.m. Catalogue reference: T:40932.

¹¹⁵¹ « *Que faisons-nous ? Nous recherchons la vérité sans relâche, et lorsque vous entendez une opinion dans cette émission, vous ne l'entendez pas dans les mots de quelqu'un d'autre, vous l'entendez de ma bouche et il n'y a pas de doute quant à ce que je pense [...]. Et il faut que vous par conséquent ayez le courage de pouvoir entendre la vérité dans cette émission sans devenir barjo* ». *The Rush Limbaugh Show*, 16 avril 1996.

Magazine, lorsqu'il analyse l'échec de *The Mary Matalin Show* dont la diffusion fut interrompue au bout de deux ans en 1998 :

Mary Matalin—I could say a lot of nice things about her. A great talk-show host? She wasn't. [...] I don't think she was good enough to be anywhere in the category of a Limbaugh. [...] I don't think that [she] deserves recognition, other than she was one of the early women in nationally syndicated radio, but [...] she was not particularly outstanding or memorable in that role.¹¹⁵²

La dureté de l'analyse que fait Harrison de l'échec de Matalin à la radio est particulièrement surprenante au vu du parcours de cette dernière tant la sphère politique que médiatique, et de l'envergure du personnage. Directrice adjointe de campagne de George H.W. Bush en 1992, on lui doit quelques sorties acerbes et controversées sur le candidat Bill Clinton, et notamment l'expression « déferlante de poufiasses » (*bimbo eruption*) pour qualifier les allégations d'infidélité à l'encontre du Gouverneur de l'Arkansas qui surgissaient çà et là au cours de la campagne¹¹⁵³. Ainsi, l'esprit, la répartie et le style de Matalin, qui lui ont permis de devenir une communicante redoutable lors des campagnes électorales, n'ont pas suffi à faire d'elle une animatrice de talk-show : au-delà de ces qualités, la fonction requiert une personnalité affirmée et volubile, voire truculente, de façon à inspirer la confiance et légitimer le propos. Or Matalin est plutôt une personnalité calme qui pratique l'humour à froid, sur un ton toujours égal.

Ainsi, point majeur de cristallisation de la contestation conservatrice, la contestation de l'ordre sociolibéral passe par la remise en cause de la conception acceptée du journaliste. Formé dans des départements de journalisme au sein d'universités, le journaliste est nécessairement acquis à la cause sociolibérale, membre de « l'élite », et incapable de comprendre les Américains ordinaires car trop corseté par les normes et protocoles qu'impose sa profession. Au contraire, les animateurs de talk-shows ne sont pas journalistes, un élément de leur parcours qu'ils s'emploient à rappeler à longueur d'émission. Ainsi, sur les quatre animateurs qui constituent l'objet de cette recherche, deux n'ont aucune formation universitaire : Limbaugh et Hannity ont abandonné leurs études en première année et se font une fierté de ne pas appartenir à ce qu'ils considèrent comme le petit monde de l'académisme.

¹¹⁵² « *Mary Matalin – il y a plein de choses sympas que je pourrais dire à son sujet. Une grande animatrice de talk-show ? Non. [...] Je ne pense pas qu'elle était assez bonne pour se faire une place dans la catégorie de Limbaugh. [...] Je ne pense pas qu' [elle] mérite d'être reconnue autrement que pour avoir été l'une des premières femmes de radio à être diffusée sous licence au niveau national, mais [...] elle n'était pas spécialement remarquable ou mémorable dans ce rôle* ». Voir annexe n°8 « Entretien avec Harrison ».

¹¹⁵³ Andrew Rosenthal, "The 1992 Campaign: The Republicans; Bush Campaign Issues Stinging Attack", *The New York Times*, August 3rd, 1992.

La position d'Ingraham à cet égard est toutefois plus ambiguë : titulaire d'un *juris doctor*, diplôme qui valide trois années de formation en droit, elle revendique son statut de juriste et son expérience à la Cour Suprême en tant que clerc du juge Clarence Thomas entre 1992 et 1993. Elle insiste cependant sur le fait que ce statut lui confère une légitimité pratique dans l'exercice du droit, par opposition à l'élite académique au savoir exclusivement théorique – le *juris doctor* est d'ailleurs un diplôme professionnel. Quant à Savage, il met un point d'honneur à rappeler que son savoir théorique relève du champ des sciences exactes : titulaire d'un doctorat en ethnomédecine nutritionnelle de l'Université de Californie à Berkley¹¹⁵⁴ – diplôme obtenu du temps où il était Michael Weiner, étudiant acquis à la cause sociolibérale et proche d'Allen Ginsberg – il met en avant ses connaissances en médecine alternative et en science de la nutrition.

Ainsi, à la formation théorique et par trop intellectuelle des journalistes, les animateurs de talk-shows opposent leur expérience de vie ainsi que leur connaissance pratique du monde acquise tout au long de leur parcours professionnel et personnel. S'ils ont reçu une formation universitaire, elle est nécessairement orientée vers la pratique ou la maîtrise de savoirs concrets, par opposition au journaliste dont la formation n'est que théorique et sous influence de l'idéologie dominante des milieux universitaires.

Enfin, dernier élément important de la déclaration de Limbaugh, son insistance sur le courage dont l'auditeur devrait prétendument faire preuve pour être en mesure d'entendre la vérité définit en creux l'environnement médiatique comme une sphère où ne règnent que le mensonge et la désinformation. Maintenus dans l'illusion permanente de la vérité et dans des représentations faussées du monde par les médias d'informations traditionnels, les auditeurs risquent de perdre leur santé mentale (« go nuts ») lorsqu'ils prennent conscience de la manipulation dont ils ont été victimes et sont soudainement mis en face de la réalité. La rhétorique de Limbaugh définit de manière implicite l'opposition entre les médias d'information traditionnels et le talk-show par un raisonnement en contraposée selon lequel le conservatisme implique la vérité et à l'inverse, le sociolibéralisme, le mensonge. Ainsi, ce sont deux représentations du monde et des événements qui s'affrontent. En posant ce raisonnement, il enclenche un processus accusatoire qui place les médias d'information traditionnels dans une position défensive et les contraint à faire la preuve de leur impartialité.

Enfin, l'accusation de parti-pris sociolibéral émane des commentateurs ou éditocrates et non des journalistes eux-mêmes. Contrairement aux derniers, les premiers occupent une

¹¹⁵⁴ Guy Adams, "Michael Savage: Mr. Angry", *The Independent*, May 9th, 2009.

position interstitielle entre *reporting* et divertissement qui leur laisse toute latitude de commenter et disséquer le travail d'une profession à laquelle ils n'appartiennent pas et qui est exercée par des individus auxquels ils se défendent de ressembler. Là où le journaliste, par souci de préserver sa neutralité et sa crédibilité professionnelle, ne saurait émettre d'avis ou de commentaire sur le travail de ses pairs, l'éditocrate jouit d'une liberté absolue dans ce domaine car son rôle est précisément de prendre parti.

Si la perception du parti-pris sociolibéral des journalistes préexiste à l'avènement des éditocrates, tout comme les critiques formulées à l'encontre de la norme d'objectivité – elles se font plus vivement jour dans les années soixante-dix¹¹⁵⁵ –, l'accusation de parti-pris sociolibéral trouve un écho retentissant dans l'écosystème médiatique américain avec leur émergence. Outre Limbaugh et ses homologues, des personnalités comme Ann Coulter (auteure de livres comme *Slander: Liberal Lies About the American Right*¹¹⁵⁶ et *If Democrats Had Half a Brain, They'd Be Republicans*¹¹⁵⁷ régulièrement invitée à intervenir sur Fox News) ou feu Andrew Breitbart (éditorialiste de *The Washington Times* et rédacteur du site politique conservateur *Drudge Report*) se font le relais des accusations de parti-pris sociolibéral. Aucun d'eux ne se revendique en tant que journaliste mais prétend au contraire relayer directement auprès de la population une information qui ne serait pas passée au crible du filtre du journalisme professionnel.

Ainsi, le discours sur le parti-pris sociolibéral des médias de référence est un élément indispensable des dispositifs des talk-shows radiophoniques conservateurs et confirme la relation au pouvoir soulignée par Foucault : en établissant la partialité sociolibérale des médias de référence comme paradigme central, le talk-show conservateur légitime sa propre existence. Ce discours de partialité joue donc le rôle de support au discours ultra-partisan des animateurs sur les figures politiques. L'intention inhérente au dispositif, c'est-à-dire le pouvoir qu'il cherche à exercer sur le public, n'est donc pas de l'ordre de l'actionnel. Son objet en tant que structure de pouvoir n'est pas la réalisation d'une action par l'auditeur dans les domaines du processus politique, de la citoyenneté ou de l'exercice de la démocratie (participer à un rassemblement, manifester son mécontentement à un élu ou prendre part à un vote) : arguer cela serait tenir pour acquis que le talk-show conservateur produit un effet tangible sur le processus politique.

¹¹⁵⁵ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre?*, 69.

¹¹⁵⁶ Ann Coulter, *Slander: Liberal Lies About the American Right* (New York: Three Rivers Press, 2002).

¹¹⁵⁷ Ann Coulter, *If Democrats Had Half a Brain, They'd Be Republicans* (New York: Crown Forum Publication, 2007).

Le pouvoir du dispositif sur l'auditeur est donc d'une autre nature : outre la production d'un contenu, il a pour finalité de faire accepter le discours conservateur de l'animateur, rendre valide sa vision des choses, et au bout du compte, normaliser l'approche partisane du traitement de l'information, pratique discursive aberrante – au sens premier du terme de « ce qui s'écarte du type normal » – dans les médias américains. Ce faisant, ce « discours-support » induit également un processus de redéfinition de l'objectivité qui fait la part belle au conservatisme.

6.3.2. L'impact de l'accusation de parti-pris : redéfinition de la notion d'objectivité comme strict équilibre des points de vue

Le discours sur le parti-pris sociolibéral des médias d'information traditionnels et sur la tendance de ces derniers à n'avoir aucun égard pour la vérité n'est pas sans influence sur la conception de la notion d'objectivité dans le *reporting* : il définit en creux l'objectivité avant tout comme devant inclure la représentation du point de vue conservateur dans le traitement des événements politiques et sociétaux. Ainsi, le quatrième critère avancé par Tuchman remonte en première position et devient le critère cardinal de l'objectivité. Toutefois, lors de la phase d'émergence du talk-show radiophonique conservateur, c'est un discours qui établit très précisément sa conception de l'objectivité que développe Limbaugh. Le 19 avril 1994, Ted Koppel, animateur de l'émission *Viewpoint* sur la chaîne ABC l'invite à participer à une table ronde sur le traitement médiatique de l'affaire Whitewater. Quelques heures avant le débat, il énumère la liste des panélistes afin d'évaluer la proportion des commentateurs sociolibéraux et conservateurs :

Here is who's on the panel [...] and we're gonna give one point each for solid conservative and solid liberal here, and then we're going to measure the panel and see how balanced it is. So we got Bartley from *The Wall Street Journal*, he's the editor, that's a solid conservative, that's one point; then you've got me, and that's a solid point so that's a total of two. We have James Carville, paid political representative of the President who's a solid one-point liberal. Then we have Geneva Overholser who is the editorette of *The De Moines Register* and she's gotta be a solid one-point liberal, so that's two to two. Then we have Max Frankel the retiring editor of *The New York Times*... haha... er, that's three liberals... and Floyd Abrams who is a First Amendment lawyer who thinks the press has gone too far on Whitewater so that's four. And then Brit Hume of ABC News, the White House correspondent: we've given Brit a half point both ways. So the way the program lines up tonight is four and a half liberals and two and a half conservatives, which in the modern media today is balance!¹¹⁵⁸

¹¹⁵⁸ « Voici comment se compose le panel [...], et nous allons attribuer un point à chaque conservateur pur et dur et à chaque sociolibéral pur et dur, et nous allons ensuite évaluer le panel et déterminer son degré d'équilibre. Alors, nous avons Bartley du de *The Wall Street Journal*, c'est le rédacteur, ça fait un conservateur

La façon dont Limbaugh étiquette les invités selon leur appartenance politique n'a rien que de très attendu : qu'il considère le rédacteur en chef de *The New York Times* comme nettement sociolibéral est pleinement cohérent avec son discours sur le parti-pris des médias grand public. À noter également qu'il ne prend pas la peine d'énoncer l'appartenance politique de Frankel tant elle va de soi pour lui. Au lieu de cela, il gratifie l'auditeur d'un rire sarcastique avant d'annoncer le total des points pour les sociolibéraux. L'étiquetage politique de la rédactrice de *The Des Moines Register* interpelle davantage en revanche : rédactrice d'un journal local dont le contenu est par définition orienté vers les préoccupations des habitants de l'agglomération qu'il dessert, elle est difficilement assimilable à la grande presse écrite que les conservateurs considèrent comme « intellectuelle » (*elite press*). Qui plus est, bien qu'elle soit vue comme allant de soi, son appartenance au clan sociolibéral est purement putative, comme en témoigne l'utilisation de la périphrase modale « gotta be ».

Au-delà de la dimension schématique et quelque peu arbitraire de l'étiquetage politique auquel s'adonne l'animateur, c'est toutefois la conception de l'objectivité qui en ressort qui retient l'attention. La présence de commentateurs identifiés comme sociolibéraux – tel James Carville – ou conservateurs – en la personne de Limbaugh – semble suggérer que le critère de diversité des points de vue est pleinement satisfait. Or ce que dénonce Limbaugh dans la composition du panel n'est pas le manque de diversité mais le déséquilibre entre la proportion d'invités sociolibéraux et conservateurs. Sa conception de l'objectivité s'appuie non plus sur le critère de diversité des points de vue sur une même question, mais sur leur strict équilibre quantitatif. C'est une façon de concevoir l'objectivité qui suggère implicitement qu'il n'appartient pas au journaliste d'indiquer que l'un des points de vue sur telle ou telle question est plus pertinent ou permet de mieux saisir les enjeux, mais qui affirme au contraire que les deux points de vue se valent, quelle qu'en soit leur pertinence réelle.

En résumé, sous l'égide de Limbaugh, le talk-show radiophonique conservateur opère un changement de paradigme dans la définition de l'objectivité, de la notion de « pluralisme » vers celle de « strict équilibre ». Par l'accusation de parti-pris sociolibéral, il exerce une

pur et dur, ça fait un point ; ensuite il y a moi et ça fait un point pur et dur donc ça fait un total de deux. Nous avons James Carville, représentant politique rétribué du président qui est un sociolibéral pur et dur à un point. Ensuite nous avons Geneva Overholser qui la rédactrice [sic] de The De Moines Register et elle doit être une sociolibérale pure et dure à un point, donc ça fait deux contre deux. Ensuite nous avons Max Frankel, le rédacteur de The New York Times qui s'apprête à partir à la retraite... hahah... euh, ça fait trois sociolibéraux.... et Floyd Abrams, avocat spécialiste des questions relatives au Premier amendement qui pense que la presse est allée trop loin dans le traitement de Whitewater, donc ça fait quatre. Et ensuite Brit Hume d'ABC News, correspondant à la Maison Blanche : nous avons donné un demi de chaque côté à Brit. Donc, la façon dont l'émission se présente ce soir, c'est quatre sociolibéraux et demis et deux conservateurs et demi, ce qui dans les médias de maintenant constitue l'équilibre ». *The Rush Limbaugh Show*, 19 avril 1994, (00:03:01).

pression éditoriale sur les médias grand public qui a pour effet de normaliser l'expression du conservatisme dans les médias d'information. Vu à plus grande échelle, tout se passe comme si au cours des huit premières années de sa carrière au plan national, Limbaugh prépare le terrain à la mise en place du journalisme tel que le pratique la chaîne d'information Fox News à partir d'octobre 1996. Cette dernière revendique un traitement de l'information fondé sur le strict équilibre des points de vue, comme le résume le slogan « Fair and Balanced » inséré en début et milieu du journal de 18h00¹¹⁵⁹. L'avènement du talk-show radiophonique conservateur apparaît donc comme une étape nécessaire à la conquête des médias grand public par l'idéologie conservatrice, qui n'a pu se faire qu'en s'appuyant dans un premier temps sur un média alternatif de niche.

Enfin, au vu de l'histoire du talk-show radiophonique conservateur depuis le début des années quatre-vingt-dix, le pouvoir du dispositif ne s'exerce pas seulement sur les pratiques et normes journalistiques des médias d'information mais également dans les sphères médiatique et politique dans leur ensemble. Dans le cas du talk-show radiophonique, le pouvoir du dispositif tel que l'évoquent Foucault et Appel et son équipe vise principalement à influencer l'ordre du jour, comme l'illustrent l'échec du *Lobby Reform and Disclosure Bill* en 1994 et la controverse sur les Swift Boat Veterans for Truth en 2004. Cette influence ne peut s'exercer que par l'intervention du discours sur le parti-pris sociolibéral des médias de référence, un « discours support » qui légitime la rhétorique conservatrice des animateurs auprès des auditeurs mais également au sein de l'écosystème médiatique américain dans son entier.

¹¹⁵⁹ Ainsi, dans le journal de 18h00 de Fox News, *The Fox Report with Sheppard Smith*, la transition entre l'annonce des titres et le début du journal se fait par le jingle suivant: « *Covering the news fair and balanced—news at the speed of live from New York. This is the Fox Report with Sheppard Smith!* » *The Fox Report with Sheppard Smith*, Fox News, May 4th, 2004. *Vanderbilt TV News Archives*, Vanderbilt University at Nashville, 110 Twenty-first Avenue South, Suite 704 Nashville, TN, 37203.

CHAPITRE 7

–

**CONSTRUCTION THÉMATIQUE ET IDÉOLOGIQUE DU DISCOURS DE
LA CONTESTATION CONSERVATRICE**

La spécificité du dispositif des talk-shows radiophoniques conservateurs, qui se démarque de celui des médias électroniques grand public traditionnels, permet la production d'un discours idéologiquement marqué, élaboré selon des pratiques discursives et une approche rhétorique propres au genre. Celles-ci sont légitimées par l'instrumentalisation et la subversion des pratiques discursives des médias grand public par les animateurs de talk-shows. Outre sa fonction de production du discours de la contestation conservatrice, le dispositif des talk-shows radiophoniques conservateurs remplit *in fine* une fonction de légitimation de ce discours et des pratiques discursives qui permettent sa construction. Sans ce dispositif singulier, la tenue d'un discours si nettement partisan serait illégitime et donc impossible.

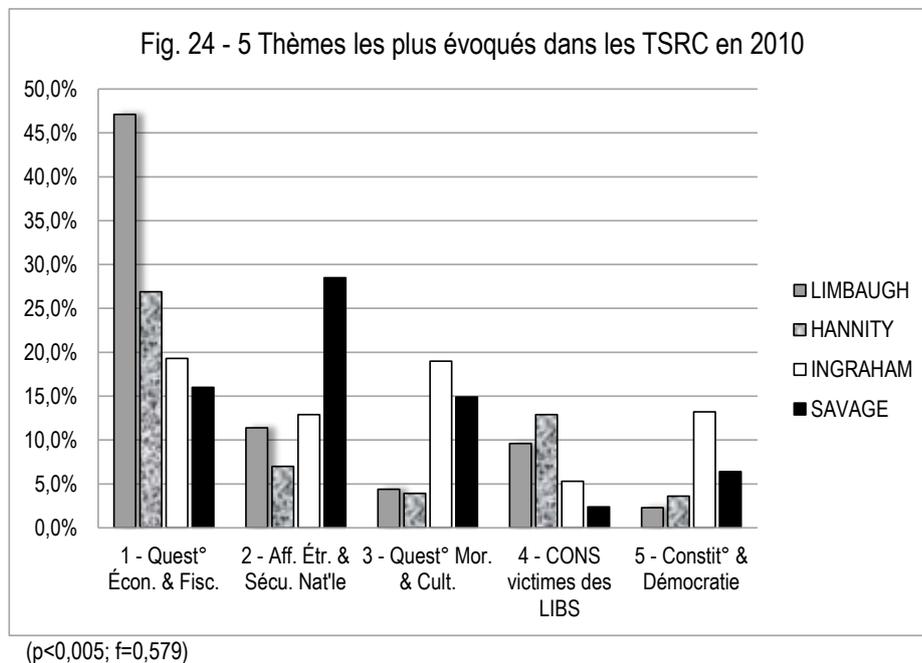
D'abord, le discours conservateur qui s'élabore grâce au dispositif des talk-shows radiophoniques remet en cause la norme d'objectivité dans le *reporting* et les médias d'information grand public, grâce à des attaques cinglantes et continuelles portées contre ces derniers et les journalistes. Ces attaques soulignent l'échec des journalistes à tenir le cap de l'objectivité dans l'exercice de leur tâche et dénoncent leur parti-pris idéologique en faveur du sociolibéralisme et des Démocrates. Une fois la profession de journaliste délégitimée et les médias d'information grand public disqualifiés, le dispositif permet aux animateurs de promouvoir le conservatisme dans la diversité de ses composantes et de manifester leur hostilité aux Démocrates et leur soutien – non sans conditions – aux Républicains, ainsi qu'aux citoyens conservateurs sur le terrain.

7.1. Conservateurs fiscaux et croisés de l'identité : vers une typologie politique des talk-shows radiophoniques conservateurs

L'impact du parti-pris conservateur que revendiquent les animateurs sur la façon dont ils analysent l'actualité politique et sociétale est manifeste. Il se perçoit en effet dans leur traitement des rapports de force entre les figures politiques, les institutions et les citoyens ordinaires. L'évaluation quantitative et systématique de leur importance et de la façon dont ils sont qualifiés dans les émissions de Limbaugh, Hannity, Ingraham et Savage, met en lumière de façon très précise le parti-pris conservateur de ces émissions. Conduite sur un corpus d'émissions diffusées au printemps 2010, elle rend possible de saisir de façon fine les nuances qui existent entre les animateurs dans la façon dont ils élaborent le profil idéologique de leurs émissions.

7.1.1. Questions économiques et affaires internationales : le socle idéologique commun des talk-shows conservateurs

Le test statistique révèle que les catégories « ordre public » (*law and order*), « environnement » et « nativisme » (*nativism*) sont largement sous-représentées, alors que l'écoute flottante avait révélé une certaine saillance de ces thèmes (voir figure 24). Les talk-shows radiophoniques conservateurs ne semblent donc montrer aucun intérêt pour ces trois thèmes pendant la campagne des primaires de 2010. Les deux premiers ne font l'objet que de huit et deux mentions respectivement, soit 0,6% et 0,1%, ils sont donc intégrés à la catégorie « autre/NSP ». Du fait de ses neuf mentions, soit 0,6%, le dernier est intégré à la catégorie « immigration ». En outre, bien qu'elle soit statistiquement significative, la catégorie « religion » est celle dont le score est le plus bas de toutes (n=30 ; 2,1%) ; elle ne parvient à se hisser dans le classement des cinq thèmes les plus évoqués d'aucune émission. Une première conclusion s'impose : les talk-shows radiophoniques conservateurs les plus écoutés au niveau national se démarquent des programmes radiophoniques religieux (*religious talk radio*) en ce que la foi, Dieu et la croyance religieuse en tant que telle sont des thématiques très largement ignorées des quatre animateurs. À cet égard, Limbaugh avait déclaré en 1993 ne pas vouloir évoquer les questions de religion¹¹⁶⁰.



¹¹⁶⁰ John Switzer, "LEST WE FORGET – XXXX 1993," *Unofficial Summary of The Rush Limbaugh Show for XXXX 1995*.

À l'inverse, ils semblent se concentrer de façon très nette sur les questions économiques et fiscales (=383 ; 27%), sur les affaires étrangères et la sécurité nationale (n=215 ; 15,2%), sur les questions morales et culturelles (n=150 ; 10,6%), sur les conservateurs en tant que victimes de libéraux (n=106; 7,5%), et la constitution, la démocratie et la liberté politique (n=90 ; 6,4%). Ces catégories constituent les cinq thèmes les plus évoqués par les talk-shows dans leur ensemble. Les deux premiers – questions économiques et fiscales et affaires étrangères – se classent parmi les deux thèmes les plus évoqués dans chaque émission, bien qu'ils n'y figurent pas tous dans le même ordre. Ce sont les deux thèmes les plus saillants du discours des animateurs qui constituent le socle idéologique commun aux quatre émissions (et donc contenu uniforme). Plus précisément, les questions relatives à l'interventionnisme étatique – telles que la fiscalité ou la réforme de la couverture médicale –, ainsi qu'à la sécurité des États-Unis – notamment celle du traité sur la réduction des armes nucléaires – font l'objet de plus d'attention que les autres.

Les résultats de l'analyse quantitative indiquent toutefois que les émissions diffèrent dans la longueur de temps d'antenne qu'elles leur accordent et des variations considérables se font jour à cet égard. À la lecture des données, deux grands profils d'émissions semblent émerger. D'une part, la catégorie « questions économiques et fiscales » présente une importance relative supérieure ou égale à la moyenne dans les émissions de Limbaugh et de Hannity : son score y est de 47,1% (n=161) et 26,9% (n=96) respectivement. D'autre part, Ingraham et Savage présentent des scores bien plus élevés que la moyenne dans la catégorie « questions morales et culturelles » : celui d'Ingraham est deux fois supérieur à la moyenne (n=65 ; 19%), et celui de Savage, une fois et demie supérieur (n=56 ; 14,9%). Une telle distribution des thèmes par émissions suggère donc que les quatre émissions se répartissent entre « conservateurs fiscaux » (*fiscal conservatives*) – Limbaugh et Hannity – et « croisés de l'identité » (*culture warriors*) – Ingraham et Savage, confortant l'idée d'une relative différenciation.

Les catégories des *fiscal conservatives*, parfois désignés comme « libertariens » (*libertarians*)¹¹⁶¹, et des *culture warriors*, aussi appelés *moral conservatives*, sont des

¹¹⁶¹ Les libertariens prônent la liberté individuelle absolue comme fondement d'une société viable et prospère. Ils n'acceptent l'intervention de l'Etat Fédéral que dans les domaines monétaires et militaires et sont opposés à toute intervention dans les domaines social (éducation, santé, protection sociale,...) et économique (fiscalité, redistribution, réglementation). Ils sont hostiles aux politiques d'identité ainsi qu'aux syndicats et à la législation du travail. Ils défendent le primat des libertés individuelles. Leurs positions sont souvent pro-avortement et pro-mariage gay, et parfois même en faveur de la liberté de consommer et de détenir des stupéfiants. Sur le plan de la politique extérieure, ils tiennent une position non-interventionniste et isolationniste. Voir David J. Theroux,

catégories acceptées par les commentateurs et intellectuels pour situer les individus sur l'échiquier du conservatisme. Bien que très schématiques, elles sont convoquées dans le cadre de cette analyse de façon à faire ressortir de manière immédiate les différences fondamentales entre les émissions. Une analyse plus poussée des données est nécessaire pour affiner le profil idéologique de chacune des émissions et mettre en lumière la manière dont elles se réapproprient les catégories. De façon générale, il s'agira de définir leur spécificité idéologique propre et d'expliquer aussi le maintien et la prospérité de toutes ces émissions, qui occupent une petite niche médiatique et survivent en se différenciant.

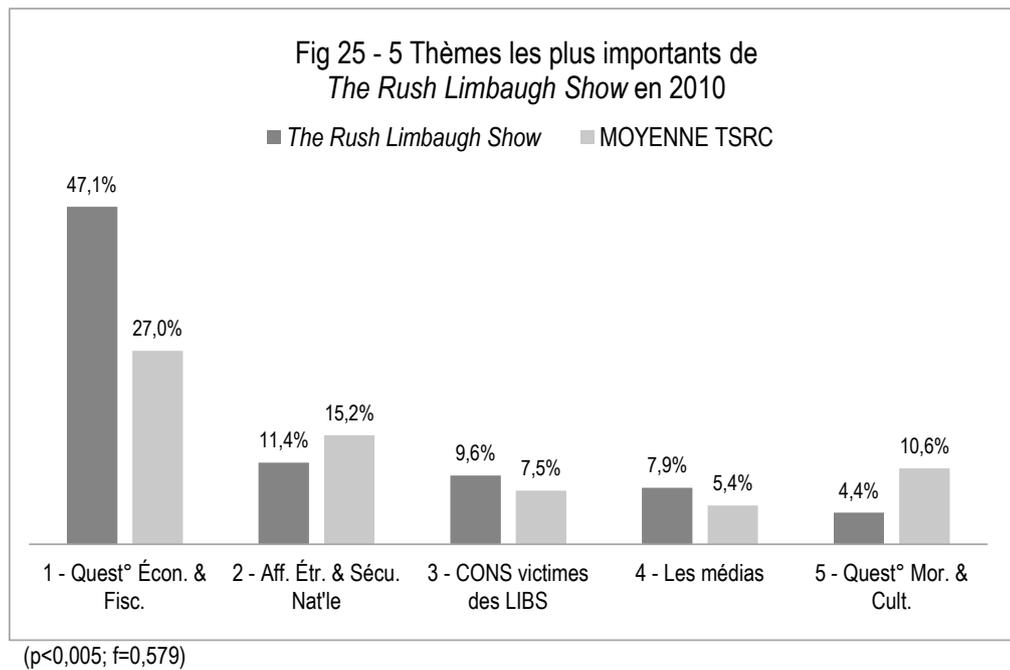
7.1.2. Des profils idéologiques différenciés

7.1.2.1. Les conservateurs fiscaux : Limbaugh et Hannity

7.1.2.1.1. *Rush Limbaugh, conservateur fiscal et archétype du talk-show radiophonique conservateur*

Comme l'indique la figure 25, le profil idéologique de *The Rush Limbaugh Show* correspond à celui de la moyenne des émissions de façon quasi parfaite. Quatre des thèmes les plus représentés dans le profil moyen se classent parmi les cinq thèmes les plus évoqués dans l'émission, soit les questions économiques et fiscales (n=161 ; 47,1%), les affaires étrangères (n=39 ; 11,4%) – ces deux thèmes ont chez Limbaugh la même importance que dans le profil moyen –, les conservateurs en tant que victimes des libéraux (n=33 ; 9,6%) et les questions morales et culturelles (n=15 ; 4,4%). Ces deux caractéristiques – adéquation quasi parfaite des thématiques avec le profil moyen et même ordre d'importance des deux catégories les plus importantes – sont l'apanage de *The Rush Limbaugh Show* dont le profil varie le moins par rapport au profil moyen comparativement aux autres programmes : il apparaît donc comme l'archétype des talk-shows.

“Libertarianism”, in *American Conservatism: an Encyclopedia*, Bruce Frohnen (Ed.) (Wilmington, Delaware: ISI Books, 2006), 505-508.



La caractéristique la plus frappante de l'émission est la place notable qu'occupent les questions économiques et fiscales, l'animateur y consacrant près de la moitié de son temps. Si *The Rush Limbaugh Show* constitue l'archétype du talk-show, Limbaugh est celui du conservateur fiscal, ce qui confirme son positionnement sur l'échiquier du conservatisme depuis 1990 : son faible intérêt pour les questions morales et culturelles, qui se classent au dernier rang des cinq thèmes les plus évoqués, étaye cette idée. L'importance qu'il accorde aux questions économiques et fiscales est telle que les scores cumulés des quatre autres thèmes les plus importants (33,3%) ne parviennent pas à égaler le score de cette catégorie. *The Rush Limbaugh Show* apparaît donc également comme une émission au contenu plutôt uniforme.

Les questions économiques et fiscales constituent le point commun majeur entre *The Rush Limbaugh Show* et *The Sean Hannity Show*. Du fait de la proportion importante de ces questions chez Hannity et de leur position en tête du palmarès des cinq questions les plus évoquées de l'émission, *The Sean Hannity Show* correspond au profil moyen des talk-shows. Elle présente surtout des similarités significatives avec *The Rush Limbaugh Show*, non pas tant d'un point de vue quantitatif – Limbaugh consacre presque deux fois plus de temps à ces questions que Hannity, soit 47,1% contre 26,9%) – que rhétorique. Dans l'ensemble, les deux animateurs produisent un discours sur les questions économiques et fiscales qui s'inscrit pleinement dans la tradition économique libérale en se réappropriant les concepts avancés par les économistes classiques et libertariens.

Tous deux évoquent très abondamment la fiscalité, c'est un élément saillant de leur discours sur la question. La date butoir d'envoi de la déclaration d'impôts du 15 avril (*tax day*), et plus particulièrement la perspective de l'arrivée à échéance des baisses d'impôts décidées par le 43^{ème} président (*Bush tax cuts*)¹¹⁶², leur fournissent une occasion de pourfendre le système fiscal américain actuel. Pour Hannity, la fiscalité qui pèse sur ces derniers affecte négativement l'ensemble des citoyens américains :

For those of you who think, "It's good that the rich pay all that money" [...], "well, this is fair, this is redistribution"... Who's gonna get hurt here? All the people that have money, what are they gonna start doing? They're gonna start hiding it. They're gonna stop investing it. They're gonna stop spending it. They're gonna pull their belt tight. They're not gonna buy new homes, they're not gonna buy luxury items [...]. Sadly, people with disposable income are going to be hesitant [...]. They're gonna stop going to restaurants. Who gets hurt? The waiters, the maîtres ds, the bartenders... It's gonna be the bus boys, the dishwashers, the cooks... [...] Who makes the jewelry? Who waits the tables? Who cooks the food? Who makes the furs? Who goes on luxury vacations? So all of this money, all this disposable income is gonna go into Obama's utopian society and rich people aren't gonna have enough!¹¹⁶³

L'animateur se lance donc à la rescousse des plus fortunés, garants selon lui du dynamisme économique, vecteurs de croissance et générateurs d'emplois. Il recourt pour cela à une argumentation empreinte de populisme en arguant du fait que l'augmentation de la fiscalité sur les plus aisés fait peser une forte menace sur les emplois moins qualifiés car elle incite les premiers à regarder à la dépense. En d'autres termes, il en appelle aux classes inférieures laborieuses pour qu'elles apportent leur soutien à la reconduction des allègements fiscaux en direction des plus fortunés. Ce qui est à l'œuvre dans le discours de Hannity, c'est un double processus de remise en cause du principe de redistribution de la richesse envers les moins favorisés d'une part, et de légitimation du principe de déréglementation et de désinvestissement de l'État dans les affaires économiques d'autre part. En somme, il s'agit de

¹¹⁶² Des réductions fiscales avaient été mises en place au cours du premier mandat de George W. Bush par le biais des *Economic Growth and Tax Relief Reconciliation Act of 2001* et *Jobs and Growth Tax Relief Reconciliation Act of 2003*. Ces réductions fiscales avaient une durée limitée : il était prévu qu'elles arrivent à échéance au 31 décembre 2010. En 2008, Obama fait de la non-reconduction du dispositif un de ses thèmes de campagne. "Times Topics: Bush-Era Tax Cuts," *The New York Times*, August 2nd, 2012.

¹¹⁶³ « Pour ceux d'entre vous qui pensent, 'c'est bien que les riches payent tout cet argent' [...], 'bah, c'est juste, c'est la redistribution'... Qui va en faire les frais, là ? Tous ceux qui ont de l'argent, qu'est-ce qu'ils vont faire ? Ils vont se mettre à le cacher. Ils vont arrêter de l'investir. Ils vont arrêter de dépenser. Ils vont commencer à se serrer la ceinture. Ils n'achèteront pas de nouvelles maisons, ils n'achèteront pas d'articles de luxe [...]. C'est regrettable, les gens avec un revenu disponible vont être hésitants [...]. Ils vont arrêter d'aller au restaurant. Qui en fait les frais ? Les serveurs, les garçons de salle, les barmen... C'est les garçons de table, les plongeurs, les cuisiniers... [...]. Qui fabrique les bijoux ? Qui fait le service dans les restaurants ? Qui prépare les plats ? Qui fabrique les fourrures ? Qui part en vacances de luxe ? Donc, tout cet argent, tout ce revenu disponible va aller à l'utopie sociale d'Obama et les riches n'en auront pas assez ! » *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010, (H1-00:23:49). [Note : les éléments entre parenthèses indiquent le moment de la déclaration de l'animateur].

promouvoir la stratégie économique du « ruissellement » (*trickle down economics*) déployée par Ronald Reagan entre 1981 et 1989, selon laquelle la richesse que génèrent les classes les plus aisées est *in fine* réinjectée dans l'économie et profite aux classes moins favorisées. On notera à cet égard que tout le discours de Hannity est parsemé de références à Reagan, à sa conception de l'économie et à sa vision du conservatisme. Ainsi, il estime que le secteur privé sait se montrer plus vertueux et plus responsable que l'État :

But if we're gonna talk about corporate malfeasance and mismanagement of money, don't we have to examine the absolute atrocious way government has handled the people of this country's money, and that means the Social Security bankrupt, that means Medicare bankrupt, that means record debt and deficits, that means three-thousand trillion debt as far as the eyes can see [...] Why aren't we more critical of government that is far more immoral in my mind than any corporate entity that we could name?¹¹⁶⁴

Le propos de l'animateur s'appuie sur un hypotexte reaganien particulièrement visible par sa référence à la phrase prononcée par le 40^{ème} président lors de son premier discours d'investiture : « *In the present crisis, government is not the solution to our problem ; government is the problem* »¹¹⁶⁵. Au-delà de l'aspect percutant de la formule – elle-même construite sur une antithèse et un parallélisme – qui est typique des discours politiques, l'esprit de la déclaration a fait école parmi les rangs des conservateurs de l'après-Reagan : la conception de l'État comme obstacle à la prospérité et à la réussite ainsi que la nécessaire réduction de l'interventionnisme étatique – son corollaire – sont devenus des fondamentaux du « conservatisme à la Reagan » (*Reagan conservatism*).

Ensuite, l'argument selon lequel la recherche individuelle du profit sert le bien commun est le deuxième aspect significatif du discours de Limbaugh et Hannity. Dans le cadre de la tournée qu'il entreprend pour la promotion de son livre *Conservative Victory*¹¹⁶⁶, l'animateur va à la rencontre des citoyens mécontents, notamment ceux qui se pressent aux rassemblements du Tea Party. Celui du 13 avril lui donne précisément l'occasion de louer les mérites de la libre entreprise et de la recherche du profit personnel :

¹¹⁶⁴ « *Mais s'il faut qu'on parle de malveillance entrepreneuriale et de mauvaise gestion de l'argent, est-ce qu'on doit pas examiner la façon absolument atroce dont l'État a géré l'argent des citoyens de ce pays, et j'entends par là que le système des retraites est en faillite, j'entends par là que la sécurité sociale pour les seniors est en faillite, j'entends par là une dette et des déficits record, j'entends par là une dette de trois-cent billions qui s'étend à l'infini [...]. Pourquoi est-ce qu'on est pas plus critique envers l'État qui est bien plus immoral à mon sens que toute entreprise qu'on pourrait nommer ?* » *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010; (H2-00:08:08).

¹¹⁶⁵ Ronald W. Reagan, *First Inaugural Address*, January 20th, 1981; *Ronald Reagan Presidential Library*, <http://www.reagan.utexas.edu/archives/speeches/1981/12081a.htm>. Dernière consultation le 7 juillet 2012.

¹¹⁶⁶ Sean Hannity, *Conservative Victory: Defeating Obama's Radical Agenda* (New York: Harpers Collins, 2010).

When you work in a business, even though government demonizes you, you're serving other people, you're providing them goods and services they want, need, and desire. Yeah, you're making a salary, you're making a profit, but you're also advancing the human condition, which makes capitalism the greatest system on earth.¹¹⁶⁷

Ainsi, selon Hannity, lorsque l'individu cherche à s'enrichir personnellement, il produit des biens et des services qui profitent à l'ensemble de la communauté. L'activité économique qui résulte de sa recherche du profit produit des effets positifs sur l'ensemble de ses pairs. Cet argument, fondamental dans le discours de Hannity en matière économique, est réitéré le lendemain : « *Now while you're pursuing a profit by creating goods and services that others want, need, and desire, you're doing something functionally good for everybody. It's a win-win situation [...]* »¹¹⁶⁸. Ce faisant, il ancre son discours dans la tradition des économistes classiques, et plus particulièrement dans la théorie du marché que développe Adam Smith, père fondateur du libéralisme économique, dans son ouvrage canonique *An Inquiry into the Nature and Causes of The Wealth of Nations*¹¹⁶⁹. Pour Smith, c'est en recherchant son propre intérêt que, de manière non intentionnelle, l'individu satisfait l'intérêt général grâce à l'intuition des acteurs économiques, ce que Smith désigne comme la « main invisible » du marché :

[The individual] generally, indeed, neither intends to promote the public interest, nor knows how much he is promoting it. [...] He intends only his own security; and by directing that industry in such a manner as its produce may be of the greatest value, he intends only his own gain; and he is in this, as in many other cases, led by an invisible hand to promote an end which was no part of his intention. [...] By pursuing his own interest, he frequently promotes that of the society more effectually than when he really intends to promote it.¹¹⁷⁰

¹¹⁶⁷ « *Quand vous travaillez dans une entreprise, bien que l'État vous diabolise, vous servez les autres, vous leur fournissez les biens et les services qu'ils veulent, dont ils ont besoin et dont ils ont envie. Ouais, vous touchez un salaire, vous réalisez un profit, mais vous contribuez aussi à l'avancement de la condition humaine, ce qui fait du capitalisme le meilleur système au monde* ». *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010 ; (H2-00:30:54).

¹¹⁶⁸ « *Pendant que vous recherchez le profit en créant des biens et des services que les autres veulent, dont ils ont besoin et dont ils ont envie, vous faites quelque chose de fondamentalement bon pour tout le monde. C'est une situation gagnant-gagnant* ». *The Sean Hannity Show*, 15 avril 2010; (H3-00:12:36).

¹¹⁶⁹ Adam Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Original text, 1776 (London: J.M. Dent & Sons Ltd., 1957).

¹¹⁷⁰ « *L'intention [de l'individu], en général, n'est pas en cela de servir l'intérêt public, et il ne sait même pas jusqu'à quel point il peut être utile à la société. [...] Il ne pense qu'à se donner personnellement une plus grande sûreté ; et en dirigeant cette industrie de manière à ce que son produit ait le plus de valeur possible, il ne pense qu'à son propre gain; en cela, comme dans beaucoup d'autres cas, il est conduit par une main invisible à remplir une fin qui n'entre nullement dans ses intentions [...]. Tout en ne cherchant que son intérêt personnel, il travaille souvent d'une manière bien plus efficace pour l'intérêt de la société, que s'il avait réellement pour but d'y travailler* ». Smith, *Wealth of Nations*, Book IV, Chapter II, 400. [Note de traduction : traduction française de Germain Garnier (1881), à partir de l'édition revue par Adolphe Blanqui en 1843].

Smith insiste sur le fait que l'individu ne sert jamais mieux l'intérêt commun que lorsqu'il ne cherche pas à le faire et qu'il poursuit son intérêt propre. On voit donc se dessiner les contours de la philosophie de l'individualisme, principe cardinal de la pensée conservatrice. Pour finir, c'est à l'inverse de l'appât du gain personnel présent chez l'autre, et non de sa bienveillance, que l'individu peut tirer le meilleur profit des échanges économiques. Smith illustre cette idée dans l'exemple du boucher :

But man has almost constant occasion for the help of his brethren, and it is in vain for him to expect it from their benevolence only. He will be more likely to prevail if he can interest their self-love in his favour, and shew them that it is for their own advantage to do for him what he requires of them. [...] It is not from the benevolence of the butcher the brewer, or the baker that we expect our dinner, but from their regard to their own interest. We address ourselves, not to their humanity, but to their self-love, and never talk to them of our own necessities, but of their advantages¹¹⁷¹.

En d'autres termes, ce n'est pas de la bienveillance du boucher que l'on obtient les meilleures pièces, mais du profit qu'il peut tirer à servir un produit de qualité optimale. L'intérêt général est donc fonction de la vitalité des appétits individuels à satisfaire leur intérêt.

Le dernier élément du discours économique de Limbaugh et Hannity est leur approche des questions économiques sous l'angle philosophique. À leurs yeux, celles-ci sont intimement liées à la question de la liberté individuelle dans tous les domaines de l'expérience humaine. Ainsi, aux yeux de Hannity, l'interventionnisme étatique en matière économique mène à une certaine forme de totalitarisme :

It's liberty versus tyranny: either you believe in freedom and liberty and free market and limited government and balanced budgets and fiscal responsibility and strong national defense, or you don't. And if you don't believe in the freedom model, then the only thing that can replace it is some soft tyranny [...] and sadly, that's what's emerging if we're not careful¹¹⁷².

¹¹⁷¹ « Mais l'homme a presque continuellement besoin du secours de ses semblables, et c'est en vain qu'il l'attendrait de leur seule bienveillance. Il sera bien plus sûr de réussir, s'il s'adresse à leur intérêt personnel et s'il les persuade que leur propre avantage leur commande de faire ce qu'il souhaite d'eux. [...] Ce n'est pas de la bienveillance du boucher, du marchand de bière et du boulanger, que nous attendons notre dîner, mais bien du soin qu'ils apportent à leurs intérêts. Nous ne nous adressons pas à leur humanité, mais à leur égoïsme; et ce n'est jamais de nos besoins que nous leur parlons, c'est toujours de leur avantage ». Smith, *Wealth of Nations*, Book I, Chapter II, 13. [Note de traduction : traduction française de Germain Garnier (1881), à partir de l'édition revue par Adolphe Blanqui en 1843].

¹¹⁷² « C'est la liberté contre la tyrannie: soit vous croyez en la liberté et le libre échange et l'intervention limitée de l'État et l'équilibre budgétaire et la responsabilité fiscale et une défense nationale forte, ou pas. Et si vous ne croyez pas au modèle de la liberté, alors la seule chose qui peut le remplacer c'est une espèce de tyrannie douce [...] et de façon regrettable, c'est ce qui peut arriver si on ne fait pas attention ». *The Sean Hannity Show*, 15 avril 2010; (H1-00:23:10).

En définissant une dichotomie opposant la libre entreprise à la tyrannie, il convoque la théorie développée par l'économiste libertarien Friedrich August Hayek dans *The Road to Serfdom*, ouvrage élaboré tout au long des années 1930 et publié en 1944 aux États-Unis¹¹⁷³. Prenant à contrepied les théories d'inspiration keynésienne selon lesquelles le Nazisme constitue le stade ultime du capitalisme, il avance l'argument que le Nazisme incarne au contraire l'aboutissement du système de planification économique. Au chapitre sept intitulé *Economic Control and Totalitarianism*, il affirme que la planification de l'économie par l'État implique nécessairement le contrôle de l'État sur les autres domaines de la vie des individus :

The so-called economic freedom which the planners promise us means precisely that we are to be relieved of the necessity of solving our own economic problems and that the bitter choices which this often involves are to be made for us. Since under modern conditions we are for almost everything dependent on means which our fellow-men provide, economic planning would involve direction of almost the whole of our life.¹¹⁷⁴

L'idée que le dirigisme économique implique le renoncement de l'individu à sa liberté dans tous les autres domaines de son existence est également présente dans le discours de Limbaugh :

Obama's not so much attacking the free market or capitalism as much as he is attacking the individual and liberty here, because that's the ultimate loss when you start piling on more regulations on higher taxes, and you build taxes on taxes and regulations on regulations, when you get to the end of the equation, it is the individuals who lose liberty and freedom. What he is saying is [...] "we cannot have a free people going about their own business anymore: that doesn't work. Reaganism doesn't work. [...] What we need is an all-powerful centralized command-controlled economy where I, and my ideological soul mates, determine what's right and best for the masses."¹¹⁷⁵

Autrement dit, la régulation de l'économie par un pouvoir étatique central implique nécessairement la perte du droit de l'individu à décider ce qui est le mieux pour lui. Limbaugh

¹¹⁷³ Friedrich August Hayek, *The Road to Serfdom*, original text, University of Chicago, 1944 (London: Routledge/The University of Chicago Press, 2007).

¹¹⁷⁴ « La soi-disant liberté économique que les partisans de la planification nous promettent implique précisément que nous soyons affranchis de la nécessité de résoudre nos propres problèmes économiques, et que l'on fasse pour nous les choix cruciaux que cela implique souvent. Comme dans les circonstances du monde moderne nous sommes dépendants dans presque tous les domaines des moyens que fournissent nos semblables, la planification économique impliquerait que l'on dirige pour nous notre vie dans tous ces aspects ». Hayek, *Road to Serfdom*, 127.

¹¹⁷⁵ « Obama n'est pas tant en train d'attaquer le libre échange ou le capitalisme qu'il est en train d'attaquer l'individu et la liberté là, parce qu'au bout du compte, c'est ça qu'on perd quand on commence à entasser des réglementations supplémentaires sur des hausses d'impôts, et quand on ajoute les hausses d'impôts aux hausses d'impôts et les réglementations aux réglementations ; quand vous arrivez au bout de l'équation, ce sont les individus qui perdent leur liberté et leur capacité d'agir. Ce qu'il dit en fait c'est [...], 'on ne peut pas voir un peuple libre de faire ce qu'il veut : ça ne marche pas, le Reaganisme ne marche pas. [...] Ce qu'il nous faut, c'est une économie dirigée, centralisée et toute puissante dans laquelle moi et ceux qui partagent la même idéologie que moi déterminons ce qui est juste et mieux pour les masses ». *The Rush Limbaugh Show*, April 14th, 2010.

ne se limite pas à attirer l'attention de l'auditeur sur les risques potentiels de la réglementation économique, il affirme que le contrôle des masses constitue la finalité du projet d'Obama, la régulation économique ne constituant qu'un moyen pour parvenir à une telle fin.

Ainsi, la mise en regard des propos des animateurs avec l'extrait du pamphlet de Hayek met en lumière de manière très nette la filiation idéologique entre le père de l'économie libertarienne, et Limbaugh et Hannity. Ces derniers reprennent à leur compte l'idée développée par le second que l'intervention de l'État dans les décisions économiques et l'allocation des richesses contiennent en elles le ferment du totalitarisme, mais la reformulent de façon plus schématique, dans un langage accessible à un public contemporain. À cet égard, les talk-shows ont donc une fonction de vulgarisation de la doxa conservatrice, parfois difficilement accessibles aux citoyens ordinaires. Cet élément phare de la théorie libertarienne fournit l'assise philosophique à l'argument du nécessaire allègement des prélèvements fiscaux : il faut y lire en filigrane l'idée que la baisse de la fiscalité est une condition nécessaire à l'exercice de liberté individuelle.

Pour finir, recourant une nouvelle fois au registre populiste, Limbaugh et Hannity développent la thèse selon laquelle la hausse de la fiscalité sur les plus favorisés a pour finalité de créer une classe socio-économique dépendante de l'État-Providence. Limbaugh est le plus catégorique à cet égard :

But now look where we are. We've got unemployment and it is rising and who does Obama subsidize? He subsidizes those not working! He's rewarding those who are not working. He doesn't reward those who are making the mortgage payment, who are trying to pay their taxes, who are doing everything by the rules... They are the enemy. [...] Why subsidize those who are not working? Just to keep them comfortable enough so that they stay unemployed! [...] Obama is not doing anything to create jobs, quite contrary; he's in the process of creating a permanent underclass!¹¹⁷⁶

L'animateur dénonce une manœuvre cynique de la part du pouvoir qui consisterait à punir les citoyens honnêtes et diligents pour favoriser ceux qui vivent des largesses de l'État. Il s'agit donc d'aiguillonner les classes moyennes supérieures pour qu'elles s'insurgent contre un système de redistribution qui récompense les oisifs au détriment des actifs. Hannity développe une thèse identique, en identifiant les auditeurs de son émission comme ceux des citoyens qui

¹¹⁷⁶ « Mais là regardez où nous en sommes. Nous avons du chômage et il est en train d'augmenter et qui Obama aide-t-il financièrement ? Il aide financièrement ceux qui ne travaillent pas ! Il récompense ceux qui ne travaillent pas. Il ne récompense pas ceux qui paient leurs traites immobilières, qui essaient de payer leurs impôts, qui font tout en respectant les règles... Ce sont eux l'ennemi. [...] Pourquoi aider financièrement ceux qui ne travaillent pas ? Simplement pour qu'ils soient assez à l'aise pour rester au chômage ! [...] Obama ne fait rien pour créer des emplois, bien au contraire ; il est en train de créer une sous-classe permanente ! » *The Rush Limbaugh Show*, 12 avril 2010, (00:19:52).

pâtissent d'un tel système. Tandis qu'il dissèque la non-reconduction des allègements fiscaux accordés par George W. Bush, il déclare :

The only people that are celebrating are liberals [...] because that means they get to use your money to build their powerbase [...]. Literally it is the oxygen supply for the modern welfare state which is getting larger everyday under the radicalism of the most radical president in American history and the most radical Democratic Congress in American history. They're heading in exactly the wrong direction that we need to move towards a freedom, liberty, opportunity, and responsibility society¹¹⁷⁷.

Hannity pousse le raisonnement plus loin que Limbaugh en éclairant l'auditeur sur l'impact politique de l'approche d'Obama en matière de fiscalité. En effet, il adresse une mise en garde aux auditeurs les plus favorisés quant à la menace que fait peser le retour à une fiscalité plus lourde à destination des fortunés : outre la réduction de leur pouvoir d'achat, la mise en place d'un système d'État Providence hypertrophié en faveur des classes les plus démunies que permettrait la non-reconduction des *Bush tax cuts* aurait pour effet de constituer un électorat acquis aux Démocrates susceptible de maintenir ces derniers au pouvoir de manière pérenne.

Les troisième et quatrième thèmes de prédilection de Limbaugh – les conservateurs comme victimes des libéraux (n=33 ; 9,6%) et les médias (n=27 ; 7,9%) – ont également un poids important. Ainsi, des quatre émissions, *The Rush Limbaugh Show* est celle qui consacre le plus de temps aux médias, catégorie dont le score dépasse celui de la moyenne des talk-shows (soit 5,4%) de 3%. Dans *The Rush Limbaugh Show*, les médias grand public ne sont pas évoqués uniquement en second plan des questions de fond mais constituent une thématique en tant que telle. L'animateur observe et détaille l'actualité propre des Trois Grands et de la grande presse écrite. Il ne tarit pas de critiques frontales à leur rencontre et leur réserve ses plus belles perles rhétoriques : le ciblage continu des médias par Limbaugh depuis ses débuts s'exprime donc de façon particulièrement nette. Dès 1992, il déclarait déjà sans ambages : « *I [...] believe that the dominant media culture is composed of liberals who seek to push their views on society without admitting they are doing it* »¹¹⁷⁸. Dix-huit ans après, le discours n'a pas changé. À l'en croire, les médias grand public sont inféodés à l'idéologie sociolibérale, et pire, ils dépendent du pouvoir démocrate pour assurer leur survie

¹¹⁷⁷ « Les seuls à se réjouir sont les sociolibéraux [...] parce que ça veut dire qu'ils peuvent utiliser votre argent pour construire leur base politique [...]. C'est littéralement l'apport d'oxygène de l'État-Providence moderne qui s'élargit de jour en jour sous les tendances au radicalisme du Président le plus radical de l'histoire des États-Unis et du Congrès démocrate le plus radical de l'histoire des États-Unis. Ils s'acheminent exactement dans la direction opposée à celle que nous devrions prendre pour nous mettre sur la voie d'une société de la liberté, de l'égalité des chances, et de la responsabilité ». *The Sean Hannity Show*, 15 avril 2010, (H1-00:10:48).

¹¹⁷⁸ « Je crois [...] que la culture médiatique dominante est influencée par des sociolibéraux qui cherchent à imposer leur point de vue à la société sans vouloir l'admettre ». Limbaugh, *Way Things Ought To Be*, 2-3.

du fait de l'amenuisement de leur audience et de leur lectorat. Suite à la publication d'un rapport sur les médias d'informations indiquant que moins de la moitié des journaux de la grande presse écrite existeraient encore dans dix ans¹¹⁷⁹, il déclare : « *Guess what's coming? News organizations will be restructured as non-profits, and we will be able to donate to them and contribute to them for as long as we're able to deduct charitable contributions, or they will be bailed out. I mean, this is state-controlled media we're talking after all!* »¹¹⁸⁰

Il tient pour acquis le statut de médias officiels du pouvoir de ces organisations comme le montre très nettement l'expression « state-controlled media » – ailleurs, il désigne également l'agence Associated Press (AP), équivalent de l'Agence France Presse (AFP) comme « the State-controlled AP »¹¹⁸¹. Ainsi, rien d'étonnant à ses yeux qu'ils puissent faire l'objet d'un plan de sauvetage (« they will be bailed out ») de la part de l'État. Autre caractéristique des médias grand public américains, ils sont tous semblables et proposent des contenus indifférenciés les uns des autres :

And if you miss CBS, watch NBC. Miss NBC, watch ABC. Miss ABC, watch CNN. You miss all that, pick up *The New York Times*, I mean it's all the same! You miss *The New York Times*, get *USA Today*, I you miss that get *The L.A. Times*, miss that, get *The Chicago Tribune*, you miss that get *The Atlanta Urinal Constipation* [sic], they're all the same!¹¹⁸²

En soulignant l'interchangeabilité des journaux de la grande presse écrite entre eux ainsi qu'avec les grands réseaux hertziens et le réseau câblé CNN, l'animateur suggère implicitement l'ubiquité de la parole sociolibérale dans l'écosystème médiatique, accessible et disponible à tout moment. Il se garde d'inclure Fox News dans la famille des médias grand public alors que la chaîne enregistre des taux d'audience similaires à ceux de CNN¹¹⁸³, une caractéristique qui rend difficile de classer la chaîne parmi les médias à la marge de

¹¹⁷⁹ «News Leaders and the Future: News Executives, Skeptical of Government Subsidies, See Opportunity in Technology but Are Unsure About Revenue and the Future», *Project for Excellence in Journalism*, April 12th, 2010. http://www.journalism.org/analysis_report/news_leaders_and_future; dernière consultation le 25 août 2012.

¹¹⁸⁰ « *Devinez ce qui va arriver... les organes de presse vont être restructurés en des organisations à but non lucratif, et on va pouvoir leur faire des dons et leurs apporter une contribution, tant qu'on pourra les déduire de nos impôts, ou ils vont faire l'objet d'un plan de sauvetage. Je veux dire, ce sont les médias du pouvoir dont on parle après tout !* » *The Rush Limbaugh Show*, 12 avril 2010, (H3-00:20:11).

¹¹⁸¹ *The Rush Limbaugh Show*, 15 avril 2010, (00:22:26).

¹¹⁸² « *Et si vous ratez CBS, regardez NBC. Vous ratez NBC, regardez ABC. Vous ratez ABC, regardez CNN. Vous ratez tout ça, ouvrez The New York Times, je veux dire, tout ça c'est du pareil au même ! Vous ratez The New York Times, prenez USA Today, if vous le ratez, prenez le L.A. Times, vous le ratez, prenez The Chicago Tribune, vous le ratez, prenez l'Atlanta Urinal Constipation [sic], tout ça c'est du pareil au même !* » *The Rush Limbaugh Show*, 12 avril 2010, (H3-00:22:11).

¹¹⁸³ Jesse Holcomb, Amy Mitchell and Tom Rosenstiel, "Cable: By the Numbers", *The State of the News Media 2011, An Annual Report on US Journalism*, <http://stateofthemedias.org/2011/cable-essay/data-page-2/>; dernière consultation le 25 août 2012.

l'écosystème médiatique américain. C'est donc l'incapacité de ces médias à se différencier qui est la cause de ce que l'animateur perçoit comme leur déclin :

Now if you people in the state-controlled media wanna revive your revenue streams, you might try to look at all your other competitors as genuine competitors and not brothers-in-arms! And try to come up with some content that's a little different from your competitors. How far would I have gotten, if everything I did was modeled after what Larry King did? Or Bruce Williams did? Or Sally Jessy Raphael did? I'd be complaining about no revenue too!¹¹⁸⁴

Là encore, Limbaugh réaffirme l'idée que ces médias constituent un dispositif dont l'objectif commun est la promotion de la parole officielle (« brothers-in-arms »), tout autant qu'il dénonce leur absence de créativité pour se différencier. À noter qu'il semble suggérer les médias conservateurs comme modèle économique susceptible d'assurer la survie des médias grand public. En d'autres termes, il prône la spécialisation des contenus et l'adoption d'un positionnement de niche comme solution à leur perte de vitesse.

Enfin, la mise en cause des médias grand public s'appuie également sur un détournement lexical qui les ridiculise et ce faisant, les délégitime. On aura noté plus haut le détournement du titre *The Atlanta Journal Constitution* changé en *The Atlanta Urinal Constipation*, comme pour suggérer que le journal ne vaut guère plus que le contenu d'une cuvette de toilettes. Ailleurs, la chaîne câblée MSNBC est désignée par le terme de « *PMSNBC* »¹¹⁸⁵, dans lequel l'auditeur identifie clairement l'acronyme « PMS », soit « pre-menstrual syndrome ». Outre qu'il féminise les journalistes et commentateurs de MSNBC, ce choix lexical suggère également leur assujettissement au biologique, et donc leur absence de rationalité, comme pour suggérer, à la faveur d'un détournement sémantique particulièrement misogyne et machiste, que MSNBC est la chaîne de l'hystérie permanente. Enfin, les éditorialistes et commentateurs des médias grand public sont considérés comme formant le « State-run media Kommentariat », dont Limbaugh prononce le <t> final¹¹⁸⁶. On trouve dans *Kommentariat* un écho à *Commissariat*, terme qui désigne un ministère dans le régime de l'ancienne URSS. Par cette expression, il réduit les commentateurs des médias grand public à de simples relais de la

¹¹⁸⁴ « Maintenant, si vous les gars des médias du pouvoir voulez redynamiser vos revenus, vous pourriez essayer de considérer vos concurrents comme des concurrents réels et non comme des frères d'armes ! Et essayer de créer des contenus qui soient un peu différents de vos concurrents. Jusqu'où est-ce que j'aurais été si tout ce que j'avais fait avait été copié sur ce que faisait Larry King ? Ou sur ce que faisait Bruce Williams ? Ou sur ce que faisait Sally Jessy Raphael ? Je serais en train de me plaindre de mes revenus aussi ! » *The Rush Limbaugh Show*, 12 avril 2010, (H3-00:23:54).

¹¹⁸⁵ *The Rush Limbaugh Show*, 15 avril 2010, (01:37:16).

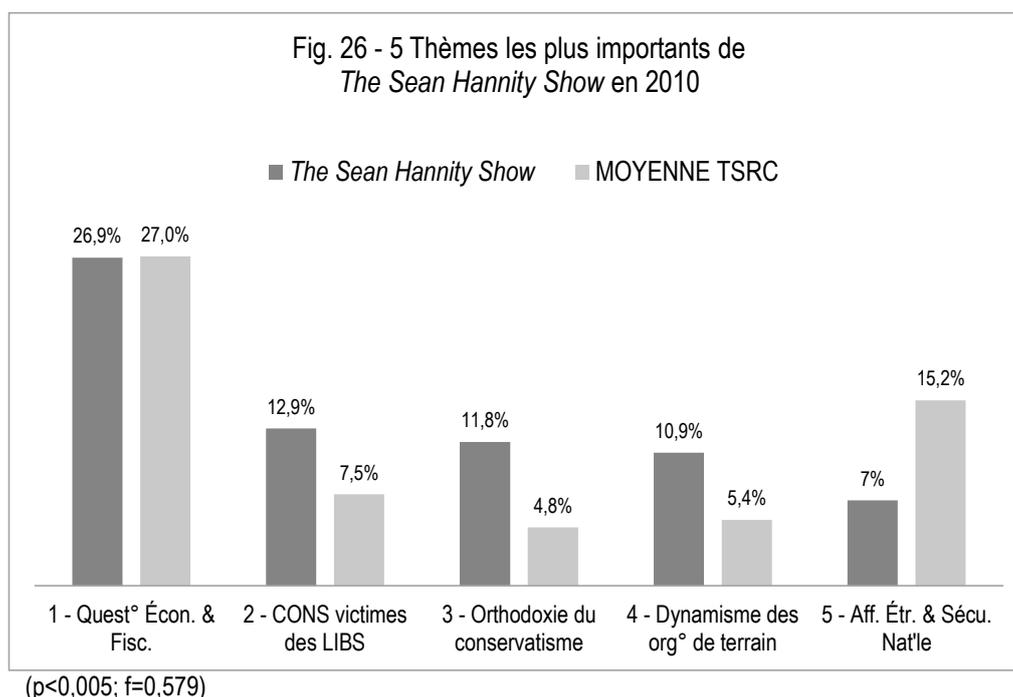
¹¹⁸⁶ *The Rush Limbaugh Show*, 15 avril 2010, (00:00:05).

propagande officielle de la Maison Blanche et les décrits comme faisant partie d'un dispositif de contrôle des masses.

Ajouté à cette mise en accusation constante des médias grand public, le score de 2% supérieur à la moyenne qu'enregistre la thématique « les conservateurs comme victimes de libéraux », l'analyse reflète très clairement les trois pôles de la stratégie rhétorique de Limbaugh, c'est-à-dire l'idée que la liberté économique des citoyens est entravée par le gouvernement avec la complicité des médias grand public.

7.1.2.1.2. *Sean Hannity, Gardien des Canons du Conservatisme*

La place que s'arrogent les questions économiques ainsi que les affaires étrangères dans le classement des thèmes les plus évoqués dans *The Sean Hannity Show* pourrait suggérer que le profil idéologique de l'émission est en adéquation avec le profil moyen, comme l'indique la figure 26. Toutefois, si cette adéquation se vérifie du point de vue des questions économiques – dont le score est similaire à celui du profil moyen (n=96 ; 26,9%) – le contenu thématique de l'émission de Hannity ne présente que peu de ressemblances avec celui des autres.



De manière frappante, les affaires étrangères se classent en dernière position et sont évoquées deux fois moins que par l'ensemble des talk-shows. À l'inverse, les thèmes des conservateurs comme victimes des libéraux (n=46 ; 12,9%), de l'orthodoxie du conservatisme (n=42 ; 11,8%) et du dynamisme des organisations conservatrices de terrain (n=39 ; 10,9%), classés

respectivement deuxième, troisième et quatrième, atteignent des scores très supérieurs à ceux de la moyenne.

Un autre aspect particulièrement saillant du discours de Hannity qui est également commun à tous les animateurs de talk-shows, est la description systématique des conservateurs – qu'ils soient des citoyens ordinaires ou qu'ils appartiennent à la classe politique ou médiatique – comme victimes des assauts des sociolibéraux et des Démocrates. La récurrence de l'argument est telle que cet aspect fait désormais partie du corps de doctrine du conservatisme et constitue une thématique à part entière dans la doxa des conservateurs orthodoxes-révolutionnaires. À ce titre, il a été incorporé aux principes constituant le corps de doctrine du conservatisme : être conservateur, c'est nécessairement être la cible, voire la victime, de « la gauche » (*the left*). Dans *The Sean Hannity Show* et *The Rush Limbaugh Show*, ce thème figure à la deuxième (n=46 ; 12,9%) et troisième place (n=33 ; 9,6%) respectivement ; il figure à la cinquième place dans *The Laura Ingraham Show* (n=18 ; 5,3%). De manière frappante, il est évoqué chez Hannity à un niveau une fois et demi supérieur à la moyenne (7,5%).

La rhétorique est peu ou prou la même dans toutes les émissions. Hannity se montre toutefois le plus acerbe, tant par le temps d'antenne qu'il consacre à la question qu'au traitement qu'il lui accorde. Selon lui, les attaques constantes dont sont victimes les médias conservateurs – et particulièrement les talk-shows – sont le résultat d'une manœuvre savamment orchestrée par une coalition de sociolibéraux de tous horizons :

I can tell you right now, there is an organized effort constantly to silence talk radio. There are people that do nothing except sit on their underwear all day long and listen to talk radio programs to try and silence people. [...] And if you follow the money and all of this, you've got a well-connected orchestrated left wing conspiracy if you will, just to quote the Clintons. And that is, you've got an echo chamber that they have created, you've got this incestuous relationship with the Unions, you've got their own little think tanks that they put together and [...] you've got the gotcha game that they are playing with everybody to try to get them to say something stupid then they begin to campaign and try to get them fired and boycott their advertisers... They're not believers in free speech which is the big problem here¹¹⁸⁷.

¹¹⁸⁷ « Je peux vous le dire tout de suite, il y a une action concertée et permanente pour museler les programmes radiophoniques de discussion politique. Il y a des gens qui ne font rien d'autre que rester assis toute la journée dans leurs sous-vêtements à écouter ces émissions pour essayer de museler les gens. [...] Et si vous suivez le circuit financier et tout ça, vous avez un complot de gauche orchestré et bien connecté si vous voulez, pour citer les Clinton. Et c'est-à-dire que vous avez une chambre d'écho qu'ils ont créée, vous avez cette relation incestueuse avec les syndicats, vous avez leurs propres petits comités d'experts qu'ils ont mis en place et [...] vous avez ce jeu qui consiste à piéger l'interlocuteur qu'ils jouent avec tout le monde pour essayer de faire dire aux gens des trucs idiots pour ensuite se lancer dans une campagne pour tenter de les faire licencier et de

L'évocation d'un « complot de gauche » (*left wing conspiracy*) visant à faire taire les médias conservateurs est la réponse de Hannity, douze ans plus tard, à Hillary Clinton qui avait avancé l'idée d'une « vaste conjuration de droite » (*vast right-wing conspiracy*) travaillant à la chute du Président Clinton lors de l'affaire Monica Lewinski :

I do believe that this is a battle. I mean, look at the very people who are involved in this—they have popped up in other settings. This is the great story here for anybody willing to find it and write about it and explain it, is this vast right-wing conspiracy that has been conspiring against my husband since the day he announced for president.¹¹⁸⁸

Plus généralement, toute la démarche de Hannity consiste à retourner l'argumentation des Démocrates et des chercheurs en sciences politiques ayant examiné le lien entre politique et médias. La référence à une « chambre d'écho » (*echo chamber*) politico-médiatique dans laquelle les contenus circuleraient depuis les comités d'experts vers les hommes politiques puis les médias pour y être réverbérés et amplifiés, renvoie au concept développé par Jamieson et Cappella¹¹⁸⁹. Quelques années auparavant, deux ans après sa défaite à l'élection présidentielle de 2000, l'ancien vice-président démocrate Albert Gore avait avancé l'idée d'une chambre d'écho susceptible d'instiller les idées du Republican National Committee dans l'écosystème médiatique :

Something will start at the Republican National Committee, inside the building, and it will explode the next day on the right-wing talk-show network and on Fox News and on the newspapers that play this game, the *Washington Times* and the others. And then, they'll create a little echo chamber, and pretty soon they all start baiting the mainstream media for allegedly ignoring the story they pushed into the zeitgeist¹¹⁹⁰.

Paru en 2002 dans *The New York Observer*, l'entretien de Gore fit l'objet d'une grande couverture médiatique car c'était la première fois que l'ancien Vice-président s'exprimait aussi longuement sur sa défaite de 2000. Par ailleurs, chaque ouvrage de Kathleen Hall Jamieson fait l'objet d'une promotion importante, surtout lorsqu'il sort à l'occasion d'une

boycotter leurs annonceurs... Ils ne sont pas partisans de la libre expression, ce qui est le gros problème là ». *The Sean Hannity Show*, 12 avril 2010, (H2-00:27:19).

¹¹⁸⁸ « Je crois vraiment que c'est une bataille. Enfin, regardez de plus près les gens qui sont impliqués dans cette affaire : ils ont surgi dans d'autres contextes. C'est la grande histoire pour quiconque désireux de la trouver et d'écrire dessus et de l'expliquer, c'est cette vaste conjuration de droite qui conspire contre mon mari depuis le jour où il a annoncé sa candidature à la présidentielle ». Interview with Matt Lauer, *The Today Show*, NBC, January 27th, 1998.

¹¹⁸⁹ Jamieson and Cappella, *Echo Chamber*, 76.

¹¹⁹⁰ « Un truc va germer au Comité National Républicain, dans le bâtiment, et va exploser le jour suivant sur le réseau des talk-shows de droite et sur Fox News et dans les journaux qui jouent à ce jeu, le *Washington Times* et les autres. Et puis, ils vont créer une petite chambre d'écho, et bientôt ils se mettent tous à piéger les médias grand public pour soi-disant ignorer les histoires qu'ils font circuler dans les unes du moment ». Entretien accordé à *The New York Observer* en 2002. Propos rapportés par David Brock dans *The Republican Noise Machine: Right-Wing Media and How it Corrupts Democracy* (New York: Random House, 2004), 6.

campagne présidentielle. Qui plus est, l'Annenberg School for Communication est la première institution à s'être intéressée de près et de façon approfondie au phénomène des talk-shows radiophoniques conservateurs. Ainsi, la probabilité est forte que Hannity ait eu connaissance de l'utilisation de la notion de « chambre d'écho » telle que l'ont avancée Gore en 2002 et Jamieson et Cappella en 2008. Dans ces conditions, il s'agit donc pour l'animateur de désamorcer l'argument de la communauté scientifique – souvent critique à l'endroit de ces émissions – et de l'adversaire politique en se le réappropriant pour le retourner contre ces derniers.

Le discours sur les assauts lancés contre les médias conservateurs s'appuie également sur l'idée que chacun des animateurs de talk-shows radiophoniques fait l'objet d'une traque ciblée de la part des Démocrates :

Anybody that has ever been effective against this group in the White House, this group of congressional Democrats, has been isolated for attack: this program has, the Fox News channel has, [...] Rush Limbaugh has been under fire from day one, you've got Mark Levin under fire from day one, talk-show hosts around the country! Anybody that dares to speak out, this is par for the course!¹¹⁹¹

Le portrait que dresse Hannity des Démocrates, et plus particulièrement de l'Administration Obama, est celui d'une famille politique ne tolérant aucune critique, surtout quand elle est au pouvoir, et disposée à prendre à partie tous ceux qui seraient susceptibles de remettre en cause son action. Il fait référence ici aux propos de Rahm Emanuel, alors Chef de Cabinet d'Obama, à l'occasion de la controverse lancée par Limbaugh lorsqu'il a exprimé son souhait de voir Obama échouer. Ce faisant, l'animateur prend la défense de deux de ses homologues, Limbaugh et Levin, ainsi que de la chaîne Fox News sur laquelle il officie également dans l'émission *Hannity*. Ingraham souscrit elle aussi à l'idée d'attaques ciblées de la part des Démocrates envers des figures désignées nommément, ainsi qu'elle l'exprime lors d'un échange avec Raymond Arroyo, journaliste, directeur d'antenne de la chaîne câblée catholique Eternal Word Television Network et intervenant régulier sur *The Laura Ingraham Show*:

L.I.: I'm sensing a trend here among the people on the left where they're constantly naming by names specific people, whether at Fox... It's going after Hannity or Beck or

¹¹⁹¹ « Tous ceux qui ont pu être efficaces dans leur opposition à ce groupe de la Maison Blanche, ce groupe de Démocrates du Congrès, ont fait l'objet d'attaques ciblées : ça a été le cas de cette émission, ça a été le cas de la chaîne Fox News, [...] Rush Limbaugh a été pris pour cible dès le départ, vous avez Mark Levin qui a été pris pour cible dès le départ, des animateurs de talk-shows à travers le pays ! Pour tous ceux qui osent parler, c'est le traitement habituel ! » *The Sean Hannity Show*, 12 avril 2010, (H3-00:03:14).

Mark Levin and our show, and now of course a radio host, a local radio host... What's their goal here, clearly to intimidate people from speaking out?

R. A.: Well, part of it is the old Alinsky tactic, Laura, where you isolate the subject and then you polarize it and demonize it. You have to pick your target well and you keep pounding away until that person loses all credibility. And we see this, not only from Democratic operatives but also from the White House itself, whether it's Robert Gibbs or the President, when he singles out Sarah Palin by name. [...] And it does beg the question, "What's really happening here, and is there a pattern?" And there seems to be a pattern emerging, and it's really personal, the attacks continue, and it comes from all quarters, it seems to be coordinated¹¹⁹².

Ingraham reprend à son compte l'idée d'une démarche des Démocrates pour faire taire toute voix dissidente, fût-elle locale et sans grand écho (« a local radio host »). Autrement dit, ce que dénonce l'animatrice, avec Hannity, c'est la volonté des Démocrates d'empêcher toute forme de dissensus et de contestation de s'exercer (« intimidate people from speaking out ») en recourant à la « diffamation » ou l'attaque *ad hominem* (*character assassination*). Dans sa réponse, Arroyo avance l'idée que la stratégie des Démocrates s'inscrit dans la démarche des activistes sociaux (*community organizers*) de l'après-guerre, tels le sociologue Saul Alinsky, très tôt engagé dans l'organisation des habitants des quartiers pauvres de Chicago. Si Alinsky prônait auprès de ces derniers une ligne qu'il qualifiait volontiers de radicale pour qu'ils parviennent à faire valoir leurs droits, la « méthode Alinsky », désignée comme telle par son inventeur, ne suggère aucunement de se livrer à la diffamation des adversaires potentiels. En revanche, la soi-disant « tactique Alinsky » qu'évoque Arroyo semble avoir été mise à profit de manière fructueuse par les conservateurs pendant la campagne présidentielle de 2000, comme le rapporte David Brock :

In the 2000 presidential campaign, the Republican Noise Machine, which worked for years to convince Americans that the Clintons were criminally-minded, used the same techniques of character assassination to turn the Democratic standard-bearer, Al Gore, for years seen as an overly earnest boy scout, into a liar. [...] The right-wing media

¹¹⁹² L.I.: « J'ai l'impression qu'il y a une tendance là, parmi ceux de la gauche à constamment désigner par leurs noms des gens en particulier, que ce soit sur Fox... Ils en ont après Hannity ou Beck ou Mark Levin et notre émission, et maintenant, bien sûr, une animatrice de radio, une animatrice de radio locale... C'est quoi leur but là, vraisemblablement d'empêcher les gens de parler en les intimidant ? »

R.A.: « Et bien, ça s'explique en partie par la vieille tactique Alinsky, Laura, qui consiste à cibler le sujet et puis vous le polarisez et vous le diabolisez. Il faut bien choisir votre cible et vous le matraquez sans relâche jusqu'à ce que cette personne perde toute crédibilité. Et on voit ça, pas seulement de la part des porte-flingues du Parti démocrate mais aussi de la part de la Maison Blanche elle-même, que ce soit Robert Gibbs ou le Président lorsqu'il désigne nommément Sarah Palin [...]. Et ça pose la question, 'Que se passe-t-il vraiment là, et y a-t-il un schéma répétitif?' Et il semble qu'il y ait un schéma répétitif qui émerge, et c'est vraiment personnel, les attaques continuent, et ça vient de tous les côtés, ça a l'air d'être coordonné ». *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2010, (01:30:56).

broadcast this attack and similar attacks relentlessly, in effect giving the GOP countless hours of free political advertising every day for months leading up to the election¹¹⁹³.

La stratégie à l'œuvre dans la dénonciation d'Alinsky consiste donc à accuser l'adversaire, à tort ou à raison, de recourir à une tactique identique à celle dont son propre camp est coutumier.

Enfin, Hannity s'inclut lui-même dans la catégorie des personnalités des médias de droite qui subissent les menaces des Démocrates. Selon lui, sa fortune et son succès le placent dans la catégorie de ceux qui sont en danger de représailles fiscales :

Sixty percent of my income goes directly to taxes. I don't have these extensive write-offs. [...] I pay everything because I know that if I don't dot my i's and cross my t's in my own tax form I'm gonna be targeted by the "Obama-Geitner IRS" and that they'd wanna put Sean Hannity in jail. I pay my taxes. I obey the laws. I'm just saying laws are unjust, laws are punitive.¹¹⁹⁴

Hannity se pose donc en chef de file des défenseurs de la libre expression parmi les personnalités médiatiques conservatrices et à ce titre, il fait partie de ceux que l'appareil sociolibéral au pouvoir serait susceptible de vouloir réduire au silence en utilisant l'arme fiscale. Ce faisant, il dépeint le fisc américain (*Internal Revenue Service, IRS*) comme un dispositif répressif, une sorte de police politique censée faire rentrer dans le rang les possibles dissidents. Les médias conservateurs ne sont alors plus seulement les victimes des attaques des médias grand public sociolibéraux, mais bien d'une répression d'État organisée par le pouvoir via les institutions de la République. Il faut donc voir en filigrane dans les propos de Hannity une charge contre le détournement de l'appareil d'État à des fins de répression et de musèlement des adversaires politiques. Au final, l'Administration Obama est donc tout bonnement dénoncée comme exerçant un pouvoir tyrannique, en bonne logique rhétorique libertarienne.

C'est d'ailleurs une notion qui fait consensus parmi les quatre animateurs : tous s'accordent à dire, en des termes différents, que la nouvelle Administration exerce un pouvoir

¹¹⁹³ « Au cours de la campagne présidentielle de 2000, la Machine à Cacophonie Républicaine, qui avait travaillé pendant des années à convaincre les Américains de l'esprit criminel des Clinton, recourut aux mêmes techniques de diffamation pour faire du porte-drapeau démocrate, Al Gore, considéré pendant des années comme un scout à l'honnêteté excessive, un menteur. [...] Les médias de droite relayèrent sans relâche cette attaque et d'autres de la même veine, ce qui revenait à donner au Parti républicain d'innombrables heures de publicité politique gratuite quotidiennement pendant les mois précédant l'élection ». Brock, *Republican Noise Machine*, 4.

¹¹⁹⁴ « Soixante pourcent de mon revenu va directement aux impôts. Je ne bénéficie pas de ces importantes déductions. [...] Je m'acquitte de tout ce que je dois parce que je sais que si ma propre déclaration d'impôts n'est pas tirée au cordeau, je vais être la cible du « Fisc façon Obama-Geitner » et qu'ils vont vouloir mettre Sean Hannity en prison. Je paie mes impôts. Je respecte les lois. Je dis seulement que les lois sont injustes, qu'elles sont punitives ». *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010, (H2-00:05:36).

qui fait fi du processus démocratique. Ainsi, Hannity estime qu'Obama a fait passer la loi sur la réforme du système de couverture médicale en dépit du désaccord des Américains et en forçant la main au Congrès :

How did he get it done? Did he get it done with the support of the American people or did he have to bully, intimidate, and bribe to get to get the bill passed? How did he get it done? [...] There was never a majority of support among the American people at no time during this debate and now you have about 30% of the American people supporting it [...]. The American people finding out about this bill don't want it!¹¹⁹⁵

La description du procédé employé par le Président pour faire passer la loi puise dans un champ lexical qui conviendrait davantage au crime organisé et aux organisations mafieuses qu'à l'action présidentielle (« bully, intimidate, and bribe »). C'est donc le portrait d'un président-voyou que dresse Hannity dans sa dénonciation de la méthode présidentielle. Limbaugh et Savage exploitent, eux, un champ lexical différent en désignant conjointement l'Administration Obama et la majorité démocrate au Congrès par le terme de « Régime » (*the Regime*). C'est ainsi que, dénonçant les positions anti-américaines et antioccidentales du président, Limbaugh déclare dans son émission du 15 avril 2010 :

Someday, in my lifetime or not, you're going to understand: this Regime doesn't like America... This Regime doesn't like Americans. This Regime thinks this country never deserved to be as rich, big or powerful as it was, or is. This Regime believes all the crap that's taught in the multicultural curricula, that [...] racism, bigotry, sexism, homophobia, all of the environmental destructions, all of that was brought with Eastern European settlement [...].¹¹⁹⁶

Le mot « régime » n'est pas utilisé ici dans son sens institutionnel, comme il peut l'être dans le domaine des sciences politiques lorsqu'il s'agit de différencier les régimes présidentiels des régimes parlementaires par exemple, mais bien au contraire dans son sens politique pour désigner un système dictatorial. Qui plus est, la référence de Limbaugh à la temporalité du « régime » (« someday, in my lifetime or not ») crée l'impression que celui-ci est en place sans limite de temps et qu'il s'agit d'un régime totalitaire à vie. La rhétorique de Savage est

¹¹⁹⁵ « Comment est-ce qu'il a procédé? Est-ce qu'il a procédé avec le soutien des Américains ou est-ce qu'il a dû recourir à la menace, l'intimidation et les pots de vin pour faire passer ce projet de loi ? Comme est-ce qu'il a procédé ? [...] Il n'y a jamais eu de soutien majoritaire parmi les Américains à aucun moment pendant ce débat, et maintenant, nous avons autour de 30% des Américains qui le soutiennent [...]. Les Américains qui prennent connaissance de ce projet de loi n'en veulent pas ! » *The Sean Hannity Show*, 13 avril 2010, (H2-00:22:32).

¹¹⁹⁶ « Un jour, de mon vivant ou non, vous allez comprendre : ce Régime n'aime pas l'Amérique... Ce Régime n'aime pas les Américains. Ce Régime pense que ce pays n'a jamais mérité d'être aussi riche, grand et puissant qu'il l'a été ou qu'il l'est. Ce Régime croit à toutes les foutaises qui sont enseignées dans les programmes universitaires multiculturels, [...] que le racisme, le sectarisme, le sexisme, l'homophobie, toutes les catastrophes écologiques, tout ça est venu avec l'installation des Européens de l'ouest ». *The Rush Limbaugh Show*, 15 avril 2010, (00:49:11).

quant à elle similaire à celle de ses deux homologues en ce que l'animateur désigne le pouvoir démocrate à la fois comme dictature et organisation mafieuse :

You must take a look at the chart we have from Fox News on Michaelsavage on Obama secret power-grabs, how he's bypassing the House and Senate [...] either through executive orders or through czars. We live in a dictatorship... under the Capo Regime. I use the phrase "Regime", Rush picked it up, now he says "Regime", he thinks he invented it, great.¹¹⁹⁷

Savage dénonce lui aussi le non-respect du processus démocratique en insistant sur le contournement du Congrès, institution représentant le peuple (« bypassing the House and Senate »), ainsi que sur les coups de force d'Obama pour s'arroger secrètement certains pouvoirs qui n'échoient d'ordinaire pas au président (« secret power-grabs »). Son utilisation du terme *capo* en épithète de *regime* précise davantage son discours sur la dimension mafieuse de la présidence Obama. Le terme, officialisé en 1950 par la Commission Kefauver, est employé dès le début du 20^{ème} siècle pour désigner le chef suprême de la mafia sicilienne aux États-Unis¹¹⁹⁸. En y recourant, Savage assimile Obama aux *capi* historiques que furent les Giuseppe Morello, Joe Masseria et autres Salvatore Maranzano. À noter enfin que l'utilisation du terme « régime » est l'occasion pour Savage d'écorcher Limbaugh au passage, en revendiquant la précédence de l'utilisation du mot pour suggérer que son homologue s'est contenté de l'imiter.

Enfin, la qualification du pouvoir démocratique et de l'Administration Obama comme pouvoir tyrannique n'est pas l'apanage des animateurs de talk-shows. Lors de son entretien avec Hannity, Gingrich abonde dans le sens de l'animateur, en précisant toutefois que ce pouvoir en question dépasse les seuls cercles de la présidence et du Congrès :

The decision he made after Scott Brown won, when he had the perfect moment to take a big step back and say to the American people, "I got it, the message got through: I need to be a more moderate leader." And instead he said, "we're going to use our Machine, we're gonna ram this through." And that's why I describe the Secular Socialist

¹¹⁹⁷ « Il faut que vous jetiez un coup d'œil au graphique que nous avons obtenu de Fox News sur Michaelsavage.com sur les coups de force secrets d'Obama pour s'arroger du pouvoir, la façon dont il contourne la Chambre et le Sénat, [...] soit par le biais de décrets ou par le biais de hauts responsables. On vit dans une dictature... sous le Régime du Capo. J'emploie l'expression « Régime », Rush l'a récupérée, maintenant il dit « Régime », il pense que c'est lui qui l'a inventée, super ». *The Savage Nation*, 14 avril 2010, (01:17:22).

¹¹⁹⁸ George De Stefano, *An Offer We Can't Refuse: the Mafia in the Mind of America* (New York: Faber & Faber, 2007), 41.

Machine. I think it's not just Barack Obama, it's an entire system of power in Sacramento, in Albany, on many college campuses and much of the elite media.¹¹⁹⁹

Le terme dysphorique de « machine » (« we're gonna use our Machine, we're gonna ram this through ») renvoie bien à l'idée d'un dispositif de pouvoir coercitif servant ses propres intérêts au mépris du processus démocratique. En cela, la rhétorique de Gingrich est dans la droite ligne de celles de Limbaugh, Hannity et Savage. Ce faisant l'ancien *Speaker* apporte également une caution politique au discours des talk-shows. Le terme est toutefois plus englobant que *regime* ou *capo regime* est circonscrit aux domaines de la politique et du crime organisé. Le dispositif qu'il décrit (« the Secular Socialist Machine ») semble dépasser la sphère du politique. Les épithètes *secular* et *socialist* définissent ce dispositif comme exerçant son influence dans les sphères de l'identité culturelle – en affirmant qu'il a des visées athéistes et antichrétiennes – tout autant que de l'économie – par l'intervention étatique dans l'activité économique et la redistribution. Par ailleurs, Gingrich affirme que ce dispositif prend appui sur les universités (« college campuses ») ainsi que sur les médias traditionnels, désignés par le terme péjoratif de *the elite media*. C'est là une rhétorique conservatrice classique qui joue sur les ressorts de l'hostilité envers les élites intellectuelles et les médias non-partisans, censés être acquis au sociolibéralisme et détachés des citoyens ordinaires. À la faveur de que Frau-Meigs désigne comme « *un raccourci saisissant et une simplification outrageuse mais percutante des tendances politiques américaines* »¹²⁰⁰, Gingrich associe le sociolibéralisme au socialisme et au communisme, deux concepts équivalents dans la doxa conservatrice orthodoxe. C'est une accusation particulièrement forte au regard de l'histoire américaine du dernier siècle: depuis les « Palmer Raids » des années 1920, en passant par les grandes années du Maccarthysme et la Guerre froide jusqu'à l'époque contemporaine, le projet économique et sociétal porté par les communistes est considéré comme une infamie car il est contraire à l'esprit américain. Notons que s'il n'est plus appliqué depuis des décennies, *The Communist Control Act of 1954* (68 Stat. 775, 50 U.S.C. 841-844) – qui rend hors-la-loi le Parti communiste américain et punit l'adhésion par des amendes et des peines de prison¹²⁰¹

¹¹⁹⁹ « La décision qu'il a prise après la victoire de Scott Brown, quand il avait l'occasion rêvée pour prendre du recul et de dire aux Américains, 'J'ai compris, le message est bien reçu : il me faut être un dirigeant plus modéré'. Et au lieu de ça, il a dit, 'nous allons utiliser notre Machine, nous allons faire passer ça en force'. Et c'est pour ça que je fais référence à la Machine Socialiste Athée. Je pense que ce n'est pas seulement Barack Obama, c'est tout un système de pouvoir basé à Sacramento, à Albany, sur bon nombre de campus universitaires et dans beaucoup de médias intellos ». *The Sean Hannity Show*, 12 avril 2010, (H-00:29:27).

¹²⁰⁰ Frau-Meigs, *Qui a détourné le 11 septembre*, 78.

¹²⁰¹ *Communist Control Act of 1954*, <http://www-rohan.sdsu.edu/dept/polsciwb/brianl/docs/1954CommunistControlAct.pdf>; dernière consultation le 24 août 2010.

– n’a jamais été abrogé par le Congrès ni par la Cour suprême : le Parti communiste américain est donc *de jure* un parti illégal.

Si l’émission constitue sans conteste un espace où les conservateurs peuvent dénoncer les attaques dont ils sont victimes de la part des Démocrates, elle apparaît également et surtout comme un forum où se construit un discours sur la nécessité d’un repositionnement sur les fondamentaux doctrinaux du conservatisme de façon à régénérer le Parti républicain. Cette thématique est évoquée dans *The Sean Hannity Show* dans des proportions plus de deux fois et demi supérieures à la moyenne des TRSC (4,8%)¹²⁰².

Pour Hannity, la stratégie de reconquête du pouvoir par les Républicains est nette et sans ambiguïté : ce n’est qu’à la condition de défendre les principes fondamentaux du conservatisme que les candidats du GOP pourront accéder à la victoire aux élections de novembre 2010. Le 12 avril, il les invective en ces termes :

Stand on your principles! Stand for limited government, people will back you. Stand for greater freedom, people will back you. Stand for transparency, people will back you. Stand for balanced budget and fiscal integrity and responsibility and elimination of earmarks, people will back you! Stand for limited government, people will back you. Stand in stark comparison. Don’t be a ‘Democratic Light’ party anymore, be the conservative party of victory, I’m tellin’ you, this is time!¹²⁰³

À l’exception de la défense nationale, l’injonction de l’animateur reprend l’essentiel des principes du conservatisme tel qu’il s’est défini et affirmé depuis les années 1970, et plus particulièrement pendant les deux mandats de Ronald Reagan. Le lendemain, c’est précisément par le terme de *Reagan conservative roots*, ou « racines conservatrices reaganiennes » qu’il désigne le corps de doctrine sur lequel doivent s’appuyer les candidats républicains¹²⁰⁴. Autre élément de la méthode Reagan, Hannity encourage ces derniers à faire ressortir nettement leurs différences par rapport aux Démocrates. En d’autres termes, la polarisation du débat et la démarcation appuyée est une des conditions nécessaires à la victoire, ce qu’il rappelle quelques minutes plus tard au cours de l’émission :

¹²⁰² Précisons que les consignes de codages indiquent que la catégorie « orthodoxie du conservatisme » correspond aux cas où l’animateur prône la nécessité d’un retour aux bases idéologiques du conservatisme. Voir annexe n°19 « Instructions de codage ».

¹²⁰³ « Soyez fidèles à vos principes! Battez-vous pour moins d’État, les gens vous soutiendront. Battez-vous pour davantage de liberté, les gens vous soutiendront. Battez-vous pour la transparence, les gens vous soutiendront. Battez-vous pour l’équilibre budgétaire et pour l’intégrité et la responsabilité en matière fiscale et pour l’élimination des fonds affectés, les gens vous soutiendront ! Battez-vous pour un État restreint, les gens vous soutiendront. Marquez une vraie différence. Ne soyez plus un ‘Parti démocrate light’, soyez le parti conservateur de la victoire, je vous le dis, il est temps ! » *The Sean Hannity Show*, 12 avril 2010, (H1-00:11:07).

¹²⁰⁴ “Republicans have got to stand on their Reagan conservative roots.” *The Sean Hannity Show*, 13 avril 2010, (H2-00:29:36).

I sense that House Republicans are back to their conservative roots, full steam ahead [...]. I'm getting a sense in the Senate that the leadership may be less committed [...]. You guys in the Senate, you better learn what we're saying out here, you gotta listen to the people that put you in office! This is extraordinarily frustrating to me because this is how the left wins. This is how we get stuck with massive deficits, this is how we get stuck with massive government, this is how we get stuck with a massive bureaucracy! [...] That's not what people are looking for! This is where you lost your way; this is where you lost the confidence of the conservative base of the Republican Party!¹²⁰⁵

Hannity opère une distinction entre les Républicains de la Chambre et ceux du Sénat, arguant du fait que les derniers se montrent moins pugnaces dans l'effort de reconquête idéologique des rangs du GOP. Si le mode de scrutin de la Chambre se prête davantage à l'élection de candidats au profil idéologique plus tranché et prêts à en découdre avec le parti opposé, il en va tout autrement pour ce qui est du Sénat. Le mode de scrutin de la chambre haute – où les candidats sont élus, non pas par les électeurs d'une circonscription donnée (*district*) comme c'est le cas pour les Représentants, mais par la totalité des électeurs de l'état – implique généralement l'élection de personnalités modérées et centristes et des débats souvent moins passionnés. Outre John McCain, jugé trop consensuel par les talk-shows en 2008, le chef de l'opposition républicaine au Sénat, Mitch McConnell, ou encore le Sénateur de Caroline du Sud, Lindsey Graham, sont des personnalités plutôt falotes et se montrent davantage disposées à la recherche de positions communes avec les Démocrates. À cet égard Graham est l'objet de critiques acerbes de la part de Laura Ingraham pour tenter de rechercher un compromis avec le Garde des Sceaux Eric Holder sur la fermeture de Guantánamo lors d'une audition devant le Sénat (*Senate hearing*): « *Lindsey Graham is helping the Administration make the case for closing Gitmo [...] Lindsey Graham is throwing a lifeline to Holder here!* »¹²⁰⁶ Il faut voir dans la critique de Hannity à l'endroit des sénateurs républicains l'idée que, lorsque ceux-ci adoptent une approche de recherche du consensus avec la majorité démocrate, ils ne font que s'incliner devant ces derniers. C'est un discours qui réduit tout le débat politique et le travail parlementaire des élus à une lutte entre deux factions dont l'une

¹²⁰⁵ « *J'ai l'impression que les Républicains à la Chambre se sont repositionnés de plain pied sur leurs bases conservatrices [...]. J'ai l'impression qu'il se peut qu'au Sénat, les dirigeants soient moins impliqués [...]. Vous les gars au Sénat, vous feriez mieux de vous faire rentrer dans la tête ce qu'on est en train de dire là, vous devez écouter les gens qui vous ont mis au pouvoir ! Je trouve ça prodigieusement agaçant parce que c'est comme ça que la gauche gagne. C'est comme ça qu'on se retrouve coincés avec des déficits gigantesques, c'est comme ça qu'on se retrouve coincés avec un gouvernement gigantesque, c'est comme ça qu'on se retrouve coincés avec une bureaucratie gigantesque ! [...]. C'est pas ce que les gens cherchent ! C'est là où vous avez fait fausse route ; c'est là où vous avez perdu la confiance de la base conservatrice du Parti républicain ! » *The Sean Hannity Show*, 12 avril 2010, (H1-00:09:41).*

¹²⁰⁶ « *Lindsey Graham vient en aide à l'Administration pour plaider en faveur de la fermeture de Guantanamo [...] Lindsey Graham tend la perche à Holder là ! »* *The Laura Ingraham Show*, 14 avril 2010, (01:34:52).

est censée avoir le dessus sur l'autre (« this is how the left wins »). En affirmant que la trop grande tendance des sénateurs républicains à rechercher le consensus leur a fait perdre le soutien de la base conservatrice, il suggère donc que l'orthodoxie conservatrice ne saurait souffrir le consensus et la conciliation. Ainsi, le candidat susceptible de s'arroger le soutien de la base conservatrice est celui qui polariserait le débat le plus possible.

Enfin, tout l'argument de Hannity est ancré dans l'hostilité aux élites intellectuelles et politiques, autre propriété définitoire du conservatisme orthodoxe-révolutionnaire. Ce point semble faire consensus également auprès d'Ingraham qui, dans une conversation sur les possibles stratégies de redynamisation du GOP avec Dan Patrick, membre du Sénat du Texas, dénonce la trop grande modération de certains membres du parti :

I think people are kind of tired of the go-along, get-along atmosphere in Washington where people go, "oh, my respected friend from this or that...". They're tired of that! They want the Constitution respected, they want our fiscal house in order, they want the spendorama to stop, they want personal responsibility to be back in the equation: it's back to basics time!¹²⁰⁷

Plus tard, elle accuse certains Républicains de dénaturer le GOP: « *Well, they wanna make it in their own image, remake the party in their more moderate, acceptable-to-the-elites image* »¹²⁰⁸. Ainsi, le candidat idéal qui satisferait pleinement aux critères du conservatisme orthodoxe-révolutionnaire dont les animateurs de talk-shows sont les dépositaires – Hannity en tête – doit tenir des positions tranchées idéologiquement, refuser le consensus avec le parti opposé vu comme l'ennemi à abattre et s'opposer aux élites de l'appareil politique.

Au fond, ce candidat idéal qui incarnerait l'orthodoxie conservatrice et dont le Parti républicain est à la recherche, c'est Ronald Reagan. À l'exception de Savage, tous les animateurs de talk-shows considèrent Reagan comme la figure tutélaire du conservatisme et le modèle politique à suivre, tant sur le plan de la doctrine que sur celui du caractère. Le 15 avril, date limite d'envoi de la déclaration fiscale, Ingraham diffuse un extrait d'une publicité télévisée de 1980 en faveur de la candidature de Ronald Reagan. On y entend le candidat vanter les mérites des allègements fiscaux puis Ingraham réagir avec nostalgie à la promesse de l'ancien Gouverneur de Californie de réviser la fiscalité à la baisse s'il est élu:

¹²⁰⁷ « Je pense que les gens sont un peu fatigués de cette atmosphère de connivence qui règne à Washington dans laquelle on se sert du 'oh, mon cher ami de ci et de là...'. Ils sont fatigués de ça ! Ils veulent que la Constitution soit respectée, ils veulent que notre maison fiscale soit en ordre, ils veulent que cesse la foire à la dépense, ils veulent que la responsabilité personnelle soit réintégrée dans l'équation : c'est le moment du retour aux fondamentaux ! » *The Laura Ingraham Show*, 12 avril 2010, (00:57:56).

¹²⁰⁸ « Et bien, ils veulent le recréer à leur image, recréer le parti à leur image de modération, acceptable aux yeux des élites ». *The Laura Ingraham Show*, 12 avril 2010, (01:01:25).

*“I didn’t agree with President Kennedy on most things but when he cut taxes everyone gained from an expanding, fully employed economy, even the Government. If I’m elected, we’ll do it again.” If only... if only... that was the attitude emanating out the Oval Office today... You’re listening to *The Laura Ingraham Show*: when you’re in a bad mood, something gets you down, listen to Reagan, he always lifts you up!*¹²⁰⁹

L’entrée en matière d’Ingraham au moment d’entamer la deuxième demi-heure d’émission après le décrochage publicitaire exprime tout son attachement à la politique fiscale de Reagan tout autant que sa désapprobation de l’approche d’Obama en la matière. Elle laisse surtout entrevoir son rapport personnel à l’ancien Président dont la simple écoute de la voix parvient à la reconforter. Le rapport des animateurs de talk-shows au 40^{ème} président semble donc dépasser le simple cadre politique pour s’inscrire dans le domaine de l’intime.

Idéal d’homme politique par son action, Reagan apparaît également comme une figure symbolique incarnant bien plus que de simples valeurs politique. En témoigne la mise au point virulente de Limbaugh suite aux commentaires de certains Républicains remettant en cause l’opportunité du recours au reaganisme pour faire face aux problèmes du 21^{ème} siècle et suggérant par-là que l’ère Reagan est révolue :

We’ve had Republicans—as I said moments ago—say that the era of Reagan is over [...]. Let me be clear about this: the era of Reagan is never over because the era of liberty and security and capitalism is never over. Reaganism is simply constitutional freedom: freedom will never go out of style. Reagan and his era will never be over¹²¹⁰.

Ce sont donc, la sécurité exceptée, toutes les valeurs socles de la nation – la liberté, le capitalisme et la démocratie constitutionnelle¹²¹¹ – qu’incarne le 40^{ème} Président et dont Limbaugh fait l’allégorie. Par l’équation Ère Reagan / Ère de la liberté, l’animateur va cependant plus loin en affirmant que les États-Unis n’ont véritablement connu la liberté et la sécurité qu’avec l’arrivée de Reagan à la Maison Blanche. Allégorie des valeurs socles de l’Amérique, Reagan est également homme providentiel qui donne corps à ces valeurs et rend possible le projet américain.

¹²⁰⁹ « *J’étais en désaccord avec le Président Kennedy sur la plupart des questions, mais quand il a baissé les impôts, tout le monde a profité du développement économique et du plein emploi, même l’Administration au pouvoir. Si je suis élu, on recommencera’. Si seulement... si seulement... c’était ça la position du Bureau Ovale de maintenant... Vous écoutez *The Laura Ingraham Show* : quand vous êtes de mauvais humeur, que quelque chose vous déprime, écoutez Reagan, il vous remonte toujours le moral !* » *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2010, (00:32:25).

¹²¹⁰ « *On a entendu des républicains, comme je le disais il y a quelques instants, dire que l’ère Reagan est révolue [...] Permettez-moi de clarifier les choses sur ce point : l’ère Reagan ne sera jamais révolue parce que l’ère de la liberté et de la sécurité et du capitalisme ne sera jamais révolue. Le reaganisme, c’est simplement la liberté que garantit la constitution : la liberté ne se démodera jamais. Reagan et son ère ne seront jamais révolus* ». *The Rush Limbaugh Show*, 13 avril 2010, (01:20:45).

¹²¹¹ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 12.

Outre l'adhésion absolue à sa vision politique, sa personne elle-même fait donc l'objet d'une mythification et de ce qui apparaît d'une certaine façon comme un culte. L'idée de Reagan comme homme providentiel est reprise à son compte par l'animateur de talk-show télévisé Bill Cunningham¹²¹² qui, invité à échanger avec Hannity, se lance dans une tirade des plus lyriques :

For twelve years, we went through Nixon, Ford, and Carter, and then God sent us Ronald Wilson Reagan [...]. We now don't have Ronald Wilson Reagan; we have Barack Hussein Obama for god sakes! [...] Where is Reagan now? Where is Reagan? He's in a grave somewhere and I wanna resurrect the body of Ronald Reagan after this disaster! He's the black Jimmy Carter, and give me Reagan!¹²¹³

C'est donc sans ambages que Cunningham fait de Reagan une sorte de Christ que Dieu aurait envoyé au peuple conservateur pour le sauver de l'incurie politique des prédécesseurs de la Maison Blanche qui l'auraient condamné à une sorte d'errance politique. Recourant à un *topos* de la pratique religieuse évangélique, il fait de l'arrivée de Reagan au pouvoir la seconde venue du Christ sur terre (*the second coming of Christ*) ; à l'inverse, il désigne en creux Obama comme l'antéchrist. Enfin, le rythme saccadé du débit de Cunningham ainsi que le ton emphatique qu'il emploie (« Where is Reagan ? Where is Reagan ? [...] Give me Reagan! ») donnent l'impression d'une sorte de transe semblable à celle des assemblées Pentecôtistes¹²¹⁴. C'est dans ce même registre que puise Limbaugh pour vilipender les journalistes – et particulièrement Anderson Cooper de CNN – pour avoir comparé l'effort de réduction de l'arsenal nucléaire initié par Obama à celui de Reagan :

“His effort is a lot like former President Reagan? So why are so many Republicans critici...” Because Reagan's name is being taken in vain here!!! There is absolutely no similarity whatsoever in Obama and Reagan! This is Carter! If you wanna have any similarity, this is Carter and the way he would approach things and did approach things. Obama is simply the second term of Jimmy Carter¹²¹⁵.

¹²¹² Bill Cunningham anime un talk-show télévisé diffusé sous licence sur 22 chaînes câblées à travers le pays. L'émission, qui a pour slogan « *Real Drama. Real People. Real Solutions* » est modelée sur *The Jerry Springer Show* ; elle aborde les difficultés personnelles des participants en offrant une perspective conservatrice. Voir le site www.thebillcunninghamshow.com

¹²¹³ « Pendant douze ans, nous avons enduré Nixon, Ford et Carter, et puis Dieu nous a envoyé Ronald Wilson Reagan [...]. Désormais, c'est pas Ronald Wilson Reagan qu'on a, c'est Barack Hussein Obama nom d'un chien ! [...] Où est Reagan là ? Où est Reagan ? Il est quelque part dans une tombe et je veux ressusciter le corps de Ronald Reagan suite à ce désastre ! C'est le Jimmy Carter noir et rendez-moi Reagan ! » *The Sean Hannity Show*, 15 avril 2010, (00:23:10).

¹²¹⁴ L'écoute de la tirade de Bill Cunningham permet de prendre toute la mesure de la ferveur de l'animateur. Segment SHStu-15-23, page X ; CD X.

¹²¹⁵ « 'Son action est en de nombreux points semblable à celle de l'ancien Président Reagan? Pourquoi tant de républicains le criti...' Parce que le nom de Reagan est prononcé en vain ici ! Il n'y a absolument aucune similarité quelle qu'elle soit entre Obama et Reagan ! C'est Carter ! Si vous voulez trouver une comparaison,

Limbaugh détourne clairement le 3^{ème} commandement du Décalogue qui interdit que l'on utilise le nom de Dieu autrement que dans le cadre des offices et de la prière : « *Thou shalt not take the name of the LORD thy God in vain : for the LORD will not hold him guiltless that taketh his name in vain* »¹²¹⁶. En somme, en comparant Obama avec Reagan, le journaliste ne fait autre que commettre un blasphème aux yeux de Limbaugh qui élève le 40^{ème} Président au rang de divinité.

Tour à tour Christ au tombeau attendant la résurrection (« I wanna resurrect the body of Ronald Reagan [...] ! »), Dieu lui-même (« Reagan's name is being taken in vain here !!! »), homme providentiel dont l'arrivée fait l'objet d'une attente suscitant la transe (« Where's Reagan ? [...] Give me Reagan ! »), Reagan est évoqué par le biais d'une isotopie toute religieuse. Il ne s'agit donc plus seulement de préserver son héritage politique comme ce fut le cas après le départ de ce dernier de la Maison Blanche au moment où son bilan en matière de politique intérieure commençait à faire l'objet de critiques très vives. On voit désormais à l'œuvre dans le discours des animateurs un véritable processus de mythification, voire de mystification, de la personne politique et personnelle de Reagan dont le passage au pouvoir constitue proprement un « état prélapsarien » (*prelapsarian state*), c'est-à-dire l'état d'avant la chute de l'homme du jardin d'Eden, et donc de béatitude absolue pour les conservateurs.

Même Savage dans son désaveu du 40^{ème} Président s'inscrit d'une certaine façon dans le cadre interprétatif de ses homologues : « *But Reagan wasn't right about everything; Reagan was not a demigod. In fact I'm the only conservative in the media who has criticized Reagan pretty consistently by the way on this show* »¹²¹⁷. S'il émet d'importantes réserves quant à l'action du 40^{ème} Président, c'est avec un lexique religieux qu'il formule sa critique. À noter enfin qu'une fois encore, Savage se démarque des autres animateurs par sa non-participation au processus de mythification de Reagan. Dernier élément constitutif de ce processus, relevons que la personne et l'action de l'ancien président Jimmy Carter sont bien souvent convoquées dans l'argumentation. Qu'il s'agisse de louer Reagan et son action ou vilipender Obama, la figure du 39^{ème} Président constitue un véritable repoussoir aux yeux des animateurs

c'est Carter et la façon dont il aurait abordé les choses et la façon dont il a effectivement abordé les choses. Obama, c'est tout simplement le second mandat de Carter ». *The Rush Limbaugh Show*, 13 avril 2010, (00:15:02).

¹²¹⁶ Deuteronomy, 5:11. *The Bible: Authorized King James Version with Apocrypha*, édition with introduction and notes by Robert Carroll & Stephen Prickett (New York: Oxford University Press, 1997), 224.

¹²¹⁷ « *Mais Reagan n'avait pas raison sur tout; Reagan n'était pas un demi-dieu. En fait, je suis le seul conservateur dans les médias à avoir critiqué Reagan de manière assez constante d'ailleurs dans cette émission* ». *The Savage Nation*, 13 avril 2010, (00:20:58).

de talk-shows. Dans la mythologie du Reaganisme, Carter est une sorte de double maléfique de Reagan, allégorie de ce que les conservateurs honnissent et abhorrent.

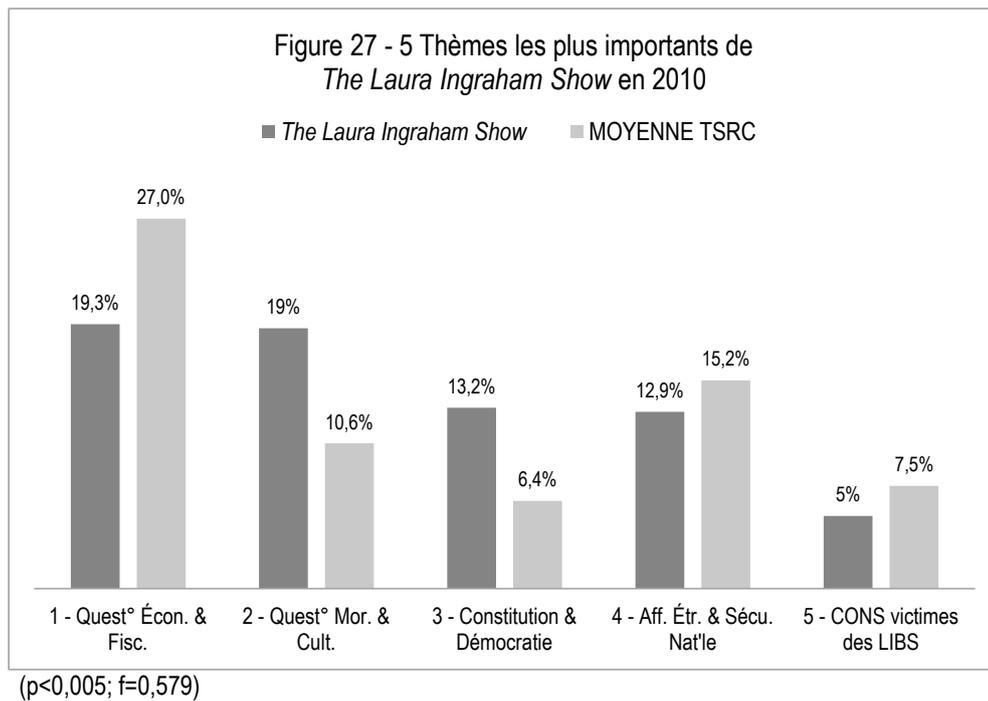
La spécificité de *The Sean Hannity Show* se dessine donc très nettement. Si l'émission constitue sans conteste un espace d'expression au conservatisme fiscal, elle apparaît surtout comme un forum où se construit un discours sur la nécessité d'un repositionnement sur les fondamentaux de la doctrine du conservatisme de façon à régénérer le Parti républicain. C'est également un espace où les conservateurs sur le terrain peuvent venir conforter la conviction qu'ils ont de leur capacité à faire valoir leurs idées dans la sphère politique¹²¹⁸. De tous les animateurs, Hannity est celui qui se montre le plus pugnace à cet égard. Son action vise donc tout autant à contribuer à la victoire de Républicains orthodoxes qu'à la défaite des Démocrates lors des élections de mi-mandat. Enfin, les scores cumulés des trois thèmes phare de l'émission (soit 35,6%) excèdent celui qu'atteignent les questions économiques et les affaires étrangères (33,9%). L'hypothèse de départ d'un Hannity au profil plutôt néoconservateur – par sa propension à évoquer des thèmes tels que la Guerre d'Irak et la « Guerre contre la terreur » pendant la présidence de George W. Bush – s'en trouve ainsi réfutée. L'analyse tend à suggérer que le soutien apporté à la politique étrangère du 43^{ème} président n'implique pas nécessairement l'attachement de l'animateur au thème des affaires étrangères, mais reflète plutôt sa loyauté au Parti républicain et à sa politique. Garant de l'orthodoxie conservatrice, il est aussi l'aiguillon de l'électorat conservateur et le lien entre ce dernier et le Parti républicain.

7.1.2.2. Les croisés de l'identité (*culture warriors*)

7.1.2.2.1. *Laura Ingraham, croisée de l'identité culturelle et partisane du « constitutional constructionism »*

Les résultats indiquent que les questions économiques et fiscales se classent en tête des sujets les plus évoqués dans *The Laura Ingraham Show* (n=66 ; 19,3%), comme l'indique la figure 27. Si en apparence, l'émission semble correspondre au profil moyen des talk-shows, le score que réalisent les questions économiques est toutefois bien inférieur à celui de la moyenne (27%). Surtout, il est égalé à une mention près par celui des questions morales et culturelles (n=65 ; 19%), deuxième thème dont l'animatrice débat le plus, et dont l'importance relative est deux fois supérieure à la moyenne (10,6%).

¹²¹⁸ Précisons que les consignes de codages indiquent que la catégorie « orthodoxie du conservatisme » correspond aux cas où l'animateur prône la nécessité d'un retour aux bases idéologiques du conservatisme.



S'ajoute à cela le fait que, bien qu'il ne fasse pas partie des cinq thèmes les plus évoqués et qu'il réalise un score très bas ($n=9$; 2,6%), le thème de la religion y est proportionnellement plus important que dans la moyenne des talk-shows. Ingraham se pose donc très nettement en tenante d'un conservatisme moral dans la mesure où les scores cumulés des questions morales et de la religion (21,6%) sont supérieurs à celui des questions économiques et fiscales. Elle apparaît ainsi comme une « croisée de l'identité » (*culture warrior*). Elle se revendique d'ailleurs comme tel implicitement dans son ouvrage *Power to the People* dans lequel elle cite la définition de *culture* proposée par le dictionnaire Webster: « *For our purposes let's focus on one particular meaning of the word culture (from good old Webster's Dictionary)—“the characteristic features of everyday existence (as diversions or a way of life) share by people in a place or time”* »¹²¹⁹. C'est dans cette acception que la notion de « culture » est employée tout au long de l'analyse.

Bien que le score des questions économiques et fiscales dans *The Laura Ingraham Show* soit inférieur à celui de la moyenne des émissions – 19,3% contre 27% –, c'est une thématique que l'animatrice est loin de négliger et qui fait l'objet d'un discours spécifique, différent de celui de Limbaugh et Hannity à plusieurs égards, même s'il le rejoint cependant sur un certain nombre de points et que des similarités rhétoriques se font clairement jour. En premier lieu, à l'instar de ses homologues, Ingraham considère les plus fortunés comme le moteur de l'économie, principe qu'elle affirme non sans humour lors de l'émission du 14

¹²¹⁹ Ingraham, *Power to the People*, 163.

avril : « *And please, please, follow what I'm asking you to do: do hug a rich person. They're under attack rich people, they're being targeted rich people, they employ Americans rich people, they spend money rich people. Guess what? We need more wealth in the United States, not less. Let's encourage prosperity* »¹²²⁰. Tout comme Limbaugh et Hannity, Ingraham dénonce la chasse aux sorcières dont les Américains les plus riches sont la cible (« under attack », « targeted »), et affirme en creux que la levée des entraves à leur liberté économique est une condition indispensable à la prospérité du pays. En cela, Ingraham s'inscrit dans la tradition économique Reaganienne du ruissellement qui veut que la prospérité des plus fortunés bénéficie aux moins aisés. À ses yeux, la recherche du profit et l'accumulation de richesse constitue d'ailleurs une des caractéristiques fondamentales de l'identité américaine, ainsi qu'elle l'affirme en prenant la défense de Sarah Palin dont la chaîne NBC avaient fait remarquer les profits extravagants engrangés depuis sa nomination comme colistière de John McCain en 2008 :

Throw the woman in jail!! Can anyone of us make a citizen's arrest of Sarah Palin right now? Do you know that this woman is making money? She's earning tens of millions of dollars!! She's speaking, she's marketing herself, she's branding herself... last time I checked, that was the American way: an individual from a small town in Alaska who turns herself into an international phenomenon... and this people wanna vilify it at NBC...¹²²¹

Pour l'animatrice, l'élite que forment les médias grand public considère l'enrichissement personnel comme criminel (« Throw the woman in jail ») et ce alors même qu'il n'est rien de plus américain à ses yeux (« Last time I checked, that was the American way ») en ce qu'il constitue un moteur de la mobilité ascendante. Autrement dit, l'élite politico-médiatique sociolibérale cherche à rendre hors la loi tout ce qui est proprement spécifique à l'identité américaine.

¹²²⁰ « *Et s'il-vous-plaît, s'il-vous-plaît, faites ce que je vous demande : assurez-vous de serrer un riche dans vos bras. Ils se font attaquer les riches, ils sont pris pour cible les riches, ils emploient des Américains les riches, ils dépensent de l'argent les riches. Vous savez quoi ? Nous avons besoin de davantage de richesse aux États-Unis, pas moins. Encourageons la prospérité* ». *The Laura Ingraham Show*, 14 avril 2010, (01:44:34).

¹²²¹ « *Jetez cette femme en prison!! Est-ce que l'un d'entre nous peut procéder à une arrestation citoyenne de Sarah Palin dès maintenant ? Est-ce que vous savez que cette femme gagne de l'argent ? Elle gagne des dizaines de millions de dollars !! Elle tient des conférences, elle se fait un nom sur le marché, elle fait de son nom une marque... À ce que je sache, c'est le modèle américain : un individu d'une petite ville de l'Alaska qui s'érige au rang de phénomène international... Et ces gens veulent dénigrer ça chez NBC...* » *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2010, (01:09:18).

Ensuite, tout comme Hannity et Limbaugh, l'animatrice considère que l'intervention étatique dans les affaires économiques est néfaste et menace les libertés individuelles. Évoquant le projet de loi de réforme de la finance¹²²², elle affirme :

Now the last time the federal government said that they had to save us from something, the free market was in peril, namely the free market was imperiled, meaning we have less freedom now, we have less opportunities and a true free market today than we had, let's say nineteen/twenty months ago. Because when the federal government steps in, well you can imagine what happens: fewer choices, fewer free-market solutions, less competition.¹²²³

Tout le discours d'Ingraham assimile la liberté individuelle à la liberté économique, au libre-échange et à un capitalisme non entravé : si l'État intervient dans ces domaines, il bride la liberté individuelle dans tous ses autres domaines. Ce faisant, Ingraham s'exprime de concert avec Limbaugh et Hannity en ancrant son propos dans la philosophie économique de Hayek. Toujours dans la même veine que ses homologues, l'animatrice souscrit ensuite à l'idée que l'Administration Obama et la majorité démocrate au Congrès ont mis en place un État tyrannique et voyou. Dénonçant les effets conjoints du projet de non-reconduction des *Bush tax cuts* et la mise en place de la réforme du système de santé, elle déclare :

This is highway robbery! The IRS agents—it's not to vilify them, I mean they're all doing their jobs I guess—but the Democrats who are pushing these policies, they might as well wear a black mask! And walk around with cap guns, "*stick up, all right, hands up, your money or your life!*" And now with [...] healthcare reform it's "*your money AND your life!*" if you happen to be of a certain age and fall down the stairs and break your hip.¹²²⁴

Le champ lexical que convoque l'animatrice (« highway robbery », « wear a black mask », « your money or your life ») renvoie aux images d'Épinal du 19^{ème} siècle de la conquête de l'Ouest, et assimile les Démocrates aux voyous de grand chemin braquant les honnêtes gens dans leurs diligences. Ce style hyperbolique vise à dénoncer la mise en place par le pouvoir

¹²²² Peter Baker, "Obama to Confront Wall St. on Its Turf", *The New York Times*, April 19th, 2010.

¹²²³ « Maintenant, la dernière fois que l'État fédéral a affirmé qu'il devait nous sauver de quelque chose, le libre échange était en péril, c'est-à-dire que le libre échange avait été mis en péril, ce qui veut dire que nous avons moins de liberté, moins d'égalité des chances, moins de véritable libre échange aujourd'hui que nous n'en avons il y a, disons, dix-neuf/vingt mois. Parce que quand l'État fédéral s'en mêle, et bien vous pouvez imaginez ce qui arrive : moins de choix, moins de solutions libérales, moins de concurrence ». *The Laura Ingraham Show*, 14 avril 2010, (00:21:10).

¹²²⁴ « C'est du banditisme de grand chemin ! Les agents du fisc – ce n'est pas pour les dénigrer, je veux dire, ils font tous leur travail j'imagine – mais les Démocrates qui veulent mettre en place ces politiques, ils pourraient tout aussi bien porter un masque noir ! Et se balader avec des pistolets à amorces, 'Haut les mains, allez, les mains en l'air, votre argent ou la vie !' Et maintenant à cause de [...] la réforme du système de santé, c'est 'votre argent ET la vie !' si jamais vous avez un certain âge, que vous tombez et que vous vous cassez la hanche ». *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2010, (00:42:06).

démocrate non seulement d'un État voleur exerçant une tyrannie fiscale illégitime, mais également d'un État assassin. Elle considère enfin que le pouvoir favorise les oisifs vivant aux crochets de l'État et brime les citoyens diligents : « *Because we're targets, we the working people of the United States of America, you know, the target's on our backs [...]. We feel like [...] we are basically persona non grata because we work, we don't depend on the kindness of strangers and the federal government, we actually work for a living* »¹²²⁵. L'animatrice lance ainsi une charge contre la culture du *welfare* que promeut le gouvernement Obama, en écho à l'idée de la *permanent underclass* avancée par Limbaugh et Hannity. C'est un aspect rhétorique commun aux quatre animateurs, car Savage y souscrit également, mais en des termes nettement plus crus: « *And it's Tax Day as you know on The Savage Nation, the pigs at the trough are getting fatter at your expense. Now it came out this week that one out of two doesn't pay taxes at all, but there's new data out that should make your hair stand up, it's about income redistribution* »¹²²⁶.

À l'en croire, les citoyens non soumis à l'impôt ne seraient que des pourceaux se repaissant du fruit du travail des autres. Quant à Ingraham, elle s'inclut, par l'utilisation du *we*, dans la catégorie des citoyens ordinaires qui respectent l'éthique du travail, se désignant ainsi comme une victime des politiques démocrates, au même titre que les autres. Ce faisant elle affirme l'une des valeurs socle de la nation américaine, par l'idée d'une société sans classes (*classless society*) incarnant l'idéal protestant de mobilité sociale¹²²⁷. L'emploi du « *we, the working people* », détournement du « *We, the people* » qui ouvre le préambule de la Constitution, est un tour stylistique qui annonce la spécificité rhétorique du discours d'Ingraham sur les questions économiques et fiscales.

En effet, celui-ci se démarque du discours de ses homologues en la matière en ce qu'il convoque le champ lexical de la Révolution américaine. Ainsi, le jour de la date limite d'envoi de la déclaration d'impôts, Ingraham s'attarde longuement sur le thème, dénonçant le poids de la fiscalité :

¹²²⁵ « *Parce que nous sommes pris pour cible, nous les Américains qui travaillons, vous savez, nous sommes dans la ligne de mire [...]. Nous nous sentons [...] ni plus, ni moins persona non grata parce que nous travaillons, nous ne comptons pas sur la bonté des inconnus et de l'État fédéral, il se trouve que nous travaillons pour gagner notre vie* ». *The Laura Ingraham Show*, 16 avril 2010, (00:18:43).

¹²²⁶ « *Et c'est Tax Day comme vous le savez sur The Savage Nation, les cochons qui se pressent autour de l'auge s'engraissent à vos dépends. Et puis, on a appris cette semaine qu'un sur deux ne paie aucun impôt, mais de nouvelles données ont été publiées qui devraient vous faire dresser les cheveux sur la tête, elles concernent la redistribution* ». *The Savage Nation*, 15 avril 2010, (00:17:19).

¹²²⁷ Frau-Meigs, *Médiamorphoses américaines*, 12.

You're listening to *The Laura Ingraham Show*, we have a lot on top, and happy "Indentured Servitude Day"! How are you all feeling on Tax Day? You're feeling like you're not giving enough? Like you people do not sacrifice enough? You all need to open up your wallets and give a little bit! You know, what I don't like about Americans is that they're just darn stingy with the government! You know the government doesn't ask for much! It's maybe 45% when you add it all up... ok, I mean maybe the State/Federal combined...ok, so it's actually approaching more like 50%... and you add all the other fees and the taxes and the professional fees and the property taxes and the personal property taxes and the sales taxes, oh well yeah, it's 58-59%... ok, 62%!! Are they really asking for that much? I get physically, and I mean physically sick on Tax Day!!¹²²⁸

En désignant le *tax day* par le « jour de la servitude volontaire » (*indentured servitude day*), l'animatrice s'insurge contre une fiscalité qui réduit les citoyens à de simples serfs. La métaphore renvoie aux « serviteurs sous contrat » (*indentured servants*), ces sujets britanniques sans fortune qui, souhaitant immigrer vers les colonies d'Amérique, s'engageaient à travailler un certain nombre d'années pour des marchands ou des aristocrates aisés en échange de la prise en charge du voyage. Filant implicitement la métaphore, Ingraham se concentre sur le détail des prélèvements qu'elle énumère longuement. L'effet d'accumulation qui en résulte a pour but de matérialiser le joug de l'impôt afin de raviver l'esprit de rébellion de la fin des années 1770, quand les colonies étaient asphyxiées par une fiscalité imposée par un Roi George III sourd à leurs revendications.

Ainsi, au lieu d'une analyse socioéconomique et philosophique à la manière de Limbaugh et Hannity, Ingraham ancre historiquement son discours économique, opérant ainsi un retour aux origines de la nation. Un tel choix rhétorique a pour finalité de dénoncer l'illégitimité de l'impôt et d'affirmer là encore que la fiscalité est incompatible avec la liberté individuelle puisqu'elle tient les citoyens en servitude, tout autant qu'il constitue un appel à la rébellion dans l'esprit de 1776 susceptible de trouver un écho favorable dans un contexte de révolte fiscale portée par le Tea Party Movement.

Convoquant de nouveau l'isotopie révolutionnaire, elle prône la mise en place d'une fête nationale, le « Jour de l'Indépendance Fiscale », qui correspondrait au jour de l'année où les

¹²²⁸ « Vous écoutez *The Laura Ingraham Show*, nous avons beaucoup de choses au sommaire, et joyeux 'Jour de la Servitude Volontaire' ! Comment vous vous sentez en ce jour de Tax Day ? Vous avez l'impression que vous ne donnez pas assez ? Comprenez, vous ne sacrifiez pas assez ? Faut que vous ouvriez tous vos porte-monnaie pour donner un peu ! Vous savez, ce que je n'aime pas chez les Américains c'est qu'ils sont absolument radins avec l'État ! Vous savez, l'État ne demande pas beaucoup ! Ça fait peut-être 45% quand vous additionnez tout... D'accord, je veux dire, peut-être une fois additionnés le local et le fédéral... D'accord, bon ça s'approche plutôt des 50%... Et vous ajoutez toutes les autres charges et prélèvements et les taxes professionnelles et les impôts fonciers et les impôts sur le patrimoine et les taxes de vente, ah oui d'accord, ça fait 58-59%... D'accord, 62% !! Est-ce qu'ils demandent vraiment tant que ça ? Ça me rend malade physiquement, et je dis bien physiquement, Tax Day ! » *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2010, (00:03:05).

citoyens auraient fini de payer leurs impôts et pourraient enfin jouir de l'argent qu'il leur reste :

For Republicans, it makes sense that our national holiday is July 4th, it's Independence Day. We need a Tax Independence Day! What day of the year would that be? Well, you can say it's the day that you've finally paid all the taxes for your Social Security [...]. Well, if President Obama has his way, that's not even gonna be a day of liberation: you are going to be bled until you have not one drop of blood left into your body! That's how they treat the human capital that we have in the United States of America.¹²²⁹

Outre qu'elle considère que le 4 juillet est l'apanage des Républicains, suggérant par là qu'eux seuls sont attachés à la liberté, elle entrevoit ce jour de l'Indépendance Fiscale non comme une libération, mais comme un plongeon dans le dénuement et la misère tant le dispositif fiscal revu par Obama aura laissé les citoyens exsangues. À noter enfin qu'elle identifie le capital humain, et donc la créativité, à la richesse économique.

Les questions relatives à la morale, qui se classent en deuxième position des thèmes les plus évoqués, à quasi-égalité avec les questions économiques et fiscales et aux valeurs, sont une thématique dont l'importance relative est presque deux fois supérieure à la moyenne (19% contre 10,6%) : c'est là la première spécificité de *The Laura Ingraham Show* en tant qu'émission impliquée dans les guerres pour l'identité (*culture wars*). Si ces guerres se livrent sur des fronts multiples et divers – comme ceux de l'homosexualité, l'avortement, la recherche sur les cellules souches, la prière à l'école, le rôle de la femme, les questions légales et constitutionnelles, ou encore la pornographie – Ingraham semble opérer une sélection parmi ces derniers. On peut les regrouper ces questions en deux catégories : celles ayant trait au statut et au rôle de la femme, et celles qui sont en lien avec la religion et les fondements religieux de la société américaine.

Sur le premier front, le thème de la famille et de l'éducation des enfants revêt une importance particulière. Dans le cadre plus général des guerres pour l'identité, la question de la famille est celle qui cristallise les tensions les plus vives entre orthodoxes et progressistes ainsi que le rappelle James Davison Hunter :

This field of conflict is the beginning and the end of the contemporary culture wars, for the issues contested in the area of family policy touch upon and may even spill over into

¹²²⁹ « Pour les Républicains, ça a du sens que notre jour de fête nationale soit le 4 juillet, c'est le Jour de l'Indépendance. Nous avons besoin d'un Jour de l'Indépendance Fiscale ! Quel jour est-ce que ça serait ? Bah, vous pouvez dire que c'est le jour où vous aurez fini de payer tous les impôts destinés aux cotisations retraite [...]. Bah, si les choses se passent comme le président Obama le veut, ça ne sera même pas un jour de libération : vous allez vous faire saigner jusqu'à ce que vous n'ayez plus une goutte de sang dans le corps ! C'est comme ça qu'ils traitent le capital humain que nous avons aux États-Unis ». *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2010, (00:20:26).

other fields of conflicts—education, the arts, law, and politics. [...] The issues contested in the realm of family life are central to the larger struggle and perhaps fateful for other battles being waged.¹²³⁰

The Laura Ingraham Show fait la part belle aux discussions sur les relations parents-enfants ainsi que sur l'éducation « traditionnelle » qui distingue de façon nette le statut de chaque génération. Ainsi, les parents y font l'objet d'un hommage particulier, comme celui de Carrie, auditrice de Denver dans le Colorado qui révèle son secret d'éducation le 13 avril:

Whenever I have a situation like this with my kids and wonder what should I do, I go back to www.jd.com, "what would Joan do?", that's my mom. So much of what my mom and dad did is what is lacking today, our parents had it right. So many of the things that I do today, other parents might look at me and say, "You're kidding me? Why are you doing that?"¹²³¹

L'hommage que l'auditrice rend à ses parents (« our parents had it right ») contient également le constat d'une certaine forme de déclin de l'éducation des enfants par les parents (« so much of what my mom and dad did is what is lacking today ») du fait de l'abandon de certains principes qu'elle semble déplorer.

Le suicide d'une jeune écolière victime d'intimidation (*bullying*) de la part d'écoliers est ensuite l'occasion pour Ingraham d'affirmer le rôle de la famille dans la formation et le développement personnel de l'individu :

It involved a girl who felt vulnerable, obviously she seemed mixed-up herself and she did not know how to fight back, or frankly, did not wanna fight back, I think she wanted to be liked. And again, family, family, family... All goes back to the family and what's happening in the homes. [...] I bet I could go into every home and I could find a thread that goes back to absentee parents, or parenting not done at all. Parents who wanna be friends with their children—I love that—"be friends with your child" ...¹²³²

¹²³⁰ « Ce front est l'alpha et l'oméga des guerres contemporaines pour l'identité, car les problèmes qui font l'objet d'affrontements dans le domaine de la politique familiale sont liés et parfois même se confondent avec d'autres fronts, comme l'instruction, les humanités, le droit et la politique. [...] Les problèmes qui font l'objet d'affrontements dans le domaine de la vie familiale sont au centre d'une plus grande bataille et sont parfois décisifs dans la conduite d'autres batailles ». James Davison Hunter, *Culture Wars: The Struggle to Define America* (New York: Basic Books, 1991), 176.

¹²³¹ « Chaque fois que je me trouve dans une situation comme celle-là avec mes enfants et que je me demande ce que dois faire, je retourne sur www.qjf.com, 'Que ferait Joan?', c'est ma mère. Il y a tellement de choses que ma mère et mon père faisaient qui manquent aujourd'hui, nos parents avaient tout compris. Il y a tellement de choses que je fais aujourd'hui auxquels d'autres parents pourraient réagir en me regardant et en disant, 'Tu me fais marcher? Pourquoi tu fais ça?' » *The Laura Ingraham Show*, 13 avril 2010, (00:45:13).

¹²³² « Il s'agit d'une fille qui se sentait vulnérable, vraisemblablement elle avait l'air elle-même perturbée et elle n'a pas su se défendre, ou franchement, ne voulait pas se défendre, je crois qu'elle voulait qu'on l'aime. Et là encore, la famille, la famille, la famille... Tout est lié à la famille et à ce qui se passe dans les foyers. [...] Je parie que je pourrais aller dans chaque foyer et trouver une piste qui remonte à des parents absents, ou à des parents qui ne remplissent pas leur rôle du tout. Des parents qui veulent être copains avec leurs enfants – j'adore ça – 'soyez copain avec votre enfant'... » *The Laura Ingraham Show*, 14 avril 2010, (01:26:21).

L'animatrice identifie très clairement une éducation déficiente et le dysfonctionnement de la famille (« absentee parents, or parenting not done at all ») comme la cause du comportement asocial des jeunes garçons. Elle désigne également le manque de repères, fruit d'une éducation laxiste qui entretient la confusion du statut et du rôle de chacun (« Parents who wanna be *friends* with their children »), comme facteur ayant contribué à leurs agissements. Relevons que ce qu'elle identifie comme la cause de ces agissements est purement spéculatif : les situations familiales qu'elle évoque ne sont que putatives (« I bet ») et n'ont pas été établies, mais l'animatrice les tient pour acquises. De plus, elle évacue toute autre cause possible aux agissements des écoliers. Le fait divers apparaît donc comme un prétexte au discours d'Ingraham sur sa conception de la famille et des conséquences dramatiques qui peuvent résulter d'une éducation défailante. Ainsi, l'animatrice aborde le problème sous l'angle strictement moral et familial et s'insurge contre l'intervention des états fédérés dans la question :

The Nanny State clearly out of control...! Now that we're seeing states that feel compelled to add anti-bullying legislation to their books [...] when the biggest problem facing this country when it comes to these issues is a moral and cultural problem. It is a family problem, it is a societal problem, it is not a criminal problem. [...] Schools that maybe are afraid to act, they're afraid of getting sued [...]. You're a teacher, you hear about something or you see something that was done as our previous caller said... [...] But guess what? The adults are afraid to do anything; they're afraid the ACLU is going to rain down on them with a lawsuit.¹²³³

Autrement dit, les problèmes d'intimidation à l'école relèvent de la responsabilité personnelle des familles ainsi que du personnel enseignant, et non de la responsabilité collective qui s'exercerait par le biais d'une législation au niveau de l'état fédéré. Par ailleurs, l'argument d'Ingraham contient une charge particulièrement virulente contre l'American Civil Liberties Union (ACLU) qu'elle accuse d'exercer des représailles envers les enseignants qui tiendraient leur rôle de garants de l'autorité et de la discipline. En ultime analyse, elle accuse l'ACLU de contribuer au délitement de l'éducation traditionnelle, procédé qui n'est en rien surprenant dans la mesure où, organisation considérée comme l'un des fers de lance du sociolibéralisme, l'ACLU est régulièrement vilipendée par les conservateurs.

¹²³³ « L'État-Nounou est clairement incontrôlable...! Maintenant qu'on voit des états qui se sentent contraints d'ajouter une loi contre l'intimidation à l'école à leur législation [...] alors que le problème majeur auquel est confronté le pays dans ce domaine est un problème d'ordre moral et culturel. C'est un problème qui relève du familial, c'est un problème qui relève du sociétal, ce n'est pas un problème qui relève du criminel. [...] Ce sont des écoles qui ont peut-être peur de réagir, qui ont peur d'être traînées en justice [...] Vous êtes enseignant, vous entendez parler de quelque chose ou vous voyez que quelque chose s'est produit comme l'a dit notre dernier appelant... [...] Mais vous savez quoi ? Les adultes ont peur de faire quoi que ce soit ; ils ont peur que l'ACLU leur tombe dessus avec un procès ! » *The Laura Ingraham Show*, 14 avril 2010, (01:29:56).

Parce qu'il a trait au statut de la femme dans sa fonction de procréation, l'avortement est un sujet particulièrement épineux des guerres pour l'identité. Les affrontements autour de l'avortement mettent en jeu la définition du concept de maternité que les opposants à l'avortement (*pro-life*) considèrent comme le rôle le plus épanouissant pour la femme, tandis que les partisans du choix de décider (*pro-choice*) la conçoivent comme un rôle parmi d'autres¹²³⁴. Les affrontements autour de l'avortement mettent donc en lumière la tension entre l'autonomie de la femme en tant qu'individu et ses « obligations », c'est-à-dire les liens qui la relie aux autres au sein de la famille. Indépendamment de la dimension religieuse, l'avortement est inacceptable aux yeux des croisés de l'identité car il constitue une défaillance de la femme en tant que mère¹²³⁵. Il constitue également un assaut contre l'identité de la nation américaine car la famille est une réplique microcosmique du pays dans son entier.

C'est également une thématique de prédilection abondamment évoquée par Ingraham. Le 12 avril 2010, Lila Rose, jeune activiste anti-avortement et animatrice du site internet *liveaction.org*, publie des images prises en caméra cachée dans une clinique de Planned Parenthood – l'un des principaux regroupements de planification familiale – dans le Wisconsin. Se faisant passer pour une adolescente de 14 ans enceinte, Lila Rose piège une infirmière de la clinique qui, selon elle, se compromet en lui donnant des informations fausses sur l'avancée de sa grossesse et l'impact d'un possible avortement¹²³⁶. L'émission de *The Laura Ingraham Show* du 13 avril fait la part belle aux commentaires sur la vidéo, Ingraham affirmant que l'avortement est à la croisée des questions d'humanité et d'allocation des ressources de l'État :

This issue cuts to our very core, it cuts through our humanity, it connects to the healthcare law that's now in effect that essentially gives *Planned Parenthood* the status as a community health center and subsequently allows *Planned Parenthood* to collect tens of millions of dollars, ultimately it will be hundreds of millions of dollars, your tax dollars, to set up large facilities for what? For this?!?!¹²³⁷

¹²³⁴ Hunter, *Culture Wars*, 186.

¹²³⁵ Hunter, *Culture Wars*, 187.

¹²³⁶ "A Second Wisconsin Planned Parenthood Caught On Tape Giving Misleading Medical Information", *Live Action*, <http://liveaction.org/press/a-second-wisconsin-planned-parenthood-caught-on-tape>; dernière consultation le 19 août 2100.

¹²³⁷ « Cette question nous touche au plus profond de nous-mêmes, elle nous touche dans notre humanité, elle a à voir avec la loi sur le système de couverture médicale qui est maintenant en vigueur et qui en résumé confère à *Planned Parenthood* le statut de centre médicosocial et par conséquent autorise *Planned Parenthood* à toucher des dizaines de millions de dollars, au bout du compte ça sera des centaines de millions de dollars, de vos impôts, pour mettre en place de grandes infrastructures. Pour quoi? Pour ça?!?! » *The Laura Ingraham Show*, 13 avril 2010; (01:11:26).

Ce que met en jeu l'avortement c'est donc l'identité même de la nation (« it cuts through our humanity ») qui s'en retrouve compromise, mais également l'intervention de l'État fédéral dans une question, qui si elle ne peut être rendue illégale, doit relever de la sphère du privé. Il y a là encore une charge contre l'Administration Obama et le Congrès démocrate, accusés explicitement de financer ce que l'animatrice décrit comme des usines à avortement (« set up large facilities ») avec l'argent du contribuable.

L'indignation d'Ingraham par rapport à la question se cristallise également sur le fait que la vidéo montre que l'infirmière ne propose aucune autre solution que l'avortement à une Lila Rose feignant d'être dans une situation financière critique : « *There's no other option if she doesn't feel financially stable? There's no person, or no parent in the United States of America who would take a baby being born in this country today? Are you kidding me? That is the biggest lie that is being told at Planned Parenthood today!* »¹²³⁸ La critique de l'animatrice, formulée non sans une certaine virulence de ton, porte sur le fait que l'infirmière présente l'avortement comme la seule solution possible, évacuant complètement la possibilité de confier le bébé à une famille adoptive. Le parcours personnel de l'animatrice éclaire sur son attachement à l'adoption comme solution alternative à l'avortement : elle est elle-même la mère adoptive de trois enfants¹²³⁹ dont elle parle souvent lors de son émission lorsqu'elle évoque les questions relatives à l'éducation et la famille¹²⁴⁰.

En fait, toute la critique d'Ingraham vise à dénoncer le fait qu'au lieu d'assister les jeunes filles ou femmes à organiser au mieux leur maternité en proposant des solutions à chacune en fonction de leur situation, Planned Parenthood les encourage à recourir systématiquement à l'avortement :

And then the *Planned Parenthood* worker, again, like any good salesman does everything she can do to close the sales and close it now [...]. *"It won't stress you out as much, and it affects the price of the procedure if you get it done now—the cheaper, the better, the earlier."* Again, it's like you're selling a used car [...]. Why doesn't she just say it's a one-for-two special, do they have those at *Planned Parenthood*? *"Two abortions for the price of one! Act now and get 50% off your next abortion!"* I mean, that's practically what they're doing!¹²⁴¹

¹²³⁸ « *Il n'y a aucune autre solution si elle ne se sent pas stable financièrement? Il n'y aucune personne, aucun parent aux États-Unis d'Amérique prêt à accueillir un bébé né dans ce pays aujourd'hui ? Vous plaisantez ? C'est le plus gros mensonge qui circule chez Planned Parenthood ces temps-ci !* » *The Laura Ingraham Show*, 13 avril 2010, (01:13:20).

¹²³⁹ "Love, Etc...", *The Washington Post Online*, July 30th, 2009; http://voices.washingtonpost.com/reliable-source/2009/07/love_etc_67.html; dernière consultation le 19 août 2012.

¹²⁴⁰ *The Laura Ingraham Show*, 13 avril 2010, (01:32:26).

¹²⁴¹ « *Et ensuite l'employée de Planned Parenthood, une fois encore, comme toute bonne vendeuse qui se respecte fait tout ce qu'elle peut pour conclure la vente et la conclure tout de suite [...]. 'Ca ne vous causera pas*

Puis, revenant à la charge en fin d'émission, elle développe l'accusation un registre des plus sarcastiques:

I mean, do they get a commission on every abortion? Is it like when you work at *The Gap* and you sell an extra pair of khakis, you get an extra commission? Did she get an extra commission for this? She's selling, selling, selling! [...] *Planned Parenthood* provided nearly 290, 000 abortions, that's one in five abortions provided nationwide. Are they gonna have the thing like McDonald's, "Over a Billion Served"?¹²⁴²

Pour l'animatrice, l'objectif de *Planned Parenthood* n'est pas de venir en aide à l'adolescente en détresse mais de vendre un produit à tout prix. Dans ce cas-ci, elle considère même la transaction comme une vente forcée. Par l'assimilation de l'infirmière à une vendeuse (« like a good salesman ») ainsi que la convocation du champ lexical du commerce et de la vente (« close the sales », « it's a one-for-two special », « do they get a commission ? ») des noms de grandes chaînes d'habillement (« The Gap ») et de restauration (« McDonald's »), elle dénonce la marchandisation de l'avortement par *Planned Parenthood*, et l'immoralité d'un commerce qui prospère grâce à l'interruption de grossesses, au détriment de solutions de rechange telles que l'adoption.

La vision de l'école et de l'instruction d'Ingraham est également commune avec celle des croisés de l'identité. À ses yeux, l'école américaine faillit à sa mission de départ :

The best way to deal with any kid in a challenging environment is to not treat him with what President Bush calls the "soft bigotry of low expectation". I mean, just because they're foster care, doesn't mean that they should not be held to the same behavioral and academic standards as other kids. And that means you know maybe fewer classes on sex education and more classes on the basics, reading, writing, understanding American history that's not politicized, and American government, and European history, and great books...¹²⁴³

autant de stress, et ça change le prix de la procédure si on vous la fait maintenant – le moins cher et le mieux c'est, le plus tôt c'est fait'. Une fois encore, c'est comme si vous vendiez une voiture d'occasion [...]. Pourquoi est-ce qu'elle ne dit pas tout simplement que c'est une offre spéciale avec le deuxième gratuit, est-ce qu'ils ont ça chez Planned Parenthood? 'Deux avortements pour le prix d'un ! Décidez-vous maintenant et on vous fait 50% sur votre prochain avortement !' J'veux dire, c'est pratiquement ce qu'ils sont en train de faire ! » *The Laura Ingraham Show*, 13 avril 2010, (01:18:05).

¹²⁴² « Je veux dire, est-ce qu'ils touchent une commission sur chaque avortement? Est-ce que c'est comme quand vous travaillez chez Gap et que vous vendez un treillis en plus, on vous donne une commission supplémentaire ? Est-ce qu'elle a touché une commission supplémentaire pour ça ? Elle ne fait que vendre, vendre, vendre ! [...] *Planned Parenthood* a procédé à près de 290 000 avortements, c'est un avortement sur cinq à l'échelle du territoire national. Est-ce qu'ils vont mettre l'affiche comme chez McDonald's, 'Plus d'un milliard de servis' ? » *The Laura Ingraham Show*, 13 avril 2010; (01:27:05).

¹²⁴³ « La meilleure façon de s'occuper d'un gamin issu d'un milieu peu porteur est de ne pas le traiter avec ce que le président Bush désigne par la 'discrimination pernicieuse des petites attentes'. J'veux dire, simplement parce qu'il est en famille d'accueil, ça ne veut pas dire qu'on ne doit pas avoir les mêmes attentes en termes de comportement et d'accomplissements qu'avec les autres gamins. Et ça veut dire, vous savez, peut-être moins de cours d'éducation sexuelle et plus de cours sur les fondamentaux, la lecture, l'écriture, la compréhension d'une

L'incapacité de l'école à prendre en charge les élèves issus de milieu défavorisés vient selon elle de la dérive pédagogique qui favorise l'éducation sexuelle («classes on sex education»), pratique le prosélytisme politique dans les cours d'histoire (« American history that's not politicized») et encourage le multiculturalisme et le relativisme culturelle au lieu de valoriser les racines européenne de la nation américaine, comme le suggère en creux la référence à l'histoire européenne (« European history»). Ingraham ne fait que reprendre ici deux idées déjà défendues dans son ouvrage *Power to the People*, à savoir la pornification de la culture américaine¹²⁴⁴ et la transformation de l'école américaine en un organe de promotion du sociolibéralisme¹²⁴⁵, cette dernière étant le catalyseur de la première par les cours d'éducation sexuelle.

La deuxième catégorie de questions relatives à la morale et l'identité, celles qui ont trait à la religion et les fondements religieux de la société, a également une importance significative dans *The Laura Ingraham Show*. Elles sont abordées principalement dans leur rapport aux institutions d'une part, et à l'instruction d'autre part. Dans le premier domaine, Ingraham dénonce de manière récurrente l'interprétation radicale du principe de séparation de l'Église et de l'État que font certains sociolibéraux. Le 16 avril, elle déclare:

When you read the Constitution, understand the text of the Constitution, the time in which the Constitution was ratified, when they were debating these provisions of the Constitution, well guess what, there was no sense at all among the framers that religion would be expunged from the public square. That was not what they were anticipating. This is not what they were trying to guard against in the Establishment Clause of the 1st amendment. What they were trying to guard against is a repressive and suppressive government trying to force religious attendance and dole out benefits to individuals who abided by a certain religious understanding. That is what we were trying to do, throw off that yoke of oppression. It was never anticipated or never understood that in the public square somehow we would be doing everything we can to stop prayer or religiosity.¹²⁴⁶

histoire américaine dépolitisée, des institutions américaines, et de l'histoire européenne, des grands livres... »
The Laura Ingraham Show, 16 avril 2010; (01:04:08).

¹²⁴⁴ "Saving our Pornified Culture", *Power to the People*, 161.

¹²⁴⁵ "School's out... of Control", *Power to the People*, 199.

¹²⁴⁶ « Quand vous lisez la Constitution, quand vous comprenez le texte de la Constitution, l'époque à laquelle la Constitution a été ratifiée, quand étaient débattues les dispositions de la Constitution, et bien vous savez quoi, il n'y avait aucune notion parmi les Pères fondateurs que la religion serait expurgée de la vie publique. Ce n'est pas ce qu'ils prévoyaient. Ce n'est pas cela dont ils essayaient de se prémunir en incluant l'Establishment Clause du Premier amendement. Ce dont ils essayaient de se prémunir, c'est d'un État répressif et punitif susceptible de tenter d'imposer l'observance religieuse et de distribuer des récompenses aux individus qui respecteraient une certaine conception de la religion. C'est ce qu'ils essayaient de faire, se débarrasser du joug de l'oppression. Il n'a jamais été prévu ni jamais envisagé que dans la vie publique, d'une manière ou d'une autre, nous ferions tout ce que nous pourrions pour empêcher la prière et mettre un terme à la pratique religieuse ». *The Laura Ingraham Show*, 16 avril 2010, (01:11:10).

Selon elle, l'*establishment clause* du Premier amendement (« Congress shall make no law respecting an establishment of religion »¹²⁴⁷) n'interdit pas la prière lors des événements officiels ou à l'ouverture des sessions du Congrès, et ce d'autant plus que les pères fondateurs ne concevaient pas le pays dont ils étaient en train d'établir les fondements institutionnels autrement que comme nation religieuse. Aussi le législateur du 21^{ème} siècle doit-il se montrer respectueux à la lettre des intentions des pères de la nation. En cela, Ingraham apparaît comme partisane du « constructionnisme constitutionnel » (*constitutional constructionism*), c'est-à-dire « *the strict adherence to the intentions of the adopters* »¹²⁴⁸, que l'on désigne également par le terme « d'originalisme » (*originalism*) en référence à l'intention originelle (*original intent*) des fondateurs lors de la rédaction de la Constitution, et sa signification originelle (*original meaning*).

Elle affirme clairement son adhésion à cette approche au moment d'évoquer la sélection d'un juge pour remplacer Stevens à la Cour suprême: « *My message to Republicans and conservatives listening today: use this confirmation battle, this court fight as yet another time to educate the American people and distinguish ourselves from the left that seeks to undermine the original meaning of the Constitution* »¹²⁴⁹. En d'autres termes, si les Pères fondateurs avaient en tête l'idée d'un pays religieux, il faut appliquer la loi en respectant l'esprit de leur intention. D'autre part, sa conception du rapport entre le sceptre et l'autel la positionne dans le camp de « l'accomodationisme » (*accomodationism*), par opposition au « séparationisme » (*separationism*). Là où ce dernier prône la séparation absolue entre l'Église et l'État de manière à préserver les droits des minorités religieuses et des agnostiques, le premier dispose que si l'État doit se garder de favoriser une confession au détriment de l'autre, il doit être libre d'encourager et accommoder toute croyance en son sein¹²⁵⁰. Davison Hunter résume très précisément l'esprit de l'approche accomodationniste: « *Accomodationist policies not only allow but even encourage both the presence and participation of various religious voices in defining public policy and national identity* »¹²⁵¹.

¹²⁴⁷ « *Le Congrès ne fera aucune loi pour conférer un statut institutionnel à une religion* », First Amendment, *Constitution of the United States of America*.

¹²⁴⁸ « *L'adhésion stricte aux intentions des fondateurs* », Eugene W. Hickok, Jr. (ed.), *The Bill of Rights: Original Meaning and Current Understanding* (Charlottesville and London: University of Virginia Press, 1991), 17.

¹²⁴⁹ « *Le message que j'adresse aux Républicains et conservateurs qui écoutent aujourd'hui: servez-vous de cette bataille de la confirmation, cet affrontement autour de la Cour suprême comme d'une occasion supplémentaire d'éduquer les Américains et de nous distinguer de la gauche qui cherche à saper la signification originelle de la Constitution* ». *The Laura Ingraham Show*, 12 avril 2010; (00:16:31).

¹²⁵⁰ Hunter, *Culture Wars*, 262.

¹²⁵¹ Hunter, *Culture Wars*, 263.

Dans le domaine de l’instruction, si l’école apparaît comme catalyseur de la pornification de la société, elle est aussi celui de sa sécularisation progressive. Ainsi, l’animatrice réagit vivement à la tentative d’Eric Workman, élève de terminale (*twelveth grade*) de la Greenwood High School dans l’Indiana, de faire interdire une prière collective en début de cérémonie de remise des diplômes, cela même alors que la majorité des élèves avait voté pour¹²⁵². Ultime affront, c’est la branche d’ACLU de l’Indiana qui intente l’action en justice pour le compte de Workman. Lors d’un échange avec une auditrice, Ingraham commente la démarche de l’organisation en ces termes:

Caller: I found it interesting that your guest said that this eighteen-year-old valedictorian was too fragile to be forced to listen to a prayer that the majority of the students voted on, yet these liberals think it’s ok that thirteen to sixteen-year-old girls are independent enough and adult enough to not be forced to have their parents give them permission to get birth control and abortions.

L.I: Why are they always on the side of the pornographers and the militant atheists? And always against the American people...! On these issues that, if you did a national poll on this, people would be asking “why are you even asking a question so stupid? Of course if kids wanna pray at graduation we don’t have problem with that!” Again, loopy ideas that you learn in law school that are then passed down from professor to students and it ends up somehow getting on the Federal Court of Appeal or the Supreme Court of the United States. This is what’s happening, this is where we are.¹²⁵³

L’auditrice dissèque l’argument de Workman qui argue que du fait de son jeune âge, il ne peut être contraint d’assister à la prière commune dans laquelle il voit une forme de propagande religieuse. L’auditrice souligne la contradiction des sociolibéraux qui considèrent les adolescents trop jeunes pour être exposés à un message religieux, mais suffisamment âgés pour pouvoir se dispenser de l’autorisation de leurs parents pour obtenir des contraceptifs ou recourir à l’avortement. Si l’auditrice dépeint les sociolibéraux et l’ACLU comme laxistes et permissifs dans le domaine de la sexualité, et séparationnistes dans celui de la religion,

¹²⁵²“Greenwood student sues to stop prayer”, *The Indianapolis Star*, March 11th, 2010, <http://www.indystar.com/article/20100311/NEWS02/100311038/Greenwood-student-sues-stop-prayer>; dernière consultation le 19 août 2010.

¹²⁵³ « *Appelant: J’ai trouvé ça intéressant que votre invité affirme que ce major de promotion de dix-huit ans est trop fragile pour qu’on le force à écouter une prière qui a été votée à l’unanimité par les élèves, mais que ces sociolibéraux pensent qu’il n’y a pas de problème à ce que des filles de treize à seize ans soient considérées comme assez indépendantes et assez adultes pour ne pas être contraintes d’obtenir la permission de leurs parents pour se procurer des contraceptifs ou se faire avorter.*

*L.I. : Pourquoi est-ce qu’ils sont toujours du côté de la pornographie et du militantisme athée ? Et toujours contre les Américains... ! Sur ces questions qui, si elles faisaient l’objet d’un sondage, les gens demanderaient, ‘Pourquoi est-ce que vous avez besoin de poser une question si bête ? Bien-sûr que si les gamins veulent prier à leur cérémonie de remise des diplômes on n’y voit aucun inconvénient !’ Encore une fois, ce sont des idées loufoques qui s’apprennent à la fac de droit qui sont ensuite transmises de professeur à élève et qui d’une manière ou d’une autre finissent devant la Cour d’Appel Fédérale ou la Cour Suprême des États-Unis. C’est ce qui est en train de se passer, voilà où on en est. » *The Laura Ingraham Show*, 16 avril 2010, (01:16:11).*

Ingraham en dresse un portrait au vitriol en les accusant de promouvoir la pornographie et d'être violemment hostiles à la religion (« why are they always on the side of the pornographers and the militant atheists ? »).

Elle retranscrit ainsi de manière caricaturale le propos de son auditrice en puisant dans un champ lexical particulièrement dysphorique de manière à retirer toute légitimité à l'action intentée par ACLU. En outre, elle identifie la remise en cause de la légitimité de la prière à l'école comme un symptôme du déclin moral et identitaire du pays, déclin dont elle désigne les départements de droit (*law school*) comme responsables. Parce qu'il s'y défend une conception de la Constitution comme « constitution vivante » (*living constitution*), conception antinomique de l'*originalisme*¹²⁵⁴, les départements de droit favorisent des tendances sécularistes parmi les étudiants. En résultent des procès grotesques à ses yeux ayant pour objet la légitimité de la prière dans les écoles – principe qu'elle tient comme pleinement cohérent avec le postulat d'une nation américaine aux fondements chrétiens – ce qui, en ultime analyse, compromet l'identité morale et culturelle des États-Unis. C'est là un des aspects fondamentaux du positionnement idéologique d'Ingraham : elle voit dans le dévoiement de la Constitution et du processus judiciaire la cause majeure du déclin de l'Amérique.

Ainsi, les questions morales et identitaires sont souvent évoquées en lien avec le thème de la Constitution et de la démocratie, dont l'importance dans *The Laura Ingraham Show* (n=45 ; 13,2%) est deux fois supérieure à la moyenne (6,4%). Comparativement, Ingraham évoque le thème presque six fois plus que Limbaugh (n=8 ; 2,3%), trois fois plus que Hannity (n=13 ; 3,6%), et deux fois plus que Savage (n=24 ; 6,4%). C'est là la troisième propriété définitoire de l'émission. À cet égard, la façon dont elle commente le renvoi en Russie d'un enfant par sa mère adoptive au prétexte qu'il montrait des troubles du comportement, illustre ce lien de façon éclairante :

A mother sending her son on a one-way ticket back to Russia. He, an American citizen, being sent back to the former Soviet Union after she believed she couldn't handle him anymore. [...] This has created a firestorm internationally, and this puts in peril the lives of thousands of these children in Russia, now and in the future, who would be adopted by loving American families.¹²⁵⁵

¹²⁵⁴ David A. Strauss, *The Living Constitution* (New York: Oxford University Press, 2010), 1.

¹²⁵⁵ « Une mère renvoie son fils en Russie en aller simple. Lui, citoyen américain, est renvoyé vers l'ancienne Union Soviétique après qu'elle s'est rendu compte qu'elle ne pouvait plus s'occuper de lui. [...] Cela a provoqué des remous à l'échelle internationale, et compromet la vie de milliers de ces enfants de Russie,

Dans ce cas, Ingraham attribue le déclin moral du pays au non-respect de la loi et de la Constitution : en bafouant les droits civiques du jeune garçon en tant que citoyen américain, sa mère adoptive a sérieusement compromis les chances de nombreux couples de fonder une famille. Par la suite, elle insiste sur le statut du jeune garçon chaque fois qu'elle évoque l'affaire. De la même manière, ses sérieuses réserves quant aux possibles candidats au poste de juge à la Cour Suprême sont le fruit de ce qu'Ingraham perçoit comme leur « activisme judiciaire » (*judicial activism*) en faveur de causes jugées gauchistes. Ainsi, Diane Wood, juge du septième circuit est décrite comme suit :

probably one of the farthest left radical lawless jurists in this country [and] a hard left judicial activist, particularly on things like... She's made it clear she's ready to invent some sort of constitutional right to same-sex marriage, she thinks "under God" in the Pledge of Allegiance violates the Establishment Clause. Nobody's more extreme on abortion [...]; nobody's more radical on a whole host of issues.¹²⁵⁶

Ainsi, Wood est vivement critiquée pour son soutien à l'égalité devant le mariage et son positionnement antireligieux qui la disqualifie dès le départ dans la course à la Cour suprême. Toutefois, c'est le juge John Paul Stevens qui selon Ingraham mérite la palme du plus grand activiste judiciaire. Au moment de sa démission, alors que la presse et les médias lui rendent hommage pour les trente-cinq années passées à la Cour suprême, Ingraham dénonce le fait qu'il soit élevé au rang de personnage important (*lionization*) dans une diatribe qui expose clairement ce qu'elle entend par activisme judiciaire :

The lionization of Justice Stevens. Of course he was gonna be lionized. He's a judicial liberal, he believes the Constitution should be stretched and interpreted to fit whatever the popular sentiment of the day is. It doesn't matter what the framers believed, it doesn't matter what the original intention was, of those who framed the Constitution... That's irrelevant! It matters what the elite thinks at any given point in time. So the Constitution changes, it involves and it turns into whatever type of document you want it to be. So it will encompass the right to abort, it will encompass all sorts of rights that of course the framers never understood would be part of this and never wanted to be part of this.¹²⁵⁷

maintenant et pour la suite, qui pourraient être adoptés par des familles américaines aimantes ». Laura Ingraham, *The Laura Ingraham Show*, 12 avril 2010, (01:24:12).

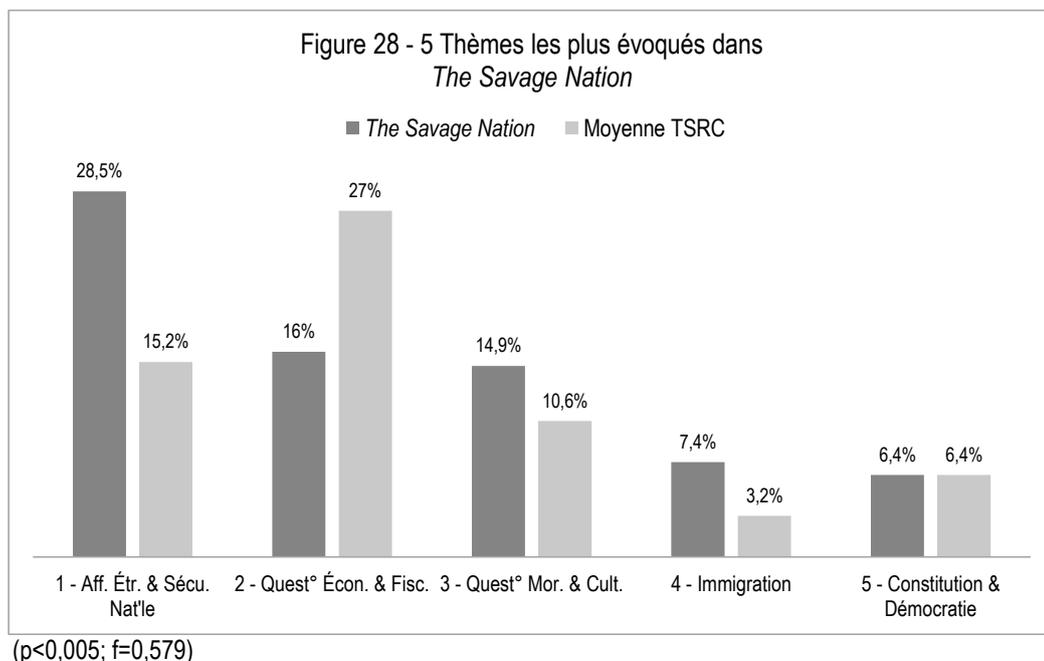
¹²⁵⁶ « Très certainement l'une des juristes d'extrême gauche, sans foi ni loi, les plus radicales de ce pays [et] activiste judiciaire de la gauche dure, particulièrement pour ce qui est de... Elle a affirmé très clairement qu'elle était prête à inventer une espèce de droit constitutionnel au mariage entre personnes de même sexe, elle pense que le « under God » du Serment d'Allégeance viole l'Establishment Clause. Il n'y a personne de plus extrême sur l'avortement [...] ; il n'y a personne de plus radical sur toutes sortes de questions ». Laura Ingraham, *The Laura Ingraham Show*, 12 avril 2010, (00:56:55).

¹²⁵⁷ « L'élévation du juge Stevens au rang de personnage illustre. Evidemment qu'il allait être élevé au rang de personnage illustre. C'est un sociolibéral judiciaire, il pense que la Constitution doit être élargie et interprétée pour s'adapter à l'humeur de l'opinion du moment. On se fiche de ce que les Pères fondateurs pensaient, on se

Partisan du principe de *living Constitution*, Stevens est accusé de négliger l'intention originelle des Pères fondateurs au profit d'une interprétation de la Constitution en fonction de l'air du temps, ce qui au final résulte en la création de nouveaux droit que ceux-là n'avaient pas en tête à l'été 1787. Il constitue donc un repoussoir absolu à la conception que se fait Ingraham du document fondateur. Surtout, son élévation au rang de figure importante apparaît comme un symptôme supplémentaire de la dérive sociolibérale de la société américaine.

7.1.2.2.2. Michael Savage, croisé de l'identité et défenseur du « nativisme »

The Savage Nation constitue un cas clairement à part parmi les quatre talk-shows tant le profil idéologique de l'émission apparaît en décalage avec celui de la moyenne des autres, comme le suggère la figure 28.



En premier lieu, l'analyse révèle que, tandis que Limbaugh, Hannity et Ingraham – quoique dans une moindre mesure – évoquent majoritairement les questions économiques et fiscales, Savage est celui pour qui ce thème revêt le moins d'importance comparativement ($n = 60$; 16%) ; il se classe au deuxième rang des sujets les plus évoqués dans l'émission. Son intérêt

fiche de ce qu'était l'intention originelle de ceux qui ont élaboré la Constitution... Ce n'est pas pertinent ! Ce qui compte c'est ce que l'élite pense à un moment donné dans le temps. Donc la Constitution change, elle évolue et elle devient le document qu'on veut qu'elle devienne. Donc, elle va inclure le droit à l'avortement, elle va inclure toutes sortes de choses dont bien-sûr les Pères fondateurs n'avaient jamais envisagé qu'elles feraient partie ou n'avaient jamais souhaité qu'elles fassent partie ». The Laura Ingraham Show, 12 avril 2010, (00:14:53).

porte sur les affaires étrangères et la sécurité nationale (n=107 ; 28,5%), thème largement surreprésenté dans son émission comparativement à la moyenne des talk-shows ainsi qu'à chacun de ses homologues. Savage y consacre presque deux fois plus de temps d'antenne que la moyenne des émissions (talk-shows =15,2%), deux fois plus qu'Ingraham (12,9%), deux fois et demie plus que Limbaugh (11,4%) et quatre fois plus que Hannity (7%).

Pendant la semaine d'avril 2010, il dénonce sans relâche les débats sur la réduction des armes nucléaires qu'il considère aussi insignifiant et inefficace que dangereux :

We have a summit which is basically just a public relations photo-op opportunity, we have a nuclear posture review which basically gives us a modeled declaratory policy, tells us we're not gonna modernize our nuclear force. We have a treaty that actually puts us in a worse position than we were before. We've done nothing to deter Iran, nothing to deter North Korea and the president tells us we're better off, more safer [*sic*]. I will guarantee you that if we implement the nuclear strategy that President Obama has laid out, that there will be more nuclear powers in five years, that there will be more instability, and that the likelihood of a nuclear conflict will actually escalate significantly¹²⁵⁸.

L'argumentation de Savage reprend une des critiques principales des conservateurs envers Obama, soit l'idée qu'il n'y aucune substance sous le vernis de l'orateur habile. Ingraham le désigne ainsi par le sobriquet de *The Seminar Leader*, soit « le mandant du séminaire », pour insister sur ce qu'elle perçoit comme le fossé entre la capacité oratoire du président et son peu d'accomplissements effectifs. Ainsi, le sommet sur le désarmement nucléaire n'est autre qu'une manœuvre de communication (« public relations photo-op opportunity ») dont la sécurité des États-Unis et du bloc occidental ne ressortira qu'affaiblie. L'importance de la politique étrangère dans *The Savage Nation* ne fait pas de son animateur un néoconservateur dans la mesure où ces questions sont évoquées dans une perspective non pas interventionniste mais isolationniste.

En cela, le discours de Savage présente une adéquation stricte avec la *doxa* conservatrice et les valeurs socle. Il s'agit de mettre en place une politique agressive de défense et de sécurité nationale afin de parer les menaces extérieures, et non pour intervenir dans d'éventuels conflits à l'étranger à la manière des faucons des années George W. Bush.

¹²⁵⁸ « Nous avons un sommet qui n'est rien d'autre en réalité qu'une occasion de faire une séance photos et de la communication, nous avons une posture sur le nucléaire qui en fait propose une politique de l'incantation toute faite, qui nous dit que nous n'allons pas moderniser notre force nucléaire. Nous avons un traité qui nous place en fait dans une position pire que celle dans laquelle nous étions auparavant. Nous n'avons rien fait pour dissuader l'Iran, rien fait pour dissuader la Corée du Nord et le président nous dit que notre situation est meilleure, que nous sommes plus en sécurité. Je vous garantie que si vous mettez en application la stratégie nucléaire que le président Obama a exposée, qu'il y aura davantage de puissances nucléaires dans cinq ans, qu'il y aura davantage d'instabilité, et que les chances qu'un conflit nucléaire survienne vont augmenter de façon significative ». *The Savage Nation*, 16 avril 2010, (01:28:36).

Toutefois, la critique de Savage concernant le sommet porte également sur le fait qu'outre la sécurité des États-Unis, le sommet et les accords qui en résultent ne permettront pas de garantir la sécurité d'Israël contre les possibles attaques d'Ahmadinejad : « *Obama claims that this treaty will coax Iran into discontinuing its nuclear program: that's nuts. The Hitler of Iran wants these weapons to intimidate the United States and destroy Israel. This meaningless piece of paper will not stop him* »¹²⁵⁹.

Plus généralement, toute l'attention de Savage, rejoint sur ce point par tous ses homologues, se centre sur un des aspects formels du sommet, à savoir ce qu'il perçoivent comme une attitude de déférence de la part Obama envers les chefs d'État pendant l'évènement, et plus particulièrement le fait qu'il se soit incliné devant le président chinois Hu Jin Tao. Parmi les quatre, Savage et Ingraham sont ceux dont le ton est le plus acerbe. Le premier déclare ainsi :

I want you to go to michaelsavage.com, I just posted a picture that I found minutes ago, there's a slideshow of Obama at the nuclear conference. [...] If you go down the list of pictures, he's bowing to the President of China who is snickering at him as though he is some underling and Obama is again bent forward like a servile flatterer. It's astounding to look at this and as they say, "a picture is worth a thousand words".¹²⁶⁰

Savage dénonce l'attitude d'un Obama qui s'abaisse au rang de thuriféraire (« servile flatterer ») tentant de s'immiscer dans les bonnes grâces d'un président chinois ricanant de sa posture (« snickering at him »). Au moment de commenter la « révérence » (*the bow*), Ingraham souligne quant à elle que le président ne peut s'en empêcher, en faisant précéder son propos de la diffusion de la chanson *Oops, I did it again !* de Britney Spears:

(*Oops, I did it again !...*) The man is addicted to bowing! [...]. You're listening to *The Laura Ingraham Show*. Yes, it's official: he bowed again! He did it again, this time with Chinese president Hu Jin Tao [...]. We do know now that China has said it will make its own call on the Yuan and essentially telling president Obama to buzz off. So, we end up bowing to these repressive regimes and getting nothing in return for it. You know, if you're gonna bow and humiliate yourself and our country, then at least do something and get something for American security and American economy. As far as I can tell, he

¹²⁵⁹ « *Obama prétend que ce traité va amadouer l'Iran de telle sorte qu'il mettra un terme à son programme nucléaire : c'est débile. L'Hitler d'Iran veut acquérir ces armes pour intimider les États-Unis et détruire Israël. Ce bout de papier insignifiant ne l'arrêtera pas* ». Michael Savage, *The Savage Nation*, 12 avril 2010, (00:27:54).

¹²⁶⁰ « *Je veux que vous alliez sur michaelsavage.com, je viens de publier une photo que j'ai trouvée il y a quelques minutes, il y a un diaporama d'Obama à la conférence sur le nucléaire. [...] Si vous déroulez la liste des photos jusqu'en bas, il est en train de s'incliner devant le président chinois qui lui ricane au nez comme s'il était un sous-fifre et Obama est encore penché en avant comme un flatteur servile. C'est stupéfiant à regarder et comme on dit, 'une image vaut mieux qu'un long discours'* ». *The Savage Nation*, 12 avril 2010, (01:07:40).

bows and gets nothing in return. In fact he bows and they essentially knee him in the groin when he's bowing down, that's exactly where we are right now!¹²⁶¹

Ingraham s'insurge non seulement contre ce que le président des États-Unis s'incline physiquement devant le dirigeant d'un pays qu'elle considère totalitaire, mais surtout contre le fait que ce faisant, Obama se ridiculise devant la communauté internationale dans la mesure où le président Hu Jin Tao a fait savoir clairement qu'il ne dévaluerait pas sa monnaie. Elle s'indigne ainsi d'une attitude de soumission devant un dirigeant qui méprise et malmène les États-Unis et son président (« they essentially knee him in the groin when he's bowing down »). Une telle description est enfin une mise en contraste implicite de la posture de soumission d'Obama avec celle de fermeté de Reagan pendant la Guerre froide.

Outre la violence de l'impact visuel que produit la vision d'un président américain s'inclinant devant un chef d'État considéré comme totalitaire, l'indignation des animateurs doit être reliée à l'idée qu'à leurs yeux, le 44^{ème} président met en péril l'exceptionnalisme des États-Unis. Ainsi, tous déplorent le fait que sa présidence marque la fin de l'Amérique en tant que première puissance mondiale dans de multiples domaines. Pendant la semaine analysée, Savage n'a de cesse de désigner Obama comme le *Destroyer-In-Chief*, ou « destructeur en chef », du pays. Limbaugh considère quant à lui que le président et la majorité démocrate se réjouissent de présider au déclin des États-Unis :

And there you have it, from the Obama science adviser John Holdren, “we cannot expect to be number one in everything indefinitely.” This bunch happily presiding over America's decline! America's decline is precisely what is happening. “Well, we can't expect to be number one in everything forever...” Why not...? Why not...? Why do we not even aspire to that?¹²⁶²

Il déplore que l'idée d'une Amérique qui ne soit plus numéro un soit finalement acceptée comme allant de soi, et que la place de premier n'est même plus convoitée par

¹²⁶¹ « (“Oops, I did it again!...) Ce gars est accro aux révérences! [...] Vous écoutez The Laura Ingraham Show. Oui, c'est officiel: il s'est encore incliné! Il a recommencé, cette fois-ci devant le président chinois Hu Jin Tao [...]. On sait maintenant que la Chine a dit qu'elle statuerait seule sur la question du Yuan et qu'elle a dit en substance au président Obama de lui lâcher les baskets. Donc, on en arrive à s'incliner devant ces régimes répressifs sans rien obtenir en retour. Vous savez, s'il faut que vous vous humiliiez, ainsi que notre pays, et bien au moins faites quelque chose et obtenez quelque chose pour la sécurité des États-Unis et l'économie des États-Unis. D'après ce que je vois, il s'incline et n'obtient rien en retour. En fait, il s'incline et ils ne font rien d'autre que de lui mettre un coup de genoux à l'entre-jambe au moment où il s'incline, on en est exactement là en ce moment ! » The Laura Ingraham Show, 13 avril 2010, (00:36:20).

¹²⁶² « Et voilà, vous l'avez là, ça vient du conseiller scientifique d'Obama, John Holdren, 'il ne faut pas s'attendre à ce que l'on soit premiers dans tous les domaines indéfiniment'. Ce groupe préside au déclin de l'Amérique dans la joie et l'allégresse ! Le déclin de l'Amérique, c'est précisément ce qui est en train d'arriver. 'Et bien, il ne faut pas s'attendre à ce que l'on soit premiers dans tous les domaines indéfiniment...' Pourquoi pas ? Pourquoi pas ? Pourquoi est-ce qu'on n'aspire pas à ça ? » The Rush Limbaugh Show, 13 avril 2010, (00:11:52).

l'Administration en place. Ingraham rejoint son homologue sur ce point mais réaffirme plus clairement que les États-Unis ne sauraient se contenter d'une autre place sur le podium :

Does that... does any of that make sense to you? Does any of that make you feel better about where we are... in not only space but just this idea of America as number one? Does it matter to you? I am a... I am a competitor, I love to compete, whether it's sports, or in business or anything. That's just America, that's the American way, to compete, to want to be number one. Is it just me or do people believe that there is a sense growing in the country that it is ok to be number two, or three, or four, as long as we are operating within the community of nations? [...] Does it matter if we're not number one anymore in space, or frankly anything? [...] Number one economically, number one militarily, number one in science, number one in all these areas. We should of course strive to be number one: we should demand nothing less.¹²⁶³

Son argumentation repose sur l'idée que la nation américaine est par essence tournée vers la compétition avec le reste du monde, et que renoncer à rivaliser avec ses concurrents est tout bonnement contraire à l'esprit américain (*un-American*) et incompatible avec son identité profonde (« that's just America, that's the American way »). Ainsi, le seul objectif possible est d'occuper la première place dans tous les domaines importants (« Number one economically, number one militarily, number one in science, number one in all these areas »).

Bien que d'importance relative inférieure aux questions économiques et fiscales, les questions morales et culturelles (n=56 ; 14,9%) se classent troisième parmi les cinq thèmes de prédilection de Savage. S'il n'y consacre pas autant de temps qu'Ingraham, il y attache une importance supérieure à celle de la moyenne des talk-shows (10,6%). À l'instar d'Ingraham, Savage apparaît très nettement comme conservateur moral, croisé de l'identité. Tout comme elle, il se montre préoccupé par le déclin moral du pays, un phénomène dont la baisse du nombre des mariages et du taux de natalité parmi la population caucasienne est selon lui le symptôme :

The questions that we raised today on *The Savage Nation* were about the rapid demographic decline of the West. Caucasian birth rates are falling, the birthrates from

¹²⁶³ « Est-ce que... est-ce qu'il y a quelque chose dans tout ça qui vous paraît sensé ? Est-ce qu'il y a quelque chose dans tout ça qui vous rassure sur là où nous en sommes... non seulement dans le domaine de l'aérospatiale mais simplement par rapport à cette idée de l'Amérique en tant que numéro un ? Est-ce que ça vous importe ? J'ai l'esprit de compétition, j'aime la compétition, que ce soit dans le sport, dans les affaires ou dans quelque domaine que ça soit. Est-ce que c'est moi ou est-ce que les gens pensent qu'il y a un sentiment croissant dans le pays que ce n'est pas grave d'être numéro deux, ou trois, ou quatre, tant que nous agissons dans la communauté des nations ? [...] Est-ce que ça fait quelque chose si nous ne sommes plus numéro dans l'aérospatiale, ou franchement dans tout autre domaine ? [...] Numéro un dans le domaine économique, numéro un dans le domaine militaire, numéro dans le domaine de la science, numéro un dans tous ces domaines. Bien-sûr que nous devrions nous efforcer d'être numéro un : nous ne devrions exiger rien de moins ». *The Laura Ingraham Show*, 14 avril 2010, (00:46:36).

immigrant groups from Central America and the Middle East are accelerating and nothing is being done to restrict their often illegal entry into our nation.¹²⁶⁴

Les inquiétudes de Savage concernant la natalité dépassent le strict cadre des États-Unis, car c'est la survie des Caucasiens du monde occidental dans leur ensemble – en d'autres termes, ce que l'on désignait auparavant par « la race blanche » – qui constitue chez lui une véritable obsession. À ses yeux, les blancs sont en train de perdre la course à la natalité au profit des moyen-orientaux et des hispaniques.

Savage désigne trois responsables au déclin moral de la nation américaine, cause du phénomène de dénatalité : les médias, les sociolibéraux – les premiers étant souvent identifiés aux seconds – et les immigrants, systématiquement assimilés, à la faveur d'un amalgame, aux non-Caucasiens. Ainsi, les médias sont accusés d'encourager leurs publics à se détourner des valeurs traditionnelles : « *The slime in the media, the liberal slime from Sunset Boulevard and Broadway New York hate families, hate the nuclear family, hate the Church [...] We understand that they've put down the family for a long enough period of time [...]* »¹²⁶⁵. Ce sont donc les médias grand public qui sont en ligne de mire pour leur prétendue haine des institutions que sont la famille et l'Église. L'idée que l'industrie cinématographique et le monde du spectacle – représentés respectivement par Hollywood et Broadway – subvertissent les valeurs socles de la nation américaine est un *topos* conservateur décliné à l'envi par les commentateurs et les éditocrates. Elle n'est pas sans rappeler le livre au titre évocateur de *Hollywood vs. America*¹²⁶⁶ que l'un d'entre eux, l'animateur Michael Medved, publiait dès 1992. L'idéologie sociolibérale est également tenue responsable d'encourager la promiscuité et le sécularisme:

Liberalism teaches you don't get married, liberalism teaches you 'if it feels good, do it', liberalism teaches don't have families, don't go to church: everything that is negative, everything that is anti-life is part of the structure of liberalism, don't you understand that? And that's why I say that liberalism is a mental disorder.¹²⁶⁷

¹²⁶⁴ « Les questions que nous avons soulevées aujourd'hui dans *The Savage Nation* portaient sur la rapidité du déclin démographique de l'Occident. Les taux de natalité des blancs sont en train de diminuer, les taux de natalité des groupes d'immigrants de l'Amérique Centrale et du Moyen-Orient sont en pleine accélération et l'on ne fait rien pour contenir leur entrée souvent illégale sur notre territoire ». *The Savage Nation*, 13 avril 2010, (01:32:33).

¹²⁶⁵ « La fange médiatique, la fange sociolibérale de Sunset Boulevard et de Broadway à New York hait les familles, hait la famille nucléaire, hait l'Église [...] On a bien compris que ça fait bien longtemps qu'ils dénigrent la famille ». *The Savage Nation*, 12 avril 2010, (00:46:53).

¹²⁶⁶ Michael Medved, *Hollywood vs. America* (New York: Harper Collins, 1992).

¹²⁶⁷ « Le sociolibéralisme vous encourage à ne pas vous marier, le sociolibéralisme vous enseigne que 'si ça fait du bien, faites-le', le sociolibéralisme vous encourage à ne pas fonder de famille, de ne pas aller à l'église: tout ce qui est négatif, tout ce qui est contre la vie fait partie de la structure du sociolibéralisme, vous ne comprenez

Au-delà de la rhétorique grandiloquente et outrancière qui assimile le sociolibéralisme à une idéologie mortifère (« everything that is anti-life is part of the structure of liberalism ») et une pathologie mentale (« mental disorder »), il faut retenir que Savage le tient pour responsable de la dénatalité par sa promotion de valeurs subversives. Notons que les charges que portent Savage comportent la notion d'une menace sur la religion chrétienne. À cet égard, il est le seul avec Ingraham à les évoquer dans des proportions bien plus significatives que ses homologues (n=20 ; 5,3%), en particulier les conservateurs fiscaux qui n'évoquent jamais le thème.

Parmi les sociolibéraux, les figures investies dans les mouvements de la contreculture et du féminisme sont plus précisément montrées du doigt comme responsables du déclin démographique et moral de la société américaine :

It's pretty clear in my mind that the reason the West is in decline is because of *The Four Horsemen of the Apocalypse*. They would be, and in no particular order, Allen Ginsberg who destroyed the soul of America, William Kunstler who destroyed the law of America, Timothy Leary who poisoned the mind of America with LSD, and Bella Abzug and her cohort in the women's movement who destroyed the minds of young ladies. I believe they are responsible for sending our country down the road to hell.¹²⁶⁸

L'argument de Savage à cet égard est pour le moins surprenant. Premièrement, si la convocation au banc des accusés des années 1960/70 et des changements sociétaux qu'elles provoquèrent est une stratégie d'attaque classique de la part des conservateurs, Savage est le seul à désigner nommément les responsables du déclin. Deuxièmement, il en désigne comme responsables quatre figures qui sont toutes décédées au cours des années 1990. Enfin, parmi elles une seule, Bella Abzug, appartient à la classe politique ; elle fut représentante à la Chambre de 1971 à 1977. Curieuse démarche que celle qui désigne un poète, un activiste des droits civiques et avocat, ainsi qu'un psychologue fantasque comme responsable de l'impasse morale et démographique dans laquelle se trouvent les États-Unis en 2010. Quoi qu'il en soit, il les tient pour responsable d'avoir perverti la culture américaine au point d'avoir dévoyé l'ensemble de ses valeurs traditionnelles. À l'en croire, c'est Abzug, figure de proue du mouvement féministe, qui porte la plus lourde responsabilité dans ce phénomène pérenne de

pas ça? Et c'est pour ça que je dis que le sociolibéralisme est un trouble mental ». *The Savage Nation*, 12 avril 2010, (00:46:53).

¹²⁶⁸ « C'est très clair à mes yeux que la raison pour laquelle l'Occident est en déclin, c'est à cause des Quatre Cavaliers de l'Apocalypse. Ils seraient, et sans ordre particulier, Allen Ginsberg qui a détruit l'âme de l'Amérique, William Kunstler qui a détruit le droit américain, Timothy Leary qui a empoisonné l'esprit de l'Amérique avec le LSD, et Bella Abzug et sa clique du mouvement des femmes qui ont détruit l'esprit des jeunes filles. Je pense qu'ils sont responsables d'avoir fait prendre au pays le chemin de l'enfer ». *The Savage Nation*, 13 avril 2010, (00:07:05).

décadence, car la culture américaine du 21^{ème} siècle promeut une image dégradée de la femme bien loin du modèle de la ménagère d'antan :

We have a society that has shaped a negative vision of marriage and of the family. They have made women look like post-op transvestites and any woman who varies from this severe look of being a post-op transvestite is sneered at by the vermin in the media. In other words if a woman is a full-sized woman, worse if a woman looks pregnant, she's looked at as a disgusting creature by the scum in the media.¹²⁶⁹

Ainsi, en opposition au modèle de la femme naturelle aux formes généreuses (« a full-sized woman ») et de la femme choisissant la maternité, la culture contemporaine promeut celui de la femme artificielle et exagérément apprêtée (« post-op transvestite »). Au fond, le modèle familiale dont Savage déplore la disparition est celui de la famille de classe moyenne du 19^{ème} siècle que les croisés de l'identité travaillent à rétablir. Hunter la décrit en ces termes: « *A male-dominated nuclear family that both sentimentalized childhood and motherhood and, at the same time, celebrated domestic life as a utopian retreat from the harsh reality of industrial society* »¹²⁷⁰. Dans ce domaine, Savage est donc pleinement engagé dans les guerres pour l'identité.

Enfin, c'est aux immigrants que l'on doit principalement le déclin moral et identitaire des États-Unis. En effet, outre les questions morales et culturelles, il met également l'accent sur l'immigration (n=28 ; 7,4%), sujet auquel il consacre plus de deux fois plus de temps que la moyenne des talk-shows (3,2%), et une fois et demie plus qu'Hannity (n=17 ; 5%), le seul de ses homologues évoquant ce thème.

La question de l'immigration est consubstantielle des questions relatives à l'identité culturelle car elle pose le problème de l'identité nationale de façon très immédiate. Les Américains sont une nation d'immigrants : leur histoire ne saurait être abordée sans que les phénomènes migratoires ne soient placés au centre de la réflexion. Comme le rappelle Oscar Handlin dans *The Uprooted* en 1951, l'Américain est avant tout un immigrant : « *once I thought to write a history of the immigrants in America. Then I realized that the immigrants*

¹²⁶⁹ « Nous avons une société qui a construit une image négative du mariage et de la famille. On a donné aux femmes une apparence de travesti postopératoire et toute femme qui dévie de cette apparence peu engageante de travesti postopératoire fait l'objet de railleries méprisantes de la part de la vermine des médias. En d'autres termes, si une femme a des formes généreuses, pire si une femme a l'air d'être enceinte, elle est considérée comme une créature repoussante par ces ordures des médias ». *The Savage Nation*, 12 avril 2010, (01:59:39).

¹²⁷⁰ « Une famille nucléaire dominée par l'homme qui idéalisait l'enfance comme la maternité, et qui célébrait en même temps la vie du foyer comme refuge utopique loin de la dure réalité de la société industrielle ». Hunter, *Culture Wars*, 180.

were *American history* »¹²⁷¹. Toutefois, la question est particulièrement problématique aux États-Unis car elle met en lumière la tension entre l'attachement à la tradition et le principe de liberté individuelle. Les débats se centrent principalement sur l'impact de l'immigration sur la culture américaine, et pose la question de la capacité de la nation à assimiler les immigrants sans que ne soit défigurée sa tradition culturelle. Le rapport des conservateurs à l'immigration est parfois ambivalent. Si une partie d'entre eux y est favorable du fait de leur attachement à la liberté individuelle, qui implique la liberté de l'individu de circuler et de s'installer où bon lui semble, il existe une tradition d'hostilité envers les immigrants. Certains intellectuels ont remis en cause l'idée acceptée du bénéfice que constitue l'immigration pour les États-Unis ainsi que pour les immigrants ; ils l'ont fait de façon argumentée et sans affect. C'est le cas de Chilton Williamson, ancien responsable de la rubrique littéraire de *The National Review*, qui défend la thèse que l'immigration met en danger la culture américaine, par essence anglo-saxonne¹²⁷².

Savage semble s'inscrire pleinement dans cette tradition. À ses yeux, l'immigration est d'abord un danger car les immigrants tentent toujours de recréer l'atmosphère de leur pays d'origine une fois installés aux États-Unis :

They want the country to be like [...] the countries that they fled, that they hated, they'd like us to become like [*sic*] so they could feel at home, so they can trash the nation and turn it into the land of their origins. It's amazing to me: instead of leaving everything behind and say, "thank god I got out of that cesspool," they can't wait to turn it into their cesspool again! Why that, that everyone is waxes eloquently about the country that they left behind...?. "Oh the old country!" Well go back if you love it so much!¹²⁷³

Autrement dit, les immigrants sont incapables de s'intégrer à la nation américaine du fait de leur attachement à leurs racines et par conséquent, altèrent le tissu identitaire du pays. Ensuite, Savage fait montre d'une obsession pour la menace que font peser à ses yeux les étrangers sur la sécurité du pays et l'intégrité culturelle, mais également raciale, de la nation, obsession qui explique la saillance conjointe des catégories « affaires étrangères » et « immigration » dans

¹²⁷¹ « À une époque, j'ai pensé écrire une histoire des immigrants en Amérique. Puis je me suis rendu compte que les immigrants étaient l'histoire américaine ».

¹²⁷² Chilton Williamson, *The Immigration Mystique: America's False Conscience* (New York: Basic Books, 1996).

¹²⁷³ « Ils veulent que le pays ressemble [...] aux pays qu'ils ont fuis, qu'ils haïssaient ; ils voudraient qu'on devienne comme ça pour qu'ils se sentent chez eux, pour qu'ils puissent saccager la nation pour la transformer en la terre de leurs origines. Je trouve ça effarant: au lieu de tout laisser derrière et de dire, 'Dieu merci, je me suis sorti de ce cloaque', ils n'ont qu'une hâte c'est de transformer le pays en leur cloaque ! Pourquoi est-ce qu'ils dissertent tous avec lyrisme du pays qu'ils ont laissé derrière... ? 'Oh le pays ...' Et bah retournez-y si vous l'aimez tant ! » *The Savage Nation*, 14 avril 2010, (00:18:58).

l'analyse quantitative. La cause du déclin des États-Unis est donc à chercher du côté de l'immigrant, vu comme l'envahisseur :

So the first question I raise is, "Why have European-Americans stopped reproducing? [...] Who socially and psychologically destroyed in essence—shall I put it that way—the Caucasian race?" I'm asking a legitimate question that needs to be asked. There are things that could still be done to stop this. They would have to do with immigration control, deportation of illegal aliens, the encouragement of birth through incentives [...].¹²⁷⁴

Ainsi, parce qu'elle compromet la sécurité du pays et met à mal l'héritage européen et chrétien du peuple américain, ainsi que ses racines caucasiennes, l'immigration et la prise en charge des étrangers sur le territoire doivent faire l'objet d'une politique agressive et de mesures discriminatoires. S'imaginant en haut fonctionnaire (*czar*) en charge du redressement démographique, il déclare:

You make me the Czar of the demographic decline of America, I can save this country. [...] I give you the four ways I would do it. (1) Immigration control: slam the door...border shut, put the military on the border [...]. Lock the border down, shut it, completely shut it! Stop illegal immigration, limit legal immigration [...]. (2) No welfare for fifty years for an immigrant. Once an immigrant does enter this country, they and any member of their family would be prohibited from using any social service for fifty years. Put that in place and see how many of them wanna sit on their fat behinds and preach hatred of America and come here! (3) Give incentive for having children: cash for children. All native born American citizens of any race who stay together as a man and a woman would be given massive incentive for having children and getting married [...]. You put my measures in place and you might have a chance to save America as we know it. You do nothing, and our nation will disappear.¹²⁷⁵

¹²⁷⁴ « Donc la première question que je soulève est celle-ci, 'pourquoi les Américains d'origine européenne ont-ils arrêté de se reproduire ? [...] Qui a détruit – pour le dire ainsi – la race caucasienne sur les plans social et psychologique ?' Je pose une question légitime qui doit être posée. Il y a des choses que l'on pourrait encore faire pour arrêter ça. Elles auraient à voir avec le contrôle de l'immigration, la reconduction à la frontière des clandestins, l'encouragement des naissances par des incitations ». Michael Savage, *The Savage Nation*, 12 avril 2010, (01:27:04).

¹²⁷⁵ *Vous me faites Haut Fonctionnaire au Déclin des États-Unis, je sauve ce pays. [...] Voici comment je m'y prendrais en quatre points. (1) Contrôle de l'immigration : claquer la porte... fermer la frontière, dépêcher l'armée sur la frontière [...]. Verrouiller la frontière, la fermer, la fermer complètement ! Faire cesser l'immigration illégale, limiter l'immigration légale [...]. (2) Aucune prestation sociale pour une période de cinquante ans pour les immigrés. Une fois qu'un immigré pénètre dans ce pays, lui-même ainsi que tous les membres de sa famille auraient l'interdiction de bénéficier de tout service social pendant cinquante ans. Mettez ça en place, et regardez combien d'entre eux veulent rester assis sur leurs gros derrières à prôner la haine de l'Américaine et venir ici ! (3) Proposer des mesures incitatives à la procréation : gagner de l'argent en faisant des enfants. Tous les citoyens américains nés sur le territoire quelque que soit leur race qui restent ensemble dans le cadre d'un couple hétérosexuel recevraient d'énormes incitations à la procréation et au mariage [...]. Vous mettez en place mes mesures et il y a peut-être une chance que vous puissiez sauver l'Amérique telle que nous la connaissons. Vous ne faites rien, et notre nation disparaîtra. *The Savage Nation*, 13 avril 2010, (00:08:50).*

Fermeture et contrôle militaire des frontières, interdiction aux nouveaux immigrants de jouir des programmes de protection sociale pendant une période de cinquante ans, et incitations financières à destination des couples caucasiens hétérosexuels ayant des enfants et demeurant mariés, le dispositif visant à contrer le déclin démographique et culturel que prône Savage est des plus drastiques. Ce discours est à relier à celui, particulièrement virulent quand il n'est pas extrême, des fondations anti-immigrations qui sont pléthore aux États-Unis. Il montre des ressemblances frappantes avec celui de David Duke – ancien membre du Ku Klux Klan, ancien représentant de Louisiane et membre de l'European-American Rights Organization – dans son pamphlet “Black Population Welfare Bomb Ticks” dans lequel il propose des solutions à ce qu'il considère comme le problème de la surnatalité de la population noire:

Those who say we can't slow the birthrate aren't being honest. To slow it, we must make it clear that there will be financial benefit to the individual recipient if she practices birth-control and financial penalty if she doesn't. If this is combined with rigorous orientation and “qualification” on birth control methods in order to qualify for public assistance, the high birthrates would drop like a rock.¹²⁷⁶

Contrairement à Limbaugh ou Hannity, dont le discours s'appuie sur des sous-textes Hayekien et Adamsien, la démarche de Savage n'est pas de vulgariser une pensée complexe en la schématisant de façon à la rendre accessible à un public de citoyens ordinaires. Dans le domaine de l'immigration et des questions d'appartenance ethnique, *The Savage Nation* fonctionne en fait davantage comme une chambre d'écho aux discours hostiles aux immigrés les plus radicaux. À l'échelle de l'histoire américaine, ce discours sur le lien entre immigration et déclin culturel doit être rapproché de celui des mouvements anti-immigration du 19^{ème} siècle, et plus particulièrement de celui des tenants de la suprématie de l'Américain de descendance anglaise par opposition aux Américains issus de l'immigration est-européenne dans les années 1850. Le discours de Savage n'est pas sans rappeler celui de *The Order of the Star-Spangled Banner*, organisation secrète créée en 1849 par des travailleurs américains, qui donna naissance l'année suivante à l'*American Party*, surnommé le parti des

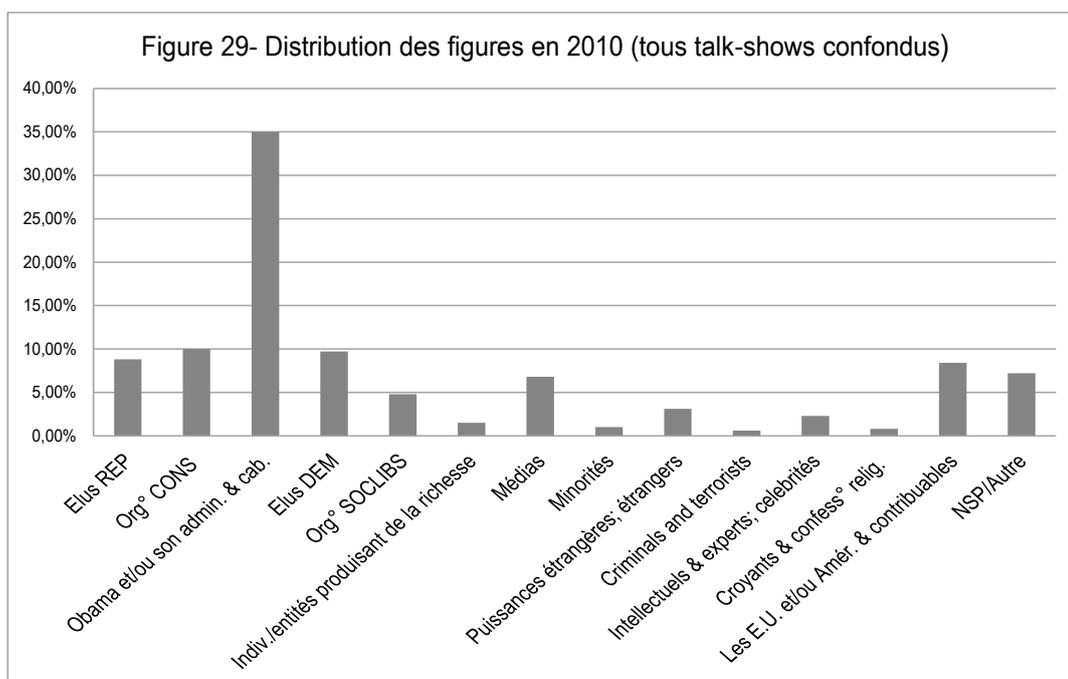
¹²⁷⁶ « Ceux qui disent que nous ne pouvons pas ralentir le taux de natalité ne sont pas honnêtes. Pour le ralentir, nous devons faire savoir clairement qu'il y aura des bénéfices financiers pour chaque bénéficiaire si elle recourt à la contraception et une pénalité financière si elle ne le fait pas. Si l'on combine cela avec une orientation et des critères rigoureux pour la méthode de contraception afin de pouvoir prétendre aux prestations sociales, ces taux de natalité élevés chuteraient comme un rocher ». <http://www2.davidduke.com/writings/welfarebomb.html>, dernière consultation le 27 mai 2012. Il semble toutefois que la page ait été désactivée depuis.

‘Know-Nothings’¹²⁷⁷. Savage revisite donc les guerres pour l’identité culturelle en y ajoutant une très forte dimension nativiste.

7.2. Une hyperpolarisation du débat politique attendue : à l’assaut des sociolibéraux et des Démocrates

7.2.1. Distribution binaire des rôles : vilains démocrates contre vertueux républicains

Le test statistique effectué sur la variable des acteurs ($\alpha=0.86$) révèle des variations importantes dans la distribution des catégories, comme l’indique la figure 29 (Voir annexe n°20 « Instrument de codage»). Globalement, « Obama et/ou son Administration et/ou membres de son cabinet » (Obama) est la figure à laquelle les quatre émissions consacrent le plus de temps d’antenne (n=496 ; 35%) et qui dépasse largement les autres.



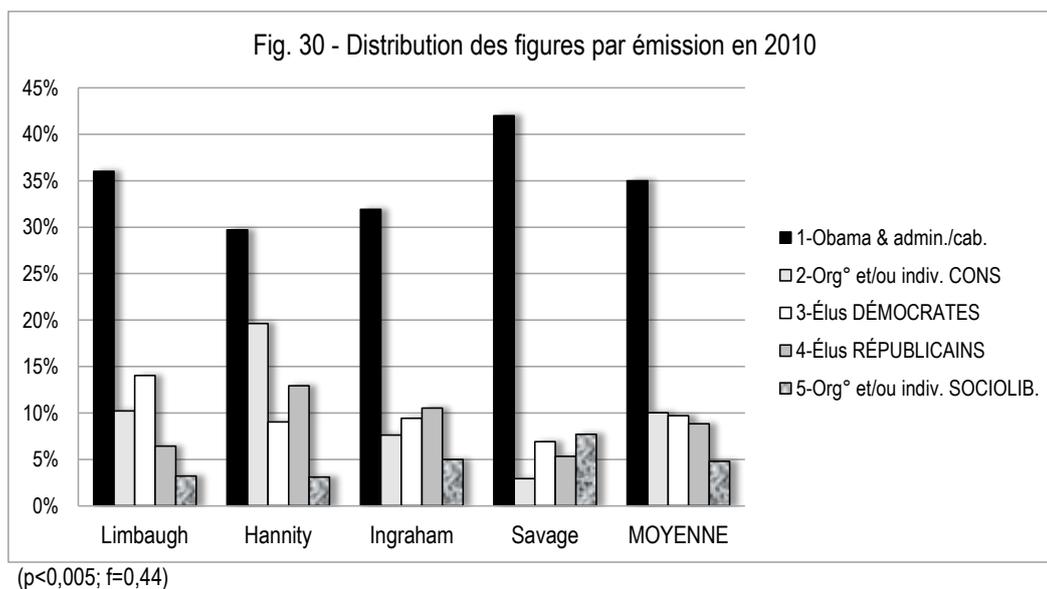
« Les conservateurs ou organisations conservatrices de terrains » (n=142 ; 10%), « les élus démocrates » (n=138 ; 9,7%), « les élus républicains » (n=124 ; 8,8%), et « les Etats-Unis et/ou les Américains et/ou les contribuables » (n=119 ; 8,4%) se classent respectivement deuxième, troisième, quatrième et cinquième. Obama est donc évoqué trois fois et demie plus que la deuxième figure la plus évoquée, ce qui fait de lui le personnage central des discussions des talk-shows au cours de la troisième semaine d’avril, situation pour le moins

¹²⁷⁷ Jean-Michel Lacroix, *Histoire des Etats-Unis* (Paris: PUF, 1996).

naturelle au vu du contexte d'hostilité générale dont font l'objet le président et son Administration à la veille de leur première échéance électorale test¹²⁷⁸.

Malgré des scores plus bas, « les médias » (n=96 ; 6,8%) « les sociolibéraux et/ou organisations sociolibérales de terrain » (n=68 ; 4,8%), « les puissances étrangères » (n=44 ; 3,1%), « les intellectuels et les experts et/ou les célébrités » (n=32 ; 2,3%), et « les individus et/ou entités produisant de la richesse » (n=21 ; 1,5%) sont des catégories d'importance relativement significative dans le discours des animateurs comparativement à la seconde catégorie de figures la plus importante. « Les minorités » (n=14 ; 1%), « les criminels et les terroristes » (n=9 ; 0,6%), ainsi que « les croyants et les confessions religieuses » (n=12 ; 0,8%) sont si peu évoqués que leur poids dans les discussions n'est pas significatif.

Comme le suggère la figure 30, la fréquence d'évocation des figures par émission semble cohérente avec le profil idéologique de chacune d'elles.

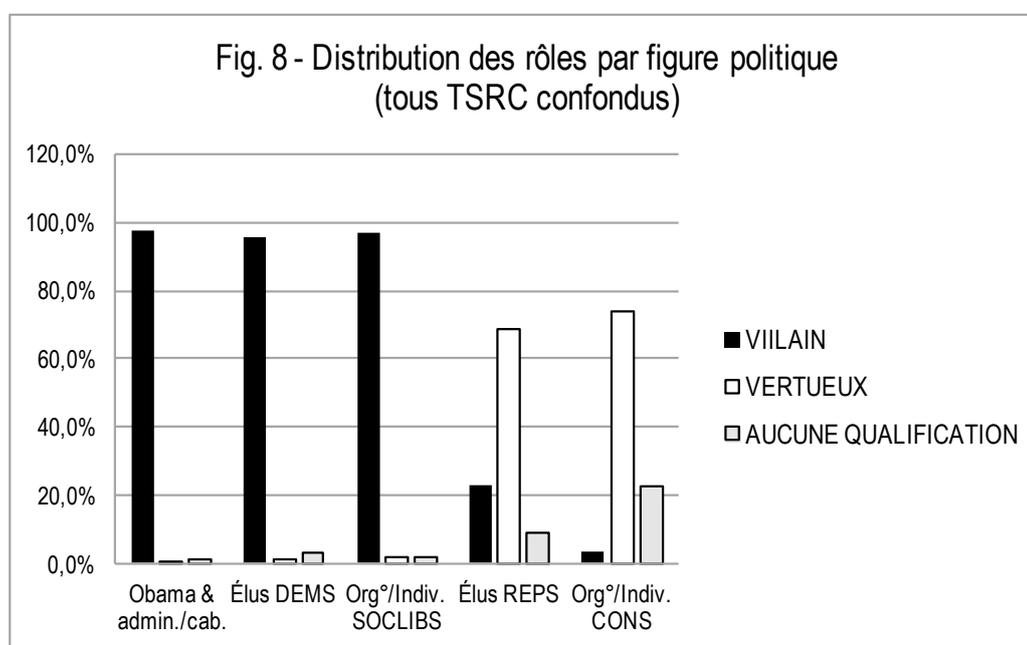


Obama est la figure à qui chaque émission consacre le plus de temps d'antenne. Catégorie qui atteint un score compris entre 29,7% et 42%, elle dépasse largement toutes les autres dans chacune des émissions. Partout, au moins dix points séparent Obama de la deuxième catégorie de figure politique la plus représentée. Savage y consacre le temps d'antenne le plus long (n=158 ; 42%) et les chiffres révèlent une différence de trente-cinq points entre « Obama » et « les élus démocrates » (n=26 ; 6,9%), catégorie qui se classe au deuxième rang dans *The Savage Nation*. À l'inverse, Hannity est celui qui évoque le moins Obama comparativement à

¹²⁷⁸ L'écoute récurrente de ces émissions en régime médian confirme qu'Obama reste la cible majeure en dehors de la période analysée.

ses homologues (n=106 ; 29,7%) et celui dont l'émission présente la distribution des catégories de figures politiques la plus équilibrée, même si le 44^{ème} président constitue la figure politique la plus évoquée. La représentation des autres figures politiques varie de manière significative d'une émission à l'autre, chacune y consacrant des longueurs de temps d'antenne différentes.

De manière attendue, la façon dont les talk-shows qualifient les figures politiques reflète le contexte politique ainsi que le caractère partisan du genre médiatique. Le simple recodage des trente catégories de la variable « Qualification » ($\alpha=0.66$) en une variable ternaire comprenant les catégories « vilains », « vertueux » et « aucune qualification » permet d'établir un tableau croisé qui met en évidence la façon dont les talk-shows distribuent les rôles en fonction des figures politiques (voir figure 8).

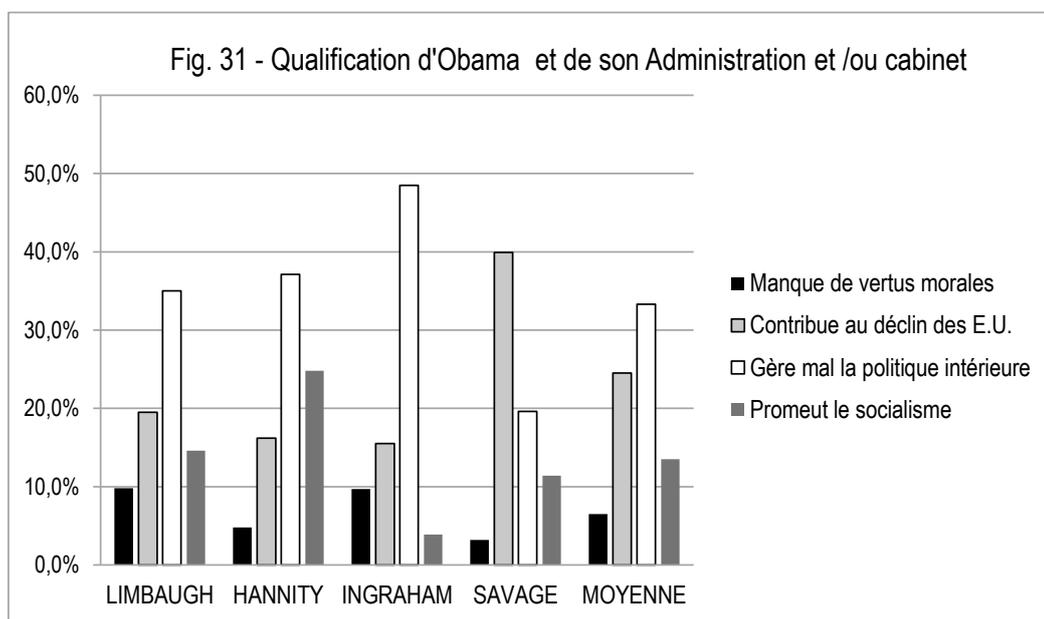


($p < 0,005$; $f = 0,88$)

De façon peu étonnante, les figures situées politiquement « à gauche » de l'échiquier politique américain (Obama, les élus démocrates, et les sociolibéraux et/ou organisations sociolibérales) font l'objet d'une qualification similaire : elles sont toutes quasi exclusivement distribuées dans le rôle du vilain. Obama est dépeint de façon négative 97,8% du temps (n=484), les élus démocrates 95,7% (n=132) et les sociolibéraux et/ou organisations sociolibérales 97,1% (n=66). Obama n'est que très rarement non qualifié (n=7 ; 1,4%), il est le seul dans ce cas. À l'inverse, avec des scores respectifs de 73,9% (n=105) et 68,5% (n=85), les conservateurs et/ou organisations conservatrices et les élus républicains sont distribués

dans le rôle du vertueux dans une très large proportion, mais pas aussi systématiquement que les figures de gauche peuvent l'être dans le rôle du vilain : les chiffres montrent que les élus républicains font tout de même même l'objet d'une qualification négative 22,6% (n=28) du temps.

Une analyse plus précise de la façon dont est qualifié Obama (figure 31) permet de saisir de manière plus fine quel type de vilain il représente aux yeux de chacun des animateurs. Les qualificatifs les plus récurrents sont « gère mal la politique intérieure » (n=163 ; 33,3%) et « contribue au déclin des États-Unis » (n=120 ; 24,5%). Fait surprenant, le qualificatif « manque de vertus morales » est sous-représenté comparativement aux autres catégories (n=32 ; 6,5%). C'est donc très majoritairement le bilan (*achievement*) du président et non sa personne (*character*) qui constitue la cible des attaques et des critiques des animateurs de talk-shows. Bien que le contexte politique de 2010 soit similaire à celui de 1994, l'analyse révèle une différence de traitement notable du président démocrate par les talk-shows: si en 1994 les critiques portaient largement sur la personnalité de Bill Clinton et ses faiblesses de caractère, les animateurs semblent n'avoir que très peu à redire sur Barack Obama en tant que personne et sur son intégrité morale.



Limbaugh Hannity $p < 0,005$ Cramer's V = 0,559 Ingraham Savage $p < 0,005$ Cramer's V = 0,629
 $p < 0,005$ Cramer's V = 0,595 $p < 0,005$ Cramer's V = 0,627

La catégorie « gère mal la politique intérieure » correspond aux cas où une figure fait l'objet de critiques pour sa mauvaise gestion du pays sur les plans culturel, économique ou social, faute de parvenir à l'excellence et/ou par une apparence de faiblesse et/ou par stupidité. La

catégorie « contribue au déclin des États-Unis » comprend les cas où une figure est vilipendée parce qu'elle participe au déclin des États-Unis sur la scène internationale, entame leur prestige par l'affaiblissement de leur sécurité ou par la non-résolution des menaces qui pèsent sur son intégrité physique, et/ou par trop grande complaisance à l'égard des puissances étrangères. Elle concerne donc exclusivement la politique étrangère. À l'exception de Savage, tous les animateurs se montrent critiques envers le président pour sa mauvaise gestion de la politique intérieure. Ingraham se montre la plus virulente dans ce domaine : son score atteint les 48,5% (n=50) tandis que celui de Hannity, 37,1% (n=39), celui de Limbaugh, 35% (n=43), et celui de Savage, 19,6% (n=31). Ce dernier est donc deux fois moins critique à l'égard de l'action du président qu'Ingraham dans le domaine de la politique intérieure. C'est donc sur ce thème en particulier que se centrent les débats.

Une fois encore, le profil idéologique de chaque émission est reflété par la façon dont chacune organise son casting des figures politiques. Ainsi, les critiques de Savage adressées à Obama pour ce qu'il considère comme une action calamiteuse sur la scène internationale (n=63 ; 39,9%) reflètent le classement des thèmes qu'il évoque le plus, dans lequel les affaires étrangères occupent la première place. À l'inverse, les brocards continuels qu'essuie le président pour son action dans le domaine de la politique intérieure sont cohérents avec l'intérêt majeur des animateurs pour les questions économiques et fiscales (Limbaugh et Hannity) et pour les questions morales et culturelles (Ingraham).

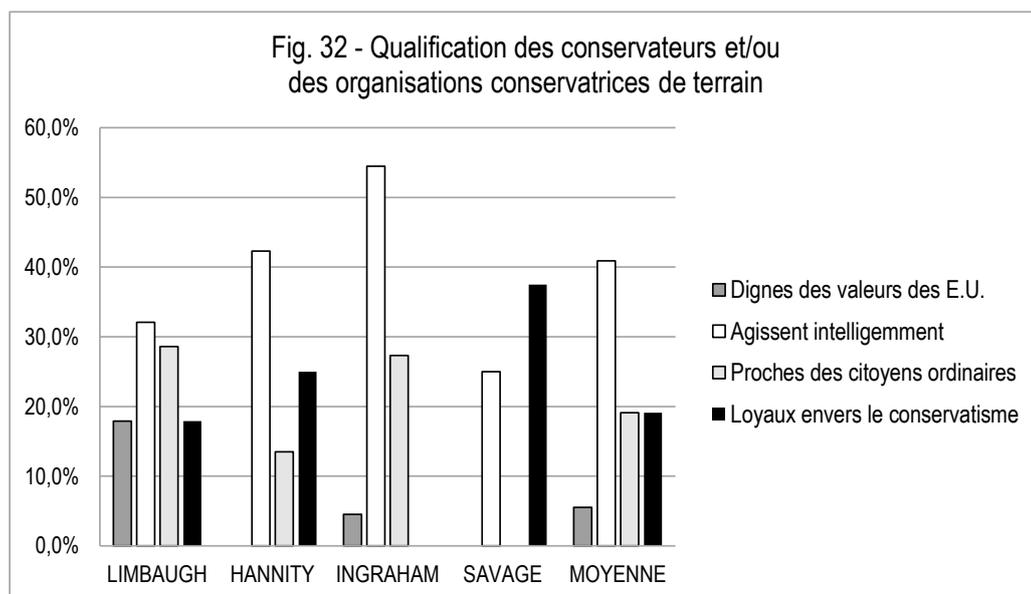
De la même manière, Hannity accuse le président de promouvoir le socialisme (n=26 ; 24,8%) dans des proportions bien plus grandes que ses homologues : Limbaugh vilipende Obama pour son adhésion aux thèses de l'ultragauche une fois et demi moins (n=18 ; 14,6%), Savage deux fois moins (n=18 ; 11,4%) et Ingraham plus de six fois moins (n=4 ; 3,9%). L'insistance de Hannity sur l'idée qu'Obama est un suppôt du communisme participe de sa stratégie de ralliement de l'opposition populaire contre l'Administration en définissant le débat comme opposant le socialisme d'État au conservatisme des citoyens sur le terrain, qui se hisse à la deuxième position des figures les plus évoquées dans son émission. Pour Hannity, les conservateurs et/ou organisations conservatrices sont aussi loyaux envers les principes du conservatisme (25%) qu'Obama est socialiste (24,8%).

Ainsi, la distribution systématique de la figure démocrate ou sociolibérale dans le rôle du vilain révèle un parti-pris uniforme des quatre émissions contre ces derniers qui y sont dépeint comme figures de l'immoralité, emblèmes de l'incompétence et fossoyeurs de l'Amérique. Toutefois, l'hostilité partagée envers le pouvoir démocrate n'implique pas un soutien

uniforme au Parti républicain. Les élus du GOP font l'objet de critiques négatives 22,6% du temps (n=28).

L'examen de la façon dont les talk-shows qualifient les leaders républicains révèle des différences de positionnement par rapport à l'appareil républicain et une association non-systématique à ce dernier. Limbaugh est celui qui affiche la proximité au GOP la plus importante. Il considère qu'entre élus républicains et conservateurs et/ou organisations conservatrices, les premiers agissent avec plus d'intelligence (47,4%) que les derniers (32,1%), sont plus dignes des valeurs américaines et se montrent plus loyaux envers les fondamentaux du conservatisme (21,1% contre 17,9% dans les deux cas). Contrairement à Hannity, tous les efforts de Limbaugh portent sur le soutien aux élus républicains et à l'establishment du GOP plutôt qu'à la promotion des conservateurs et organisations conservatrices de terrain. Toutefois, il faut nuancer ce constat tant le temps d'antenne accordée aux premiers (n=19) et aux seconds (n=28) dans *The Rush Limbaugh Show* est minime. Dans l'ensemble, Limbaugh se concentre bien davantage sur la critique des Démocrates que sur le soutien aux Républicains.

Le schéma est exactement inverse dans *The Sean Hannity Show* dont l'animateur considère que globalement, les conservateurs et/ou organisations conservatrices de terrain agissent intelligemment (n=22 ; 42,3%) et sont loyaux envers les fondamentaux du conservatisme (n=13 ; 25%), comme le montre la figure 32.



| | | | | | |
|-----------------|-------------|--------------------|-----------------|-------------|--------------------|
| <i>Limbaugh</i> | $p < 0,005$ | Cramer's V = 0,559 | <i>Ingraham</i> | $p < 0,005$ | Cramer's V = 0,629 |
| <i>Hannity</i> | $p < 0,005$ | Cramer's V = 0,595 | <i>Savage</i> | $p < 0,005$ | Cramer's V = 0,627 |

Avec des scores respectifs de 54,5% et 37,5%, ces catégories semblent être davantage représentées dans *The Laura Ingraham Show* et *The Savage Nation*. Elles sont cependant non significatives statistiquement du fait qu’Ingraham et Savage évoquent les conservateurs et/ou organisations conservatrices en des proportions moindres (les conservateurs ou organisations conservatrices agissent intelligemment, chez Ingraham, n=12 ; les conservateurs ou organisations conservatrices sont loyaux envers le conservatisme, chez Savage, n=3). De plus, comparativement à l’establishment républicain, Hannity estime que les conservateurs et/ou organisations conservatrices sont plus vertueux sur le plan moral (15,4%) que les élus républicains (2,4%), agissent plus intelligemment (42,3% contre 40,5%) et se montrent plus proches des citoyens ordinaires (13,5% contre 9,5%). À l’inverse de Limbaugh, Hannity semble donc engagé dans une action visant à soutenir les conservateurs et/ou organisations conservatrices de terrain – et le *Tea Party Movement* en particulier – à qui l’animateur consacre davantage de temps d’antenne et qu’il considère plus vertueux que les élus républicains.

Cela n’empêche toutefois pas Hannity d’apporter son soutien aux leaders du GOP, surtout si ces derniers sont candidats aux élections primaires à des postes de représentants ou de sénateurs, et qu’ils concourent sur la base d’un programme conservateur orthodoxe contre des candidats sortants modérés. Le soutien qu’il apporte à ces candidats est fonction de leur adhésion aux fondamentaux du Reaganisme :

Reagan was always a conservative who felt that the Republican Party had lost its conservative roots and he wanted the party to return. [...] And I agree that those same circumstances exist today where we, conservatives, need to take back our party. Now that means that we’re going to oppose some Republicans, RINOS—“Republicans In Name Only”—that means we are going to support the conservative candidate in individual races¹²⁷⁹.

L’explication de Hannity sur la façon dont les conservateurs doivent aborder les élections primaires fournit une illustration très juste de son rôle de gardien des canons du conservatisme et de capitaine du navire républicain. Sa stratégie consiste à raviver l’esprit des élections de 1980 et de 1994, deux moments clef de l’histoire contemporaine du conservatisme ayant permis aux Républicains de s’assurer des victoires écrasantes. En 2010, Hannity encourage

¹²⁷⁹ « Reagan a toujours été un conservateur qui avait le sentiment que le Parti républicain avait perdu ses racines conservatrices, et qui voulait que le Parti y revienne. [...] Et je suis d’accord pour dire que les mêmes circonstances existent aujourd’hui, et qu’il nous faut, nous conservateurs, reprendre le contrôle de notre parti. Alors, ça veut dire qu’il y a certains Républicains auxquels nous allons nous opposer, les Éléphants – qui de « républicain » n’ont que le nom –, ça veut dire que nous allons soutenir le candidat conservateur dans les élections locales ». Sean Hannity, *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010, (01:15:57).

les Républicains à rejouer le scénario de la campagne de 1994 car à ses yeux la méthode définie par Gingrich est un gage de victoire : « *Reagan is not the only model for successful conservative action in modern times. I think the more recent example of the Contract With America [...] shows us all how to translate conservative principles into action* »¹²⁸⁰. Rejouer le scénario de 1994 nécessite que le Parti républicain soit régénéré et revitalisé par une nouvelle génération de nouveaux leaders ayant fait la preuve de leur adhésion au conservatisme orthodoxe. Dans ce processus, les talk-shows ont « une fonction d'accréditation » (*vetting function*) des candidats à des postes électifs. Leur rôle consiste à examiner minutieusement le parcours de chacun et chacune afin de vérifier son adhésion aux canons du conservatisme, et le cas échéant, s'y opposer en dénonçant sa trop grande modération, potentielle menace de compromission avec l'adversaire démocrate.

Au cours de la troisième semaine d'avril, Hannity est celui qui se montre le plus actif dans ce processus, apportant son soutien à Mike Pence (6^{ème} circonscription de l'Indiana), Michelle Bachmann (6^{ème} circonscription du Minnesota), Eric Cantor (7^{ème} circonscription de Virginie) et Paul Ryan (1^{ère} circonscription du Wisconsin), qui constituent une nouvelle génération de représentants envers laquelle il ne tarit pas d'éloges : « *[They] have fought hard night and day against Obamacare, Cap and Tax, the stimulus, [they] are standing for conservative principles, [and] advancing the conservative movement* »¹²⁸¹. Dans le même esprit, il soutient avec enthousiasme la candidature de Marco Rubio – « *A rock star and a real conservative Reaganite* »¹²⁸² – dans la course à l'investiture républicaine pour le poste de Sénateur de Floride contre le candidat sortant Chris Christie qu'il juge beaucoup trop modéré et porté vers le compromis avec les Démocrates.

À noter enfin que si Hannity apporte un soutien affiché aux élus du Parti républicain, ces derniers semblent bien le lui rendre. Lors d'un échange avec l'animateur pendant l'émission du 12 avril, Newt Gingrich, ancien Speaker de la Chambre et orchestrateur de la victoire de 1994, rend hommage à Hannity pour le flair politique dont il a fait preuve lors de la campagne de 2008 :

¹²⁸⁰ « *Reagan n'est pas le seul modèle de l'époque contemporaine susceptible de nous mener à la victoire. Je pense que l'exemple plus récent du Contrat Avec l'Amérique [...] nous indique à tous une méthode pour traduire en actions les principes conservateurs* ». Sean Hannity, *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010, (01:22:06).

¹²⁸¹ « *[Ils] ont combattu avec âpreté jour et nuit la réforme de santé, le plafonnement des impôts, le plan de relance, [ils] se battent pour les principes du conservatisme [et] font avancer le mouvement conservateur* ». Hannity, 15 avril 2010, (00:47:20).

¹²⁸² « *Rock star et vrai conservateur reaganien* ». Hannity, 13 avril 2010, (00:52:15).

Arthur Brook, the head of *American Enterprise Institute* [...] points out that 70% of the American people broadly shares a conservative viewpoint and opposes left-wing values and left-wing solutions and I think that this is going to become a very important building block. You've started it and you've got us moving down the road and I have to say, I want you to know that when I do interviews I say, "*Sean Hannity was right in 2008 and the rest of us were too slow in understanding just how truly radical Barack Obama is.*"¹²⁸³

Ainsi, le processus d'accréditation semble fonctionner de manière mutuelle : les figures des médias conservateurs délivrent des certificats d'orthodoxie conservatrice aux membres du GOP tout autant que ces derniers attestent du dévouement des premiers à la cause. Ce qui est à l'œuvre ici est donc un processus de reconnaissance mutuelle d'appartenance à la même communauté de vues et donc la création d'une chambre d'écho.

À l'instar de Hannity, Ingraham affiche son soutien aux élus et candidats républicains, particulièrement ceux qu'elle juge loyaux envers les principes du conservatisme, et participe avec son homologue au processus d'accréditation. C'est ainsi qu'elle encourage activement Paul Ryan dont elle loue le dynamisme : « *[He is] a bright light in the Republican Party [...], [with] a substantive, forward-looking approach* »¹²⁸⁴, ainsi qu'à Michelle Bachmann avec qui elle s'entretient pendant dix minutes sur les candidates pressenties pour la fonction de juge de la Cour Suprême, le portrait biaisé que font les médias grand public du *Tea Party*, ainsi que la nécessité pour le Parti républicain d'opérer un retour aux sources du conservatisme¹²⁸⁵.

Quant à Savage, sa position par rapport aux conservateurs et/ou organisations conservatrices de terrain et aux élus républicains contribue là encore à lui attribuer une place à part dans l'écosystème des talk-shows. Il ne concède aucune qualité aux derniers dans la conduite de leur action ni aucune proximité avec les citoyens ordinaires, et ceux qu'ils estiment vertueux sur le plan moral (n=2 ; 10,5%), dignes des valeurs américaines ou loyaux envers les principes du conservatisme (n=3 ; 15,8% dans les deux cas) sont si peu nombreux que leur nombre n'a aucune signification statistique. Dans *The Savage Nation*, l'opposition à Obama ne s'accompagne pas du soutien aux élus républicains et aux conservateurs et/ou organisations conservatrices. Au contraire, ils sont qualifiés le plus souvent de défenseurs du socialisme (n=6 ; 31,6%). Bien que la catégorie ne soit pas significative statistiquement, elle

¹²⁸³ « Arthur Brook, directeur de l'*American Enterprise Institute* [...] signale que 70% des Américains adhèrent aux idées conservatrices et sont opposés aux valeurs de gauche et aux propositions de gauche, et je pense que cela va devenir une base très importante. C'est vous qui avez lancé cela et vous nous avez fait avancé et je dois dire, je veux que vous sachiez que lorsque j'accorde des entretiens, je dis, '*Sean Hannity avait raison en 2008 et le reste d'entre nous s'est montré trop lent à vraiment saisir combien Barack Obama est radical*' ». *The Sean Hannity Show*, 12 avril 2010, (H3-00:28:13).

¹²⁸⁴ « *[Il est] une lumière vive du Parti républicain [...] qui aborde la politique avec un intérêt pour les questions de fond et une vue à long terme* ». *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2012, (01:37:34).

¹²⁸⁵ Ingraham, 12 avril 10 (00:20:48 – 00:31:51).

est proportionnellement plus importante que toutes les autres et Savage est le seul des animateurs à reprocher aux Républicains de promouvoir des valeurs d'extrême gauche. Il apparaît donc comme un populiste opposé à l'establishment quelle que soit sa couleur politique : il brocarde tout autant le pouvoir démocrate en place que l'opposition républicaine.

En contrepoint à Hannity, Savage se montre particulièrement sceptique quant au bénéfice du vote en faveur des candidats républicains lors des élections de mi-mandat :

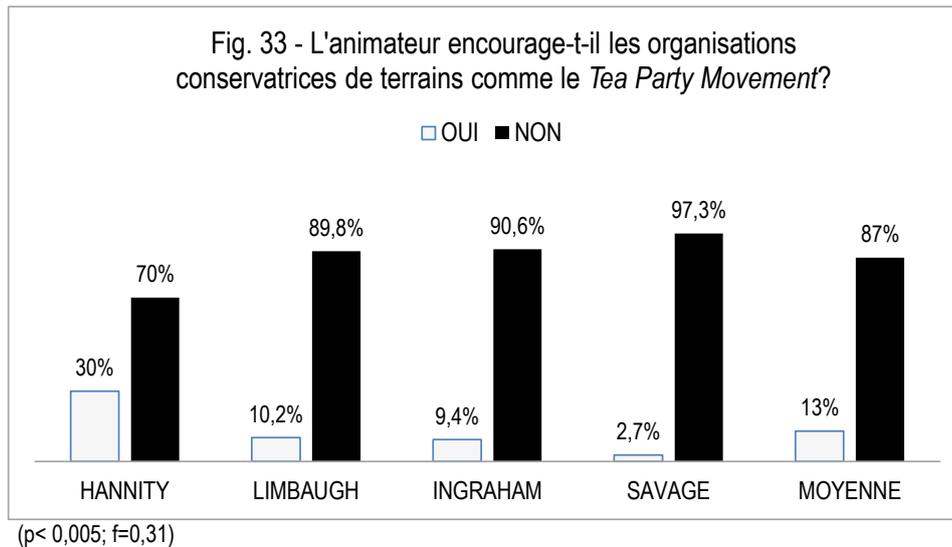
This false optimism, this malarkey, this Republican malarkey of "follow me and everything will be good..." I'm not Sean Hannity for god's sakes! [...] I'm not gonna go for that crap of "elect Republicans and the world's gonna be a better place!" For god's sakes, they ran the country into the toilet for eight straight years! So you say, "Where does that leave us?" Well, I don't know, you figure it out. I'm only a talk-show host, I'm not a prophet. You figure out what to do. What do you want me to do? Tell you what to do? I'm not your father.¹²⁸⁶

Savage ne se différencie donc pas seulement de Hannity par le rejet de l'optimisme de son homologue, mais surtout par son refus d'indiquer quelque direction politique que ce soit à ses auditeurs.

7.2.2. Encouragement au dissensus : soutien aux organisations conservatrices sur le terrain

La position des talk-shows par rapport aux organisations conservatrices de terrain reflète également, quoique de façon moins précise, le profil idéologique de chaque émission, ainsi que la façon dont l'animateur choisit les figures qu'il évoque et la façon dont il les qualifie. Il s'agit d'identifier si l'animateur encourage, motive ou loue les mérites des organisations conservatrices de terrain (Voir annexe n°19 « Instructions de codage »). La variable binaire qui en résulte ($\alpha=0.88$) fournit un indicateur de la proximité de l'animateur avec ces dernières. Les chiffres produits par son croisement avec la variable des émissions révèlent des disparités très nettes en la matière, comme le suggère la figure 33.

¹²⁸⁶ « Cet optimisme faux, cette ânerie, cette ânerie des Républicains du « suivez-moi et tout ira bien »... Je ne suis pas Sean Hannity, bon sang ! [...] Je ne vais pas gober ces fadaïses qui consistent à dire « élisez les Républicains et le monde sera meilleur ! » Bon sang, ils ont tiré le pays vers le bas pendant huit ans sans discontinuer... ! Alors, vous allez me dire, 'En quoi ça nous avance ?' Et bien, j'en sais rien, c'est à vous d'en décider. Je ne suis qu'un animateur radio, je ne suis pas prophète. C'est à vous de décider ce qu'il faut faire. Qu'est-ce que vous voulez que je fasse ? Que je vous dise quoi faire ? Je ne suis pas votre père ». Savage, 13 avril 2010, (00:56:58).



Fidèle à lui-même, Savage n'apporte quasiment aucun soutien aux troupes conservatrices (n=10 ; 2,7%). Le rapport d'Ingraham à ces dernières est pour le moins paradoxal. Elle se montre particulièrement enthousiaste face au *Tea Party* qu'elle considère comme l'incarnation de l'esprit démocratique américain :

Interesting blog item on *Shut Up and Blog* about "The America Movement". What does it mean? We have an "America Movement" out there. Some people call it "The Tea Party Movement". It's just America! We're Americans. And we don't like what's being done to this country. "The America Movement". And that's bursting out state by state, town by town, event by event, it's building, it's not eroding. This whole thing is not diminishing in its force or its passion.¹²⁸⁷

Ce discours récurrent sur l'opportunité de rebaptiser le *Tea Party Movement*, « *The America Movement* », ne se traduit pas en un effort particulièrement appuyé de sa part pour promouvoir les organisations conservatrices de terrain ou encourager les membres du *Tea Party* dans leur action : elle ne leur exprime son soutien que 9,4% du temps (n=32), soit trois fois moins que Hannity. Pourtant, elle s'implique dans la campagne pour la reconquête du Congrès en faisant une apparition à l'un des rassemblements du *Take Back Our Country Tour*¹²⁸⁸, tournée de soutien de personnalités conservatrices de premier plan – tels les consultants politiques Karl Rove et Dick Morris – aux candidats républicains conservateurs.

¹²⁸⁷ « Sujet de blogue intéressant dans la rubrique Ferme-là et blogue sur le « Mouvement pour l'Amérique ». Qu'est-ce que ça veut dire ? Nous avons un « Mouvement pour l'Amérique » là. Certaines personnes l'appellent « Le Tea Party Movement ». C'est tout simplement l'Amérique ! On est américains. Et on n'aime pas ce qui est en train d'être fait à notre pays. « Le Mouvement pour l'Amérique ». Et c'est en pleine éclosion, état par état, ville par ville, rassemblement par rassemblement, c'est en train de se développer, ça ne s'érode pas. Ce truc ne diminue ni en force ni en passion ». Laura Ingraham, *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2010, (00:52:26).

¹²⁸⁸ Laura Ingraham, *The Laura Ingraham Show*, 13 avril 2010, (00:03:53).

Sans surprise, Hannity s'affirme au contraire comme celui des animateurs qui apporte le plus de soutien aux organisations conservatrices de terrain : il consacre un peu moins d'un tiers de son temps d'antenne à le leur exprimer (n=107 ; 30%). Comparativement aux autres émissions, il apparaît donc comme le plus grand supporter des troupes conservatrices, ce qui est cohérent avec son rôle de gardien des canons de l'orthodoxie conservatrice et d'aiguillon de la base. Son commentaire sur l'implication des Américains dans le *Tea Party* est très évocateur à cet égard: « *I have never, in all my life in talk radio—and I started, believe or not, in 1986—I have never ever felt an urgency, a sense of urgency, an intensity like I'm feeling out there, I have never felt this cohesive spirit of 'yes we can make it happen' »*¹²⁸⁹.

Ce que martèle Hannity, c'est la notion que l'émergence du mécontentement populaire et sa structuration en un mouvement qui, bien que non centralisé, est organisé efficacement, constitue un phénomène sans précédent. Il ne s'agit pas uniquement de rejouer le scénario de 1994 mais faire de 2010 une échéance électorale portée par une ferveur d'une plus grande intensité encore. Face à un mouvement d'une telle ampleur, Hannity passe de l'enthousiasme à un véritable état d'extase qu'il exprime quelques minutes plus tard dans une envolée particulièrement emphatique, au cours de cette même émission du 14 avril : « *Thank God, so many of you wanna join in this effort! Thank God, I've never seen such energy and intensity! Thank God people are united! Thank God, people get it! Thank God, people are excited about firing these people! Thank God, we can take our country back!* »¹²⁹⁰ Le message est clair : c'est l'unité et l'implication sur le terrain d'Américains conscients des enjeux qui permettront de chasser les Démocrates et de retrouver un pays qui soit conforme à la conception qu'ils s'en font.

Les talk-shows ne se contentent pas d'encourager le *Tea Party* dans son action. Bien au contraire, leur soutien s'exprime par la mise en place d'une stratégie de défense du mouvement, effort auquel tous participent, Savage y compris malgré ses réserves quant aux effets bénéfiques de l'action de terrain. Ainsi, Hannity met en garde les citoyens impliqués dans le *Tea Party* contre l'existence d'une manœuvre concertée des forces sociolibérales visant à discréditer le mouvement : « *I'm gonna offer some advice to the Tea Party Movement*

¹²⁸⁹ « *Je n'ai jamais vu, dans toute ma carrière à la radio – et j'ai commencé, vous me croirez si vous voudrez, en 1986 – je n'ai jamais, au grand jamais, ressenti une telle urgence, un aussi profond sentiment d'urgence, une intensité semblable à celle que je ressens sur le terrain, je n'ai jamais senti un tel esprit de cohésion semblant vouloir dire 'oui, on peut y arriver' »*. *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010, (H1-00:22:31).

¹²⁹⁰ « *Dieu merci, il y en a tant parmi vous qui veulent se joindre à cette action ! Dieu merci, je n'ai jamais vu autant d'énergie et d'intensité ! Dieu merci, les gens sont unis ! Dieu merci, les gens pigent ! Dieu merci, les gens sont enthousiastes à la perspective de mettre ces gens à la porte ! Dieu merci, nous pouvons reprendre notre pays ! »* *The Sean Hannity Show*, 14 avril 2010, (H2-00:18:05).

[...] so that you guys won't be the victims of what is now a well-orchestrated campaign to slander, smear, demean, and besmirch you »¹²⁹¹. C'est donc les conservateurs dans tous les domaines de la société, y compris les simples citoyens, qui sont la cible d'une campagne de diffamation visant à les faire apparaître sous un jour négatif.

Si Limbaugh apporte un soutien aux fantassins du conservatisme dans des proportions similaires à celui d'Ingraham (n=34 ; 10,2%), il s'inscrit dans une démarche de mise en défaut des médias grand public d'une part et des Démocrates d'autre part, dont il dénonce l'hostilité à l'égard du *Tea Party Movement*. Ainsi, il abonde dans le sens de Hannity et accrédite la thèse d'une menace d'infiltration du mouvement par des activistes de gauche. Il prend pour cible Associated Press, l'accusant de se rendre complice de telles manœuvres, notamment celles qu'organise Jason Levin, activiste sociolibéral et webmestre d'un site d'opposition au mouvement :

The AP itself has run a story saying that a bunch of rabble-rousers are going to infiltrate the Tea Parties for the purposes of making them look racist, bigoted, sexist, homophobic, moronic [...]. The AP is well aware that this 'crash-the-party' guy has a website encouraging the people to infiltrate the Tea Parties [...]. What do you bet that one of these miscreants infiltrates one of these Tea Parties, acts out in some lewd, lascivious, racist, homophobic way and the media report it as though a Tea Party member did it, not one of the infiltrators, even though they know full well the plan is to infiltrate the Tea Party and behave this way? You know they will! [...] And of course there's no condemnation [...]. Here the AP practically is approving of this... 'cause it sets them up to be able to report that the Tea Party is actually racist, sexist, bigoted, homophobic, moronic or whatever! They can't wait!¹²⁹²

Mouvement qui émerge en réaction à ce que certains citoyens considèrent comme un abus de pouvoir de la part du gouvernement fédéral, le *Tea Party Movement* aurait pu être évoqué pour le dynamisme et l'élan qu'il donne à la base des citoyens conservateurs ainsi que pour son effet sur le processus démocratique. Il en est tout autrement dans le discours de Limbaugh qui semble l'évoquer uniquement parce qu'il apporte la caution populaire à sa campagne

¹²⁹¹ « Je vais donner des conseils au Tea Party Movement [...] afin que vous ne soyez pas les victimes de ce qui est désormais une campagne bien orchestrée pour vous calomnier, vous vous salir, vous rabaisser et entacher votre réputation ». *The Sean Hannity Show*, 12 avril 2010, (H1-00:22:53).

¹²⁹² « L'AP elle-même a relayé le projet d'un groupe d'agitateurs d'infiltrer les rassemblements du Tea Party dans le but de faire passer ses membres pour des gens racistes, sectaires, sexistes, homophobes, crétins [...]. L'AP sait très bien que ce type qui veut écraser le Tea Party a un site web qui encourage les gens à infiltrer les rassemblements [...]. Qu'est-ce que vous pariez qu'un de ces scélérats va infiltrer l'un de ces rassemblements et se comporter de façon obscène, lascive, raciste, homophobe et que les médias vont s'en faire l'écho comme si c'était un membre du Tea Party qui avait agi ainsi, non pas un des infiltrés, alors même qu'ils savent très bien que le but est d'infiltrer le Tea Party et de se comporter comme ça ? On sait qu'ils vont le faire !! [...] Et bien sûr, on entend personne condamner cela [...]. Là, l'AP donne quasiment son approbation... parce que ça la met en position de pouvoir dire que le Tea Party est bien raciste, sexiste, sectaire, homophobe, crétin ou autre !! Ils n'en peuvent plus d'attendre !! ». *The Rush Limbaugh Show*, 13 avril 2010, (01:21:46).

contre les Démocrates : dans *The Rush Limbaugh Show*, le *Tea Party* n'est pas tant encouragé et soutenu qu'il est instrumentalisé à des fins purement politiques. Ainsi, il réitère la menace d'infiltration dès le lendemain, en relayant un article du site www.NowHampshire.com¹²⁹³. Cette fois-ci, il n'hésite pas à accuser le Président et la Maison Blanche de vouloir saper le mouvement:

“New Hampshire Democrats are engaged in a state wide search for liberal activists willing to attend so-called Tea Parties on Thursday, and carry signs expressing racist or fringe sentiments, a Democrat source with knowledge of the effort tells nowhampshire.com.” Now you think the White House'd not know about this...? The White House is in charge of this! This is Obama! The permanent campaign! [...] You're not gonna be able to discredit the Tea Party Movement: it's too broad-based, it's too indefinable, you can't really define the Tea Party, it's made up of so many people from all walks of life!¹²⁹⁴

Limbaugh se montre donc plus précis que Hannity quant à l'identité de l'éminence grise derrière une telle action: en désignant la Maison Blanche et le président comme les orchestrateurs de la campagne d'infiltration, il affirme une fois encore l'idée d'un pouvoir démocrate tyrannique. Son propos est également une mise en garde adressée à ce dernier sur l'impossibilité de mettre en défaut le *Tea Party Movement* du fait de sa grande versatilité (« too broad-based », « too indefinable ») et de la grande diversité de ses membres (« so many people from all walks of life »).

L'insistance de Limbaugh sur ce dernier aspect s'explique par la cristallisation des tensions entre partisans et opposants du mouvement autour de la question de l'appartenance ethnique de ses membres. C'est ainsi qu'il vilipende ces derniers pour avoir l'uniformité ethnique et sociodémographique des activistes qui constituent le mouvement. En effet, une enquête sur le *Tea Party Movement* conduite par *The New York Times*/CBS publiée le 14 avril 2010 est abondamment reprise et commentée par les médias au cours de la semaine. Elle décrit les individus se réclamant du *Tea Party* comme majoritairement blancs et de sexe masculin, plus instruits et plus favorisés économiquement que la population dans son

¹²⁹³ Après vérification, il semble que le site soit désormais inactif. L'article, intitulé "NH Democrats Actively Seek Faux-Racist TEA Party Crashers" est consultable sur le blog « *Reaganite Republican Resistance* » à l'adresse suivante : <http://reaganiterepublicanresistance.blogspot.fr/2010/04/nh-democrats-actively-seek-faux-racist.html> Dernière consultation le 7 juillet 2012.

¹²⁹⁴ « *Les Démocrates du New Hampshire sont à la recherche, dans tout l'état, d'activistes de gauche prêts à prendre part à ce qu'on appelle des Tea Parties jeudi et à brandir des panneaux exprimant des messages à caractère raciste et extrémiste, a confié à NowHampshire.com une source démocrate ayant connaissance du projet'. Vous pensez que la Maison Blanche n'avait pas connaissance de ça? La Maison Blanche est à l'origine de ça ! C'est Obama ! La campagne permanente ! [...] Vous ne pourrez pas discréditer le Tea Party Movement : son assise est trop large, il est trop indéfinissable, on ne peut pas vraiment définir le Tea Party, il est composé de tellement de gens issus de milieux très différents !* » *The Rush Limbaugh Show*, 14 avril 2010, (00:18:58).

ensemble. Leurs opinions sont plus conservatrices que la moyenne des citoyens qui s'identifient comme Républicains, et ils considèrent Obama comme étant très à gauche politiquement¹²⁹⁵.

En réaction, le 15 avril, Limbaugh ouvre l'émission en dénonçant le parti-pris criant du sondage dont le contenu reflète parfaitement l'opinion de l'Administration Obama et des médias grand public : « *Does anybody doubt that there might have been a prejudice going into this poll? Because those results fit exactly what the state-controlled media and the Regime think of the Tea Party people: white, Southern hicks who do have some education and are over forty-five!* »¹²⁹⁶. L'animateur dénonce le portrait que dressent les médias grand public d'un Tea Party Movement qui serait majoritairement blanc en rétorquant que *The New York Times* et CBS ne font que relayer la parole officielle et ont donc tout intérêt à présenter le Tea Party comme le mouvement de l'homme blanc.

Ingraham et Savage prennent également part à la polémique sur la composition ethnique du mouvement, en bons conservateurs moraux. Leurs arguments sont toutefois d'une nature différente : là où leurs homologues s'emploient à désavouer l'idée de l'uniformité ethnique du Tea Party, ils défendent au contraire l'argument que les citoyens caucasiens ont toute légitimité à contester pour défendre leurs intérêts. C'est sur le front du politiquement correct qu'Ingraham choisit de contre-attaquer :

Unless your protest is color-coded [...] it's not a protest that matters. You have to have a certain proportional representation of Latinos, Blacks, women, gay, transgendered, heterosexuals—and the white Christian people they can go fend for themselves [...]. You are illegitimate, unless you can... we can really bean-count and figure out that every group is proportionally represented. “*Tea Party, we find you're not proportionally representative of minorities in the United States, so you don't count.*”¹²⁹⁷

¹²⁹⁵ « *Les partisans du Tea Party sont plus aisés économiquement et ont un niveau d'instruction supérieur à la population dans son ensemble, et ils n'ont pas davantage ou moins peur d'être rétrogradés dans la catégorie socioéconomique inférieure, selon le dernier sondage New York Times/CBS. Les dix-huit pourcent des Américains qui se définissent comme partisans du Tea Party ont tendance à être républicains, blancs, de sexe masculin, mariés et âgés de plus de quarante-cinq ans. Ils ont des idées plus conservatrices que les Républicains dans leur ensemble sur tout un panel de questions. Ils sont aussi plus susceptibles de se décrire comme 'très conservateurs' et de décrire le président Obama comme 'très sociolibéral'. Et là où la plupart des Républicains affirment être 'insatisfaits' de l'action du gouvernement fédéral, les partisans du Tea Party ont davantage tendance à se classer dans la catégorie des personnes 'en colère' ».* Kate Zerniki, Meagan Thee-Brennan, 'Poll Finds Tea Party Backers Wealthier and More Educated', *The New York Times*, April 14th, 2010.

¹²⁹⁶ « *Y a-t-il quelqu'un qui doute qu'il n'y ait pas eu un peu de préjugés dans ce sondage parce que ces résultats correspondent exactement à ce que les médias d'État et le Régime pensent des membres du Tea Party : des culs-terreux blancs du Sud qui ont un peu d'instruction et ont plus de quarante-cinq ans !* » *The Rush Limbaugh Show*, 15 avril 2010, (00:03:56).

¹²⁹⁷ « *À moins que votre mouvement de contestation ne soit identifiable par un code couleur [...] c'est un mouvement de protestation sans importance. Il faut que soient représentés proportionnellement les Latinos, les Noirs, les femmes, les gays, les transgenres, les hétérosexuels – et les Chrétiens blancs n'ont qu'à se débrouiller*

L'animatrice porte une charge directe et explicite contre les politiques d'identité mises en place par les Démocrates, politiques qui visent à assurer à chaque groupe minoritaire une représentation équitable dans la société. Par son énumération volontairement longue de ces groupes, elle dénonce ce qu'elle perçoit comme la tendance des Démocrates à favoriser les minorités au détriment des citoyens ordinaires blancs (« the white Christian people can go fend for themselves »). En filigrane, le discours d'Ingraham suggère que les politiques d'identité ont rendu la parole des citoyens blancs illégitime. C'est dans cette même veine que Savage construit son argumentation :

Now that upsets the vermin at CNN who had the nerve to point that most people in the Tea Party are white and middle-class, and that is a crime onto itself. I notice that the vermin on CNN and Rick Sanchez, King of the Worms... King of the Worms... notices that they were white as though it was a crime onto itself. And even worse than they're white, they don't even receive checks from the government, that's the real crime to the vermin at CNN. But the fact of the matter is, when have you last heard any of these rats in the media pointing out that these protests in favor of illegal immigration are not white, but they're all Hispanic?¹²⁹⁸

Pour l'animateur, dans la logique des médias grand public, le fait d'être blanc et de ne pas dépendre de l'État (« even worse than they're white, they don't even receive checks from the government ») est tout bonnement criminel. C'est là un signal codé envoyé à ceux des auditeurs qui adhéreraient à une conception des afro-américains comme individus oisifs et vivant aux frais de l'État-Providence. Dans un registre sémantique des plus péjoratifs (« the vermine at CNN », « these rats in the media »), il dénonce également le système de deux-poids-deux-mesures des médias dans la façon dont ils analysent les manifestations des organisations de défense des immigrants et celles du Tea Party : s'ils critiquent l'uniformité ethnique des dernières, ils ne trouvent rien à redire sur celle des premières.

Face aux menaces d'infiltration des rassemblements du Tea Party et aux possibles tentatives des détracteurs du mouvement pour le faire apparaître comme raciste et extrémiste, les animateurs organisent la défense. Dans la tradition des organisations conservatrices de

tout seuls [...]. Vous êtes illégitimes, à moins que vous ne puissiez... qu'on ne puisse vraiment compter les têtes pour déterminer si chaque groupe est bien proportionnellement représenté. 'Tea Party, nous trouvons que vous n'êtes pas représentatif à proportion égale des minorités des États-Unis, alors vous comptez pour rien' ». The Laura Ingraham Show, 16 avril 2010, (00:20:59).

¹²⁹⁸ « Ça agace la vermine sur CNN qui a eu le culot de faire remarquer que la plupart des gens du Tea Party sont blancs et appartiennent à la classe moyenne, et ça, c'est un crime en soi. Je note que la vermine sur CNN et Rick Sanchez, le Roi des Vers de Terre... le Roi des Vers de Terre... remarquent qu'ils sont blancs comme si c'était un crime en soi. Et bien pire que d'être blancs, ils ne reçoivent même pas de chèques de l'État, c'est ça le vrai crime aux yeux de la vermine de CNN. Mais la vraie question c'est, quand avez-vous entendu pour la dernière fois ces rats des médias faire remarquer que ces mouvements de protestation en faveur de l'immigration illégale ne réunissent aucun blanc, mais que des hispaniques ? » *The Savage Nation*, 15 avril 2010, (00:20:33).

terrain, Hannity s'improvise formateur des *tea partiers* en leur enseignant des stratégies pour se prémunir des tentatives de discréditation du mouvement :

I have met many, many Tea Party patriots out there—none of them are racist. [...] So if you see someone showing up with an ignorant sign, if you're around when somebody is, quote, "being interviewed," if somebody sticks a camera in your face or somebody next to you that they think is going to say something outrageous, just gently disagree with them. If you see that their sign is misspelled, point it out to them. Fine the leaders in your particular city and say: "I think that person is doing that on purpose." If somebody utters a racial epithet, condemn them... right there, loudly enough so the media can hear you¹²⁹⁹.

Hannity définit donc toute une série de réponses prêtes à l'emploi permettant aux participants des rassemblements du Tea Party de réagir en fonction d'une situation donnée afin de déjouer les tentatives de discréditation d'éléments hostiles au mouvement. Ce faisant, il s'inscrit dans la tradition initiée par Phylis Schlafly à partir des années 1970 de formation des activistes à la prise de parole en public et notamment face aux caméras.

Le soutien des talk-shows au Tea Party prend également la forme d'une campagne de réhabilitation du mouvement pour contrer le portrait à charge qu'ont tendance à en faire les médias grand public. Très pugnace à cet égard, Limbaugh déclare:

The Tea Party, when you boil it down to its essence, is a backlash. It's a backlash from people who work, and who expect their kids and grandkids to work. Who want to work. Who want their kids and grandkids to work. Who understand what it is that's made this country great: that's what the Tea Party is!¹³⁰⁰

À un premier niveau de lecture, Limbaugh semble vouloir brosser un portrait des membres du Tea Party comme des individus inoffensifs, souhaitant simplement le retour des valeurs de diligence (« people who want to work ») et de patriotisme (« Who understand what it is that's made this country great »). Toutefois, le terme de *backlash*, ou « retour de manivelle », évoque immédiatement celui de *white backlash* qui désigne le mouvement de contestation des

¹²⁹⁹ « J'ai rencontré beaucoup, beaucoup de patriotes du Tea Party sur le terrain : aucun d'eux n'est raciste. [...] Alors si vous voyez quelqu'un qui se pointe avec un panneau comportant des inscriptions dignes d'un arriéré, si vous êtes en compagnie de quelqu'un qui se fait, entre guillemets, « interviewé », si quelqu'un vous colle une caméra devant la figure ou devant celle d'une personne à côté de vous dont ils pensent qu'elle va dire quelque chose de scandaleux, exprimez-lui simplement votre désaccord de manière courtoise. Si vous voyez que leur panneau comporte des fautes d'orthographe, faites-le leur remarquer. Trouvez le responsable de votre ville et dites-lui : 'Je pense que cette personne fait ça exprès'. Si une personne tient des propos racistes, sermonnez-là... au moment où elle le fait, assez fort pour que les médias vous entendent ». *The Sean Hannity Show*, 12 avril 2010, (H2-00:11:47).

¹³⁰⁰ « Le Tea Party, quand vous le réduisez à ce qu'il est par essence, c'est une revanche. C'est une revanche de gens qui travaillent, et qui attendent de leurs enfants et petits-enfants qu'ils travaillent. Qui veulent travailler. Qui veulent que leurs enfants et leurs petits-enfants travaillent. Qui comprennent ce qui fait de ce pays une grande nation : c'est ça qu'est le Tea Party !! » *The Rush Limbaugh Show*, 15 avril 2010, (00:56:31).

« petits blancs » qui émerge après la promulgation du Civil Rights Act par Lyndon B. Johnson en 1964, en réaction aux avancées des droits civiques. Légitimation par Limbaugh Hannity qui n'est pas en reste non plus:

What do the Tea Party supporters believe? Who are they? [...] Unlike the portrayal of the mainstream Obamamania media out there that they wanna portray anybody that's part of the Tea Party movement as a bunch of extremists and lunatics and fringe and racist and un-American and mobsters and all this...: this is not what the American people are seeing, this narrative is not taking hold, the strategy [...] is a concerted effort to demonize an entire group of people [...]. These are people that work hard, play by the rules, pay their taxes—lots of veterans involved in the Tea Party Movement. You know, if you look at CBS News, “80%, vast majority of these people are white” [...] They write it to try and create impressions, and I'm telling you, it's just not happening, it's not working, it's just not flying¹³⁰¹.

Au stéréotype du *tea partier* qui serait un homme blanc conservateur, à la marge de la société, raciste, homophobe et sexiste, Hannity oppose l'image d'Américains diligents (« people that work hard »), honnêtes et respectueux des lois (« play by the rules »), contribuables assidus (« pay their taxes ») et anciens combattants (« lots of veterans »). La démarche de Hannity vise à replacer le Tea Party Movement au centre de la société américaine en défendant l'idée qu'il est porté par des citoyens tout ce qu'il y a de plus ordinaires. C'est exactement l'argumentation que propose Ingraham le jour suivant :

Yeah, you're the Tea Parties, you guys are community organizers, didn't you know that? Except that you actually like your country. You believe in prosperity, you celebrate true diversity of opinion, you're hard-working, you believe that you should play by the rules, you welcome immigrants in the country who do play by the rules... it's a community organization effort¹³⁰².

Ingraham dresse un portrait des Tea Partiers identique à celui de Hannity – on retrouve les qualités de diligence et de respect de la loi – à la différence près qu'elle identifie leur action à celle des activistes sociaux (*community organizers*). Ce faisant, elle prête au mouvement des

¹³⁰¹ « *Que pensent les partisans du Tea Party? Qui sont-ils ? [...] Contrairement au portrait que dressent les médias grand public fans d'Obama qui veulent décrire tous ceux qui composent le Tea Party Movement comme un tas d'extrémistes et de désaxés et de racistes et de traîtres et de bandits et tout ça... : ce n'est pas ce que les Américains voient, ce récit ne prend pas, cette stratégie [...] est une action concertée pour diaboliser tout un groupe de gens [...]. Ce sont des gens qui travaillent dur, respectent les règles, paient leurs impôts – beaucoup de vétérans qui s'impliquent dans le Tea Party Movement. Vous savez, si vous considérez CBS News, '80%, la grande majorité de ces gens sont blancs' [...] Ils écrivent ça pour essayer de créer de fausses impressions, et je vous le dis, c'est pas la réalité, ça marche pas, ça prend tout simplement pas* ». *The Sean Hannity Show*, 15 avril 2010, (H3-00:17:41).

¹³⁰² « *Oui, vous les gens du Tea Party, vous êtes des activistes sociaux, vous saviez pas ? Sauf que vous aimez vraiment votre pays. Vous croyez en la prospérité, vous célébrez la vraie diversité d'opinions, vous êtes très travailleurs, vous croyez que vous devez respecter les règles, vous accueillez dans le pays les immigrants qui respectent vraiment les règles... c'est une action sociale* ». *The Laura Ingraham Show*, 16 avril 2010, (00:37:35).

qualités de dévouement à la communauté et de solidarité qui sont typiques des activistes sociaux dans la perception qu'en a la population : un tel choix de cadrage permet de transférer l'aura des activistes sociaux vers les *tea partiers*.

L'emploi de cette technique de transfert – que The Institute for Propaganda Analysis désigne par « succès par association » (*glory-by-association*)¹³⁰³ – permet également de désamorcer les critiques du clan sociolibéral à l'endroit du Tea Party : les activistes sociaux sont le plus souvent de gauche et Obama lui-même a commencé son action en faveur des défavorisés en cette qualité. À souligner enfin la pique adressée au Président par l'animatrice lorsqu'elle affirme que les *tea partiers* sont des activistes sociaux mais qui, à la différence des autres, aiment leur pays. On retrouve ici la traditionnelle accusation d'antiaméricanisme portée par les conservateurs envers les sociolibéraux qui attribuent souvent la responsabilité de la situation des défavorisés et des minorités à la dureté de la société américaine, ce qu'Ingraham ne se lasse pas de désigner par le *Blame-America-First Movement*.

Ainsi, à l'exception de Savage, les talk-shows expriment un certain degré de soutien à la base des militants conservateurs de terrain et vilipendent les médias grand public pour leur appréciation négative du *Tea Party Movement*. Qu'ils défendent l'idée que les activistes du mouvement sont représentatifs de la diversité sociale et ethnique de la nation américaine, ou qu'ils revendiquent le droit pour les citoyens blancs de contester le pouvoir en place, tous s'emploient à écrire « un récit alternatif » (*counter-narrative*) visant à légitimer le mouvement auprès du public, fournissant aux citoyens impliqués dans le mouvement les éléments de langage nécessaires à sa défense.

Au vu de l'analyse du discours et des résultats chiffrés de l'analyse quantitative, la typologie répartit les animateurs dans deux grandes catégories : les conservateurs fiscaux d'une part et les croisés de l'identité d'autre part. Dans la première, Limbaugh apparaît comme l'archétype du conservateur fiscal par l'importance qu'il accorde aux questions économiques et fiscales, questions qu'il aborde sous l'angle philosophique de la liberté individuelle et du progrès collectif en puisant dans les traditions de philosophie économique initiées par Smith et Hayek. Bien qu'il le rejoigne sur ce point, Hannity affirme sa singularité par son engagement très marqué en faveur de la préservation de l'orthodoxie conservatrice reaganienne. Dans la deuxième, bien qu'ils partagent le même intérêt fort pour les questions morales et identitaires, Ingraham et Savage en ont des approches différentes et analysent ce

¹³⁰³ Mike Conway et al., "Villains, victims and the virtuous in Bill O'Reilly's 'No-Spin Zone'".

qu'ils perçoivent comme le déclin moral et identitaire des États-Unis de façon dissimilaire. Croisé de l'identité nativiste, Savage attribue le déclin à la menace extérieure que représentent l'immigration et l'islamisation du monde occidental qui compromettent à ses yeux la survie de la race blanche et de la civilisation judéo-chrétienne. Quant à Ingraham, elle s'affirme en tant que croisée de l'identité acquise au constructionisme constitutionnel – également désigné par le terme d'originalisme – dénonçant le dévoiement du processus judiciaire et l'activisme des juges comme la cause du déclin.

Ainsi, les contenus respectifs de *The Rush Limbaugh Show*, *The Sean Hannity Show*, *The Laura Ingraham Show* et de *The Savage Nation* présentent un très grand nombre de différences sur les plans rhétorique et thématique. Si les quatre émissions sont différentes les unes des autres, elles le sont aussi de l'archétype du genre, *The Rush Limbaugh Show*, dont il apparaît qu'elles sont loin de constituer de simples répliques. Le rédacteur en chef de *Talkers Magazine*, Michael Harrison rejoint les conclusions de l'analyse sur ce point:

They're all their own people. They're only replicas of Limbaugh in that they follow Limbaugh in the industrial sense, that he was the guy that paved the way for that type of radio. They all have their own level of talent, they all have their own styles, and they're similar in some ways. I mean, anything in any scene is similar. It's an art form; it's a show business form; it's a school. So there are similarities, but there are also differences¹³⁰⁴.

Pour Harrison, l'aspect sur lequel les quatre émissions se rejoignent serait donc leur format et leur modèle économique dont Limbaugh a été le premier à jeter les bases à ses débuts.

Toutefois, malgré ces différences, l'analyse révèle clairement l'existence d'une base idéologique commune (*common ideological core*) constituée de deux thématiques phares – les questions économiques et fiscales d'une part, et les affaires étrangères d'autre part – qui disqualifie l'hypothèse des contenus différenciés. À partir de ce socle commun, chaque animateur opère en effet sa propre sélection parmi les principes de l'idéologie conservatrice afin de définir une « niche thématique » singulière.

En corollaire, chacun se concentre sur les acteurs politiques qui font l'objet du débat et les qualifie en fonction de son profil idéologique. Un tel phénomène de réappropriation d'une base doctrinaire commune adaptée en fonction de préoccupations spécifiques de chaque

¹³⁰⁴ « Ils sont tous uniques en leur genre. Ils ne sont des répliques de Limbaugh que dans la mesure où ils lui ressemblent sur le plan entrepreneurial, dans la mesure où il a été celui qui a préparé le terrain à ce genre radiophonique. Tous sont talentueux à leur propre niveau, tous ont leur style propre, et ils se ressemblent sur certains points. Je veux dire par là, dans tous les domaines, les choses se ressemblent. C'est une forme d'art, c'est une forme de divertissement, c'est une école. Il y a donc des similarités mais il y a aussi des différences ». Voir annexe n°8 « Entretien avec Harrison ».

animateur suggère que le contenu des talk-shows radiophoniques conservateurs est en fait élaboré « sur mesure » (*tailored content*). Vu sous l'angle de la relation des émissions à leur auditoire, ce procédé permet de mettre à l'œuvre une stratégie de « populisme sélectif » : les animateurs ne cherchent à répondre qu'à un ensemble précisément délimité des préoccupations des conservateurs, et non à toutes ces préoccupations dans leur intégralité.

Ce populisme sélectif consiste donc à stimuler des dispositions (*attitudes*) spécifiques de l'auditeur sur certaines questions de fonds, et à jouer sur leurs allégeances morales (*moral commitments*) de manière à entretenir leur implication politique et les maintenir en alerte. Ainsi, si les quatre émissions identifient l'État, les sociolibéraux, les médias grand public et les Démocrates comme l'ennemi des conservateurs et du peuple américain, elles montrent des divergences dans la façon dont elles identifient ce qui, dans l'identité de ces derniers, est menacé ou mis en péril.

Pour finir, bien que les élections de 2010 aient lieu dans un contexte politique qui semble favorable à une victoire très nette pour les Républicains, du fait des similarités avec le contexte de 1994, l'analyse fait apparaître qu'Obama est fortement remis en cause pour la conduite dans des affaires et non pas pour d'éventuelles failles de caractère. Là où Limbaugh avait capitalisé sur les soupçons d'infidélité qui pesaient sur Clinton ainsi que sur la possible implication du président dans un scandale immobilier, en 2010, les animateurs de talk-shows radiophoniques conservateurs apparaissent dans l'incapacité de cibler Obama sur sa personnalité et sa moralité. La nécessité que le parti au pouvoir ait commis des erreurs (le 6^{ème} facteur énoncé par Gaylord) doit donc être précisée : l'opposition doit être en mesure de s'appuyer sur des erreurs du parti au pouvoir mais également sur les fautes morales et personnelles de celui qui en est à la tête.

Enfin, l'analyse valide par ailleurs la pertinence d'ajouter un septième facteur – celui de la nécessité que le parti qui cherche à reprendre le pouvoir bénéficie d'une image positive auprès de l'électorat – aux six facteurs énoncés par Gaylord. En effet, les animateurs invoquent systématiquement Reagan et Gingrich, deux figures républicaines ayant quitté le pouvoir 21 ans et 11 ans auparavant respectivement, et non celle qui a quitté le pouvoir à peine deux ans avant. Ce phénomène tend à indiquer d'une part que l'héritage de George W. Bush est problématique pour les élitocrates conservateurs qui ont peine à s'en emparer pour légitimer le projet républicain, et que d'autre part, à leurs yeux, la « révolution conservatrice » initiée par Reagan et poursuivie par Gingrich, s'est arrêtée en chemin dans les années 1990.

L'invocation permanente de Reagan et des idées qu'il a incarnées, évoquées à l'envi au cours des émissions, semble confirmer que la révolution reaganienne est donc bien une révolution rhétorique dont les animateurs de talk-show radiophonique peuvent aisément prendre le relai précisément parce qu'ils ne sont pas des figures politiques mais des rhéteurs.

CONCLUSION

À l'issue de cette recherche il apparaît que le talk-show radiophonique conservateur constitue une force politique centrale dans le mouvement conservateur américain, avec des incidences réelles sur l'ensemble de la vie politique américaine, le processus démocratique ainsi que sur le traitement de l'information et de la communication, qui sont visibles à la fois dans les domaines sociologique, politique et médiatique.

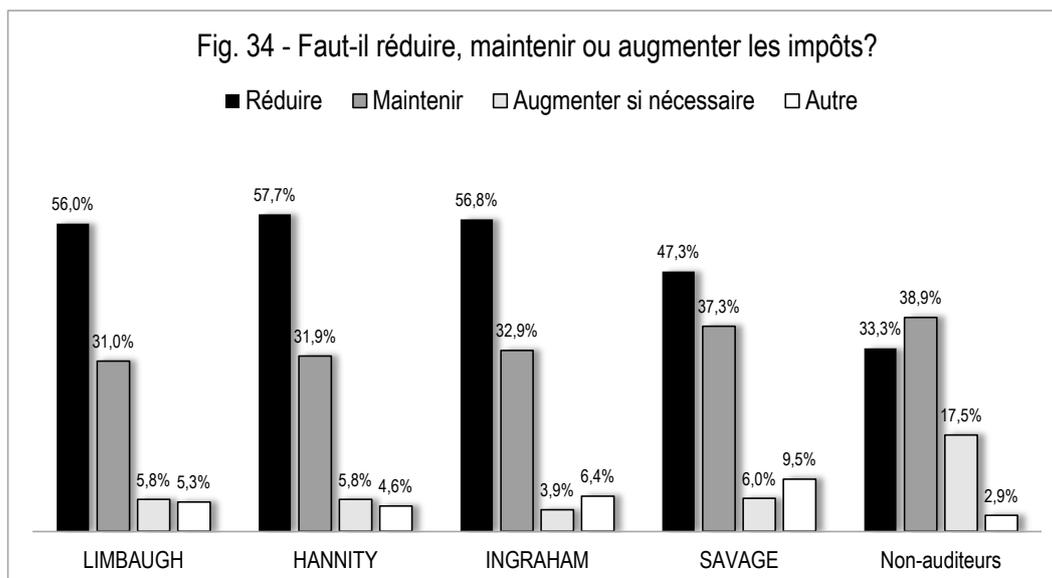
Dans le domaine sociologique, la question de l'impact des talk-shows conservateurs, bien que ne faisant pas partie de cette recherche, est à explorer. L'un des prolongements possibles de l'analyse serait en effet de suivre davantage les processus de réception en s'appuyant sur la théorie du « codage / décodage » (*encoding / decoding*) de Stuart Hall qui permet d'identifier les modalités de ce processus en fonction de « codes de références » propres à chaque individu¹³⁰⁵. Toutefois, une première approximation de l'incidence du média peut se faire en comparant les opinions et les attitudes des auditeurs de talk-shows conservateurs à celles des non-auditeurs, ce que permet, dans une certaine mesure, le National Annenberg Election Survey de 2008¹³⁰⁶.

La comparaison met en lumière des différences sur les questions économiques (fiscalité et système de couverture médicale), sociétales (avortement et union pour les personnes de même sexe), sur les affaires étrangères (présence américaine en Irak et négociation avec l'ennemi), ainsi que sur les questions relatives à l'implication politique (compréhension du processus démocratique et évaluation par l'individu de sa capacité à influencer sur ce processus). Elle valide en outre la typologie des éditocrates, entre fiscal conservatives et cultural warriors, selon le poids des thématiques choisies par les uns et par les autres.

La figure 34 montre le positionnement des auditeurs par rapport au système fiscal américain comparativement aux non-auditeurs. Elle fait d'emblée apparaître une différence d'opinions très nette entre les deux catégories : là où les premiers estiment en majorité qu'il faut maintenir le niveau d'imposition actuel (38,9%), les auditeurs de talk-shows ont une opinion contraire.

¹³⁰⁵ Stuart Hall, "Encoding, decoding" (1973), In Simon During (Ed.), *The Cultural Studies Reader* (London: Routledge, 1993): 90-103.

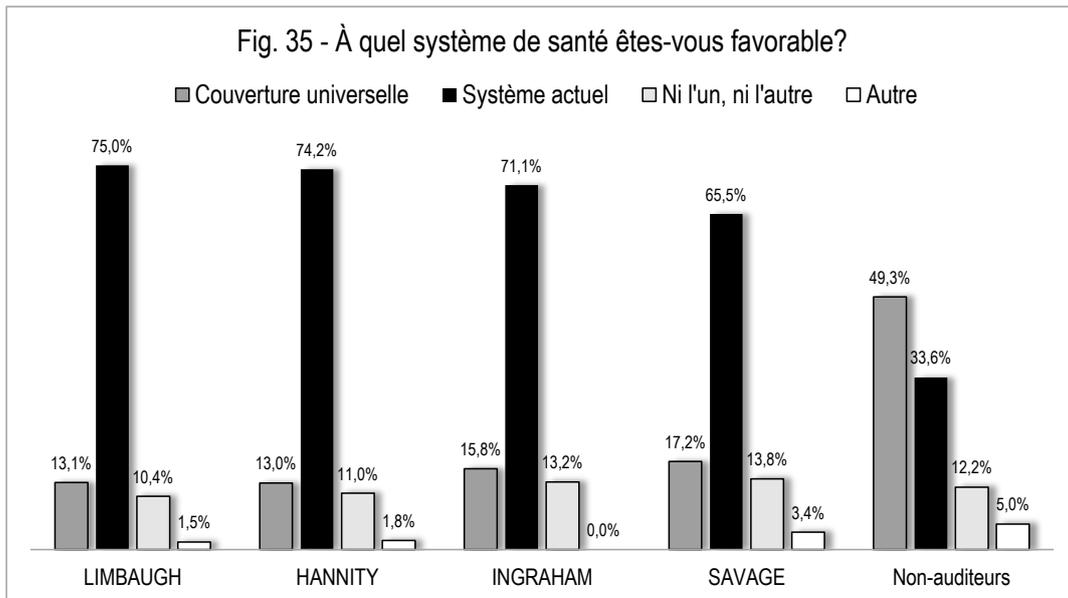
¹³⁰⁶ Bien que ces données aient été collectées en 2008, elles sont indicatives de tendances bien ancrées depuis au moins 2004 (date d'une enquête antérieure) qui se confirment en 2010, comme l'a montré l'analyse de contenu en partie 3.



Source : National Annenberg Election Survey (2008).

En outre, les écarts entre les publics de Limbaugh, Hannity et Ingraham sont quasi nuls : tous estiment à plus de la moitié – entre 56% et 57,7% – qu’il faut baisser les impôts. Les auditeurs de Savage sont plus mesurés et se montrent favorables au maintien du niveau de prélèvement actuel dans une plus grande proportion (37,3%), et une part plus importante d’entre eux sont ouverts à la possibilité d’une augmentation si les circonstances l’imposent, comparativement aux autres publics.

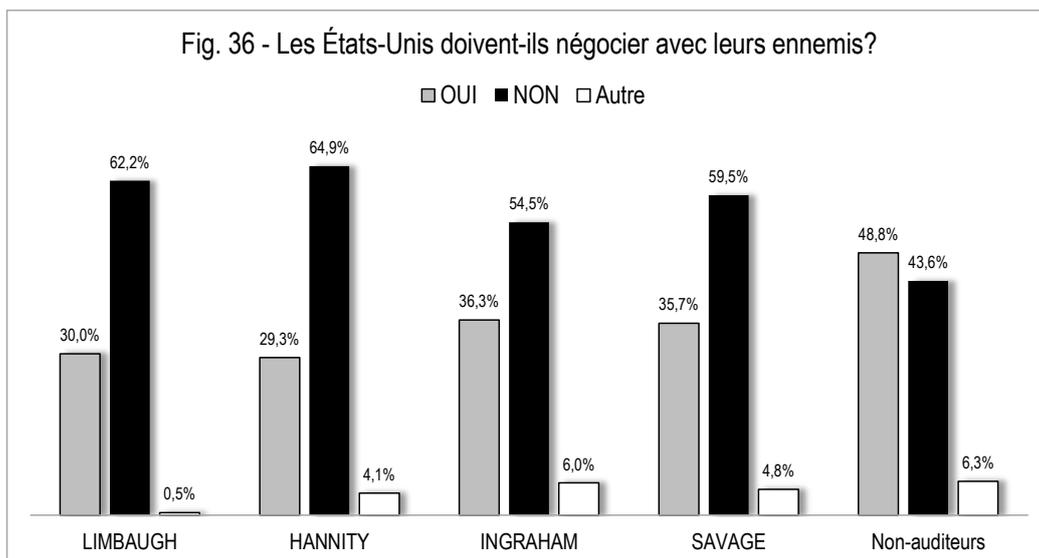
De même pour les opinions sur le système d’assurance maladie, récapitulées dans la figure 35, qui montre des différences entre auditeurs et non-auditeurs plus nettement marquées. Si 33,6% des non-auditeurs se disent satisfaits du système actuel, cette proportion est multipliée par deux chez les auditeurs de talk-shows. Mais alors que la moitié (49,3%) des non-auditeurs se montre favorable à la mise en place d’un système de santé public, plus des deux tiers des auditeurs y sont hostiles.



Source : National Annenberg Election Survey (2008).

Parmi les auditeurs, les écarts entre chaque public se resserrent : la différence n'est que de 9,5% entre la proportion de partisans du système actuel la plus basse – ce sont les auditeurs de Savage (65,5%) – et celle la plus haute – il s'agit des auditeurs de Limbaugh (75,5%).

Des différences importantes sont visibles également autour de l'opportunité ou non de négocier avec des nations ennemies (figure 36), un indicateur du positionnement des auditeurs et non-auditeurs sur les questions internationales.

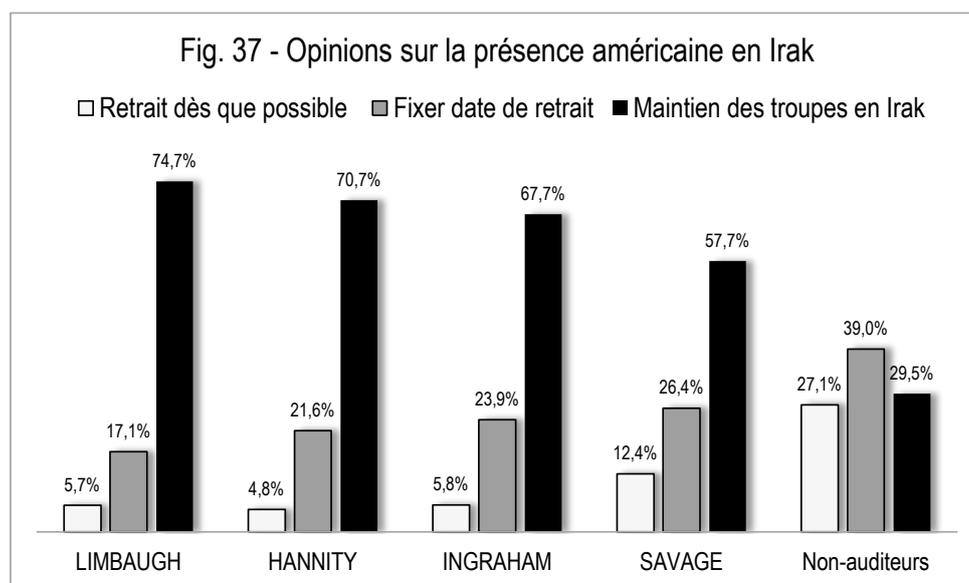


Source : National Annenberg Election Survey (2008).

Les non-auditeurs sont plus nombreux à penser que les États-Unis doivent négocier avec leurs ennemis que les auditeurs, chez qui la proportion d'individus hostiles à ce genre de

négociation est très nettement majoritaire (entre 64,9% pour les auditeurs de Limbaugh et 54,5% pour ceux d’Ingraham). Toutefois, si la proportion de non-auditeurs opposés à une négociation avec l’ennemi est inférieure à celle de ceux qui y sont favorables, l’écart entre les deux n’est que de 5%.

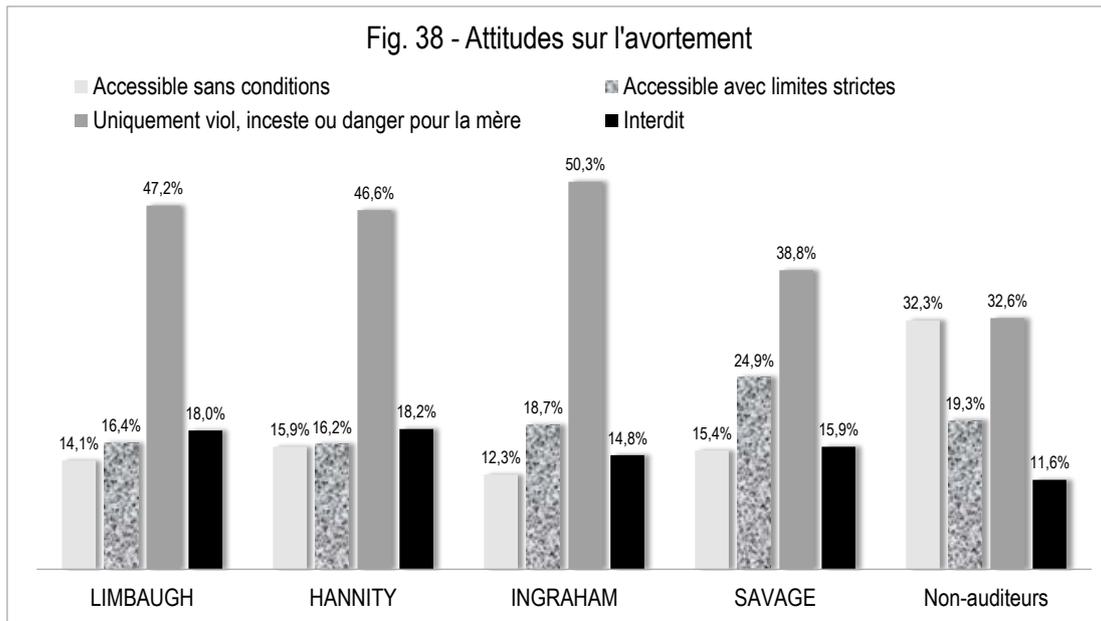
La position sur la présence américaine en Irak (figure 37) révèle un plus grand fossé entre ceux qui écoutent les talk-shows et ceux qui ne les écoutent pas.



Source : National Annenberg Election Survey (2008).

Les premiers sont majoritairement favorables au maintien des troupes américaines en Irak – une proportion qui atteint les trois quarts chez les auditeurs de Limbaugh – tandis que la majorité des non-auditeurs souhaite qu’une date de retrait soit fixée par le gouvernement. Parmi cette catégorie, le pourcentage de ceux qui sont favorables au maintien n’est que de 29,5%, et c’est chez les non-auditeurs également que la proportion de ceux qui pensent que l’armée doit se retirer dès que possible est la plus élevée.

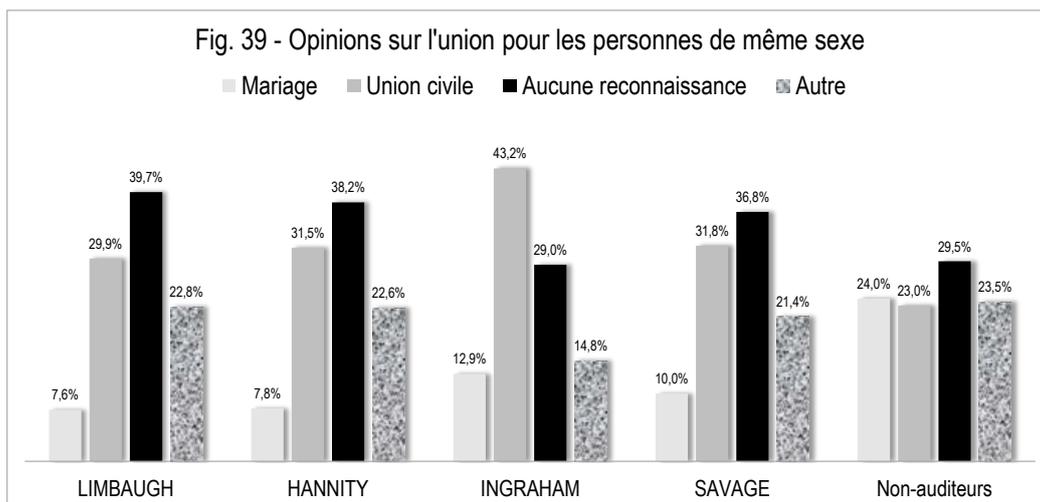
Sur les questions sociétales, auditeurs et non-auditeurs ont également des opinions nettement différentes. En ce qui concerne l’avortement (figure 38), là où les auditeurs sont majoritaires à ne tolérer le recours à l’avortement qu’en cas de viol ou de danger pour la mère (entre 50,3% et 38,8%), chez les non-auditeurs, cette proportion est égale à celles des individus favorables à un accès à l’avortement sans condition.



Source : National Annenberg Election Survey (2008).

À noter toutefois que chez les uns comme chez les autres, la catégorie de ceux qui estiment que l'avortement devrait être interdit est la moins représentée et les différences entre auditeurs et non-auditeurs sont minimes.

Les opinions sur l'union pour les personnes de même sexe sont révélatrices de disparités mais qui sont visibles entre les publics de chaque émission autant qu'entre les auditeurs et non-auditeurs. La figure 39 révèle que le positionnement sur cette question n'est pas fonction de l'écoute ou non des talk-shows radiophoniques conservateurs.

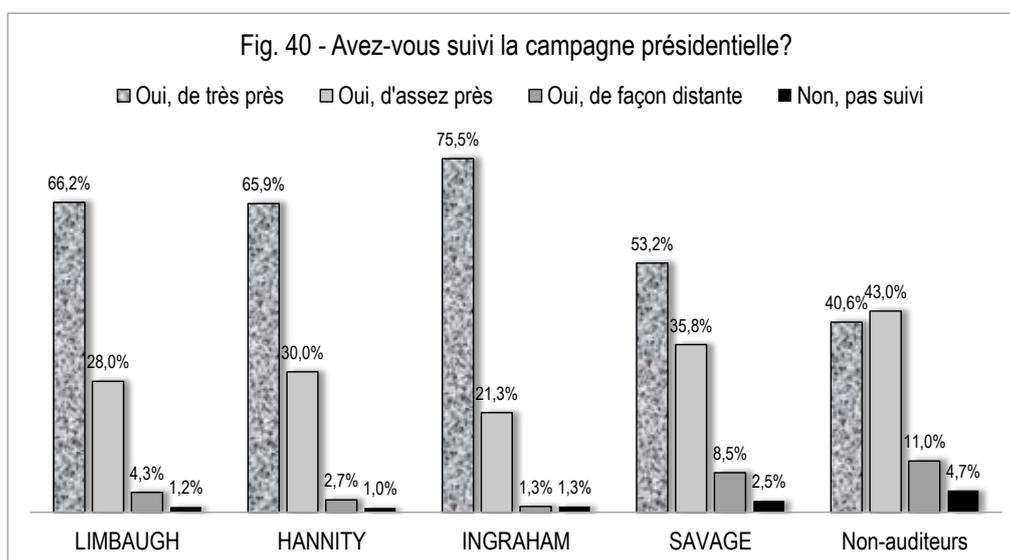


Source : National Annenberg Election Survey (2008).

Ainsi, les auditeurs de Limbaugh, de Hannity, de Savage ainsi que les non-auditeurs sont majoritairement opposés à toute reconnaissance pour les couples de même sexe. De façon

surprenante, si les auditeurs d’Ingraham ne sont favorables qu’à 12% à l’égalité devant le mariage, ils sont une majorité à souhaiter la mise en place d’un partenariat civil (43,2%) et sont les moins favorables à l’absence de reconnaissance. Parmi les auditeurs d’Ingraham, cette proportion s’élève à 29% alors qu’elle est de 29,5% chez les non-auditeurs. Les non-auditeurs sont cependant plus nombreux proportionnellement à être en faveur du mariage pour les couples de même sexe : un quart d’entre eux y est favorable, soit une proportion deux fois plus élevée en moyenne que chez les auditeurs de talk-shows.

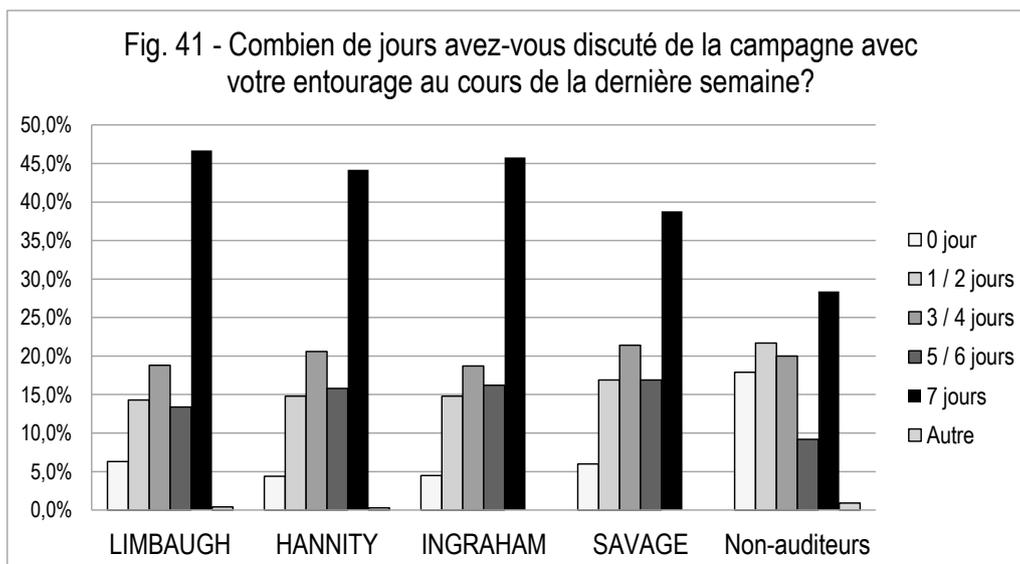
L’implication politique montre également des différences significatives entre auditeurs et non-auditeurs. La figure 40 fournit un aperçu de l’intensité avec laquelle les Américains ont suivi la campagne présidentielle.



Source : National Annenberg Election Survey (2008).

Les auditeurs sont majoritaires à déclarer avoir suivi la campagne présidentielle « de très près », une proportion qui varie de 53,2% pour les auditeurs de Savage à 75,5% pour les auditeurs d’Ingraham. En comparaison, les non-auditeurs ne sont que 40,6% à affirmer avoir été très attentifs à la campagne, et la majorité d’entre eux (43%) déclare l’avoir suivie « d’assez près ».

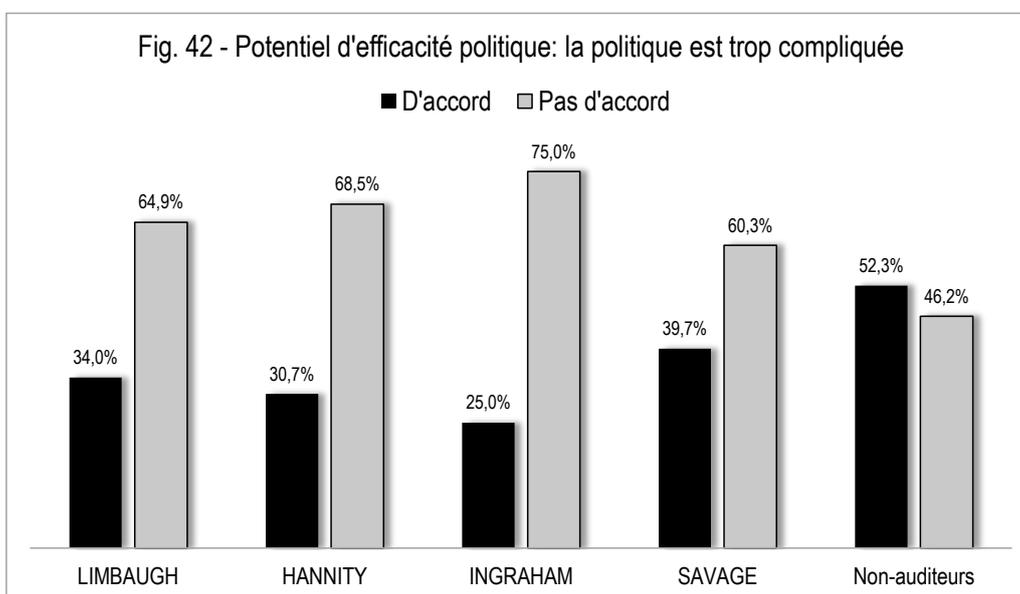
L’attention portée à la campagne présidentielle semble être liée également à la fréquence à laquelle auditeurs et non-auditeurs évoquent le sujet avec leur entourage. Au moment de répondre à l’enquête, tous déclarent en majorité qu’ils ont parlé de la campagne avec des personnes de leur cercle familial, amical ou professionnel chaque jour de la semaine passée.



Source : National Annenberg Election Survey (2008).

La figure 41 fait toutefois apparaître des écarts de vingt points en moyenne entre les non-auditeurs et les auditeurs. Chez les non-auditeurs, la catégorie de ceux qui affirment avoir parlé de la campagne tous les jours de la semaine passée est certes la plus importante mais elle est moins élevée que chez les auditeurs.

Enfin, les auditeurs semblent jouir d'un potentiel d'efficacité politique largement supérieur aux non-auditeurs.

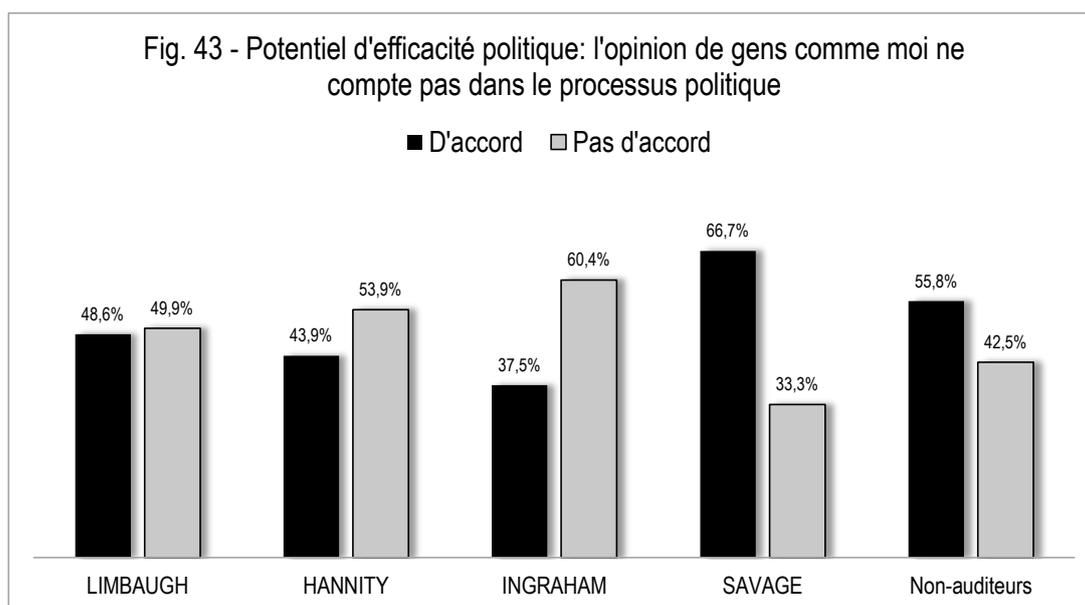


Source : National Annenberg Election Survey (2008).

Ainsi, comme le montre la figure 42, la plus grande partie d'entre eux conteste l'idée que la politique est trop compliquée (en 75% pour les auditeurs d'Ingraham et 60,3% pour ceux de

Savage) alors que les non-auditeurs sont une majorité (52,3%) à estimer que la politique est trop difficile à comprendre.

La possibilité d'influer sur le processus politique et de faire entendre sa voix est une question qui semble toutefois moins tranchée. La figure 43 révèle que si les auditeurs d'Ingraham considèrent majoritairement que leur opinion compte pour leurs représentants politiques, ce n'est pas le cas chez les auditeurs de Savage dont 66,7% se sentent exclus de la vie politique, ce qui est une proportion plus élevée que chez les non-auditeurs dont 55,8% pensent que leurs représentants ne les écoutent pas.



Source : National Annenberg Election Survey (2008).

Les auditeurs de Limbaugh sont partagés sur la question et la proportion de ceux qui estiment que leur voix compte (49,9%) est à peine plus élevée que celle de ceux qui pensent le contraire (48,6%).

L'analyse du dispositif a montré que les auditeurs de talk-shows radiophoniques conservateurs sont majoritairement des hommes avec un niveau d'études et des revenus supérieurs à la moyenne des Américains et qui résident en plus grande proportion dans le Sud. L'analyse de leurs opinions comparativement à celles des non-auditeurs indique qu'ils ont également des positions beaucoup plus conservatrices sur les questions fiscales (baisse d'impôt et système de couverture médicale), qu'ils sont davantage favorables à une approche interventionniste (présence en Irak) et unilatéraliste (refus de la négociation avec l'ennemi) de la politique internationale, et qu'ils sont moins tolérants sur les questions de l'avortement et de l'union pour les couples de même sexe, même si les différences d'opinions sur cette

questions sont moins nettes entre auditeurs et non-auditeurs. Sur le plan de l'implication citoyenne, le NAES de 2008 suggère également que les talk-shows attirent à eux un public qui se montre plus attentif au processus politique, qui en a une meilleure compréhension et qui pense davantage que les non-auditeurs que son avis peut peser sur les décisions relatives à la vie de la cité. Le positionnement des auditeurs conservateurs par rapport aux questions économiques et sociétales ainsi que leur rapport au processus politique les fait donc apparaître comme un groupe social différent du reste de leurs concitoyens.

Dans le domaine sociologique, le talk-show radiophonique apparaît donc comme catalyseur de la « minorité conservatrice », une communauté d'identité centrée moins sur l'origine ethnique, que sur l'allégeance politique et idéologique commune dont découlent des conceptions spécifiques de la société, de la culture et de la vie de la cité. Ce concept d'« ethnicité », qui a trait à ce qui définit l'identité des groupes sociaux et qui dépasse l'appartenance ethnique proprement dite, est résumé de façon éclairante par la sociologue des relations interethniques, Danielle Juteau, qui affirme que « *nous devenons tous ethniques, dans le sens où nous devenons, grâce notamment à la socialisation, membres de groupes qui sont historiquement et culturellement spécifiques* »¹³⁰⁷. Ainsi, d'une certaine façon, quel que soit leur statut social ou leur appartenance ethnique, tous les individus ont une « ethnicité », y compris les blancs dans une culture à majorité blanche à laquelle appartiennent la plupart des auditeurs de ces talk-shows. À cet égard, le discours de Savage sur les hispaniques et celui d'Ingraham selon lequel les politiques d'identités ont rendu illégitime la parole des blancs apparaissent comme une revendication implicite d'une ethnicité blanche qui serait en danger. Ainsi, bien que la couleur ne constitue pas le marqueur de l'identité des auditeurs conservateurs le plus important, elle intervient toutefois dans sa définition et dans le sentiment d'une majorité silencieuse qui se sent marginalisée et privée de la parole, prise dans une spirale du silence que les éditocrates s'emploient à briser.

Cette acception du concept d'ethnicité permet de saisir l'identité des auditeurs conservateurs en tant que minorité politique dans sa dimension dynamique et organique, sans la figer dans une définition immuable, car il tient compte des facteurs tant matériels qu'« idéels »¹³⁰⁸, c'est-à-dire les éléments non tangibles, tels que la perception que les individus ont d'eux-mêmes et la façon dont ils se conçoivent. L'idée d'une culture qui préexiste au rapport à l'autre et à la mémoire historique, ce que Juteau nomme « l'humanité »

¹³⁰⁷ Danielle Juteau, « Introduction », *L'Ethnicité et ses frontières* (Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 1999), 21.

¹³⁰⁸ Juteau, « Introduction », 14.

des groupes sociaux, participe de l'idéal. Ainsi, de la même façon que « *l'ethnicité est une croyance en des ancêtres communs, réels ou putatifs* »¹³⁰⁹, la notion d'héritage politique dont les conservateurs se sentent détenteurs et protecteurs constitue une caractéristique fondamentale de leur sentiment d'« humanité ». Les animateurs de talk-shows radiophoniques interviennent en tant que garants de cet héritage, ce qui explique leur invocation permanente des Pères fondateurs, leur obsession pour la Constitution et les menaces qui pèsent sur elles et, en corollaire, l'importance de la conception « originaliste » des textes fondateurs. Ils voient leur rôle historique dans le fait d'assurer la continuité entre leur conception politique de la société et celle des pères de la nation, autrement dit entre les valeurs qu'ils défendent et celles des origines. Or, comme le rappelle Paul Gottfried,¹³¹⁰ cette notion de continuité est une construction contemporaine des conservateurs et participe du principe de mythification des origines de l'Amérique sinon des Etats-Unis.

Elle participe aussi du processus de socialisation qu'évoque Juteau et que Frau-Meigs définit en lien très étroit avec les médias à l'époque contemporaine :

Dans l'évolution complexe de nos groupes sociaux, les médias ont pour utilité sociale de répondre à trois grands objectifs cognitifs : la surveillance de l'environnement, le traitement de l'information issue de cette surveillance et la résolution de problèmes par la prise de décision à partir des données recueillies¹³¹¹.

Frau-Meigs pose en outre que « *Les médias, comme vecteurs de représentations et supports de diffusion, font partie intégrante de ce « réseau cognitif » qu'est la culture, selon Merlin Donald, qui assure la transmission des comportements, des valeurs et des institutions. Ils font partie des « dispositifs de socialisation » aux côtés de la famille, de l'église et de l'école* »¹³¹². À cet égard, le talk-show radiophonique conservateur apparaît comme un dispositif de socialisation spécifique propre aux conservateurs pour lesquels il est une institution qui permet la transmission culturelle de leurs valeurs et la mise en visibilité publique des comportements y attendant.

Pas plus qu'ils ne sauraient être réduits à un ensemble distinctif de traits culturels¹³¹³, les groupes sociaux ne sauraient se définir uniquement par la perception qu'ils ont de leur spécificité historique, sociale et politique. Ils se construisent principalement dans les rapports

¹³⁰⁹ Juteau, « Introduction », 14.

¹³¹⁰ Gottfried, *Conservatism in America*, xi.

¹³¹¹ Divina Frau-Meigs, *Socialisation des jeunes et éducation aux médias* (Paris : Eres, 2011), 22.

¹³¹² Frau-Meigs, *Socialisation des jeunes*, 34.

¹³¹³ Juteau, « Introduction », 15.

sociaux par un processus de « communalisation »¹³¹⁴ qui s'enclenche lorsque le rapport social est inégalitaire et qu'une communauté d'individus est reléguée à la marge de la société. Ce qui définit la minorité ou le minoritaire n'est donc pas son nombre mais son rapport à l'autre d'une part, et au pouvoir – qu'il soit politique, économique ou médiatique – d'autre part. Dès lors que l'inégalité du rapport met en danger l'humanité commune des individus, le processus de communalisation est activé : « *Si les identités [...] s'activent aussi rapidement, c'est qu'elles correspondent à quelque chose de vital en nous, à quelque chose de concret qui se sent menacé ou méprisé* »¹³¹⁵. Dans la vision binaire de la société promue sur les ondes des talk-shows conservateurs, l'autre du conservateur, c'est le sociolibéral, voire celui qui n'est pas ou pas assez conservateur, et qui constitue une menace à l'identité conservatrice. L'hyperpolarisation du débat politique par les animateurs joue donc un rôle crucial à cet égard car elle stimule le processus de communalisation de la minorité conservatrice et justifie la mise en place du dispositif radiophonique comme contre-pouvoir.

Leur implication dans la vie politique ainsi que la perception que les auditeurs conservateurs ont de leur capacité à peser dans les décisions prises en leur nom permet de nuancer l'idée qu'ils constituent une minorité. En effet s'ils sont minoritaires du point de vue de leurs opinions et attitudes – en ce qu'elles tranchent nettement avec celles des non-auditeurs qui constituent par ailleurs une cohorte bien plus nombreuse –, ce statut minoritaire n'implique pas un positionnement à la marge de la vie démocratique, dans la mesure où leur potentiel d'efficacité politique apparaît plus élevé que celui du reste des citoyens américains. À cet égard, le talk-show radiophonique conservateur apparaît donc comme générateur d'un conservatisme plus activiste et galvanisant, dans la mesure où il fédère une communauté d'auditeurs qui s'estime mieux armée que les non-auditeurs pour aborder la vie de la cité.

Sur le plan politique, ce processus de communalisation montre que, parce qu'il ménage un espace d'expression au conservatisme dans un écosystème médiatique qui, par ses normes et pratiques discursives, ne permet pas cette expression, le talk-show radiophonique conservateur joue le rôle de lieu fictif où les auditeurs se retrouvent de façon symbolique. À cet égard, Limbaugh et ses homologues sont bien les héritiers de Maier dont les membres de son auditoire, bien qu'éparpillés sur le territoire, formaient, par leur participation à l'acte d'écoute, une communauté de vues cohésive. De la même façon, les auditeurs de talk-shows trouvent dans le propos de l'animateur et des appelants des éléments d'identification.

¹³¹⁴ Juteau, « Introduction », 14.

¹³¹⁵ Juteau, « Introduction », 15.

Cependant, à la différence de la démarche de Maier qui visait seulement à fédérer les chrétiens et relayer le message de la bible, les talk-shows radiophoniques ont non seulement pour objectif de promouvoir l'orthodoxie du conservatisme, mais également de favoriser l'exercice du droit au dissensus des citoyens conservateurs – une valeur socle de l'identité américaine¹³¹⁶ –, en offrant un espace d'expression à leur contestation. Tous encouragent les auditeurs à exercer ce droit à protester contre ce qu'ils perçoivent comme la domination du sociolibéralisme¹³¹⁷. À cet égard, Savage constate que c'est la seule arme des conservateurs contre l'Administration Obama :

We know that Obama is a radical Marxist-Leninist [...] and we also know what his background is and isn't and we don't know where he was born and we know pretty much he is African and from Kenya and he's not qualified even to president. We know all of this. And what are you gonna do about it? Nothing... Nothing! Nothing! Nothing! All you can do is protest and be a dissident. All you can do is dissent, it's still free, it's still a free country. You still have freedom of speech.¹³¹⁸

L'exercice du dissensus par l'expression d'idées différentes est la force centripète de la communauté des auditeurs conservateurs. Comme l'a montré l'analyse de contenu en conjonction avec l'analyse de discours, la contestation portée par le talk-show radiophonique conservateur n'est pas monolithique. Il s'agit au contraire de ce qui apparaît comme une « contestation sur mesure » (*tailored dissent*)¹³¹⁹. Celle-ci est le fruit de la réappropriation par chacun des animateurs de thématiques socles du conservatisme et de leur adaptation en fonction du public. Les différences sensibles d'opinions sur les questions économiques, sociétales ainsi que sur les affaires étrangères entre les auditeurs de chaque émission, sont des indicateurs supplémentaires de cette contestation sur mesure.

La spécificité du dispositif rappelle toutefois que le talk-show radiophonique conservateur ne permet qu'une expression contrôlée et contrainte de ce dissensus du fait de l'impossibilité pour les appelants de s'exprimer de façon authentique, ce qui les fait apparaître comme des caricatures d'auditeurs conservateurs dont l'animateur, par le biais du dispositif, aurait grossi le trait. Le dissensus qui s'exprime dans les émissions est donc davantage celui

¹³¹⁶ Frau-Meigs, *Médiamorphoses*, 12-13.

¹³¹⁷ *The Laura Ingraham Show*, 15 avril 2010 (01:22:25); *The Rush Limbaugh Show*, 16 avril 2010 (00:26:08).

¹³¹⁸ « Nous savons qu'Obama est un marxiste-léniniste radical [...] et nous savons aussi ce qu'est son parcours et ce qu'il n'est pas et nous ne savons pas où il est né et nous savons en substance qu'il est africain et qu'il vient du Kenya et qu'il n'est pas même pas apte à être président. Nous savons tout ça. Et qu'est-ce que vous allez y faire ? Rien... Rien ! Rien ! Rien ! Tout ce que vous pouvez faire c'est protester et être dissident. Tout ce que vous pouvez faire c'est faire dissension, c'est encore une liberté, nous sommes toujours dans un pays libre. Vous avez toujours la liberté d'expression ». *The Savage Nation*, 12 avril 2010.

¹³¹⁹ Voir à ce sujet Sébastien Mort, "Tailoring Dissent on the Airwaves: The Role of Conservative Talk Radio in the Right-Wing Resurgence of 2010," *New Political Science* 34, n°4 (2012): 485-505.

de l'animateur que celui des appelants. Ainsi, l'examen du dispositif du talk-show radiophonique conservateur valide la notion d'un tournant démotique dans les médias en suggérant qu'il est un phénomène qui apparaît dès la fin des années quatre-vingt.

L'expression du dissensus ainsi que le processus de communalisation doivent également être mis en lien avec la visibilité accrue du conservatisme à laquelle a largement contribué le talk-show radiophonique conservateur. En effet, dans la conception des animateurs, les valeurs conservatrices s'intègrent aux valeurs socles qui définissent l'identité américaine. Les valeurs n'appartenant pas à l'orthodoxie conservatrice ne sont pas seulement rejetées parce qu'elles apparaissent comme trop pétries de sociolibéralisme, mais également parce qu'elles sont non-américaines (*unAmerican*) – pour reprendre la terminologie associée au House Committee on Un-American Activities (HUAC) entre 1938 et 1975. Le talk-show radiophonique conservateur joue donc un rôle essentiel dans le *mainstreaming* du conservatisme, c'est-à-dire le processus de normalisation de l'idéologie au sein de la société américaine, processus qu'il a amplifié et accéléré. Reagan a certes joué un rôle fondamental à cet égard, mais s'il est parvenu à recentrer de façon durable le débat politique autour de paradigmes conservateurs – légitimant ainsi le conservatisme dans la sphère politique –, Limbaugh et les animateurs qui l'ont suivi ont libéré la parole conservatrice dans la société. En cela, ils ont contribué à enrayer la spirale du silence en légitimant l'expression de cette parole parmi les citoyens conservateurs qui se sentaient muselés par un environnement socio-culturel sur lequel, à leurs yeux, le sociolibéralisme exerce sa domination. Le processus de fédération de la communauté des conservateurs qu'induit le talk-show radiophonique est donc un corollaire à ce phénomène de libération de la parole conservatrice.

Dans le domaine politique encore, l'incidence du talk-show radiophonique tel que l'a inventé Limbaugh réside dans ce qu'il a contribué à définir un genre de conservatisme plus acerbe et plus activiste. À cet égard, Gaylord indique que c'est sans doute l'un des effets majeurs du média : « *I think that it has shaped a more activist form of conservatism and I think that it might very well be a more hard-edged conservatism; at least it is a galvanizing kind of conservatism* »¹³²⁰. Le talk-show radiophonique a donc participé à l'émergence d'un type de conservatisme tout à la fois plus « activiste » (« activist »), plus « tranchant » (« hard-edged ») et plus « galvanisant » (« galvanizing »).

¹³²⁰ « *Je pense qu'il a défini une forme plus activiste de conservatisme et je pense qu'il pourrait bien s'agir d'un conservatisme plus tranchant ; en tout cas, c'est une forme de conservatisme galvanisant* ». Voir annexe n°3 « Entretien avec Gaylord ».

Ce que Gaylord désigne par l'aspect « tranchant » de cette nouvelle forme de conservatisme se vérifie dans l'effort constant de Limbaugh et de ses homologues pour polariser le débat de façon à ce qu'il ne puisse rien exister entre le conservatisme orthodoxe et le sociolibéralisme radical. Quelle que soit la question qui est débattue, il ne peut y avoir de position intermédiaire ou de possibilité de compromis, comme en témoigne le ciblage permanent des Républicains modérés par les animateurs, un phénomène qui indique que dans leur conception du processus politique, celui ou celle qui ne suit pas la lettre de l'orthodoxie conservatrice est nécessairement un partisan du sociolibéralisme. L'hyperpolarisation à laquelle contribue le talk-show radiophonique n'est toutefois que l'amplification d'un phénomène qui émerge dès les années soixante avec Schlafly et Viguerie. À cet égard, Limbaugh et ses collègues en sont bien les héritiers.

Au vu de cette conception du jeu démocratique comme un combat à l'issue duquel il ne peut y avoir qu'un seul gagnant, la relation spéciale entre Limbaugh et Gingrich apparaît comme un phénomène naturel. Comme le souligne le journaliste Howard Fineman, cette conception est également celle de Gingrich: « *To him, politics really is a matter of life or death, of good or evil, of domination or loss* »¹³²¹. La relation entre l'animateur et le leader du GOP est donc scellée par cette vision partagée de l'action politique en tant que combat à mort. Dans ce combat, l'effet polarisateur du talk-show radiophonique permet, lorsque les six facteurs édictés par Gaylord sont présents, de provoquer un réalignement de majorité comme ce fut le cas en 1994. Par ailleurs, même si ce n'est pas immédiatement visible, ce combat le talk-show le livre certes avec le GOP mais aussi *contre* lui, car c'est un combat pour le contrôle de l'ordre du jour politique. Entre 1993 et la fin 1995, c'est clairement le talk-show radiophonique qui contrôle cet ordre du jour : c'est précisément cette situation de contrôle qui définit l'âge d'or du média. Lorsque le Parti républicain reprend le contrôle de l'ordre du jour à partir de 1996 – et de façon plus visible à partir de 2000 –, le talk-show radiophonique conservateur s'est normalisé, ce qui suggère que, outre la multiplication des médias relayant le conservatisme, la capacité à contrôler l'ordre du jour provient principalement du fait que les émissions du genre de Limbaugh constituaient un genre médiatique novateur.

En ultime analyse, le talk-show radiophonique conservateur ne fait que s'appuyer sur le bipartisme du système politique américain pour l'exacerber à son maximum. Le bipartisme politique est donc une condition nécessaire à l'émergence du phénomène dont on peut

¹³²¹ « *Pour lui, la politique est vraiment une question de vie ou de mort, de bien ou de mal, de domination ou de perte* ». Howard Fineman, "The Warrior," *Newsweek*, January 9th, 1995.

supposer qu'il n'est pas transférable vers des pays dont la culture politique s'appuie au contraire sur un système multipartite. De même pour le modèle de presse atlantique et son influence sur le modèle méditerranéen dont la France fait partie

Ainsi, dans la tendance au bipartisme qui s'affirme en France sous l'effet de l'érosion des scores électoraux des partis du centre et de la gauche radicale, l'étude du talk-show radiophonique conservateur américain est susceptible de fournir des outils pour décoder le phénomène de polarisation du débat politique qui semble s'affirmer de ce côté-ci de l'Atlantique. En effet, celui-ci s'accompagne également de la lente émergence d'une parole politique militante, portée, comme c'est le cas aux États-Unis, par des éditocrates – tel Ivan Rioufol éditorialiste au *Figaro* qui se revendique comme réactionnaire¹³²² – et des présentateurs de radio – tel Eric Brunet, sarkozyste convaincu¹³²³, animateur de *Carrément Brunet* sur RMC et de *Direct de Droite* sur BFM TV – et non par des journalistes de la presse écrite ou des médias d'information télévisés.

Si l'exemple de Brunet suggère que l'importation en France d'une forme de talk-show radiophonique politique à l'américaine est possible, la spécificité du modèle français de presse partisane permet d'avancer l'hypothèse que le phénomène de « retour de manivelle partisan » qu'ont connu les États-Unis sera largement amorti. Toutefois, si les émissions du genre de *Carrément Brunet* venaient à se multiplier, l'étude de la genèse et de l'essor du talk-show américain fournissent un scénario de l'évolution de ces médias d'opinion et de leurs effets sur les modalités du débat public, et constituent un exemple de subversion des normes et codes journalistiques ayant remis en cause l'édifice institutionnel des médias d'information de référence.

Les six facteurs édictés par Gaylord et le facteur supplémentaire de l'« image » peuvent alors fournir un modèle aux chercheurs pour repérer ces tendances. Dans le contexte français, si le parti d'opposition est susceptible de proposer un projet réellement positif qui ne se résume pas à la simple opposition au pouvoir en place (1^{er} facteur), que ce projet est formulé de façon à être accessible au plus grand nombre (2^{ème} facteur), que ce parti est en mesure de présenter des candidats dans toutes les circonscriptions (3^{ème} facteur), qu'il dispose de ressources financières et de soutiens suffisants (5^{ème} facteur) et qu'enfin il a la possibilité de capitaliser sur les erreurs ou les défaillances de l'adversaire (6^{ème} facteur), le quatrième facteur – celui de l'introduction d'un média nouveau –, semble ne pas être entièrement présent. En

¹³²² Ivan Rioufol, *De l'Urgence d'être réactionnaire* (Paris : Presses Universitaires de France, 2012).

¹³²³ Eric Brunet, *Pourquoi Sarko va gagner* (Paris : Albin Michel, 2012).

effet, bien que Brunet propose une émission qui partage certaines caractéristiques des programmes de talk-shows radiophoniques conservateurs, il est loin d'être le Limbaugh français. Pour le quatrième facteur soit présent dans l'équation, le talk-show radiophonique de droite français devrait mûrir de façon à être un média divertissant avec son propre idiolecte et une large audience, et nourrir outre des affinités idéologiques avec un parti de droite dont l'image auprès de la population devra être positive (7^{ème} facteur).

Sur le plan médiatique et communicationnel, l'essor du talk-show radiophonique conservateur et ses incidences sur la vie politique est bien un des effets à long terme de la révocation de la Fairness Doctrine dont elle fait *a posteriori* la preuve de l'efficacité dans le maintien d'une sphère médiatique pluraliste. Le talk-show radiophonique a en effet émergé grâce à la révocation des obligations de service public qui pesaient sur les diffuseurs privés. Parmi celles-ci, l'égalité du temps de parole et l'accès au plateau en période de campagne garantissait un certain pluralisme des opinions relayées sur un même média. Depuis la révocation de la Fairness Doctrine, les diffuseurs ont toute latitude dans le choix des opinions qui s'expriment sur leur antenne, certains choisissant même de proposer une programmation exclusivement composée de talk-shows conservateurs, ainsi que l'illustre le cas de KSFO à San Francisco dans les années 1990. Comme en témoigne l'examen des opinions des auditeurs des quatre talk-shows qui ont fait l'objet de cette recherche, la révocation de la Fairness Doctrine a permis l'émergence de publics aux opinions très distinctes de leurs concitoyens mais très homogènes en interne.

L'effet de la révocation de la Fairness Doctrine est à conjuguer au phénomène de l'accroissement du nombre de médias partisans rendu possible par la dérèglementation du secteur des médias en 1996, phénomène paradoxalement restreint par une situation de quasi-monopole de certains distributeurs radio du fait de la concentration et des méga-fusions autorisées par la loi des télécommunications. Le citoyen américain est en mesure de se brancher exclusivement sur des émissions relayant des opinions conformes aux siennes et ce, sur un nombre infini de médias en principe, mais plus restreint en réalité car outre les talk-shows radiophoniques, le conservatisme n'est relayé que sur deux chaînes du câbles seulement – Fox News et CNBC. Là où l'abrogation de la Fairness doctrine a permis moins de pluralisme des idées, désormais il y a aussi moins de pluralité des entités médiatiques, ce qui tend à réduire le champ malgré la logique de l'abondance des supports. Dans le cas de la radio, l'auditeur a tout loisir d'écouter des talk-shows radiophoniques conservateurs tout au

long de la journée sans jamais être confronté à des opinions différentes des siennes, ce qui lui permet de renforcer ses convictions politiques d'une façon qui aurait été impossible quand la Fairness Doctrine était en vigueur.

Le cas du talk-show radiophonique conservateur fournit donc une illustration des conséquences de la dérèglementation des contenus de diffusion sur les opinions et les attitudes des publics, mais aussi sur leur rapport au processus politique, qui dans leur cas apparaît très nettement favorable à une idéologie et hostile à l'autre. La possibilité d'une citoyenneté commune établie sur des valeurs partagées semble donc remise en questions dès lors que l'environnement médiatique permet à l'individu de s'isoler dans une sphère d'écoute qui ne véhicule qu'un seul type de message.

Dans le domaine médiatique toujours, l'incidence du talk-show radiophonique conservateur a d'abord été la normalisation du conservatisme dans la sphère médiatique. En effet, il est parvenu à y imposer durablement l'expression du discours conservateur. Outre sa fonction d'agenda, qui a permis à plusieurs reprises de contraindre les médias de référence à se faire écho d'événements qu'ils auraient ignorés sans son activisme, d'une certaine manière il a forcé ces médias à intégrer la composante conservatrice par le biais de pressions moralisantes et de l'accusation de parti-pris sociolibéral. En normalisant le conservatisme à la fois dans la population et la sphère médiatique, le talk-show radiophonique a préparé le terrain à l'arrivée puis l'essor de Fox News.

Ensuite, son incidence se vérifie également dans la remise en cause des pratiques discursives et journalistiques des médias de référence. Cette remise en cause s'effectue en premier lieu par le rejet de la norme d'objectivité et l'adoption d'un parti-pris conservateur très clairement revendiqué. En second lieu, là où le journaliste s'efface derrière l'information qu'il présente, l'animateur de talk-show conservateur n'hésite pas à la commenter de façon appuyée. Sur le plan rhétorique, il revendique une liberté de ton qui tranche avec la norme du « politiquement correct » qui domine les pratiques journalistiques traditionnelles depuis les années 1990. Enfin, à la neutralité stylistique des médias d'information de référence, le talk-show conservateur oppose un style corrosif et direct en soutien aux attaques frontales lancées contre l'ennemi sociolibéral.

En imposant le conservatisme dans la sphère médiatique d'une part, et en remettant en cause les pratiques journalistiques des médias de référence d'autre part, il a transformé durablement le modèle américain de la presse objective, en le faisant muter vers un modèle plus européen d'une part, et d'autre part, il a permis de redéfinir l'objectivité dans le

journalisme comme le strict équilibre des points de vue, alors que ce paramètre n'est qu'un parmi d'autre dans la conceptualisation de la norme d'objectivité de Tuchman.

Genre médiatique ayant émergé à la fin des années 1980 et connu son âge d'or dans les années 1990, le talk-show radiophonique conservateur est en 2012 encore solidement ancré dans la sphère médiatique. Grâce principalement à la situation de réception unique de la radio, qui permet à l'individu de s'y brancher dans des contextes de la vie sociale et des moments de la journée très différents, il semble raisonnable de gager que la radio et le talk-show radiophonique politique en particulier ne sont pas voués à disparaître ou à retourner à l'état de média résiduel dans un futur proche. En outre, l'arrivée de l'Internet et de la radio en ligne ne semblent pas avoir eu de conséquences sur le succès des talk-shows radiophoniques conservateurs. Si Limbaugh, Hannity, Ingraham et Savage ont investi la toile, ils semblent ne mettre l'Internet à profit que comme un moyen supplémentaire de diffuser leurs émissions et de recycler leurs contenus, et l'usage qu'ils en font ne vise pas à produire des contenus de façon différente. Ainsi, l'arrivée du Web 2.0 au tournant 2007-2008 qui a engagé un processus de migration de la radio sur l'Internet¹³²⁴, ne semble pas avoir eu d'effet sur le talk-show radiophonique conservateur et n'a pas affecté le format des émissions. Qui plus est, le profil démographique des auditeurs, dont la majorité se situe dans la tranche d'âge des 45-64 ans (NAES 2008), est peu favorable à l'apparition d'un format de talk-show radiophonique conservateur propre à l'Internet.

Ainsi, il semble que le talk-show conservateur soit voué à demeurer sur les ondes plutôt que sur la toile, en tout cas, tant que la génération des baby-boomers qui constitue l'essentiel de son public n'aura pas disparu. Ceci permet de conclure que si le contexte médiatique des années 1990, celui de l'« ère du *broadcast* » (*one to many*), réunissait les conditions politiques et institutionnelles propices à l'essor de la radio et donc au conservatisme, l'« ère du *broadband* » (*a few to many few*) qui s'est ouverte avec l'arrivée du Web 2.0. est par définition plus favorable à l'Internet. La victoire d'Obama en 2008, qui doit beaucoup à l'utilisation habile des réseaux sociaux par l'équipe du candidat, semble indiquer que l'avènement de l'Internet comme média dominant soit plus favorable aux Démocrates, et ce bien que la toile ne manque pas de blogs et sites web conservateurs.

L'efficacité de la radio comme support du conservatisme apparaît donc comme un phénomène circonscrit à un moment précis dans le cycle des médias, et qui correspond au

¹³²⁴ Divina Frau-Meigs, "Child and Adolescent Well-Being from the Perspective of Media and Communication Studies," in *Handbook of Child Well-Being: Theory, Indicators, Measures and Policies*, ed. Ben Arieh et al. (Heidelberg: Springer, 2013), 37.

moment interstitiel entre l' « ère du *broadcast* » et l' « ère du broadband ». Pour que le talk-show conservateur vive un nouvel âge d'or qui fut le sien dans les années quatre-vingt-dix, il semble nécessaire que les conservateurs inventent de nouvelles façons de produire des émissions spécifiquement conçues pour l'Internet en lien avec des personnalités politiques capables de gérer les réseaux sociaux et de les intégrer dans leur communication politique de proximité.

TABLE DES MATIERES

| | |
|--|------------|
| LISTE DES FIGURES | 1 |
| INTRODUCTION | 5 |
| 1.1. L'ORGANISATION DE LA NOUVELLE DROITE ET LA DYNAMIQUE SOUS-JACENTE A L'ELECTION DE RONALD W. REAGAN (1968-1980) | 65 |
| 1.1.1. PRESIDENCE JOHNSON, NOUVELLE GAUCHE ET ECLATEMENT DU CENTRE VITAL: L'APOGEE PUIS L'ESOUFFLEMENT DU CONSENSUS SOCIOLIBERAL..... | 65 |
| 1.1.2. RENAISSANCE INTELLECTUELLE, RECONQUETE DU TERRAIN ET EMERGENCE DE LA NOUVELLE DROITE | 70 |
| 1.1.2.1. <i>Le renouveau intellectuel du conservatisme</i> | <i>70</i> |
| 1.1.2.2. <i>Affirmation des tensions entre républicains conservateurs et Rockefeller Republicans au début des années soixante</i> | <i>74</i> |
| 1.1.2.3. <i>Le « premier rendez-vous » des conservateurs avec les médias alternatifs : le publipostage et l'unification de la Nouvelle Droite (1965-1980).....</i> | <i>82</i> |
| 1.1.2.4. <i>Structuration de la Nouvelle Droite.....</i> | <i>93</i> |
| 1.1.3. L'AFFIRMATION DU CONSERVATISME REVOLUTIONNAIRE DANS L'ELITE REPUBLICAINE ET L'EMERGENCE DE RONALD W. REAGAN..... | 102 |
| 1.1.3.1. <i>Structuration politique du conservatisme révolutionnaire pendant l'administration Ford (automne 1974 – janvier 1977)</i> | <i>102</i> |
| 1.1.3.2. <i>Les derniers feux du sociolibéralisme.....</i> | <i>106</i> |
| 1.1.3.3. <i>La campagne de Reagan de 1980 et le rôle de la Nouvelle Droite</i> | <i>108</i> |
| 1.2. LA DECEPTION DU 1ER MI-MANDAT REAGAN : REVOLUTION CONSERVATRICE OU CONSERVATISME PRAGMATIQUE ? (1981-1983) | 110 |
| 1.2.1. NI CONSERVATISME ECONOMIQUE, NI CONSERVATISME MORAL : DU REAGANISME COMME ART DE BOTTER EN TOUCHE | 110 |
| 1.2.2. INSATISFACTION DE LA BASE CONSERVATRICE DE LA NOUVELLE DROITE ET DE CERTAINS REPUBLICAINS A LA CHAMBRE..... | 114 |
| 1.2.3. <i>Le véritable héritage Reaganien : une révolution rhétorique.....</i> | <i>116</i> |
| 1.3. AFFIRMATION D'UN CONSERVATISME REVOLUTIONNAIRE A LA CHAMBRE A PARTIR DE 1982 | 117 |
| 1.3.1. EMERGENCE D'UN CONSERVATISME RADICAL PARMIS LES REPUBLICAINS DE LA CHAMBRE..... | 117 |
| 1.3.2. <i>Projet à long terme : faire émerger une majorité républicaine a la Chambre</i> | <i>121</i> |
| 1.3.3. PROMOTION AGRESSIVE DE LA CONSERVATIVE OPPORTUNITY SOCIETY : DE LA CONTROVERSE COMME STRATEGIE DE COMMUNICATION | 122 |
| 2.1. SPECIFICITE DU SYSTEME MEDIATIQUE AMERICAIN..... | 130 |
| 2.1.1. LE SYSTEME MEDIATIQUE AMERICAIN COMME ARCHETYPE DU MODELE « LIBERAL NORD-ATLANTIQUE » | 130 |
| 2.1.2. LA MUTATION DE L'ECOSYSTEME MEDIATIQUE : LES ANNEES QUATRE-VINGT ET LE DEBUT DE LA TRANSITION DE « L'ERE HERTZIENNE » A « L'ERE POST-HERTZIENNE »..... | 139 |
| 2.1.3. IMPACT DE LA SEGMENTATION DE L'OFFRE MEDIATIQUE : FRAGMENTATION ET POLARISATION CROISSANTE DES PUBLICS..... | 146 |

| | |
|--|------------|
| 2.2. CODES, NORMES ET PRATIQUES DE LA PRESSE ET DES MEDIAS ELECTRONIQUES AMERICAINS : LA NEUTRALITE COMME PRINCIPE CARDINAL..... | 148 |
| 2.2.1. LA NORME D'OBJECTIVITE (OBJECTIVITY NORM) : LA NEUTRALITE COMME PRATIQUE DISCURSIVE DU JOURNALISME AMERICAIN | 149 |
| 2.2.2. LA FAIRNESS DOCTRINE : L'EQUILIBRE DES POINTS DE VUE DANS LES DEBATS AU SERVICE DE L'INTERET PUBLIC | 152 |
| 2.2.3. L'INFLUENCE DU « POLITIQUEMENT CORRECT » DANS LE DEBAT PUBLIC | 158 |
| 2.3. L'ABSENCE DE PERSPECTIVE PARTISANE AFFIRMEE COMME COROLLAIRE AU PRINCIPE DE NEUTRALITE POLITIQUE..... | 161 |
| 2.3.1. LE CONSERVATISME DANS L'ECOSYSTEME MEDIATIQUE DE L'ERE HERTZIENNE : UNE EXPRESSION A LA MARGE..... | 161 |
| 2.3.2. LA « SPIRALE DU SILENCE » COMME CONSEQUENCE DE CETTE ABSENCE DE VISIBILITE | 167 |
| 2.4. DEREGLEMENTATION, ACTE 1 : LA PRESIDENCE DE REAGAN ET LA DEREGLEMENTATION DES CONTENUS DE DIFFUSION | 170 |
| 2.4.1. LES OPERATEURS DE TELEVISION CABLEE A L'AVANT-GARDE DU COMBAT POUR LA DEREGLEMENTATION | 170 |
| 2.4.2. ABROGATION DE LA FAIRNESS DOCTRINE (1982-1987)..... | 172 |
| 2.4.3. LIBERATION DE LA PAROLE SUR LES ONDES ET RESURGENCE DU CONSERVATISME DANS LES MEDIAS | 181 |
| 3.1. PROLOGUE : DU STATUT DE CELEBRITE LOCALE A CELUI DE VEDETTE NATIONALE (1984 – 1988) | 197 |
| 3.1.1. MISE EN PLACE DE L'EMISSION SUR KFBK A SACRAMENTO | 197 |
| 3.1.2. RUSH LIMBAUGH ET LE TALK-SHOW RADIOPHONIQUE POLITIQUE DE LA FIN DES ANNEES 1980 | 199 |
| 3.1.3. LA TRANSITION DE SACRAMENTO A NEW YORK A L'ETE 1988 | 202 |
| 3.2. LA VOIX DE LA CONTESTATION SUR LES ONDES : LA MATURATION DU FORMAT DU TALK-SHOW ET L'AVENEMENT DE RUSH LIMBAUGH (AOÛT 1988 – NOVEMBRE 1991)..... | 205 |
| 3.2.1. LE SUCCES INSTANTANE DE <i>THE RUSH LIMBAUGH SHOW</i> SUR LES ONDES NATIONALES | 205 |
| 3.2.2. EN QUETE DE LA JUSTESSE DE TON : LES ANNEES DE TATONNEMENT (AOÛT 1988 – MARS 1990) | 211 |
| 3.2.2.1. <i>De l'avortement comme « holocauste des temps modernes »</i> | 212 |
| 3.2.2.2. <i>De l'homosexualité comme « comportement dégueulasse »</i> | 213 |
| 3.2.2.3. <i>« La conversation sans risques » ou quand Limbaugh se défend de ses détracteurs en minimisant l'ampleur de l'épidémie du VIH</i> | 215 |
| 3.2.2.4. <i>« Scandale à Malibu » : les sans-abris pris pour cible</i> | 218 |
| 3.2.3. UN CHOIX THEMATIQUE REFLETANT LA NECESSITE DE PRESERVER L'HERITAGE DE REAGAN ET L'AFFIRMATION DES <i>CULTURE WARS</i> | 222 |
| 3.2.4. UN STYLE RHETORIQUE BIEN DEFINI : MONTRER L'ABSURDE PAR L'ABSURDE | 232 |
| 3.3. AFFIRMATION DE L'IMPORTANCE POLITIQUE DE RUSH LIMBAUGH : UNE RELATION AMBIGUË A L'ESTABLISHMENT (1990 – DECEMBRE 1992) | 238 |
| 3.3.1. AVRIL 1990 : LE VIRAGE DU CONSERVATISME FISCAL ?..... | 238 |
| 3.3.2. INTRONISATION AU SEIN DE L'ELITE POLITIQUE DU MOUVEMENT CONSERVATEUR | 241 |
| 3.3.3. LES ECHEANCES ELECTORALES DE NOVEMBRE 1992 : UNE RELATION REELLE MAIS DISTANTE ENTRE LIMBAUGH ET LES CANDIDATS REPUBLICAINS | 244 |

| | | |
|-------------|--|------------|
| 3.3.3.1. | <i>Des primaires républicaines à la campagne présidentielle : le ralliement de raison de Limbaugh à George H.W. Bush.....</i> | 245 |
| 3.3.3.2. | <i>Des affinités plus claires mais peu exploitées avec la minorité républicaines à la Chambre</i> | 250 |
| 3.3.3.3. | <i>Rush Limbaugh, une personnalité connue au sein des sphères politique et médiatique</i> | 251 |
| 4.1. | « L'AMÉRIQUE PRISE EN OTAGE » : L'ÉPREUVE DE FORCE ENTRE L'ESCOUADE RÉPUBLICAINE ET L'ADMINISTRATION CLINTON (DÉCEMBRE 1992 – DÉCEMBRE 1994).... | 257 |
| 4.1.1. | LA VACANCE DU POUVOIR CONSERVATEUR ET LA « RÉGENCE » DE RUSH LIMBAUGH..... | 258 |
| 4.1.1.1. | <i>L'échec de la nomination de Zoe Baird : la fonction d'amplification du talk-show</i> | <i>263</i> |
| 4.1.1.2. | <i>La Maison-Blanche riposte : la fonction d'agenda du White House Radio Address</i> | <i>271</i> |
| 4.1.1.3. | <i>Rush Limbaugh, régent du mouvement conservateur et leader de l'opposition républicaine</i> | <i>276</i> |
| 4.1.2. | LA CAMPAGNE PERMANENTE CONTRE LES SOCIOLIBÉRAUX ET LES DÉMOCRATES..... | 278 |
| 4.1.2.1. | <i>La « controverse des agrumes » de Floride.....</i> | <i>278</i> |
| 4.1.2.2. | <i>La bataille contre la médecine socialiste.....</i> | <i>281</i> |
| 4.1.2.3. | <i>Émergence des émules de Limbaugh au national</i> | <i>283</i> |
| 4.1.3. | MISE EN PLACE DE LA STRATÉGIE DE CAMPAGNE EN VUE DES ÉLECTIONS DE MI-MANDAT..... | 285 |
| 4.1.3.1. | <i>Émergence progressive de la relation spéciale GOP/Limbaugh</i> | <i>285</i> |
| 4.1.3.2. | <i>Un pouvoir de mobilisation instantanée : l'échec du Lobby Reform and Disclosure Act.....</i> | <i>288</i> |
| 4.2. | « L'AMÉRIQUE TELLE QU'IL EST NORMAL QU'ELLE SOIT » : LE TALK-SHOW RADIOPHONIQUE COMME AIGUILLON DU POUVOIR LÉGISLATIF (DÉCEMBRE 1994 – JANVIER 1996)..... | 294 |
| 4.2.1. | LES ÉLECTIONS DE MI-MANDAT DU 8 NOVEMBRE 1994 | 294 |
| 4.2.1.1. | <i>Operation Restore Democracy et le raz-de-marée républicain.....</i> | <i>294</i> |
| 4.2.1.2. | <i>La période de transition : l'apogée de la relation spéciale</i> | <i>298</i> |
| 4.2.2. | LE DIFFICILE POSITIONNEMENT DU TALK-SHOW PAR RAPPORT À LA MAJORITÉ RÉPUBLICAINE | 301 |
| 4.2.2.1. | <i>Le talk-show au cœur du pouvoir républicain : le Talk Radio Row dans les couloirs du Capitole</i> | <i>301</i> |
| 4.2.2.2. | <i>Les premières fissures de la relation spéciale et l'affirmation problématique de Bob Dole comme leader des Républicains</i> | <i>305</i> |
| 4.2.3. | LE MONOPOLE DE LIMBAUGH REMIS EN CAUSE : RADICALISATION DU CONSERVATISME DANS LA MÉTROPOLE DE SAN FRANCISCO | 308 |
| 4.3. | LES CONDITIONS OPTIMALES À L'EFFICACITÉ DU TALK-SHOW, À L'AUNE DE L'ANNÉE 1994..... | 311 |
| 4.3.1. | UN PROJET ALTERNATIF FORMULÉ DANS UN LANGAGE COMPRÉHENSIBLE PAR LES CITOYENS ORDINAIRES..... | 312 |
| 4.3.2. | UN MÉDIA SUSCEPTIBLE DE TRANSMETTRE LE MESSAGE EFFICACEMENT..... | 314 |
| 4.3.3. | UNE VICTOIRE POSSIBLE GRÂCE AUX FAILLES DU POUVOIR EN PLACE..... | 316 |
| 5.1. | NORMALISATION DU TALK-SHOW RADIOPHONIQUE CONSERVATEUR..... | 322 |
| 5.1.1. | UNE BAISSÉ DE RÉGIME DANS L'ACTIVITÉ MÉDIATIQUE DE LIMBAUGH..... | 322 |
| 5.1.2. | MULTIPLICATION ET DIVERSIFICATION DES RELAIS DU CONSERVATISME AU NIVEAU NATIONAL ... | 324 |
| 5.1.2.1. | <i>L'émergence de Fox News comme concurrent du talk-show radiophonique conservateur.....</i> | <i>324</i> |
| 5.1.2.2. | <i>Diversification de l'offre des talk-shows conservateurs à l'échelle du territoire au tournant des années deux mille</i> | <i>327</i> |
| 5.1.3. | L'EFFRÈTEMENT DE LA RELATION SPÉCIALE ET LA RECONFIGURATION DES RELATIONS ENTRE LE TALK-SHOW RADIOPHONIQUE ET LE GOP..... | 331 |

| | | |
|-------------|---|------------|
| 5.1.3.1. | <i>La fin de l'escouade républicaine.....</i> | 332 |
| 5.1.3.2. | <i>Reconfiguration des relations entre le talk-show radiophonique et le pouvoir républicain.....</i> | 337 |
| 5.2. | LA POSITION CENTRALE DES TALK-SHOWS RADIOPHONIQUES NATIONAUX EN 2004 MALGRE L'ABSENCE DE RELATION SPECIALE..... | 347 |
| 5.2.1. | DEUX EVENEMENTS RADIOPHONIQUES D'ENVERGURE PENDANT LA CAMPAGNE DES PRIMAIRES ... | 348 |
| 5.2.2. | LE SCANDALE D'ABOU GHRAÏB : UN EXEMPLE DE LA FONCTION DE « CALFEUTRAGE » DU TALK-SHOW RADIOPHONIQUE CONSERVATEUR | 349 |
| 5.2.3. | LA POLEMIQUE DES SWIFT BOAT VETERANS FOR TRUTH : L'EMERGENCE D'UNE NOUVELLE ESCOUADE REPUBLICAINE ?..... | 359 |
| 5.3. | LE TALK-SHOW RADIOPHONIQUE CONSERVATEUR FACE A LA CRISE DU POUVOIR REPUBLICAIN ET L'EFFET STIMULANT DU RETOUR DES DEMOCRATES | 368 |
| 5.3.1. | LA REMISE EN CAUSE DES REPUBLICAINS ET LA RECONFIGURATION DE L'ECOSYSTEME DU TALK-SHOW RADIOPHONIQUE POLITIQUE | 368 |
| 5.3.2. | 2006, LE RETABLISSEMENT DE LA RELATION SPECIALE ? | 371 |
| 5.3.2.1. | <i>Les talk-shows radiophoniques comme porte-voix du pouvoir.....</i> | 372 |
| 5.3.2.2. | <i>Les talk-shows radiophoniques conservateurs comme chiens de garde des Républicains</i> | 375 |
| 5.3.2.3. | <i>Campagne des midterms 2006 : la Maison Blanche resserre momentanément les rangs avec les talk-shows</i> | 377 |
| 6.1. | UN SYSTEME DE RELATIONS MULTIFORMES ENTRE L'ANIMATEUR, LE PUBLIC ET LES INSTITUTIONS | 395 |
| 6.1.1. | DEREGLEMENTATION, ACTE 2 : LE TELECOMMUNICATIONS ACT OF 1996, LA CONSOLIDATION DU SECTEUR RADIOPHONIQUE ET L'HYPER-UBIQUITE DES TALK-SHOWS | 396 |
| 6.1.2. | DEUX MODELES DU DISPOSITIF RADIOPHONIQUE CONSERVATEUR : MODELE MONOPHONIQUE ET MODELE POLYPHONIQUE | 401 |
| 6.1.2.1. | <i>Le point commun aux deux modèles : l'animateur comme maître absolu du dispositif.....</i> | 402 |
| 6.1.2.2. | <i>Dispositif monophonique: le talk-show comme « dictature bienveillante ».....</i> | 409 |
| 6.1.2.3. | <i>Dispositif polyphonique: le talk-show comme espace de parole partagée.....</i> | 412 |
| 6.1.3. | LE CHANGEMENT DE STATUT DANS L'ECOSYSTEME MEDIATIQUE AMERICAIN : DE MEDIA ALTERNATIF A MEDIA DE NICHE INFLUENT..... | 414 |
| 6.1.3.1. | <i>De 1988 au tournant des années 2000 : le talk-show radiophonique conservateur comme média alternatif.....</i> | 415 |
| 6.1.3.2. | <i>À partir des années 2000 : le talk-show radiophonique conservateur comme média de niche influent</i> | 422 |
| 6.2. | L'AUDIENCE DES TALK-SHOWS RADIOPHONIQUES CONSERVATEURS..... | 424 |
| 6.2.1. | L'AUDITEUR DE TALK-SHOWS CONSERVATEURS COMME SOCIO-TYPE A PART ENTIERE | 425 |
| 6.2.2. | LE TALK-SHOW RADIOPHONIQUE CONSERVATEUR ET L'ILLUSION PARTICIPATIVE..... | 431 |
| 6.2.2.1. | <i>L'impossible authenticité de la conversation entre l'animateur et l'appelant.....</i> | 431 |
| 6.2.2.2. | <i>La parole de l'appelant comme « parole caution ».....</i> | 433 |
| 6.2.2.3. | <i>Le talk-show conservateur précurseur du tournant démotique.....</i> | 436 |
| 6.3. | LE PARTI PRIS POLITIQUE REVENDIQUE COMME PRATIQUE DISCURSIVE DOMINANTE..... | 438 |
| 6.3.1. | L'ACCUSATION DE PARTI-PRIS SOCIOLIBERAL COMME LEGITIMATION DU PARTI-PRIS DES MEDIAS CONSERVATEURS | 438 |

| | | |
|------------|--|-----|
| 6.3.2. | L'IMPACT DE L'ACCUSATION DE PARTI-PRIS : REDEFINITION DE LA NOTION D'OBJECTIVITE COMME STRICT EQUILIBRE DES POINTS DE VUE | 444 |
| 7.1. | CONSERVATEURS FISCAUX ET CROISES DE L'IDENTITE : VERS UNE TYPOLOGIE POLITIQUE DES TALK-SHOWS RADIOPHONIQUES CONSERVATEURS..... | 449 |
| 7.1.1. | QUESTIONS ECONOMIQUES ET AFFAIRES INTERNATIONALES : LE SOCLE IDEOLOGIQUE COMMUN DES TALK-SHOWS CONSERVATEURS..... | 450 |
| 7.1.2. | DES PROFILS IDEOLOGIQUES DIFFERENCIES..... | 452 |
| 7.1.2.1. | <i>Les conservateurs fiscaux : Limbaugh et Hannity</i> | 452 |
| 7.1.2.1.1. | <i>Rush Limbaugh, conservateur fiscal et archétype du talk-show radiophonique conservateur</i> | 452 |
| 7.1.2.1.2. | <i>Sean Hannity, Gardien des Canons du Conservatisme</i> | 463 |
| 7.1.2.2. | <i>Les croisés de l'identité (culture warriors)</i> | 478 |
| 7.1.2.2.1. | <i>Laura Ingraham, croisée de l'identité culturelle et partisane du « constitutional constructionism»</i> 478 | |
| 7.1.2.2.2. | <i>Michael Savage, croisé de l'identité et défenseur du « nativisme »</i> | 495 |
| 7.2. | UNE HYPERPOLARISATION DU DEBAT POLITIQUE ATTENDUE : A L'ASSAUT DES SOCIOLIBERAUX ET DES DEMOCRATES | 506 |
| 7.2.1. | DISTRIBUTION BINAIRE DES ROLES : VILAINS DEMOCRATES CONTRE VERTUEUX REPUBLICAINS 506 | |
| 7.2.2. | ENCOURAGEMENT AU DISSENSUS : SOUTIEN AUX ORGANISATIONS CONSERVATRICES SUR LE TERRAIN 515 | |
| | TABLE DES MATIERES | 550 |

Thèse

En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE LA SORBONNE NOUVELLE – PARIS 3

Délivré par *Université de La Sorbonne Nouvelle – Paris III*

Discipline ou Spécialité *ANGLAIS (Civilisation américaine)*

Présentée et soutenue par *Sébastien MORT*

Le 10 décembre 2012

LA CONTESTATION CONSERVATRICE AUX ÉTATS-UNIS : L'INFLUENCE DES TALK-SHOWS RADIOPHONIQUES CONSERVATEURS SUR LE CONSERVATISME DE L'APRÈS-REAGAN (1988-2010)

Volume 2 - ANNEXES

Jury

Mme le Professeur Divina FRAU-MEIGS, Université Sorbonne Nouvelle – Paris III
M. le Professeur Jean-Paul GABILLIET, Université Michel de Montaigne Bordeaux III
M. le Professeur Vincent MICHELOT, Université Lyon II / I.E.P.
M. le Professeur Franck REBILLARD, Université Sorbonne Nouvelle – Paris III
*M. François VERGNIOLLE DE CHANTAL, Maître de Conférences (H.D.R.), Université de
Dijon*

Ecole doctorale : Etudes Anglophones, Germanophones et Européennes

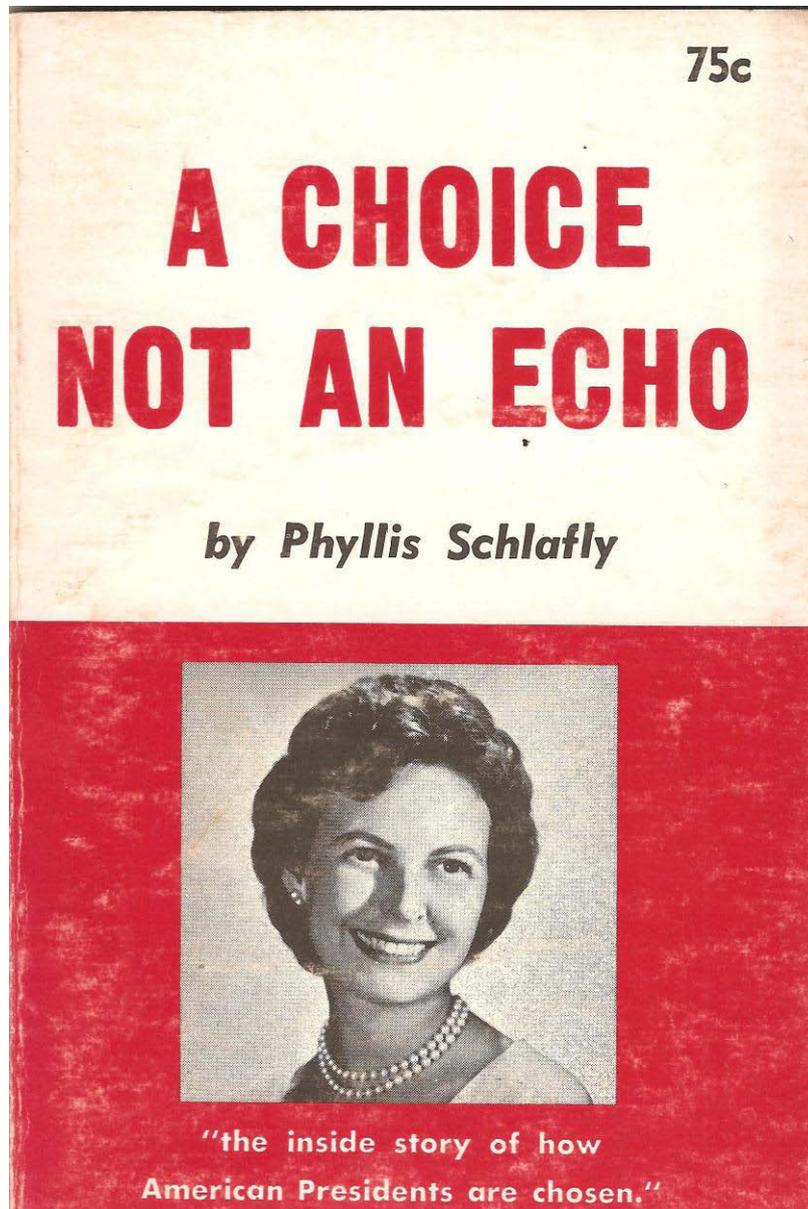
Unité de recherche : Center for Research on the English-speaking World (CREW)

Directrice de thèse : *Mme le Professeur Divina FRAU-MEIGS*

ANNEXES

ANNEXE N°1 – *A Choice Not an Echo*, Phyllis Schlafly (1964)

Source : Père Marquette Press (reproduction à échelle).



A CHOICE NOT AN ECHO

is a clear, concise statement of the issues of the 1964 presidential campaign, including the hidden issues within the Republican Party. It gives a fascinating inside account of Republican National Conventions since 1936. It is full of authentic details never before assembled. It answers such questions as:

**Who really picks your presidential candidates?
How are political conventions stolen?
Who are the secret kingmakers?
How do "hidden persuaders" and propaganda
gimmicks influence politics?
Will the Republicans win in 1964?**

* * * * *

PHYLLIS SCHLAFLY is the President of the Illinois Federation of Republican Women, an office she has held since 1960. She is a Phi Beta Kappa with a Master's Degree in Political Science. She was an elected Delegate to three Republican National Conventions, and many of the events described in this book are from first-hand experience.

In selecting her this year as "Woman of Achievement in Public Affairs", the ST. LOUIS GLOBE-DEMOCRAT said: "Phyllis Schlafly led for everything that has made America great and for those things which will keep it that

PERE MARQUETTE PRESS, P. O. BOX 31, Evanston, Illinois

ANNEXE N°2 – Bons de commande d’A *Choice Not an Echo*, Phylis Schlafly, (1964)

Cut Out and Mail

ORDER FORM

Pere Marquette Press,
P.O. Box 316, Alton, Illinois.

Send me copies of A CHOICE NOT AN ECHO

Payment of \$..... is enclosed (send check or money order)

Name

Street

City and State

(Please Print)

**POLITICS IS
EVERYBODY'S
BUSINESS!**

GIVE

A CHOICE NOT AN ECHO

To Friends and Neighbors, whether Republicans, Democrats or Independents. In politics there is no substitute for door-to-door precinct work. You can turn the tide in your precinct or neighborhood by buying copies of **A CHOICE NOT AN ECHO**, personally taking a copy to each household, and asking all voters to read the book. Professional and business men can put this book on their reading tables. All citizens can distribute this book to their fellow employees, to women's groups, at meetings and rallies.

Do your part in this educational effort while there is still time to

LET YOUR VOICE BE HEARD!

Tomorrow may be too late!

QUANTITY PRICES*

| | | |
|---------------|-----------------|-------------------|
| 1 copy: \$.75 | 10 copies: \$5 | 100 copies: \$30 |
| 3 copies: \$2 | 25 copies: \$10 | 500 copies: \$125 |

1,000 or more copies \$.20 each

*Illinois residents add 4% sales tax

PERE MARQUETTE PRESS

P.O. BOX 316

Alton, Illinois

ENTRETIENS

ANNEXE N°3 – Interview avec Joseph Gaylord

Joseph Gaylord

Conseiller politique principal (*Political Chief Advisor*) de Newt Gingrich (1989-1997)

Entretien conduit à
American Solutions, 1425 K Street, NW Suite 750, Washington, D.C 20005

Le 2 novembre 2009

Joseph Gaylord: Almost in every realigning election that has occurred in the country, back through our history, from the Jacksonians, to the Lincoln Republicans, to the New Progressives, to the New Deal, to the kind of Reagan Gingrich Revolution of 1994 – because we built so much on Reagan’s shoulders—there’s been a new technology that has been introduced or some kind of technological change that has been introduced into the electorate. Ninety-four clearly the technological change was the.... or the media change was the institution of talk radio and the active role that it played, remembering that during the Reagan administration, the *Fairness Doctrine* was repealed, so that you had the right for these... for commentators, radio stations, talk radio stations to be able to air the information they wanted to. When you look at an election like the 94 election, you look at any election where you are trying to overturn a legislative body and you have multiple battlefields that are different all across the country, with different types of people, different demographics, different vote histories, different ideologies actually, there has to be a sort of uniting of the opposition and I think it’s very important that the party out of power not be the opposition party but rather the alternative party, which is what we had in 1994. There are 5 or 6 key things that have to be present all at once in the operation. The first is to know what you’re for what are you goin and not necessarily for what you are against but have a positive platform. The second thing you have to have a language that describes that in terms that people use in their everyday lives so that they understand what it is that you’re all about. Third is to have candidates running everywhere, because in 1994 was the first time that we had a full slate or virtually a full slate of candidates in all 435 congressional districts, actually we were only in 433 of the 435, but it was by far the largest slate that we’ve ever run. And those candidates need to be trained into what the arguments are, and if you’re for something, you have a lifeline for the candidates to use in their debates with incumbents that almost put them on an equal footing because they have a platform or a program that they too can articulate instead of just being against. The fourth... the fourth thing is the ability to communicate over, under, around and through the media, and that’s where the talk radio thing becomes most important. We were for something, so talk radio people had an opportunity to talk about what we were for as opposed to just what we were against. They translated it into language that we were

using also, so the everyday ability to communicate in words that people understood was also there. It built both on an advertising program that we did, individual advertising that candidates did. So the ability to communicate more clearly was evidenced as well. The fifth thing that you try to do is to put together enough resources, coalitional groups that are supportive of what you're doing, groups that can lend people talent, personal endorsement or endorsement of the candidates, and resources in terms of finances or the ability. And the sixth thing is actually you need the opposition party or the party in power to have screwed up somewhere, so that people are open to the believable contrast that might be there between the two, and frankly, all six of those need to be evidenced during the course of the campaign if you're gonna be successful, and I've done, up until 1994 congressional elections, every election since 1982, and 1994 was the only time when we had all six of those of those things present. The relationship between Gingrich and talk radio hosts was particularly important because he was seen by the talk radio hosts as the person who was the clearest articulator of conservative values and conservative ideas. At the same time by early 1993, he had actually assumed—even though he was not the leader—the mantle of leadership in the House Republican Conference, and we cultivated the relationship with talk radio hosts by trying to include them, number one, his presence and encourage other members to do programming. He had a good personal relationship with Rush Limbaugh, who had come to campaign for him actually, in the 1992 election in Georgia, and by far in 1994 Limbaugh was the biggest of the talk radio hosts although there were many others. And that relationship was actually cultivated even after the election by putting in talk radio row in the.... actually in the Capitol Building when we would be talking on days that they would actually come and Gingrich would say: "Come and broadcast from the capitol, this is what we're going to be debating" and many of them came of course during the time of the actual adoption of flanks in the *Contract With America* and all of those kinds of things, but that, I think, gives you at least an overview of what it was that went on in the 94 campaign.

S.M.: Ok. You said that.... you mentioned the *Fairness Doctrine* and I'm also interested in this, in this departure from what used to be, for a moment in time, the journalistic tradition, when did you...

J.G.: That was a licensing question, that was the problem. That was repealed by the Reagan administration...

S.M.: Yes. And so, when did you realize that conservative talk radio was becoming a real force? Was it in 88 when Limbaugh went to national syndication, or was it afterwards?

J. G.: It was... you know, it was a phenomenon that grew underground for a lot of... you know the people didn't kind of get it. But you know... but actually, the Perot movement was fed a lot by talk radio as well because of balancing the budget, getting expenditures in line and Perot and his kind of straight talk and all of that sort of thing was an important factor... and us realizing how powerful it was when you look at the percentage of votes that he got as the third party candidate. [TELEPHONE RINGS] I am on the receiving end of lots of... telling Gingrich to stay out of *New York 23*... that's what is going on.

S.M.: You talked about having the proper, you know, speaking to the people with their own language. Did you...

J.G.: What I mean by their own language is using words that... it's getting out of the political speak, getting out of the cliché that normally kind of flows easily into the political lexicon of candidates because they kind of copy what they hear incumbents say, what the news media say, so they're in words that might not mean anything to people when they have their kind of what I would call their kitchen table or family discussions about what's going on in the world.

S.M.: But was it you who emphasized the need for this translation or did you let them... did you let Limbaugh do...

J.G.: No, no, no... we, no,.... we really emphasized that.... one of the ways that Frank Luntz was important, he was a pollster who was important and, and has worked with language as much as anybody in the political realm, in terms of when you are trying to convey a meaning and a message to people, you know what it is... and the classic example of utilization of words and talking about in a way that people understand, is taking the "Inheritance Tax" and turning it into "the Death Tax" because there's a real difference when people.... And when you're not talking about "*oh those are the Rockefellers, those are the Mellons and those are the Scaiffes*" vs. the small businessman, or the farmer who can't leave what they've earned to their children because they have to pay the IRS. And we would relate it in a way that said that it's fundamentally unfair for families to have to visit the undertaker and the IRS in the same week. So it was: "*Oh I get that*", you know, which is why.... which took the "inheritance tax" which was popular with people.... named and recategorized as the "death tax," which was incredibly unpopular with people. So, use a language that people understand, words that have meaning and can drive political outcomes.

S.M.: For instance when there was this debate about the Anticrime Bill in 1994, I recall that... I think Limbaugh used the term "It's a pork bill, it's a new socialist pork bill"...

J.G.: hum-hum... that's true...

S.M.: ...would you ascribe that kind of language to him directly or to you?

J.G.: No, no, no ... and as a matter of.... I mean he's.... in many ways, we would pick on what he said because he has a real gift for this as well, but you know the.... But the real part of the Crime Bill, that actually... I mean... there were two pieces of legislation, but the Crime Bill itself had this incredible component for 'midnight basketball', which... it was named 'recreational thing for convicts' which we renamed 'midnight basketball', which everybody got, you know, immediately. But the other part of that was that the Brady Bill was passed at the same time which was a handgun control thing, which got all the NRA folks and the gun folks energized about the election on the opposite side. But remember that this is a cycle when

you had the largest tax increase in American history, you also had gays in the military for the first time, you also had an anticrime bill that looked like it was pro-convict as opposed to pro-victim, and you had a gun bill that limited people's right to hunt and use firearms, so it was a national building of a constituency on the right that also both understood and the language and the terms of what we were talking about.

S. M.: Ok. I would like to go back to what you said on what you called *'the cultivation of this relationship with the talk radio hosts'*. Could you give me a concrete example of how you interacted with them? Did it take the form of memos or daily contacts? For instance, this bill that was presented to reform the modalities of lobbying and grassroots that was also discussed on *The Rush Limbaugh Show*, how did it all function?

J.G.: I don't know, I can't tell you that. I would be making it up if I did.

S.M.: Ok. Alright. Do you remember when Gingrich and Limbaugh met together? How did Limbaugh realize...

J.G.: Well there many... Well number one, they knew one another...

S.M.: Oh ok, they had known one another...

J.G.: Limbaugh came to campaign for Newt in 1992 in his General Election campaign in the new congressional district. He came and he spent the day in North Atlanta, they were together. The second thing is that Gay Gaines—Gay Hart Gaines who was from Palm Beach, Florida—was the next door neighbor of Rush Limbaugh. GOPAC was the operation that Gingrich headed, that was in addition to the other activities that were going around, but GOPAC was one of the organizations that did that. Limbaugh came to town to do... to speak to our charter meeting at GOPAC and of course he and Gingrich would have been together at that time, and they had frequent contacts with one another.

S.M.: So that was in 1992?

J.G.: No, no, when he did the GOPAC chart meeting was in 1994.

S.M.: Ok...

J.G.: So they had frequent... frequent but informal contacts with one another.

S.M.: ...ok because I have this this quote from John Fund which I came across in a documentary on Rush Limbaugh, and John Fund said that, as he was talking about the first time that Newt Gingrich saw Rush Limbaugh and said: "I watched his face and it was almost as if he had made some transformational discovery like *'This is big and I want to be a part of it'*".

J.G.: Could be.... But I wasn't there so I can't comment on it because I don't know about it.

S.M.: **Something I am interested in after the period when the shutdown happened, when there was this sort of confrontation between Clinton and the Speaker. After that, there seems to have been a moment when the two of them started to want to compromise or at least to find common ground and had to sort of stave off oppositions both from the liberal part of the Democratic Party and the most conservative part of the Republican Party. As these transactions went on, did you have conservative talk radio in mind? How did it factor in at that time? Was there any fear that probably conservative talk radio would not support you because you were trying to find common ground compromise?**

J.G.: Well I am not sure that Newt would be the person who was willing to find common ground and compromise. But remember, there are several factors at work here. We are now in 1995 January 1995 when the shutdown was over and actually who ended the shutdown was Bob Dole, who was the Senate leader, who was also running for President. So what that did was...with that, that kind of changed the dynamic. And then, what happened was you had the drive for the balanced budget which was going.... which was alright. We tried to cut spending, we had passed, you know, the line-item veto and then we went into a phase, as I recall—and remember this is a long time ago, and you know, you have probably spent much more time researching this than I have ever spent thinking about it—but in any event, as I recall, there was a dramatic fight that went on between Clinton and Gingrich and the House and the Presidency over balancing the budget and when it could be done, how soon it could be done, how much there was to cut and whether or not you would be using Congressional Budget Office numbers or the White House estimates. And that probably.... my guess is that went in until 1996 but there was a fight that was carried on almost all of 1995.

S.M.: **But the period I am referring to is precisely the period that came afterwards when they realized that they had to find some common ground if they wanted to get something done and my idea was that... you remember that...**

J.G.: I don't know, there are always people who thought that we had given away too much, they were on the far right, there are obviously people who thought that Clinton was giving away too much but there... but also at that same period of time, were a series of tax cuts Medicare reform, and the big one of course was welfare reform that were a part of the balancing-the-budget process, as part of the fight that was going. But I would say that there was disillusionment on the part of hardline conservatives when they thought that the government shutdown had collapsed, and so we felt more pressured from the right than we did from Clinton to compromise, but as we approached the 1996 elections and the opportunity to reelect the first Republican Congress in 72 years there were many things that had to be done and passed so that there were a set of accomplishments.

S.M.: Ok. But at that time, your team was not thinking “Oh if we compromise too much we won’t have Limbaugh’s support”? How did you negotiate that?

J.G.: I don’t think it was negotiated. I think that we made every opportunity to communicate on kind of where we were at, and what was going on so that they can know. Limbaugh’s not a person, although there were a couple of times that Newt went on the program-, he’s not a person that put other people on. There’s a great story that we had... [TELEPHONE RINGS]

S.M.: If you wanna pick up I can stop the recorder...

J.G.: No that’s alright... I have to do a scheduling call that I’m five-minute late for at this point, so I’m running behind, I’m sorry, can you just step outside for a minute? We can continue this after.

[BREAK]

S.M.: We are still on this idea of nurturing the relationship and you said that Limbaugh was not the one to invite people...

J.G.: ...generally speaking to be on his program. Occasionally he would let Newt come on during the course of this period of time because of course he was a huge supporter of the *Contract with America* and the concept that was being it of being for something, being specific about it with the electorate and then actually doing something about it. So he was there. I can remember times when Newt appeared on the program, that he was a Limbaugh guest on the program.

S.M.: Otherwise, apart from that there was no other form of communication between the two to sort of emphasize the need to have support for a particular...

J.G.: There might have been conversations. I am sure... I am sure... I do not know factually but when something was vitally important when Newt felt that Limbaugh needed to understand to be accurate with his listeners about what was actually transpiring, they would have non-program telephone calls, as in “*here is what you need to know*”, it was never, “*this is what you need to talk about, this is what you need to say*” but “*these are the facts about what is going on at the present time, this has been my reasoning for what I have done and I just wanted you to know that*”. And they were those kinds of informational kind of talks between Gingrich and Rush; how regularly they were done, I have no idea.

S.M.: So more of a factual update. I will finish on the idea of Limbaugh’s and others’ political relevance and their influence. There was a gathering in Baltimore just right after the election of November 1994 where the freshmen of the Congress, the Republican freshmen were invited and Limbaugh talked at this gathering and I think he was introduced by somebody who if I recall said that because he had such an impact, this 104th Congress was the ‘Limbaugh Congress’. What is your assessment of that?

J.G.: Well, I don't know.

S.M.: Was he really? Or was he just...

J.G.: You know, as I said, the kind of introduction of talk radio as a force politically had started in the late 80s and got bigger and bigger and bigger, and clearly one of the outcomes, when you look at the post-election analysis of the 94 campaign was that, for the first time, for the first time ever, you had 90% of the conservatives, people who considered themselves conservatives, actually voting for the Republican candidate. Usually this is somewhere around 75% or so, so that was an increase in... remember that this election occurred because there was a 9-million-vote increase in the Republican vote over the 1990 midterm election, and there was a one-million-vote decrease on the part of the Democrats, so there was a 10-million-vote swing. Part of that came from Democrats staying home; part of it came from conservatives being more energized and voting Republicans. Primarily Limbaugh's audience is a conservative audience but not necessarily a Republican audience. So that is one of the reasons why it was deemed that Rush was responsible for the 1994 election, and I am sure, invited by the freshmen members—there were 72 of them or 74 of them...

S.M.: 73...

J.G.: ...73 of them—they were eternally grateful for the work that he had done and wanted to honor him at that point and of course they would say it would be the Congress that Limbaugh elected. They wouldn't say: "*Come and talk to us and be a part of that operation but you didn't do anything!*" But I am sure that he was one of the principle reasons why we were able to communicate as effectively and to convert conservative Democrats and conservative Independents into being Republican voters in this election.

S.M.: So this is how he fits in the realignment that you mentioned at the beginning. On the long run, what would you say is the effect of talk radio?

J.G.: I think that part of the great phenomenon right now, of the expansion of talk radio, the expansion of the internet and blogs, the expansion of cable television, and in an era where people have more access to more information and can get more information than ever before, they also have an ability to isolate more and more and they can shut themselves off from opposing views they can only listen to things that reinforce their positions, they watch television that reinforces their positions, they read blogs that reinforce their positions and internet sites that reinforce their positions, and what it can do is that it can polarize on the right and on the left more so. And you combine that with the technology that is available to draw congressional districts now, the internet, and what you have is a more polarized Congress. And talk radio had some involvement with that. They would also say that the mainstream media had a lot of involvement with that by driving people to different channels because they felt that the mainstream media is so unfair.

S.M.: And its effect on conservatism? Do you think it reshaped conservatism?

J.G.: I think that it has provided for conservatives who need to understand what is going on and feel that they don't get information either communicated through the mainstream media or even effectively communicated through the leadership in Congress or in their party, an opportunity to learn more and understand more clearly from their perspective what is going on. And in that way it has kept a much more energetic conservative base than you would have otherwise, and perhaps has perpetuated the 24/7 campaign that seems to be going on endlessly.

S.M.: You wouldn't identify any effect on the doctrinal area. Did talk radio shape a different type of conservatism?

J.G.: I think that it has shaped a more activist form of conservatism and I think that it might very well be a more hard-edged conservatism; at least it is a galvanizing kind of conservatism.

S.M.: What about –and this will be my last question because I don't want to take too much of your time- what were the other hosts that you had probably links with at the time?

J.G.: I've been trying to remember, but obviously Sean Hannity was in Atlanta at the time. He was the host of our election night party in 1994.

S.M.: But he was not syndicated...

J.G.: I don't believe he was syndicated nationally at the time.

S.M.: I think he was syndicated in 2001...

J.G.: Oh it that when that went on? And a lot of... but you know Rush was really the... was really the... the big one.

S.M.: What about Michael Savage?

J.G.: Michael Savage was, Dennis Prager was, you know from the West Coast, and then you I think we had.... But I don't remember

S.M.: Gordon Liddy?

J.G.: Yeah... he was here in town... but I don't think Laura Ingraham was there yet.

S.M.: I think she started in... she started as the same time as Sean Hannity nationally but she was not there yet. This is why I've been focusing on Limbaugh because he's obviously the person...

J.G.: He's the biggest personality, he has the biggest listenership, he has the widest span across the country and he's the most dominant personality.

S.M.: **And would you consider that now he's become mainstream media himself...?**

J.G.: He's become what?

S.M.: ... because his ratings are so high...

J.G.: He's big, he's big but he would be insulted if you said: "oh, hey! Now you are part of the mainstream media!"

S.M.: **I'm not suggesting that mainstream means liberal when I say that...**

J.G.: Alright when you say big... You say mainstream because it's large?

S.M.: **Yes.**

J.G.: But then you would also have to say that *Fox News* is also based on that.

S.M.: **Absolutely, yes, this is my point. Alright, well thank you, thank you very much for your time.**

J.G.: You're welcome Sébastien.

ANNEXE N°4 – Entretien avec Tony Blankley

Tony Blankley

Porte-Parole (*Press Secretary*) de Newt Gingrich

Entretien conduit à
Edelman, International Square Building, 1875 K Street, NW Suite 900, Washington, D.C
20006

Le 28 janvier 2010

Sébastien Mort: The topic of my dissertation is conservative talk radio as a whole, so I'm interested in the history of conservative talk radio and its influence on the post-Reagan conservative movement and also in the Republican ascendancy of the late 20th century. So basically there are two points of access that I'm interested in. The first is conservative talk radio as instrument of dissent, so an instrument to voice dissent, but also as instrument for politicians to organize the grassroots. So basically that's my approach. So I'd like to start by asking a very simple question about your work with Speaker Gingrich. You started working for him before the campaign...

Tony Blankley: Oh yes. I started working with him in January of 1990.

SM: So since you worked with him on four campaigns, if I'm not mistaken, what I would like to know is how different the campaign in 1994 for instance was from the campaign in 1992 from a communication perspective.

TB: There was no comparison. Before I'd gone to work for Newt in late '89, Newt had just become the new whip, that is the number two position of leadership in the House, and he got into a big brawl with a guy named Ed Rollins who is a friend of mine. Ed Rollins had run Reagan's re-election campaign. Then after the Reagan administration ended in January of '89 he went and became the chair of the congressional campaign committee. But in October of '89, he wanted to have...The campaign committee raises money and helps the congressional party get elected and defeat democrats. And democrats have the same thing, DCC. Newt wanted to run a nationalized campaign and we thought that it would make sense for Newt to perhaps have someone near him who was close to him. The '90 and '92 campaigns were just standard campaigns: there was no national theme for the Republicans, the party raised money in the usual way, you have the young leadership help where they could, but not having a strategy, not having a message set, other than, at a very, very tactical level, trying to get more coverage for candidates and issues, which is typical congressional campaigns. Congressional campaigns usually don't have any particular coherence to them, unless their party holds the

White House and then the president tends to define, whether the congressional party likes it or not, they've got to run with it, as we're watching now with the gentlemen, and you're seeing them, by the way, bristling and running away. So '94 was a completely singular campaign, it was one that Newt had believed was necessary for Republicans to gain a majority from the time he got to Congress in 1979. Have you talked to Joe Gaylord, by the way?

SM: Yes.

TB: Well then you know about all this from him. I mean that Joe had worked for the campaign committee, Newt went to the DNC and the congressman who ran the committee had his ideas to take over the world and Newt didn't want anything to do with him, and he assigned Joe to keep Newt out of his hair and then Newt sort of converted and still is to this day. So Newt was always looking for an opportunity to nationalize. We used to hold planning sessions, looking at the national scene and trying to define things, both in culture and in politics, that could help nationalize to our advantage. And part of the concept of—in any campaign there's a negative and a positive. The governing party, you want to disparage the governing party and you want to push your own agenda. And we were driving very hard the fact and issue of corruption in the Democratic majority. This was the beginning, at least for me, when we really started working more closely with talk radio. We knew of scandals to be revealed, we had newspaper reporters. Paul Rodriguez of *The Washington Post* was willing to report on evidence of scandals. And we had the potential of talk radio, which had not yet been galvanized at all. Keep in mind that I think Rush started in '89.

SM: He started in '88. August 1st, 1988, on the national. But he started in '84 in California.

TB: I remember a friend of mine from L.A. calling me one time in '90 saying, "Boy, you want to listen to this guy Rush Limbaugh."

SM: So that was when you discovered him.

TB: I mean, obviously *I* didn't discover him...I just stumbled across it. And I started putting together lists of talk radio shows, most of them were conservative, and producers' names and hosts' names and phone numbers and at that time fax, because obviously at that time there was no email. It was what '95-96? I mean, fax was the cutting edge technology for communication. I don't think it was until '96-97 that email became so important. The challenge was to fax numbers that you needed. And then of course who owned fax machines? There would be like one fax machine in any shop, whether it was a radio station or something. And was the press secretary managing it? Who's managing the fax machine? Are they going to hold the stuff or are they going to pass it on to the boss? And so it was a lot of tactical stuff and how do you get to who you need to get to when there's one machine in an office of five, ten, thirty people? But in any event, we started, just randomly, I mean we were in the business of calling up news organizations and telling them what we thought was the news of the day and we thought the news of the day was that there was a scandal, along with other things. I

simultaneous was maintaining...I started off...I already had national media. We had our own press secretary who did Georgia media and so national media for Washington. Our objective was to have an ongoing conversation with all the key reporters and producers that mattered in town. So there might be 25 people who I thought it was important for them to have an ongoing understanding of our view of the world, and not just calling them when a story breaks but having working relations with the *The Washington Post* or whoever I can get to and someone won't talk to you because you're in the minority and over time you develop...So that's sort of the conventional, traditional pre-talk radio way that you go about getting your message out. At the same time, you may be driving, you may have your staff driving messages out to various regional... but the job of the press secretary was to work the key, elite reporters at a level of impact that is so much greater than it is now. As I was doing that I was also starting to talk to radio show hosts and say, "we have an interesting piece of information, we can't prove it yet, but we've got one source who's willing to say that stamps were sold, were *given*, to a Democratic congressman. Now the major news outlets weren't covering it—understandably, it wasn't.... Now, as a Republican, my bias, our bias, as conservative Republicans, we've always believe that the mainstream media, overwhelmingly populated by liberals and Democrats. The polls show it: 9/10 of journalists and reporters are Democrats. And not necessarily maliciously, but by their consciousness, they tended to report the view through the prism of liberalism. So a bunch of stuff that we think is important won't be seen that way. They'll see us in caricatures, stereotyped terms. So if a conservative supports business, it's because we're in the pocket of big business, not because we believe in free markets. So if a liberal reporter sees that, he'll just write a line about "Republicans inevitably supporting the people who give them the money". So you couldn't get a developed story about what you were really about, about what you thought was really important. We may think that unions' suppressing the ability of people to oppose membership is a big news story. But if you think it's important for workers to be organized, and the only people who are opposed to that are cats paws for big business, then you're not going to report heavily on the heavy handedness of unions in their organizing efforts. So it's a news decision based on what you think is important or not. And because the mainstream tended to see the world in the conventional, post-FDR period liberalism, plus in just opinions, and they just didn't think that what we thought was news was news, so we couldn't get it out. Now you have talk radio come along. Everyone says, why is talk radio overwhelmingly conservative, and has from the beginning and remains American? And I think there's an obvious reason, because most conservatives in the country think, whether we're right or wrong, that the mainstream media is biased against us. So we're looking for a place where we can get the news reported and discuss the way we understand reality. On the other hand, if you're a moderate liberal Democrat, you're pretty satisfied with the way *The New York Times*, *The Washington Post* and CBS and CNN are reporting stuff, so you're going to go there for most stuff. You might also listen to a radio show, but that's not where you go primarily. So because the consumers didn't value—conservatives didn't value mainstream media—talk radio came up and had all these consumers ready to listen, ready to come to it. And that's why it continues. The day the mainstream media—if one still exists in ten years—were to genuinely be down the middle, in the judgment of conservatives, that would probably be, not the end of talk radio, but it would take a lot of its energy away from it. So, we got talk radio to begin to start reporting stuff.

SM: Can you date this? Do you know what moment? Was it before '92 or was it already in '90 that you started approaching them?

TB: You're doing academic work so I don't want to just be... I don't remember. I never kept any notes because my experience in the Reagan White House was that at some point, you're going to be subpoenaed. I was in the Reagan White House and, as I was working for Newt, when politics get your boss under the scope of a prosecutor, then they're going to subpoena everything you've got, and they you either have a choice between not keeping anything or lying and being a felon. And so choosing not to want to do either I've never kept any papers, which is bad for writing memoirs but good for...

SM: Just ball park...

TB: So I mean, the truth is I can't remember whether it was '91—it was no later than '92—whether it was '91 or not, I'm not sure. I don't think we were reaching out much. Somebody, I'm sure some Republican press secretary was reaching out to talk radio in 90 but I would say, no later than '92, and I think from my shop, no earlier than '90.

SM: So that's basically the pivotal moment when you realized....

TB: Yeah, somewhere around the '91 period, because you became aware of Rush and there were little Rushes all over the country popping up and it was hard to keep track because sometimes they'd come and go quickly. It's a lot of difficulty just to have the contact data for these people. They go off the air, the programs shifts from being drive time to midafternoon. And it remains today hard to keep track of who the producers are and when their shows are on. And we've got talk radio stations here in town where the drive time on 570 AM which is one of the talk radio stations here have gone through five drive time different hosts in the last year or two. So, as to keeping your records pretty close, you don't even know who's on the air, and if you're not in the town where you can listen to it.... So by '92 and into early '93 we were much more systematically accumulating records and making contact and trying to have them help drive the news to the point where mainstream media will start covering it. The mainstream media, even if they don't want to cover something, doesn't want to be in a situation where their readers are interested in a subject matter and find out that they have to get the news elsewhere. A big example of it: when John Kerry was running for president in August of 2004, and the story about the *Swift Boat Veterans for Truth*. I met with the Swift Boat people immediately, I reviewed their book in my column, I was an editorial editor of the *The Washington Times* and I did an editorial or two. For the first two weeks, no other newspaper in the country, any real daily newspaper, was reporting it. Even *The Wall Street Journal* editorial page, which is conservative, didn't talk about it. Cable TV—Fox and all the rest—didn't cover it much. It was only covered by talk radio and my little feeble efforts.

SM: And what was your capacity?

TB: I was editorial page editor of *The Washington Times* at that point, which is sort of the second conservative editorial page in town. But, for instance, I wrote my book review of the book and then a lot of talk radio stations started reading or summarizing or reporting my review of the story and talk radio went right into that story, and they would've without me, I mean they were going to go there anyway, but talk radio's always looking for content. Their guys always got to keep talking with sources. So one of the things I always did at *The Washington Times* was to recognize that our editorials were perfect content for talk radio. We made sure talk radio knew what we were editorializing and sometimes we'd be out in the country and hear them basically reading our editorials. Sometimes they gave us credit and sometimes they didn't but the point was that we can do a smart editorial here in Washington and we can only reach our readers, a 100,000. If it gets picked up by Rush it reaches 20 million. So it was a multiplier effect that allowed talk radio to drive that story for two weeks. Now during that time John Kerry did not respond on the theory—I knew afterwards because I've talked to people very close to him—and held a perfectly reasonable proposition that, “Gee, the media's not reporting it, it's just on talk radio. They're just talking to their own people. Rush Limbaugh's listeners aren't going to be voting for me anyway and if I respond I make the story bigger and then *The New York Times* has to report it because I've talked about it so I'll just keep radio silence”. Except that two weeks after the story started being pushed by talk radio, *The New York Times* did a poll and found that 70 some percent of the general public had heard enough about it—obviously only by talk radio because the mainstream media was not reporting it—that they had an opinion that was negative toward John Kerry, so then he had to start talking about it, but he got out too late and he lost the election in August of 2004. And it was because they assumed that talk radio only reached the true believers, but in fact people get information by osmosis, second hand, and the radio... somehow the stuff gets out there. Not only conservatives, by the way, listen to conservative talk radio. Lots of liberals like to listen to it and be angry at them. So that showed that talk radio could reach not only to the base of the Republican voters, but out to a good working majority of the electorate.

SM: And set the agenda for other media outlets.

TB: And then *force* *The New York Times* and CBS and CNN and *The Washington Post* because if you're the editor of a paper, there's nothing worse than thinking that your readers are having to go somewhere else to get news or opinion that they expect to get from you. The editor in chief of *The Washington Times*—I went to work there as editorial editor in 2002, and he left me alone—he gave me one piece of advice—Wes Prudent, who is now retired—“our readers want to know what we think about events of the day. Don't waste time getting it to print. Don't wait three days. Our readers expect to find out what to think... at least they want to know our opinion right away and if we don't give it to them they'll go somewhere else so make sure we're giving it to them on a timely basis”. The advice he gave me. But it was important because whether you're a liberal *New York Times* reader or a conservative *Washington Times* reader, you like to think you're pretty well-informed and you mean

“someone at a cocktail party tells me something I should have known and I didn’t see in my own paper”. And so that’s how you can drive... the way I always used to try get... at the time Dan Rather had the biggest evening news show. You couldn’t get on Rather’s show. The three networks literally, and I know this, on national political stories, they open up *The Washington Post* and *The New York Times* to see what is political reality, and most of the time they don’t report a big political story until it’s been either reported or commented on editorially by the *The Washington Post* or *The New York Times*. Unlike if it’s a train crash or a plane or something, then they use their own judgment, but they sort of defer to *The Washington Post* or *The New York Times* for political judgment. So if we want to get on the evening news we first have to get in to *The Washington Post* or *The New York Times* and if we want to get there, what do we have to do to get them talking about it, so you kind of work up the food chain. And talk radio, and I don’t say this disparagingly, is at the bottom of the chain. Another way to say it is that it’s the foundation of news, if you want to be more positive. You know, shrimp or whatever those little things are that swim around in the ocean that make it possible for humans to eat tuna, you know because different fish eat different things and eventually... so without them you don’t have the big fat fish and we can’t eat it. And so talk radio not only drove big messages during election cycles but routinely put information out there that other news organizations, much below the elite media, would start reporting on and columnists would pick up from talk radio and eventually you would move up the food chain and you’d maybe get someone on cable television to throw in a line and then *The Chicago Tribune* or *The Miami Herald* or *The Atlantic Constitution*—some upper middle paper writes it—then *The Washington Post* says “we’d better get into it” and they start reporting it then the networks say “we’d better report it. We’d better comment on it.” So you can’t understand the full impact of talk radio without understanding what was and still is, I mean the top’s failing, obviously, but while there’s still an elite media and there’s still gatekeepers as there are at the three... I mean even in the degraded state of network broadcast news you still have watching on ABC, CBS and NBC 20-25 million watching the evening news; on Fox, watching news, between 2 and 4 million, on MSNBC and CNN, you know less. So at any given time, with all we hear about cable news, you’ve got, maybe, at 7:00 in the evening, maybe 4 million people watching news and 20-25 million watching on ABC, CBS, NBC. Now that’s going to fade out because they’ve got lousy demographics. They’ve got older people watching. For the time being, that, even in the miserable state that it’s in, you still reach an awful lot of people when you get on the evening broadcast news, so the food chain still exists. So every time Obama attacks Rush, which is at a tactical level from the White House’s point of view, of course has 20 million listeners. And then all the other talk shows talk about it, and then cable talks about it, and then very often the evening news has to talk about it and has to be reported in *The New York Times* or *The Washington Post* and in their sense of balance there’s going to be Rush’s side of the story and the President’s side. So the President has elevated the talk show host up to get his message in the evening news, 25 million people, most of whom don’t listen to Rush, are getting. So you have to see the whole thing as an organic, an ecosystem maybe.

SM: So was it the same strategy in '94?

TB: Oh yeah.

SM: This is how you started realizing the snowballing effect?

TB: I mean I worked in the Reagan White House in speechwriting and communication and this was when the only thing they had was CNN and no other cables and obviously no talk radio to speak of. Even then, and even working in the White House, anyone could see there was a food chain and you're always working the food chain. And what credible third party do you need to get quoted in a fourth level news organization you hope it's going to get picked up. So once talk radio came along it became obvious pretty quickly that it was a powerful driver of information, not only to the people who were listening to it, but up into, and infesting if you will or informing, the broader media. That's why it's such an extraordinarily powerful force. When I worked for Reagan, the only way we could get around the elite media—everyone at the White House wants to get around the White House press corps, it doesn't matter if you're a liberal Democrat—we'd take the President out on the road, and he'd go into Sacramento or Wichita, and you know the Wichita Eagle Beacon, and the President of the United States in town for the first time in 55 years, you know you're going to get good coverage. They're going to be in awe if the President comes in Air Force One, with limousines, guys with machine guns; of course you're going to get good coverage. They're not going to be cynical guys and women as they are in the case of conservatives. So that was the way we had to go around them. We'd go out and, the President would go out, and we'd get good provincial coverage. It didn't go up much then, but at least you got your message through, because otherwise, even the president of the United States, unless you went live on television, which you could only do about twice a year until you start losing audience share, is to go to these people who work for the *New York Times*, etc. So, what talk radio did was give a huge new opportunity to drive the message with a group who generally shared our views. In... it may have been '95...we were working more closely with talk radio in the fall election cycle. It started in late '91, but it was just bits and pieces, and then as we started moving closer to, we knew what our strategy was broadly for the '94 election, I mean I don't know what exact moment it was... We were pretty solid by the end of '93, both Gaylord and Newt and I were with Haley Barbour in a bar in Annapolis for the Republican National Committee and Newt was pitching him to pay for an ad in Mississippi for our contract. Newt had long had the concept for *The Contract with America* and Haley said "I'll do it" for a couple hundred thousand. It was right around the end of '93. So no later than then we knew what our strategy was and we knew what our basic messages were going to be. So that's when we much more systematically started developing... I mean, we were already doing it, but it stopped from being bits and pieces to being a coherent system. I'd gotten Newt and Rush together and they had talked. I didn't know Rush. I had gotten to know his host, Kit Carson, and we were chatting on the phone pretty regularly and it was sort of a conveyer belt of our thoughts there. You cannot not withstand what people think—certainly not Rush—but most talk show hosts will pick and choose what they want to take, even from their friends. There are some shows that specialize in conservative cultural issues. There are some that care about the constitution a lot. You might have a court issue—a legal constitutional issue—and you might think it's the greatest thing in the world but the talk show host who likes you and interviews your boss on a regular basis and all the rest, doesn't think his people care about

that and so they won't carry it. And with Rush, all we could do is say "here's what we're talking about, here's some interesting stuff", and he does or doesn't pick it. He and Kit, and whoever else was advising him, made their own judgment of whether they use it. It wasn't like we could automatically send it and give it to them and they'd put it up on the air. His primary job was to have a successful show, not to be a conduit. And most talk show host, not all but a lot of them, have very strong convictions. Rush knows what he believes and he knows what he doesn't believe and he didn't believe in Perot when Perot came along and he knew a lot of listeners did, and he just made fun of Perot at a time when he thought he was losing audience because they all loved him and he saw through Perot—again, convictions to risk his extraordinary broadcast, by sticking with it. So when you look at some of these people, they have at least as much conviction as a politician or a journalist and Rush was willing to bet his career and his business on that. So I don't want to suggest that we could feed them stuff and they would take it. We would share with them what we thought was important and if they liked it they would go with it. Sometimes they did, sometimes they didn't. But it's certainly the case that the talk show host, and eventually it got to the point where we were mechanically sending out plenty of information to all the talk show hosts or their producers to know what our message of the day was. For a minority congressional party that's normally the only way you could communicate nationally, because in the Washington press corps, conservatives are sitting on the back benches. Their press secretaries have to go to their local television, radio, and newspaper to get the message, if the congressman wants to be on the same message that the ship does. But very often the congressman doesn't want to be. He's a Republican but the only thing he wants people to know is that he's bringing home the bacon or he already cares about a certain issue. Although theoretically you've got 150 or 180 or 200 congressman all with press secretaries all around the country, theoretically you have a big organization for driving a national message but most of them are just doing what their boss wants because that's their job and their boss may not to waste time, "No I don't care about what Newt's doing. You let 'em know that I just got that bridge built. That's my story for the day. Newt's story is corruption in high places." We didn't have, as a practical matter, an ability to drive a national message without talk radio. What talk radio gave us, not that we could control it, but if we gave them good stuff, put it out, enough would pick it up, we were driving messages to scores of millions of people and we were driving messages, I think in the period of '92-'95, I think we in the minority were driving our message more effectively nation-wide than the majority Democratic speakers—Speaker Foley and Daschle—and it was because of talk radio. Couldn't have been done without it. They couldn't have had the role they had if we weren't liaising. I mean they could, but the chance of them having a coherent message, a message of the day...

SM: So there was an effort to cultivate this relationship...

TB: Oh of course. In '95—we won the election in '94—we wanted talk radio to be able to come to Washington and work under the dome and cover us. The radio and TV gallery in the capitol under the dome, although it's physically a building that Congress has provided to the media, it is run by the radio and TV news outlets and they can decide without credential to have come in, to use the facilities, would not credential talk radio. They would credential

ABC radio, and that may be WABC in New York and Rush may appear on WABC in New York, but Rush's producer couldn't use the facilities. Only network ABC producers. So we couldn't force them. I guess we could change the rule, but we didn't want to get in a battle with them. Because the speaker controls the physical space of the capitol, we simply opened up our corridors and extra rooms to talk radio. They literally came to town and we had rows of them and they reported on the activities of our congress. And of course our congressmen would go up and down the rows and do interviews with their hometown talk radio station. Most of them local, one city station, we had over a hundred and we did that a number of times. So we were in active coordination with them. They could say, "Reporting from the nation's capital this morning, I'm just down the hall from Newt Gingrich's office. Here comes Tony Blankly, his press secretary. Tony, tell us, what's going on?" So it was that close a working relationship and we drove a very powerful message. We combined that when Newt became the speaker with something that he then cancelled. We started holding a morning press briefing on TV. There had always been what was called a pen and pad briefing where the speaker of the house would meet with local reporters and reporters could only bring in a pad and pencil. They couldn't bring in a microphone or camera. So when I came in, I changed it and said, "*Why should we discriminate mikes?*" And we set up a morning press briefing that Newt would give. So we were pre-empting the White House's press briefing. The White House always has the advantage that sometime around midday, the White House press secretary sets the news for the day: here's what the president's doing, here's what we're fighting for and this is sort of a report of that and check to see what's going on in the things that the president's doing. So I went, "oh if we did it two hours before them?" And Newt was coming out and saying here's what we're doing today and letting the White House react to us so we're getting not only talk radio. Now it became a very combative relationship and the White House went to war with Newt and Newt... eventually we joined the battle and it became exhausting. So eventually after a few months we had to cancel it. I thought we should have kept it going, but Newt decided he'd had enough, people had recommended cancelling it. But for a while we were not only driving our own communications to talk radio, but we were also driving the national media each day. I mean that's how dominant we were able to be that the entire media from the top to talk radio was responding and working their stories off of our view of what the news of the day was. And you can go back and look at news coverage between January and April and I don't think you would ever see anyone other than the White House, and probably not even the White House, so comprehensively dominate the subject matter of the news of the day from talk radio to CBS to the New York Times. From the bottom to the top and we were doing it there. I mean the White House can always drive the mainstream media but they weren't operating...we were able to do both. And the Bush people never tried to....they worked with them, but they never had a systematic method. I think when a conservative Republican...

SM: You're talking about President George Walker Bush?

TB: Yeah, yeah. W. I mean I'm sure you talked to them and I'm sure they had their outreach to talk radio. But I never saw evidence of a systematic, strategic plan where talk radio was integrated into the daily message driving of accounts. It was sort of like they reached out to

them when they thought it was necessary. But anytime that a Republican who's pretty conservative is in power in Washington, there's no reason why what we did in those months in '95 couldn't be replicated and dominate news in a way that a president can't without talk radio, because talk radio, after all, is reaching directly 40-50 million people, and indirectly more as was proven in the vote event of 2004. So it's a tremendously powerful, and remains a tre...well the internet are obviously a new factor that's come in since then and you'd have to have a tremendous presence there to match the monopoly if you will. Not that it's not doable. I think it is, but you'd have to have a working hold of the blogs. It's just another module to stick in. But when you think about national communication, since the rise of Rush Limbaugh, you aren't nationally communicating if you don't have the talk radio in it. In part because they were simpatico, in part because we reached out to them, and in part because we reached out to them and in part the Democrats didn't and didn't try to. So it was sort of a magic mark.

SM: Do you recall any particular moment when you really had to work closely together? I'm thinking about the Zoe Baird nomination, the anti-crime bill, I know that sometimes, then-Representative Gingrich would call Limbaugh when he was on the floor because something was going on so people would turn on to C-Span...

TB: Oh yeah, I don't remember, but we were constantly coordinating between C-Span and talk radio. And not just Newt. I mean Bob Walker, who was on and off the floor. He'd come off the floor and get onto some other talk radio show. So we were traffic cops. Sort of strategic traffic cops. Constantly trying to tease him, but I don't remember individual events now.

SM: For instance George Stephanopoulos says that if were it not for conservative talk radio they could have got away with the Baird nomination.

TB: I was quoted somewhere saying we wouldn't have won in '94, W wouldn't have won in 2000 certainly, and he wouldn't have won in 2004 I think because of the Swift Vote, if it weren't for talk radio. I have no doubt that we would not have become a majority in the election of '94 for talk radio. Not only the ability of talk radio to drive a message to the mainstream media that was inclined either to not report or underreport. And by the way, I assume if you've at least studied journalism you'll at least understand the mechanism, very often what matters in national communication is repetition. I mean message matters, but if you repeat the same message 50 times, it's more valuable than if you report it once. So it may well be that mainstream media, a story they don't particularly like or they think is kind of... they say, "Who cares?"... all of them had a... every reporter... I've had a lot of friends at the *New York Times*... and who in their late 30s or 40s with a couple of kids at home with a working husband and a working wife didn't have a live in nanny? And for the vast majority of them, they were illegal Hispanics. I was careful—we had legal Swedes. Just because I knew that everybody was watching I could never take any chances and there's a USIA program for au pairs. But if you're a New York Times reporter and you've got a lovely young lady who lives in your home, and Zoe Baird, another professional person who has the same thing, is that a big deal? Eh, come on, everyone's doing it. So maybe they report it because the leading

Republican makes a charge and they report it briefly on page 18. That's not the same as banging away three hours a day to 40 million people about it. So it's not a question that they didn't report things, it's that they underreported it or they didn't report it often enough or they didn't report it conspicuously enough. That's why George was absolutely right: if it wasn't for talk radio, it would have been a little embarrassment and then the Republican senators wouldn't have had the courage to speak up because you don't want to be out there all alone but when the country is roaring about this then the courageous senator steps forward and is glad to, and obviously the time to kick somebody to when they're down. Only a fool or a hero kicks someone when they're up, because they might kick back. So politicians love to kick the opponents when they're down and it's talk radio that would bring them down then the politicians would come in to put the boot into their skull and put them out of their misery.

SM: Is there anything to say about the specificity of each talk radio...do you think they're all the same? What's specific about Limbaugh? There was also Oliver North. In '96 there was Mary Madeline, who was the first female conservative voice on the airways...

TB: Yeah, she was on a CNBC, my first television show—my second television show. My first national television show was a guest on...she was co-hosting with a woman...

SM: *Equal Time?*

TB: Yes.

SM: With Dee Dee Myers, I think?

TB: No, there was another woman before that.

SM: Jane Wallace?

TB: Jane Wallace, yes. Now Mary didn't persist long enough to build up a big audience. She's wonderful and a good friend and I think wonderful, but she did that for a few years. But that was a small audience, and it was good to have, but...

SM: Well she had 100...I think her show was syndicated on 100 stations when she left, so that's a reasonable audience...

TB: Oh no, no. I mean, it's all worth having. But you can't compare it with a radio show that's got four million listeners. I mean, Laura Ingham's got four or five million. I mean, those are just tremendously powerful forces. I mean, different hosts have different interests. They are good at certain topics, they may think that their audience is inclined...there are some shows...any time you do a book if you're a conservative—I've done two books—promoting the book is largely sitting at your desk and talking to two to fifteen radio shows a day. So I've talked to every conceivable conservative radio show around the country and you have to, an

hour and a half depending on the show. You have the same book and it's just fascinating to see the different angles the different hosts take. I wrote a book on the danger of radical Islam, and then the second book I did, *American Grid*, had a set of different policy issues that ranged from energy to the military to foreign policy, and the media and journalism. So the host could pick anything he or she wanted and it would be interesting... for some reason in the Rocky Mountains, they're overwhelming focused on constitutional issues. Always seeing Tenth Amendment, Seventeenth Amendment, they're seeing violations of the constitution. The Federal Reserve's illegal, it's got currency...very literal. So it tended to—talk radio in the Rock Mountain areas, this is an overstatement but it's surprisingly valid—to find some legal issue they want to talk about. I used to substitute for Ollie as a guest host on his show back when he had it; he quit it a few years ago. Ollie was across the board conservative issues, but he focused on military, foreign policy, because he was in Vietnam and he came to fame and that's his area of expertise and he was leading the fight down in Central America. He worked down the hall from me when I was in the White House. So if you go on his show, he's much more likely to focus on military issues rather than... I mean he was against abortion and all the rest but he didn't focus on social issues. He'd go to Los Angeles, and much more cultural stuff. You know, Hollywood, immorality in film. You know they're all conservative, they all have big audiences; very often the same person may listen to Medved and Ollie North in the afternoon or whichever way it is. But the host will focus on certain issues, on the national level and sometimes the prominent people at lower...in one city... You know what they like to talk about, so when you've got a topic that relates to something they like to talk about, you go to them quickly, or first. With someone like Rush, he doesn't do that much with social issues or cultural issues. He'll take a cheap shot at Barney Frank every once in a while, but by and large he's talking secular politics. So you probably wouldn't, if you had an abortion issue, you probably wouldn't waste your time pitching him.

SM: So who would you talk to for social conservative issues?

TB: Well Laura Ingraham, for instance, feels very strong. Now she does all of the political stuff too, but she gives a bit more of a cultural thing. I think she's a convert to Catholicism. I think she was sort of a lapsed Anglican Episcopalian from Connecticut. And then I think in a few years a few prominent conservative types—Bob Novak and others—converted to Catholicism, and they become very interested in those issues. They've studied them deeply. So I would go to Laura Ingraham if you've got a big abortion issue, a cultural issue. Hannity is sort of like Rush in his issue sense, basically he talks about politics, but he'll beat up on cultural stuff a little bit. You can go through all the political newspapers and magazines in Paris, and which ones care about which issues? Sometimes it changes with the editor, if the editor moves from one place to the other, he brings his... so you know what issues... they're all on the left, but they have different things they care about and it's the same thing with talk radio. And anybody who's trying to use talk radio to drive a message, pretty quickly learns those things or is not very effective at it because you're wasting your time. And producers, if you keep giving them stuff that they don't want, they're less likely to take your call, or not look at your email "Aw, he never...I don't want to read that stuff." So you've got to know your customer.

SM: So they're different but sometimes they know how to work together. I'm thinking about this "Operation Chaos" that Rush started in 2008 that was reverberated by Ingraham, by Hannity, there was a huge t-shirt campaign.

TB: In two ways. One, somebody like Rush can obviously drive something because every talk show host and his or her producer is keeping tabs on what Rush is saying because he's important, and because he's got a very shrewd judgment of what people are interested in and he also has a shrewd way of figuring out how to talk about it. So if he pushes it as something, a lot of people will follow on. There aren't that many others who can drive it just by themselves. Michael Savage out in San Francisco's got a big audience, but he doesn't get...there are also a bunch of feuds going on between talk shows and alliances. You've got the alliance of Rush, Hannity and Mark Levin. They all chat with each other and they go on each other's shows—well, Rush doesn't go on any other shows, but they kind of coordinate their friends. And then Mark Levin is in war with Savage and Rush other people and tends not to get into wars with other talk show hosts. But if you listen to Savage, he's attacking O'Reilly on television all the time. Mark Levin, who doesn't have any particular relationship with O'Reilly, is angry with Savage, and he calls him Mister Weiner, which I think was his name before he changed it. So there's a lot of that going on. The other thing which is interesting, is if you are doing bookings for guests, particularly books, which by the way, for some reason, all the talk shows in the last couple years have decided that book author interviews aren't as much of a rating draw as they used to think it was, so they aren't doing as many author interviews as they used to—well, the big ones. But if the publicist who is working for a publishing house can get an interview for you with Hannity or with whoever, with the exception of Rush who doesn't care about getting things first, he and the others—and particularly when they have TV and radio shows like Hannity and O'Reilly and Beck who've got TV and radio—if you go first on Hannity, then Savage won't interview. Or if you go on television with O'Reilly first then Hannity won't...so you've got to try to decide who do I want to lead with and who am I going to offend by going with them and then there are some people who will take anybody whenever they want. So there's a lot of gaming, at least by the producers, on behalf of their on-air talent, as regarding getting first...getting the gets. And that goes on completely independent of ideology. I don't do that, but the publicist, primarily what they do is book authors on radio shows, and they can give you much more detail. If you're interested, I can give you the name of somebody. Greg Muhler? Have you talked with Greg Muhler? I'll get you his contact. Greg's a wonderful guy. He used to be Pat Buchanan's press secretary, then he went out ten years ago and set up his own firms, I think it's C Communications or something, I'll get it for you. And he does most of the booking efforts for my publisher, *Regnery*, which is a conservative publisher, and he does it for others as well. So they work the phones trying to place authors on radio shows. And so you'd get a very astute assessment of all of the quirks and challenges and how different radio shows make their decisions, and that's something that most of us who are politicians or former politicians or on-air people don't know in detail. I sort of picked it up because Greg and I would have lunch and he'd sort of tell me what was going on. But it's another side to...it's the non-ideological

side to it. It's the business side, if you will, of talk radio. As opposed to the issues and the ideas and the politics side of it.

SM: I'll finish on the effect of talk radio on conservatism. Do you detect any particular effect, I mean we talked about the mobilizing side, but from an ideological perspective, does it define a different type of conservatism?

TB: Yeah, I mean in a period where there is weak leadership in the Republican Party at the highest levels as we are living through right now, and where there is nothing powerful coming out of our intellectuals and think tanks as in the 70s and 80s that can help shape conservative opinion. I think talk radio, clearly, can drive the positions of an awful lot of conservative politicians, most of whom are Republican but some Democrat. And we've seen this in the last election where basically Rush and the gang all decided after we lost the election that the path for conservatives in the Republican party was to revert to basic principles and not to start fudging and moving towards the center, what we call a rhino. After the debacle of the '08 election, after the debacle of the '06 election, the combination of the Republican Party and conservatives were sort of dazing on the floor, and it could easily, at a time when Obama was a seventy percent job approval and everybody was suffering from the crisis and wondering about what was going to happen in the world, conservatism, and certainly the Republican party and even elements of conservatism could be decided, "*Ehh, we better start getting into the zone where the country cares. We've got to move to the center.*" People like David From, a few intellectuals, David Brooks, briefly Peggy Noonan, not radio hosts but important columnists or in David From's case, he does articles he's a very smart guy, their gimmick was to say, "*We need to get into the zone. We can't just stick with the basics.*" But Rush and Sean and Laura and Mark and in his own weird way Savage, were all ferociously saying, "*Back to basics. Balanced budget,*" etc,... And when Republican congressmen disagreed with him, he'd take them on, if they took Rush on, he'd take them on, and then they'd get on and apologize two days later. So I don't have any doubt that at a critical moment when conservatism and Republicanism was weak at the knees and deciding which way to go, that it was talk radio in the period January to May or June that stiffened the ideological spine of the party and of the movement. As events have unfolded, it's worked out well. If events had gone differently, it would have been a catastrophe. If unemployment had not gone up to ten percent, if Obama had been a shrewder president and understood the legislative process better and not made a hash of it all, if he kept about 55 percent job approval, then there would be a lot of recriminations against the bombastic talk show people who...the Republican congressman either told the ideological line or risked it with their own voters because their voters were more loyal to Rush than they were to their congressman or senator, which they were and are, very often. So yeah, I think it was central. Now, we haven't had... the only time we've had talk radio as a dominant force with a really strong leadership at the top of the Republican Party, I would say would be Newt in the House. At that point, while everybody could do what they want, Newt was certainly shaping and defining what conservatism as practiced in national politics and what the Republican Party stood for. Other than that we've had weak leadership. We showed strong leadership early on anti-terrorisms and most of talk radio followed in behind him. Except for that, he showed weak leadership and they caved on

immigration and on rhetoric. One of their criticisms—one of my criticisms of W as a friend—was that he was not rhetorically supporting his policies and conservative Republican ideas at all. Not even trying to. So I think they tend to be a stronger voice when there are weak voices at the top. It would be interesting to test with the strength of talk radio now what would happen if you had a really strong, able, conservative Republican candidate for president who disagreed with Rush and Sean. Don't know what that world would look like. I don't think it's going to happen any time soon. No one's spotted a leader in a few years.

SM: So you're thinking we have no Gingrich for 2010.

TB: I don't see it. It's not to say... sometimes you don't spot leadership until... The example is Sadat. I remember when Nasser died of a heart attack, and Sadat came in, I remember, he'd have to be the only, I would argue, the only Muslim statesman the Middle East has produced in a while. His negotiation of statesmanship over expediency...When he was introduced, nobody...I mean, who knew? He was just, you know, Nasser's yes boss. And suddenly his moment came and he became a great man. So you never know. The guy next to you could turn out to be the great man and he just hasn't had the opportunity. So I don't want to arrogantly say they're not there; they may be in our midst. Certainly no one spotted any natural leader, and it's a topic of constant conversation, who's going to be...and obviously has the full package. But she's the only one that's capable, who's got stuck quality, who actually...she can draw thirty thousand people without doing any advance work. Reagan, in his heyday, could gather fifteen thousand people when he was president, in '84, '85. For her to just be able to drift into a town, some middling town, and draw thirty thousand people, and have them stand in line for twelve hours...now whatever one thinks about other strengths and weaknesses she has, anybody who can draw that many people and get that much attention is an asset. I mean, she's got her faults, as we all do, but with her exception, she's the only one who plausibly could challenge the talk show hosts. I don't think she's gonna, and I think she's made a mistake in going on Fox as a regular on talk radio. She shrinks herself by being there. But for the time being, I think that Rush and the gang will continue to shape how the Republican Party thinks about issues.

SM: So do you think it's appropriate to talk of this idea of kings—before kings were old enough to reign, there was an interregnum with a region. Do you think this an appropriate term... like in '92 when the National Review said that Rush was the leader of the opposition on full front cover...?

TB: This is my bias, but I would assert that...well in '92, Rush had a much bigger voice than Newt had. I believe that what Newt was doing ended up being the dominant...you know they were compatible, they were friends and...but I was in the middle of that and I think that it was clearly Newt's ideas that shaped the period '90-'95, with Rush as an extraordinarily indispensable, huge force in support. And didn't support him when he said things he didn't agree with, but nonetheless...So I'm not sure that I consider...I mean the whole Herbert Walker Bush period was an interregnum. If you talk about the interregnum from January '89 when Reagan retired until Newt's rise in '94, you could say that Rush was the leader of the

conservative movement, and then I think Newt, during that period, started deriding what was the dominant force, and then they moved together. They've had sort of a little bit of a falling out, but it could be fixed, it wasn't....Certainly now, certainly in the period from August 2005—Katrina—in the Bush presidency to today, talk radio has been the dominant force. And it is collectively, but Rush is just a huge piece of that collective. It's hard to imagine there would be this magnitude or this coherence of the same force without Rush. I mean when he lost his hearing, you know about this?

SM: In 2003. I think you wrote a piece about this.

TB: I did. I called him Beethoven, because Beethoven did his best composing when he was deaf. And so did Rush. I'm greatly appreciative. I have tremendous admiration...I mean the thought we were going to lose Rush...it would have been a strategic loss to the right of center political function in America. There's no doubt if Rush hadn't been able to stay on the air, if his hearing hadn't been ok, I think that, I've thought that it's only from '94 on, there aren't that many elections we would have won without him, I don't think.

SM: I thank you so much.

ANNEXE N°5 – Entretien avec Taylor Gross

Taylor Gross

Directeur de la communication radiophonique de la Maison Blanche
(*White House Radio Director*) 2000-2005

Entretien conduit à
The Herald Group, LLC, 1120 G Street, NW Suite 600, Washington, D.C 20005

Le 28 janvier 2010

SM: Do you mind if we just go over your resume, I don't want to be offensive...

TG: You're not going to be offensive at all. You want me to just tell you from soup to nuts real quick—from beginning to end real quick? So I graduated from a school down in South Carolina called the Citadel, which received a lot of fame and you would find this probably interesting considering that you're sort of views of American history or student of American history. Citadel has always been the most traditional all-male military institution. It was actually, it's in Charleston, South Carolina; it's actually older than all the other military institutions in the country, although it's not affiliated with the federal government in any way, shape or form. It's a state funded institution. It's all male. But Citadel cadets fired the first shots of the Civil War in Charleston, South Carolina. In fact, on your Citadel ring, it has the star here, the Star of the West, which was the supply ship supplying Fort Sumter in the Charleston Harbor. It was a union supply ship and that's how the Civil War began. But anyway, I graduated from Citadel and Citadel, it has no journalism program, nor anything like...it's a great school for history and politics and things like that, but journalism and media aren't really in the curriculum. I came up to D.C. after I graduated. I was going to go to law school and decided not to. I'm from Tennessee originally and I came up...I went up to the Republican Convention in '96 with Bill Frist who had just been elected senator, but I worked on his campaign when he was a doctor in Tennessee and knew his family and we'd known each other for a while. At the convention I met all the Dole people. Got in with them basically and they said, move to D.C. let's start this up. So I came to Washington, worked on the Dole campaign, and when that went down in a ball of flames, I went to work for Fred Thompson who was a senator from Tennessee. Worked for Fred for about a year and I was doing policy stuff and defense policy. They put me sort of where they thought a guy from the Citadel Military Institution would probably want to be. I was always infatuated with the media and the process and I became kind of disenchanted with the Hill and I had a very good friend of mine—a social friend—who was Oliver North, the Iran Contra guy's executive producer. And I talked him into, I said look, "I want to come work on the radio. I want to learn this. I want to do this. I'll work for six months for free and if I do a good job then I want you to hire me as your associate producer." And they did, and I did, and I was with Ollie for a long time. Five

years, four years...I should know off the top of my head but I don't. I worked for Ollie, we took his radio show, syndicated and I kind of learned the world of radio at that time. Now, for the purposes of what you're working on, Ollie was kind of, you know, what happened was with him, he ran for the Senate in 1994 and they thought, he though, he was going to come in as a senator from the Commonwealth of Virginia in the Republican Revolution of 1994. He lost because the current senator at that time—one of the current senators at that time—a guy named John Warner, who was a Republican, didn't like Ollie because Warner was on the Senate Defense Committee. He thought that Ollie had duped him during the Iran Contra thing. So he basically did all he could to stop Ollie North from being the other senator from Virginia. Some would also say it was hubris because it would be much more of a well-known figure and John Warner had been the king of Virginia up to that point. That's opinion and that's speculation. But anyway, Ollie lost the people...right after he lost, he started guest hosting for Rush Limbaugh. Talk radio at that time, Rush was the king and there were basically a few other local guys popped up around the early 90s, but there wasn't...it was Rush who was sort of the main guy. So immediately you started to have all these smart talk radio companies and executives, "We need to fill the gap from 3-6 because Rush is from a 12-3 period." So that 3-6 timeframe, Ollie got picked up, Michael Reagan got picked up, Mike Medved who's still...all these 3-6 guys so you'll see a lot of these 3-6ers and they would try to sell as a packaged deal to affiliates. So I learned the game a little bit about trying to pick up affiliates and how to go with who, and how to tag team with Rush and all of that. Did that for a few years. We moved Ollie to TV and we were doing radio and TV at night on MSNBC. IT was a show called *Equal Time* with Paul Begala and Oliver North. It was kind of like a *Crossfire* style—you probably don't even remember that show...OK, you do—point-counterpoint style...

SM: Mary Matalin...

TG: Exactly. And Mary Matalin actually had the show *Equal Time* initially and then...

SM: With Dee Dee Meyer...

TG: Exactly. Dude you know more than I do. So anyway, we did that and that was great and fun and I got to know a guy named John Ashcroft by doing that and my sort of deal with Ollie was, while I consider myself very much a Republican, I'm very much more of a libertarian conservative than anything else. I'm not sort of a hardcore ideologue and I think that one of the added values that I've hopefully brought to Ollie was that I didn't make him more moderate but I accentuated his more moderate positions to make him more palatable to more mainstream audience and that was part of our goal of getting him to TV. That was at least in theory. So I tried to do the same thing for John Ashcroft and I worked for Ashcroft for about a year. He had been toying with running for the presidency. He decided not to. I was with Ashcroft for about a year. The RNC asked me to go and run all of the talk radio for the Republican National Convention in Philadelphia. At that point I was doing a lot more than just radio and I was very hesitant to do it because I didn't want to be pigeon holed into just for radio or be the radio guy and it kept working out for me that way later in life but that's OK. I went with John and we did that in Philadelphia and it was great and we had countless shows

and attendance. We actually did...we kept records and I have the memo somewhere and I'll try to dig it up for you...but we tripled...it was like quadrupled the amount of radio interviews that occurred from the previous convention in '96 in San Diego to 2000. And it was a massive...I'm not saying it was just successful. You were watching this emerging medium that was continuing to emerge and continuing to evolve frankly and become much more widespread. And all of your studies with the radio and how it's evolved as far as politics are concerned. One of the interesting things about it is how the Internet has played into that too. As radio was evolving and the Internet was becoming more widespread, different mediums of talk and vehicles for political ideology were emerging as well—the blogs and all this kind of stuff—and the trajectory that those were on, obviously they've surpassed radio, although radio's still a force, but they've certainly equalized a lot more than...At one point in the late 90s early 2000s radio was king and definitely could move minds, move thoughts, move policy, get people elected, get people non-elected and all of that. So it was important in 2000 and we had a lot of good success from a convention standpoint. The kind of stuff we were doing was basically running a surrogate operation where all the different Republican big wigs that would at the convention would go and we had a staff of about fifteen people...I forget how many it was total...that were radio bookers for us. We had some people that would go and just their whole job was interfacing with those different Republican former elected leaders, current elected leaders, other people in the party that were of note, their schedulers, and assessing their time that they had to give during the convention. They would take their block of time and go to all the different radio host and basically book them up and have all their shows filled. So we basically had all these different shows that were there and their deal was fill our time and give them people to talk to throughout. And we did it. It was good. As a result of that, the Bush campaign asked me to move down to Texas. I left John—or Senator Ashcroft—and moved down there. I took on a role as the southern media coordinator. I was basically handling all the different southern press and all the local media that weren't covered in the campaign. By local media I mean papers like *The St. Petersburg Times*, which is the largest newspaper in Florida, *The Arkansas Democrat Gazette*... You know all the different newspapers and TV stations and radio stations in the southeast and southwest. So we did that, the recount occurred, many days on the recount, and tons of battle stories. But after all that was done, the first job I was offered at the White House was to be the President's director of radio. An interesting tidbit about that was: I picked that job because when I was working for Ollie, I got to know—and frankly am still very good friends—with Clinton's former director of radio. As a conservative radio show, you're always looking for getting ratings and looking for things that are not the norm, and we reached out to the White House and we had tons of White House guests on and frankly that's how Ollie and Paul developed their friendship by doing...

SM: Are you talking about Paul Begala?

TG: Yes. Paul would come on our show all the time, we would have him come on our show—on the radio show—

SM: On Ollie North's show?

TG: Right. But I would interface with the director of radio at the White House at the time. It was a girl named Meghan Maloney. She's now with the Secret Service and she does communications for the Secret Service, which is just typical, federal, job...non-political now. I remember telling myself that that's a cool job to be the person at the White House who interfaces with all the different radio stations and shows across the country. So at the end of the recount, we were trying to figure out you know, what job do you want? Where are you going to go work? And that was a job I was interested in doing. And it was a great job. I did it for several years. My job was, at the White House, pushing the President's policy and agenda with all the different radio shows—both syndicated and local—out in the local and national, and also doing the President's weekly radio address and being responsible for that and being with him every week. I did that for several years then moved to being a dual-hat, sort of a White House spokesman and director of radio. Eventually I brought the guy who was running the radio over at RNC over to take my old job as radio guy and I became full-on spokesman. It was hard to have both hats.

SM: So when did you leave the Bush team?

TG: So I left him in 2005 and we started this firm in 2005. I left him about three weeks before Katrina. That's how I always remember. It was a horrible event, but it was good timing for me to be leaving what was a long—by relative sense, a long career—at the White House.

SM: So you were on board for the 2004 election as well.

TG: Oh yea. I was at the White House from 2000 until 2005. So it was a fairly long stint. Anyway, what did we learn? What did we do? The office that I worked out of at the White House was called the Office of Media Affairs. Previously, under the Clinton administration, the way the reporting structure worked at the White House for the communications and press was that everything was under the Press Secretary. I think at that point Mike McCurry and Joe Lockhart were both press secretaries, as well as Dee Dee, but that was their hierarchy. The Press Secretary was at the top and everyone else was below. We were a little different in ours because there was Karen Hughes and Dan Bartlett who I both worked for, and then Ari Fleischer was the first Press Secretary. So the Office of Media Affairs fell under Karen Hughes's and Dan Bartlett's operation and didn't really directly...I didn't directly report to the press office but we had to go interface with them on a daily basis. Our job was, like I said, communicating all those kinds of things, but we also, what we did was, we were pitching and catching as well. We would take incoming requests from reporters and radio, but at the same time we would always go and find...as you so rightly surmised, America is not Washington, DC, New York, Los Angeles. It's everywhere else. We would, on a daily basis, figure out whatever the policies or agendas were that we were pushing that were on the President's top priority list, how to dissect those down into what it meant for you locally, what it meant for you as a state, and then identify the mediums—not just the mediums but the shows, the vehicles for radio, local TV, local newspaper, and go out and communicate those to those constituents and those audiences. I think that as time will go on, a lot of people—and some have already surmised this—I really think that one of the reasons the President won reelection

in 2004 was the strategy we put in place for media was we did not cater to the New York Times or Washington Post. The President, if he was going to Iowa, he would take the Des Moines Register on the bus with him. He would take, I forget the name of the station that Ronald Reagan was at years before, but those kinds of things were the places where we would go. It wasn't looking for friendly audiences. Someone would say, *"Is it looking for places where people aren't going to beat you up?"* That wasn't the case. It was more about communicating...certainly that sometimes could be an added benefit and fully transparent that it was...but at the same time, most people get their news from their local news. More than half of Americans get their news from local news stations and local news radio and that's where they get their news from. At least that was the case in 2003, 2002 when we were making these calculated decisions. I don't know where those numbers are now. I know obviously tech continues to grow and there are blogs, much more obviously now than there were then. But at that point that was the, the way the focus group and polling group was showing us, that was why we made those kinds of decisions. We would go and figure out the different policies and where they made an effect. We would sometimes do national, sometimes we would do Rush, sometimes we wouldn't. We would have a constant bevy of figuring out where we were going to go at that time, and also doing the same kind of thing I was telling you about I was doing in Philly. I was figuring out who I had to work with. Was it Andy Card? Was it Condi Rice? Who did we have and who was the biggest name and put them in the right places. And occasionally the President would do some things too. Cheney was the first one that did anything for us at all. The first interview we gave him was a local station and I believe it was South Dakota and then he did Rush as well.

SM: So he spoke on the Rush Limbaugh show?

TG: Yes. Right. So the first radio interviews we did with the Vice President—he did an interview before President Bush did in those days—was a station in, I believe it was Kirby Wilber. I'll have to go back and look that up. I've saved all my memos somewhere. I'll go back and look. But it was a local station that he did in addition to...we did like three. We would have a briefing book for him, here are the three interviews we're going to do, and we'd call in and do it. I'm trying to think about other things, but if you have other questions...

SM: I talked to Mr. Blankley...

TG: Tony was actually a guest host for us on Ollie a lot.

SM: That's what he was telling me so that's just perfect. He talked a lot about how in '94, '95, '96 there was a real conveyer belt between Speaker Gingrich's theme and Rush Limbaugh and other talk show hosts. Did we have that kind of logistical system—this conveyer belt system—in 2000 and 2004 and even throughout the presidency? Was there a regular contact? And how was the relationship cultivated?

TG: It's a good question. I think, having been on both sides of that coin, so in '97, '98, '99, Ollie, Dave, and then going on the other side of the prism...I think in 2000, the difference was...in '94 and what I saw when I was with Ollie was, it was us versus the world. Bill Clinton's in power, what are we going to do? In '94 certainly even more so, Democrats are in

power and conservatives and even some independents felt a different way than where the course the country was going could go and repository was Rush and other talk radio, like-minded kind of folks... So obviously Tony and his team with Gingrich recognized that as did Lodd and others and they certainly tried to grow. And I think the House did a hell of a better job than Trent did, and Trent's a friend of mind and his comm structure's was a good friend of mine too—and is—but Gingrich's team worked it and worked it hard and that's a lot to do with Eddy Gillespie and others that recognized the value of talk radio at that point. Ed worked for Army, but anyway... So to answer your question, I think in 2000, a lot of the differences were that we were in power. We had it. Both houses of Congress, the Presidency, so what's left for these guys on the radio? So the problem that that put on us was that everyone was competing. At that point, you're competing for names. You're competing for, "*Well, damnit. You gave Cheney to so-and-so and why the hell am I not getting Cheney?*" And I had, on more than one occasion, a knock-down, drag-out argument with Sean Hannity on the phone all the time because he would get furious. And often times Sean focused on his radio show but then he would call me and complain about not getting someone on his TV show. They did not see the walls that we had sort of separated out. But to answer your question, we tried to be a good place for them, I think that I would not say that it was arrogance by any stretch of the imagination, that we took them for granted or anything like that. But at the same time, I think that one of our faults was that we over-assumed that they would always be with us on every little thing. And you started to see conservatives starting to slip away from the amount of spending that was going on towards the end of the administration and all of that. But at the beginning it was a ra-ra koombayah lovey dovey stuff and everybody was right there and the worst thing to argue about was who got whom and when they got them and keeping egos in check.

SM: So that was your job—to interface...

TG: Correct. And part of the other side of this a lot of the time would be, look, you know, we weren't walking around deciding out of a hat this would be great for this guy....we would go and we would coordinate with the Office of Political Affairs in the White House and we would coordinate with Karl's team, and we would say, where are we having problems? What do we need? So if you just look at it like a map almost, you have the President up here deciding his proposals for whatever he wants, you've got the Office of Political Affairs team and political team that are there to make it to reality by working with Congress and other stakeholders on the political side. And as intelligence would come back from those two camps, "*Well we're going to have a problem with, as we talked about with Jim Jeffords or whoever it is, we need to put some pressure on there...*" So it would be lobbying pressure, it would be political pressure from getting the different people that Karl had that were conservatives and standing to go and apply pressure on that member of Congress and then we would come in and apply pressure via the radio and local media markets we would apply pressure via the newspaper and local media markets, and TV as well. Whatever we could do to push the buttons to apply pressure, to get them to try to hopefully from the right point of view or get on board and support whatever it was that the President was trying to do that we felt they should already be with us anyway. Or if we were trying to defeat something that a

member was pushing. It wasn't always Republicans or Democrats. It was whoever it might have been. But we would get almost daily—not daily but routinely—get targets, where we're targeting right now. Florida would be important, this state would be important and we would go and identify those kinds of shows. So sometimes the national radio shows that we may engage in weren't just based upon the fact that they were national. They were also based upon the fact that I would look at the affiliates and say, OK, look, this guy's got a national show, he's only syndicated 100 places, but of those 100, I've got 30 that are in my target zone where I need to be and so we're going to make sure we're putting our message into those places right now, and we're going to use this guy to do it. Well, not use him, but you know, we're going to offer him up radio shows and that's going to be our vehicle to get there. So, that was a definite....And I think you saw that...we came up with the idea...I sat in an office at the White House and thought up "Radio Day" and it was a few days before the midterms. Did we catch a lot of shit on doing this right before the midterms? Absolutely we did. But at the same time I said, if we're going to do this we can't just have "rah-rahs" sitting, and by "rah-rahs" I mean people who are "Go President Bush! We love everything you're doing!" We have to make it varied across the board and we did. Radio Day we did the first time we had the big tent in front of the White House and we had 100 or so stations that came and shows that came and we had NPR and American Urban Radio Network, we had all kinds of—

SM: Did you have Rush?

TG: No, Rush did not come. We invited Rush, I know we did. And to be honest with you, that fits. And I kind of, from the radio side, an example is, with Ollie, I don't know how many times I took him to CPAC, the Conservative Political Action Conference, and we'd be on radio row.

SM: On this idea of you inviting some hosts and some deciding not to come, do you think it's because they don't want to be co-opted by...they want to keep their independence?

TG: I think that certainly some, but honestly I would hope...the true answer is guys like Rush don't want to be...they consider themselves up here and everyone else down here, so why would Rush go table after table of talk radio shows. So I want to say it was hubris, but more it was like that's not really what we do. We did invite Rush, we did invite Sean, he came. It wasn't just national, it was again, we had a lot of states and so we would pick different shows in different states and ask them to come up. Some did, some didn't, some we like, well, what is this exactly? There was no...I would push back on the co-op of...people wouldn't want to come because they wouldn't want to be co-opted. There was no editing of content. You come here, you do whatever you want, we will provide you all these different people to interview, and we did. Every cabinet member came through that radio tent. Every senior staff member for the President came through that radio tent. The President did not. We brought some...I think they did a radio day after I left...Tray did it. Tray Bon was the guy that I brought on, that mentioned earlier. In both instances, we took a handful of those radio show hosts and brought them in to meet the President. So the first time we took Ollie, and we took Sean, that was very successful for us. It was a successful day. Obviously the left press corps were a kind of snarky about it a little bit. Like what is this exactly? Why don't we get to interview the

same folks? But it wasn't for them. It was for the medium of radio. We did have NPR there. We had all kinds of folks that you wouldn't necessarily....we had Hispanic radio, kind of a wide swaf.

SM: So basically you're suggesting that you chose radio because radio reaches out to people in a different way. The way newspapers, or TV....

TG: Exactly, exactly. And frankly, at the end of the day, we're always trying to find things that would let us get coverage. It's my job. It's what we do. And inviting the John Boy and Billy Show out of Charlotte, North Carolina, but growing up in the south I'd listen to John Boy and Billy, that's an example. They're playing on every classic rock station. They're not political guys. They're kind of the redneck, Howard Stern type guys. They're just good old boys. They're on all kinds of stations throughout the south and we asked them if they wanted to come up and they were really good and the novelty of having them at the White House was enough for them. Hell yea, we'll do this, we'll come and same as other stations and there was really good coverage. It's very rare you're going to invite someone to your house and have them criticize you. If they don't agree with you, and they still come to your house, they're going to be polite about it. So it was going to at least net more positive coverage than if they were away. So that was the tactic and it worked. I don't necessarily attribute the win in midterms to Radio Day, but I hope to think it helped. I don't feel embarrassed saying that, only because we weren't necessarily trying to do a dirty trick to win midterms. What we were doing was, the President's policies could help win midterms and we were out there espousing the President's policies, espousing the different surrogates we had to talk about those policies. It was the decision-makers, frankly, that were out there doing it. So it was good and it was important. That actually happened, obviously, after the Jeffords switch.

SM: So I'd like you to talk to me about this, because I mean I did a little research, and the journalists mention that there was some sort of talk radio issue...

TG: It was mentioned and I'll find the article. There was never an article that said, this is the reason that Jeffords quit. We always were laughing—when I say we I'm talking about a guy named Ken Lesias. Ken was the spokesman for the northeast. So, the Vermont papers, Ken would talk to all the Vermont newspapers and I would handle the radio. I remember Ken and I emailed back and forth all these different stories when Jeffords left that insiders were citing three main reasons why he left. One was that he was unhappy with the way he thought the direction was going. But the...a teacher from Vermont won the Teacher of the Year Award because there was this piss match going on between us and Jeffords he was snubbed and not invited to the Teacher of the Year Award and that pissed him off. The whole thing why he wasn't invited was because he was not supporting us on the Bush tax cuts. So the third leg of the school was us going into the state of Vermont and we identified three different local radio shows that were news, talk-related. And these aren't conservative—I mean trying to find a conservative talk radio show in Vermont is not very easy to do. So we weren't...I don't want to give you the impression that my job was to find conservative, wacko radio guys...it was about trying to communicate. Certainly conservative ones would be great because you knew. You're going for a safer bet—a less risky, safer situation. Andy Clark, the Chief of Staff, we

booked him on several radio shows and several newspaper interviews about why Jeffords was not supporting the Bush tax cuts. And Andy gave it to them. I remember he was very like, “I don’t know how a Senator can do this. This is a guy of his own party” and all this other kind of stuff. And I remember getting feedback in the White House and the Jeffords people flipped out. They were pissed and they were angry. So all these things in aggregate had been cited as one of the reasons he switched. So we always laugh that the radio staff didn’t necessarily net us the same effect we’d hoped but the tax cuts did...actually it went worse...just to show you the kinds of gambles you can take with these engagements.

SM: Do you remember which shows?

TG: You know, I don’t. It was so long ago. [googles] Look right here: At a DC fundraiser [reads from Google search]...I’ll forward you this link.

SM: So the person is Andy Clark you said...

TG: Andy Clark was the President’s Chief of Staff. [Reads] *“In fact both Karen Hughes and Andy Clark didn’t know anything was really up until they got a call from Maine Senator Olympia Snow on Monday night/Tuesday morning. Clark looks especially vulnerable in all this. After all, he’s a New Englander. Card added rather, insisted that no one tried to muscle Jeffords or treat him badly.”* This is written by Mike Allen. *“It’s hard not to sit back and say to hell with all the finger-pointing among Republicans over Jim Jeffords’ imminent defection from the GOP expected in less than an hour.”* At a moment like this, good reporters can unpack such a family feud and get everyone pissed by everyone else. This article in today’s *Washington Post* by Mike Allen is a good example. It discusses various dopey, heavy-handed moves to the Bush White House. Like Chief of Staff Andy Card, one of Bush’s New England cronies, calling a Vermont radio station to muscle Jeffords into supporting the tax cut.”

SM: So that was a local show. It wasn’t a national, syndicated show...

TG: Correct. I have to find it in the Post archives, but it was a Mike Allen story in the Washington Post.

SM: OK I’ll look this up. So you were in charge of booking Andy Card?

TG: Correct. I was the guy...we got a problem, here’s our problem, Jim Jeffords, I’m going to put Andy Card on to raise a little hell about this and that was basically how we did it.

SM: Do you think it can be an example of a counterproductive effect?

TG: Yes, and that’s why I want to site it to you. I think firmly, first off, that the counterproductivity of it all was not that we didn’t get the tax cuts. The counterproductivity was that we pissed off the guy we were trying to nudge. And this was especially true with, we did this often with Chuck Hagel, who is a Republican from Nebraska, who’s now left, but he was extremely moderate Republican and that’s not the makeup of Nebraska Republicans. Nebraska Republicans are not necessarily...they’re not like Maine Republicans or New England Republicans. They’re pretty Middle America, red-white-and-blue type folks. Some

of the things that Hagel would do really kind of ran contrary to this and we would try to target Nebraska radio stations to do that. And those times he would feel the pressure and would back down a lot of times because he knew. So I think the miscalculation was based upon the fact of taking the kind of stuff we've done before when we were trying to make sure Republicans are whipped into shape in the right places. This is a Republican who was in a New England state who didn't have to be supporting us to begin with and flipped parties really out of spite more than anything. And I don't think the radio thing, again, it was a composite of the reasons. It wasn't the lone reason. But it certainly played into it.

SM: It was an accumulation of things and talk radio sort of gave the last straw.

TG: Correct. Having the President's Chief of Staff, Andy Card, call into a local radio station that—you have to understand, to back up, these Senators, especially the ones that don't have national ambitions, they would, John Ashcroft is a classic example. He could be in the most important meeting, but I would get a call from KMOX, which is the largest station in St. Louis, it's where Bob Costas got his start doing radio, it's a very famous radio station in St. Louis. If KMOX called John Ashcroft—it didn't matter if it was conservative, liberal, there was no conservative it was just newsy—we would immediately get him on the radio with them. And that's a United States Senator caring that much about a local radio station because these are his local constituents who are the people who are going to be voting for him in next year or two...every six years anyway, but depending where he is in the cycle at that point. So, that was I think part of the reason why Jeffords was kind of pissed from the radio side. Like wait a second, he knew who this radio station guy was, he probably uses him all the time. Anytime he's like, *"I've got 2 billion dollars for Vermont cheese,"* you know, he would call up that local radio station to talk about his new pork he's brought back for the state. And all of a sudden you've got a guy from the West Wing calling in and saying, *"By the way, your home-state Senator is really screwing you on these tax cuts. He wants your taxes to be increased."* That just pisses him off. And coupling that with newspaper articles and things like that might have been, probably, a miscalculation, but at the end of the day, people above my pay grade made that calculation. Maybe they knew things I didn't know. Maybe they knew there was no help and it was time to start throwing fireballs and that's what they did. But anyway, it was definitely a... I completely bring that one up on my own because it just shows you how it can backfire at times. But you know, I think that... I believe that talk radio and the conservative movement has diminished, I believe, in the last four or five years. That's my true conclusion, I think. You know, people can say it's gotten stronger. I think Rush has gotten stronger, and certainly when there was a Democratic Congress and a Democrat President, it was becoming more of a force for that. People turned to talk radio a little bit during the Tea Parties as I can find, as I think, but I'll tell you that radio stations are hurting. When the economy went south, it was the local kinds of stations that took major hits. And I was hearing from folks all over saying, *"It's not really working out the way...our show..."* Business just wasn't booming. National shows were still OK and thriving and frankly it was easier if I'm a local radio station owner in Topeka, Kansas, rather than pay a guy, have his health insurance, all that kind of stuff to let him be the local talk of Topeka. Just rip down off

the big guys, Rush, and then whoever else I want to sell ads on, and it's an easier economical model for me that way. So I personally think it's diminished a lot from what it was in the 90s.

SM: So what you're suggesting is that it's a powerful instrument to voice dissent when there's nothing more to dissent from, as was the case during the Bush years.

TG: Yes, yes, absolutely. Correct.

SM: Just to corroborate what you're saying, I think the ratings started going down from something like 14-15 million in 2004, and 2004-2006 was sort of around 12-13 and then it sort of picked up when Obama got elected.

TG: Yes, that's right.

SM: Because now Rush is back to 15 million.

TG: So I think that's exactly the same kind of situation. And I would think the same thing. It's going to be interesting to see if you see spring up, as a result of this, more of the sort of... I don't want to call them, I'm trying to think of the proper term... sort of complements to Rush that all these guys would... you had for the longest time G. Gordon Liddy, who was the lead-in to Rush in different places. So you had G. Gordon Liddy from 9:00-noon, then you had Ollie and others from 3:00-6:00, and so you were always fighting for those spots around. I'm curious if that's going to pop back up the same way. Sean is still doing it as a post to Rush from 3:00-6:00.

SM: But his ratings are going up too, so are Laura Ingraham's and Glenn Beck's and Mark Levin's, so I think this a resurgence of the efficacy of talk radio as a means of reaching out to people. And how does the beginnings of Fox News factor into the equation? Because before, Fox News talk radio was the only forum for a conservative perspective at a national level, and suddenly you have Fox News that brings more conservatism in the media environment, so do you think it had an impact on...

TG: Yeah, so you're asking did Fox News take away from the radio audience...

SM: Yeah, probably...

TG: I think it certainly did. Here's the deal: self-described conservatives had more choices, and they had more options, when Fox News came on and they felt like there was more of a depository for them to go and get the kind of content that they want, or the type of against-the-mainstream... Here's the deal: all this comes down to a very simple fact. When talk radio thrives, when Fox News thrives, it's because it's an "us-versus-them" mentality. It's because these bastards are trying to put us down and these are the only places I can go to commiserate and be with the same sorts of folks and talk to the same sorts of folks that the government is screwing me over like nobody's fucking business and that's what it boils down to at the end of the day. There are certainly pockets in talk radio of people who just love to call into shows and hear themselves talk and love to blab on different things, but at the end of the day, there's a lot of people who just enjoy being able to turn on CNBC, which we're watching now, or

turn on whatever, and get what they feel is straight kind of news from their perspective, of their vision, of what their vision of America should be, and policies America should be going. And going with that us-versus-them thing, look at the situation we're in now. We're now in the biggest us-versus-them that you can have, right? So it would make sense. I definitely think that I was, like I said, on the inside, the 90s and then on the outside trying to help them in 2000 in the government and it was a different kind of deal and it changed a lot. There's a guy that I think that if you're going to come back to DC and do interviews, I want you to meet a guy named Griff Jenkins. Griff was the guy that I told you that I convinced to hire me. He is now a talent with Fox News, but he was always a producer for years and was Tony Snow's producer for years and years and years too. That's another whole aspect of all this. Tony didn't really have a TV gig when he was tapped to be White House Press Secretary. He was still doing his radio show through Fox News Radio. It was an interesting and calculating move on Josh's part—Josh Bolton, the Chief of Staff at the time—to tap Tony and I think Tony was probably pretty well-liked by the media and he took kind of a talk radio approach to his press briefings. He didn't absorb a question, think about the talking point, and then spout it back out. He would take it kind of like a conversational flow tone of a talk radio show. He knew his policies and could try to filter those down into plain guy speak, and it went over a lot better and I think he was probably the best one we had. I liked all of them, but certainly I think Tony was great.

SM: So you're suggesting that he was great on how he—

TG: He cut his teeth doing talk radio. Well, he cut his teeth doing lots of things, but I think his years in talk radio gave him the interactivity and experience of being able to formulate down high policies, high academic thoughts, into real American sort of voices. I think that was one of his true talents and he was able to take that talk radio mentality to the podium at the press room and I think that served him well.

SM: Well I'll look into it because this is interesting. I have just one more question, because I don't want to take too much of your time. Was there a personal relationship between, let's say, President Bush and Rush Limbaugh? I know that President Bush called Rush Limbaugh on the 20th anniversary of the program. I think he was invited to the White House at some points—

TG: He came, he came. He came several times. President Bush did not have the same kind of relationship that his father did with Rush. But that was because President Bush—George W—I wouldn't say that 41—his father—had an affinity for the media and 43 had a no-affinity for the media, but I would say that 41 was more open to engaging with the media and 43 saw it as part of his job. And Karl Rove had a great personal relationship—and still does—and Karl was the guy who would talk with Rush on X, Y, and Z issue and that kind of thing. And so Rush, for the 20th anniversary, it was Karl, hey Mr. President, we're going to call in and this is what we're going to do, OK let's do it, and that kind of thing. So it didn't pop up on his calendar on Outlook, it's Rush's 20th anniversary today, we should call in. I think that, to answer your question, do they know each other? Certainly. But he's not any kind of person on

the Christmas card list I don't think. So I think his father probably is. They still probably talk, but that's somewhat speculative.

SM: Do you remember the last speech that George Walker Herbert Bush gave in '92 for the election in New Jersey? The keynote speaker, the one who opened, was Rush. And you could see that there really had some sort of—

TG: He had Rush actually spend the night at the White House too. He had Rush come and be an overnight guest. That was reported. George W. did not. But again, they're two different people. George W. had his hunting buddy from midland Texas come up and see him as opposed to an academic or a high-minded journalist. That was kind of more his style. This fascinates me. I'm glad to know that you're doing it. I think that it's important.

SM: It is important and understudied.

TG: It is. I think it's understated, too, as you said. Look, Air America just filed for bankruptcy and there are reasons for that. We can sit here and speculate all day, well that means liberals would rather read the New Republic than listen to a radio show. Well, I don't buy it. I think that end of the day that there are more people who, for some reason, whether it be people have to be on the road for their jobs and they're driving and listening to the radio, people who, for whatever reason, that us-versus-them philosophy didn't translate to Air America during the Bush years with the Republicans. So that's the mirror image right there. So you've got the Obama administration, Democrats controlling the House, Democrats controlling the Senate, talk radio is going up. You had the Bush administration and Republicans in Congress, Air America pops up thinking they would be very successful, but they were never a monetary success—ever. I think you could go back and look at the history of Air America and they never, ever turned a major profit at all.

SM: Some say that it was because they didn't run their business as a broadcasting industry, but as a—

TG: Ideological, and that very well may be the case. I still think though, that for some reason, that there's a reason...if someone could figure out...I don't know any major left of center radio host or movement that has gotten as much traction as our side has. And people can sit here and speculate up and down why that is, but there's a reason for it. What that reason is? I don't know; I don't have the perfect answer. I'm not going to sit here and tell you that I do, but it's become a universal truth at this point. Whether or not it can change, I'm sure it possibly can. Politics changes, media changes, and that's all fine, but, you know...

SM: Well in the case of Air America, it could be argued that it was really the way they managed and the way they financially devised their strategy. Because if you took people like Rachel Maddow, she got much more successful giving a liberal perspective once she had left Air America. Now she's going to be successful on MSNBC. So maybe it's a way of going for it and having a strategy. I mean I don't know—this is my hypothesis.

TG: Yeah, sure, sure, sure.

SM: I have one last question on something we didn't talk about. With Mr. Blankley, we talked about, how in the '90s, the Gingrich team used talk radio to sort of throw what they thought was the news of the day and hoped that it would snowball and get caught on by the other media. And one meaningful example that Mr. Blankley gave me was the 2004 Swift Vote Veterans for Truth that started being talked about on the Rush Limbaugh, on talk radio shows, and for two weeks, there was nothing on the national media. Then suddenly the national media started talking about it. I know this controversy was launched not by Rush himself, but by Political Action Committees, but what was your position on that? Did you emphasize that?

TG: On the Swift Boat? Well, we didn't from the White House because there were a 527, and a 527 you can't coordinate or have anything really do to with them. Obviously we liked what they were doing, because what they were doing was saying, *"The guy we're running against here, we're not sure he's everything he's supposed to say he is."* I think the bigger question, though, or the point you're asking is, is about how often does the mainstream media not pick up on something because of the talk radio movement and then transcends over. There's certainly examples of that. I think the more standard operating procedure, though, is the following: as the guy—as a producer for talk radio—what we would do on a daily basis would be go through all the national media: the Washington Post, the New York Times, USA Today—all the major papers. What are they talking about on TV? And obviously as you know, papers drive the TV and papers drive the radio. We would pick those—whatever topics we thought were important for the day—and then try to put our conservative spin on them, or our view on how we felt our mainstream audience would interpret those stories. So I think, while certainly it exists for talk radio and conservative talk radio to be a vehicle to get stories out there that aren't necessarily out there already, it by and large for the most part provides an analysis of the mainstream media, what's going on in the mainstream media stories, for everybody that listens to those talk radio programs. It gives them an opportunity to hear what other conservatives are thinking about—what should be the view on this? Do we like this? Do we not like this? Is it good or bad? That seems to happen more on a standard certain piece. And there are tons of examples where new news is broken on talk radio, but by and large it's very opinionated, so you're seeing a lot more opinions coming and you're shaping opinions. I think your charge is more to shape opinions as opposed to break news and things like that. We did things that were newsy and I'm trying to think of some of the different things that we did that were of note. Always you're trying to—conservative guys are trying to—you'd be surprised. One of the things I think was interesting was, on almost a weekly basis I would have some politician—when I was Ollie North's radio producer—I would have some politician call us and say, *"Hey, I'm seeing this story"*—this Haley Barbour who was a former chairman of the RNC, now is Governor of Mississippi, was notorious for this. I would be in our office and the phone would ring: *"Hey, this is Haley Barbour, I just want to tell you, I was looking at this story here,"* and he would pitch you on "you guys should be talking about this today." And I was like, yeah, you're probably. They knew how it worked, that we would comb through the press to figure out those days topics of the show and what guests we would get and whatnot. And there's obvious a lot of things to sift through, but a lot of times the leaders of the party would call in to say, *"Here's what you guys should be talking about"*

today.” And everybody has an opinion—it’s their right. It was interesting fun. I will be interested to see what talk radio is like a few years from now, because I think, to be honest with you, I look at myself, I listen to talk radio now and then, but with iPhones and iPods and satellite radio—I mean I think one of the most interesting things I’m curious about is: what is the potus channel at Sirius and XM or the Patriot Channel, which is their conservative channel, what are their ratings like? Are they in comparison with everything else? I do not think that Rush Limbaugh, if he went over to Sirius and XM, I think he would have a following, I think there would be people who would follow him over there, but do I think he would have the same amount of people who follow Howard Stern? I don’t think so. I don’t know. That’s a yet to be determined thing in this whole game that we’re talking about here: what are the ratings at current satellite radio now for their conservative stations, their political talk, do people that have satellite radio really give a damn about political talk? I look at my parents as an example. My old man is a political animal, loves to talk politics and all that, he listens to satellite radio so he can listen to Fox News. He doesn’t listen to it so he can listen to the original content that might be conservative on XM or Sirius. That’s another interesting point.

SM: I had another question on what differences do you see between the major national talk radio hosts? How is Hannity different from Limbaugh, from Beck? Was it a factor in your strategy to get the message out?

TG: Yes, it was. Let me give you an example of something. We did not invite Michael Savage to Radio Day at the White House. To be honest with you, he just didn’t even come up on my radar screen. It was an oversight at first, and once they started calling, we already had everybody assigned where they were going to be, they started freaking out. Michael Savage went ballistic. He did two shows on not being invited to the White House. To your point, some of these guys, putting your principal—your boss, whether it be a Senator you’re working for, the President, a governor, congressmen, President’s senior staff—putting them on with some of these guys you’re taking some major risks, because some of these guys, you know—

SM: You’re afraid that they will just run amok?

TG: Yes, and I’ll give you a classic example. The lady who was Vice President Cheney’s first Press Secretary came to me after he had done his first radio interviews, she came up to me and said, “*We decided we’re going to do another one.*” And I was like, “*Well I wasn’t even involved. What are you going to do?*” She’s like, “*Well Diane Rehm came up to me at a party*”—and Diane Rehm is this lady with NPR and she’s no fan of the President and no fan of Vice President Cheney.

SM: She has her own talk show as well, right?

TG: Yes, yes. She sounds like an elderly woman. I don’t know how she keeps ratings, but anyway. I remember saying, frankly, “*Why the fuck are we doing Diane Rehm? Are you crazy? Why would we want to do that?*” And, “*No, we’re going to do it. That’s what we’re going to do. You’ve got to help me set it up, and we’re going to do it.*” OK fine. I’ll never

forget: on the top floor of the old executive office building on the fourth floor there is the White House radio studio, which in my five years I used one time. We have an ISDN line that you can plug into if you want to, but frankly, everybody we were working with on the radio just were like, *“Well I want to call in from my office. I want to call in from the phone. I don’t want to go to the radio studio.”* Well NPR, who does Diane Rehm, was adamant that it had to be Vice President Cheney, had to be on an ISDN line, we had to have a good interview, it had to have good quality sound. So I’m telling you this in context because I’ll never forget it was like glass—there was glass on one side and him sitting on the other—

SM: So is it the Eisenhower Building?

TG: Yes, the Eisenhower Building. I mean literally I remember for years walking around and I used the radio studio at times to go up and have a sandwich to get away because it was never used because it just wasn’t in our arsenal. I think they used it a lot in the Clinton administration. The ISDN was key because you could hook up and it would sound like radio quality. But anyway, I digress. I’ll never forget after protesting about doing this Diane Rehm interview, we’re sitting there and I’m sitting behind the glass listening to the interview, watching Cheney, and Diane Rehm comes on and interviews him and she’s not the nicest person in the world to him. She’s going on and on. And I had said to him, *“No President or Vice-President under our watch should be taking phone calls from listeners where they can just ask, say anything under the sun, that’s not what we’re doing here. It’s an interview with you.”* And Diane Rehm says live on the radio, *“Let’s go to some phone calls.”* And the first phone call to Vice President Cheney—and having been in this game, I know there’s someone on her side who is screening those calls who knows what they’re going to ask or at least is trying to vet it out—and they put this first caller up just to—I still firmly believe—just to screw with us. This guy gets on the phone with Cheney, and Cheney’s looking at us like why am I doing a phone call? But, the second part is, this guy gets on the phone and goes, *“Well, Mr. Vice President, I want to talk to you about the existence of extraterrestrials and aliens and do you think the government is trying to hide that?”* And I literally and like, well, that’s it for me. I’m fucking fired.

SM: This is all on the Diane Rehm Show.

TG: Yes, the Diane Rehm Show. And the Vice President said, *“Look, obviously I’ve only been in office for a year but I haven’t been informed of anything like that.”*

SM: And that was in 2002?

TG: Yes, 2002 when he did that and was asked about aliens.

SM: And that was the White House Radio Day?

TG: No, that was not. That was another sidebar. It was more to your point—I forget.

SM: My question was how do you target different types of shows?

TG: Exactly. So, with her, that was a non-targeted, there was no strategy involved with that. It was just trying to keep someone happy and feed the beast, as we call it, feed the media beast. Literally, it would be very calculated as far as where our poll numbers were to derive targets, and from those targets, derive activity to suit those targets. It's just like anything else—any kind of campaign kind of style where, you're hurting here, let's go target this area, and so in this area, what do we got? And there were often times where there were no shows that I would want to put anybody on. What we would do to figure out is we would—if they weren't streamed on the Web—we had to rely on on-the-ground intelligence from somebody: *“well OK tell me who this host is? Is he crazy? Does he like us? Does he hate us? Is he middle of the road?”* Often times I would have to write big memos like, *“Here's the guy we're thinking about doing. Here's the pros, here's the cons, let's make a decision. What do we want to do?”* And that was often times how it worked. So, yes, lots of strategy would usually go into it, but on occasion there would be no strategy and you would have results like alien questions like to Cheney.

SM: Does it help in any way to have a female conservative voice on the air? I'm thinking about Laura Ingraham. And also, a person that I think was important was Mary Matalin when she had her Mary Matalin Radio Show—she was the first female conservative voice on the airways, and then you have Laura Ingraham. So how does it factor in? Is it a way to reach out to women, women who could potentially be conservative but don't really identify with the truculent kind of Limbaugh—

TG: It's a good question. The short answer is: I don't know. I think that honestly, at the end of the day, the talent is the person that drives it—whether they're male or female it's...Look, the demo of most of the conservative radio audience are not females. Most of the time you're catering to white males, whatever the age bracket may be. I certainly think that having some females out there might have a more net effect on widening that audience, but let's look at this: one of the guys that came on before us when we were doing Ollie was—oh Lord, what was his name, because he was crazier than a two-headed monkey. I'm trying to think of other people that were good examples. Laura is one. Oh! I know who: that African American that ran for Senate. Allan Keys. Allan Keys had a show, and Allan Keys is African American but he certainly wasn't having a huge African American audience. It's the same kind of principle. He was a conservative host and he would have these kinds of folks calling into his show, but it wasn't gender and race, I don't think. It was more ideology that people focus in on, more than gender and race, I believe.

SM: My question is just because I'm trying to make sense of the extent to which gender factors into the equation. And also because in 2004, a significant number of women voted for President Bush. These women who were called by commentators, “security moms” voted for President Bush because they thought that—

TG: --keep us safe.

SM: Yea. So, maybe there's no gender factor. This is a completely...

TG: I personally don't think there is. I think that certainly there's a gender factor in voting—don't get me wrong on that. But as far as talk radio audiences, I don't think that having a female talk radio hosts will help bring in more females into the conservative, you know. You look at shows like *The View*. They're catering to women. They're not catering to conservatives, they're not catering to liberals. There's a conservative woman on *The View*, there's a liberal woman on *The View*. They're trying to focus on women. So if I'm a soccer mom outside of New York, I may be extremely far to the left, but I watch *The View* because I like whatever Joy Behar is saying, but I hate that whoever that conservative woman. But if I'm in the South or Texas, you know, I love how she sticks it to that Joy Behar. So the point is there are females who are not necessarily conservatives. I think it's the same kind of a deal. It's more about the talent personality. I think that Glenn Beck has been a very interesting rise to fame. We dealt with Glenn on his radio show and he was just a radio guy. I had Glenn's little cell phone and we would call him all the time. It was just...his rise. He's doing Fox the way he did his radio show which is very interesting. I think his is an example of a lot of original kind of content—things that he doesn't just opine on, but “let's connect the dots here.” You can call it however you want—say that radio people are conspiratorial or whatever it is—having someone out there on radio and probably the TV medium, that goes look: “This guy works for this guy, and now he's down here.” He'd do that on the radio from an audio way without the visuals on his show all the time and people like it. It's new information; it's not just one guy's opinion. Rush does that a lot too, which is he'll take what's in the news but he'll make sure you understand the different angles people are coming from. And that's what a lot these guys like: they feel like they're getting behind the scenes of the news that they're already hearing. So Swift Boat was definitely something that wasn't reported in talk radio immediately, but you know. I still think it's fascinating that Mike McCurry said, which we used we called them bumps: you'd hit a bump when you go into a segment or out of a segment, a music bump, you just listen to Rush right now, I could turn him on—he's off its four, but a sound bite, someone saying something. We had this one bump we'd always play of Mike McCurry going—it was picked up on the “Hate Radio” circuit. That was the big thing. The Clinton administration called us “Hate Radio”. Everything was “Hate Radio”. And they would never say Rush, or anything like that. I think what's also very interesting: for the first time ever they were calling out Rush Limbaugh from the podium and from the White House and really doing this whole thing against one host which I found...That strategy that the Obama White House did against Fox News and Rush, they realized it was a complete disaster what they were doing. If you're going to do that kind of stuff, you need to do it with straw man. By “straw man” I mean—

SM: Somebody's going to take the heat for you.

TG: Yeah. This “Hate Radio”—that's straw man. You're not saying anybody's name. You're just talking about across the board. I think it was truly a miscalculation by them and their communications director resigned fairly soon after they took on that jihad against Fox and others. I think that was probably not the smartest move on their part.

SM: The strategy was not the same in 2000. You sort of crafted your message for local markets...

TG: Here's an example. When the President would roll his budget out every year, what we would do is I would go and I would take the President's budget and we would go to the Office of Management and Budgets—OMB—and say, OK I need breakdowns for states, and I need breakdowns for congressional districts. And what I mean is, in the President's budget there's going to be, let's say it's Michael from Philadelphia. There's going to be \$100,000 for a new school whatever in the Philadelphia school system—it's going to be a federal grant in the President's budget. All those kinds of facts and figures would be targeted based around—it was more geographic as opposed to this national dialogue. People I think, when they go in and they say the “henchmen” and all this stuff, they put too much importance on the fact that talk radio has this massive national dialogue place where it's more key influential radio shows and hosts, whether it be locals or national folks. That is where people presuppose too much about talk radio when they don't realize that it can be more about...all politics is local here. Everybody says it, not just me. What I'm saying is, if you go with that philosophy that all politics is local, it's not about “gosh we've got to have this conservative show”. It's about who is the biggest influential guy in that market who can get conservatives or people we want and it just so happens it may be the local talk radio guy. And if that's the case...To take a strategy that we've got to get talk radio on this. I had more than once, people would come in and say “*Look at this story. We've got to get talk radio on this.*” And talk radio hosts are very sensitive to being painted as fringe: “Oh, let's get the fucking wacko crazy guys to go talk about this, because they'll talk about this any way we want them to.” And they don't respond well to that at all. Also one of the biggest challenges that we faced was: I think the talk radio folks would probably tell you that the Bush White House was very arrogant because we assumed they would always be right there with us on everything lock-step. And there might be some truth to that to some degree. But why would that be? It would be very simple. If we look at it from the White House perspective, I've got to be working to get middle-of-the-road people. I don't need to be worried about my base right now. I need to be worried about getting people are kind of with us, not with us and all. So you have to have that chicken and egg conversation with yourself of: “*Am I going to be worried about keeping my guys happy that are always happy, or am I worried about trying to expand my voter block, folks who like me?*” That is one of the biggest challenges we had in the earlier days, was trying to figure out exactly how to have that balance. Before 9/11 it was a different ball game, and before 9/11, our thought was, if we're going to win in 2004, we all knew we had to increase the African American voter block that we had gotten. I think Bush got 8% or 9% of African Americans in 2000, and they calculated that if he did not get at least 11% or 12% of African American votes then he could be toast. How do you make that up? Well, OK, Latinos, women, where can you make up those numbers? So I came into my job thinking, what I was on a crusade to do when we first got there was not make every conservative host happy, but expand our empire and go into Radio One—which is all African American owned radio stations—going to...One of the first things we did for radio address: President George W. Bush was the very first President in this history of America to give the radio address every week and have it in Spanish. He did it in Spanish a couple different times, but we were the first radio White House to broadcast it

out in Spanish. We had a translator every week and it would go to all the different Hispanic stations as well. Those were the kinds of things... I was a libertarian conservative—I was an idealistic. We wanted to expand our base. I'd come from the world of conservative talk radio. I knew exactly what existed over there. I knew how to get those guys going, how not to get those guys going. And our view was that: look let's get them involved in the process, but at the ultimate time, we wanted to try, in the first days, before that horrible day in September, was more about trying to expand. And that was what we were really trying to do. So it was never about being arrogant and "I don't really care about you", it was about trying to make sure we were re-elected in 2004 before terrorists attacked us, before we knew which way we were attacking. Does that make sense?

SM: Absolutely. And I think what you're saying, really is, what? Sometimes they would try to get them on board and get them on the same page, and they would do what they wanted because they're independent, they're entertainers, so they have their own agenda. They want to do their own thing. This is why I think it's at least in part wrong to say that they're subservient to—and they are on the same side of the isle. But to go back to your question, I think I am interested enough to consider myself a scholar, so I know better than going against or for. I don't want to be an opponent or a proponent. First of all my first audience—my readership—will be a French or European audience, which is a readership that is illiterate about conservatism, about Republicanism if you ask...I mean in 2008, there were tons of polls in French newspapers and they were asking during the Primaries: "If you were an American, who would you vote for?" Everybody wanted to vote for Obama or for Hillary. A very small portion mentioned McCain on pages because nobody has any idea of what conservatism is. They have their typical images of cowboys. I think that my job as a specialist—which I hope to be one day—of American history and culture with an emphasis on media and politics is to actually educate. This sounds arrogant. It's just to enlighten people. To say: this is how it happens. I'm not a fool. I know there's no such thing as objectivity. I want to hear you, I want to hear probably people from the other side. I'd be interested in talking to the Clinton people.

TG: I think that talk radio is too easily labeled and put into a box. "Oh, OK that's just the crazy fringe." I think that you have to look at—there have been tons of talk radio shows that have tried and failed. Certainly, Rush has been, if you hold up Rush as the gold standard, I look at guys like Glenn Beck, who I certainly don't agree with everything Glenn Beck says by any stretch of the imagination. But I think the way he does it—like you said, they're entertainers—his approach fascinates me. It gives the common guy, who kind of leans conservative, who just doesn't trust Washington, fuel to themselves: "*Damnit, I knew there were connections here.*" He almost reminds me of Ross Perot, pulling out a white board and talking and all this stuff. I think that guys who tried and failed, they're just trying to hold themselves just like Rush and make it just like Rush and it doesn't sound good and it doesn't work. Mary was very good. There's a guy named John McCaslin who has now got his own radio show that used to guest host for us all the time. He wrote for the Washington Times. He was looking for a new radio co-host. If you Google. *Talkers Magazine* is fine. Have you

already talked with them? Here's the thing with talk radio. The one thing that has always troubled me in our days, and troubled me more when I was at the White House: everyone bullshits and lies. Like, "*I've got 500 stations. I've got 1000 stations.*" There's so much self-promotion. There's guys out there paying for their own talk show. There are business models out there where these guys go and—Doug Stephen is a classic example. He's not a conservative; he's like a middle-of-the-road guy. He's got about 40 stations on Radio America Network. Great guy, fine guy, but his business model is: he buys the time from Radio America. He syndicates himself. He has his guys go sell adds, takes a markup on it, and lives off the profit margins. He's not some wondrous, academic talent or conservative thinker that everyone gravitates to. He's a guy that wants to be on the radio. And there're tons of examples like that throughout. My biggest problem is when these guys would call the White House and go, "*I've got 150 stations.*" Maybe that was true, maybe it wasn't. We just never had the time to fool around to figure out whether they were telling the truth or not. That was a telltale sign about a lot these things. The rating system, the way the Arbitron Stock does it, people always felt it was funky how they did it. The ratings and the stations and all that side of the business, I felt was just way too subjective. It was way too, "*I've got this, I can do this, I can't do that, I've got this number of stations, I've got 5 million listeners.*" And *Talkers* would always rate the top 10 shows in the country. That was never scientific. They would go on what they thought the ratings were. They would go to the host: "*How many stations do you guys broadcast to?*" "*I broadcast to 300 stations.*" "OK"

SM: If I'm not mistaken, the figures that they publish are based on Arbitron Ratings, which as to have some sort of scientific ground. Just for the people who advertise—they don't want some guy to tell that they have 5000 stations when they only have two.

TG: *Talkers* is a different animal. You're right about Arbitron, they have responsibility to advertisers to give them good data and all that. But *Talkers*, if you go on their website now and try to pull it, I know a lot of times there are guys on there that say they're the number five show in the country based on *Talkers Magazine*. But go ask Arbitron if they're the number five show in the country. They'll say that they're not. What they're saying is, OK Mancow Radio Show is syndicated on 300 stations. *Talkers Magazine* gets all those stations. One of them might be WJFK in DC—it's a 50,000 watt station. Lots of listenership. That gets factored into it. Does this guy tell *Talkers Magazine* that his show is airing overnight from 4-6 am or 2-3 am when no one's fucking listening at all? The point is, Arbitron would tell you what the numbers are for him, in his slot, at that time, at that station. *Talkers* looks at it: where are you syndicated? What are your stations? Oh, well WJFK has an Arbitron rating as a station X. they're the number one station in that market. But Ollie North might be on that number one station in that market, but he's running every other weekend.

SM: So it's not segmented by time slot? They don't take the time slot into account?

TG: Correct. This is another example of why this is crazy: Radio America is a Not For profit, and they rise their heads back as another famous...He's based out of San Diego and he's a conservative. He also leans in for Rush all the time whenever Rush does stuff. You can see [looking online]. This is what's airing on Radio America Network. The point is: some of these

stations will just say, “*We’re heard on all these different stations,*” and they’ll list them out. Some of them will say, “*We’re heard on this station,*” and it’s not the time they’re on. It’s not the time they’re live. That’s my point about *Talkers*: they’re taking—I believe, I could be wrong—I think that they’re taking a non-scientific formula when they do their own ratings. It’s not like Billboard where this is the true trade for the numbers and all that stuff. They can put the ratings for Arbitron, but that’s more about the stations as opposed to... I can guarantee you G. Gordon Liddy, that station owner in a 50,000 watt station, is not pulling, if he’s running G. Gordon at 1:00 am, he’s not going to go through the process of figuring out what his ratings are for that little guy. I don’t think—I could be wrong—but the way they used to do it, they had to ask for those numbers and had to pay Arbitron and say give me the numbers on my station for this time slot at 2:00. And if you’ve got a guy running at 2:00 am, you don’t give a fuck. Your ad rates aren’t going to be up or down. It is what it is. It’s probably stagnant. Drive time, afternoon drive time—those are times when you’d want to get your ratings so you could then charge advertisers based upon where they are. My point is, if a radio show host that’s on *Talkers* on the top nine or ten says that they’re the number five station in *Talkers* rated by *Talkers Magazine*. *Talkers Magazine*, how are they getting that information? They’re polling Arbitron. Well, if there’s no Arbitron for G. Gordon’s overnight in Hack-n-Sack, New Jersey but he’s on that station and the station as a whole is a very highly-rated station in the market that will feed into that. Is that true science? You see my point?

SM: Yeah. But the top talk radio hosts are night hosts. They’re either in the morning or—Laura Ingraham is in the morning, Sean Hannity—

TG: But I think you’re missing what I’m saying, though. What I’m saying is this: Laura Ingraham is in the morning, OK? But Laura Ingraham, on some of these different—her affiliates—may not run in the morning. Her affiliates can decide. That is a key part of this. This whole game—this whole talk radio business—that is a key point. Laura Ingraham can say, “Oh, I’m in Washington, D.C. now. I’m in Washington, D.C.” But is she in Washington, D.C. live? From 11:00-3:00 or whatever she’s on? Because that’s where it matters, because if I’m listening to... There would be times where we would... I remember once, maybe it was Chicago with Ollie. We were on a little dinky station out in Aurora, Illinois, or something like that—a suburb of Chicago. And a big station came to us from downtown Chicago—like WLS—one of the largest stations in Chicago. “*We want to put Ollie North on our station. But we’re not going to put him live. We’re not going to put him from 3:00-6:00. We’re going to put him from 11:00-1:00 am every day. Or maybe we’ll take him from 11:00-midnight.*” And what we’re doing is: they’re pulling down off Radio America’s satellite feed, the show—they’re taping it—and then they’re running it in their programming late-night. So at that point we have a question of whether we want to do that or not. Because I can say, “*Yay! We’ve got a Chicago affiliate! We’re in Chicago!*” But no one in Chicago can call and participate in the program. They can listen to a taping of the program that happened earlier in the day, but they can’t call in and participate, and that is a key piece.

SM: So what you're saying is only part of the country can listen to it live?

TG: Well, what I'm saying is it varies by the affiliate. It's the program director and every affiliate—every radio station that takes one of these national shows—or not even national—a show that's syndicated—

SM: So when they say, for instance, that Rush is on the noon-3:00 slot, what does it mean? This is a very interesting thing because I was unaware of this.

TG: Yeah. This is key. I'm pulling back the curtain here because a lot of people will say, "*I have millions of listeners! I have millions of listeners!*" Well, do they really have millions of listeners or is it...Rush is a different deal; he's an anomaly, in the sense that when you get to his level, he can force stations "*If you want to take me, you have to take me live. You have to take me from 12:00-3:00pm*".

SM: So, 12:00-3:00 pm East Coast, which means 8:00-11:00 am Pacific Time.

TG: Correct. And so, are there affiliates of Rush Limbaugh who might tape him and run him later on in the day? I'm sure there might be, but I wouldn't do that if I was the program director because you know you're going to have a huge cash cow with him. They have to pay to have him. I think they're paying him based on the Howard Stern model. When Howard was on Terrestrial Radio, a station would have to pay a million dollars a year just to have Howard Stern be one of their affiliates. And that's why Howard only had initially only 20 affiliates, 19 affiliates. These other guys would give the programming for free, like G. Gordon. If we called up right now Radio America and said, "*Hey! I'm calling from Davenport, Iowa. I just inherited my grandfather's radio station. I'm interested in G. Gordon Liddy, but I've got to tell you the truth: I've got a guy that's done a farming report from 11-2 everyday, he's been doing it for the past 20 years, but I love Gordon, so I want to take you guys on. Do you want to come on? I'll just take your feed down. You pay nothing for Gordon—I don't have to pay a damn thing for him. And Gordon gets to go out and when he's selling*"—

SM: So how does he make money?

TG: So here's the deal. I'll show you. [Searches for clock] Let's look at G. Gordon's clock. This clock will show you when they do their breaks. So, this is every hour. News break at the top of the hour, and they can either do local news, which they do, then they can pull down from local news, or they can have—Radio America does a news feed too. Then they do a break promo of whatever they want and then the show begins. When they do these local three minute spots, network two minute spots, network right there: that's where Gordon's making his money. Let's say we're Davenport, Iowa. We grab this radio show. "*Gordon, we want your show. I'm going to run you, instead of 11-2, I'm going to run you at nighttime from 9-11 pm. OK?*" "*Great. We'll take it. Here's out satellite coordinates. Pull us down and record us.*" Gordon then gets to go on the show and make a big announcement: "*I've got a new affiliate, everybody! Yay! Davenport, Iowa!*" And then his sales team—his add sales team—gets do go and say "*We've added a new affiliate: Davenport, Iowa. So now instead of 100 affiliates we're 101. So you really need to be buying some ads from us.*" That network two

minutes is when they're selling their ads. So he's increasing his...he can go and say, *"I've added a new affiliate. Here it is. It's whatever it is in Davenport and look at their Arbitron ratings. They're huge!"* And that becomes the dirty little secret a lot of times is, are you running live or are you running taped? And a lot of times advertisers will say, "Well are you running live or are you running taped?" And I believe you may need to disclose if you're running taped, to the advertisers anyway. So that's where they make their money, and us, as the local—

SM: --the news—

TG: No, no. Local means—the only news break is here and here—local means: during that three minute period, that is when us as the owners can call up the local car dealership in Davenport and go, *"Hey, I've got G. Gordon Liddy. We're running him from 9-11 do you guys want to buy some add space during this block, during this block, then during this block here."* So I'll sell a 30 second spot here, I'll sell a 30 second spot here, I might have my local news here as well.

SM: So local advertising as opposed to network advertising.

TG: Correct. So the network's taking five minutes every hour. The local affiliate is taking some time every hour to sell their space. So that's how these guys make their money. That's how they do it.

SM: So that's one model, but is it the most widespread model?

TG: It's the most widespread model among conservative talk radio multiple hosts, except Rush.

SM: Rush gets to decide who's on and what time.

TG: Correct. And Sean may have elevated to that level since I've been in this game. So that's and important part of this. That's the thing that always pissed me off. I did not want to fool with the time of, *"OK. God dammit. This guy's telling me he's got 150 stations. I want to figure out how many of the 150 stations people are actually listening at that moment."* And Arbitron won't do it for you. Arbitron will tell you the stations, who's winning number 1, and whatnot. And if the owner of the station wants to really pay and say, *"For this time slot..."*

SM: They do their research for you.

TG: Correct.

SM: I'm trying to build a chart of every possibly talk radio host I can find so I know...I'm not going to talk about all of them. It's impossible. But I want to know how many of them there are and what market, etc. So when it says Rush is noon-3. You said that he probably demands that his affiliates broadcast his show at that time slot. So we'll just set him apart. The other people, let's say Laura Ingraham, Michael Savage, or Glenn Beck, on the internet site when they say, "Sean is from 3-6, Laura is from 9-12", this is for the flagship, right?

TG: For the flagship and for what they will hope is the majority of their affiliates. They will hope that the majority of their affiliates will be taking them live.

SM: So that's their position that they hope will be followed by their affiliates, but it might not be.

TG: Correct. And they know the ones that aren't carrying them live. The thing is that both Sean and Laura—I'm sure that they won't say, "In Denver we can be heard at 2 am." They won't say that, but that's the fact. But some of these guys will say that.

SM: I tried to contact the Ingraham people, the Hannity people, and they just bluntly refused to talk to me.

TG: Did they really? Why?

SM: I don't know.

TG: That's interesting. They think you're just probably trying to fuck over talk radio. You're saying they're all crazy, that's why.

SM: But I'm nobody. I'm never going to have that power.

TG: I know. But they just think, "*I'm not doing...*" But here's an example. Affiliates. They're not listing out who all their affiliates are. They'll provide it to advertisers, certainly, if you're going to give money, but a lot of these guys won't tell you—

SM: On the other hand, if you go to Hannity's or, Ingraham's site, they have a US map and you can click on the states and have the affiliates.

TG: [Searching] He may be a total different animal too, where, let's see...ah ha! See, 4-8 pm. That's a classic example. Sean Hannity's on from 3-6, and that's Eastern Time, so that would mean Wyoming time he's on from noon-3.

SM: So when they say airtime, they're taking Eastern Time as local time.

TG: That's saying in Orchard Valley, Wyoming, for KGAB AM, 4-8 pm. So if we're living in Orchard Valley, Wyoming, we can listen to Sean Hannity but we sure as hell can't call in and talk to him. See what I'm saying? We live in Orchard Valley, Wyoming. It's three hours behind us. [searches]

SM: Since Sean is on between 3 and 6, Sean should be between 1 and 4...

TG: Correct. And he is on from 4-8 pm. So I'm curious, let's go to KGAB where he is in Orchard Valley. Let's see what...I'm sure the radio station will have what show is on. I bet you—I could be wrong—but I bet you it's a local farm report or something like that, because that's their most productive and money-making. If I own KGAB, I'm going to make my money during drive time, during afternoon time, or during something that may be...[searches] This is a classic example. Glenn Beck: he competes with Sean, right? So he's on from 1-4 weekdays, so he's on from Sean's slot. So they've picked Beck over Sean but they're running

Sean afterwards, and Sean is claiming them as a net affiliate. Which is true, they're a net affiliate of Sean. But they can't participate and you're participating in Glenn Beck. That's where you need to look at this kind of stuff.

SM: This is a total maze.

TG: Yeah. That's what I'm saying. It's all kinds of this. *"I've got this number of stations, I've got this number of stuff."* You've got the business side of it, and then you've got the ideological.

SM: And you didn't have a guy at the White House whose job would be [Taylor interrupting]

TG: That was my job! My job was if we were targeting the senator from Wyoming and figure out what they were listening to, how they were listening to it, and who was on at that time and I would not...I could not go...the foolish radio director would say, *"Hey Sean, do you guys have a station in Vermont? Because we're trying to target Jim Jeffords."* *"Oh yes! I've got two stations!"* *"Great!"* And you go and you waste all your time with the Vice President on something that maybe four people are going to listen to. That's the key. Figuring all that stuff out for the targeting was the biggest part of it.

SM: So does it mean that every show has a flagship? They broadcast from one station and it's reverberated on the whole network?

TG: Some do. Sean and Rush can go to a studio and link out to a satellite and broadcast to affiliates. They are some that will have a flagship affiliate where they just do their show from, but for example, Radio American is nothing more than a syndicator almost, and just a true syndicator.

SM: So there's no flagship.

TG: Correct. The flagship's on the internet—you can listen to it streaming on the internet. There's no WJ whatever that's the Radio America station and all its programs comes from there and other people take it. It's more about the way we're broadcasting all this content from satellite stuff.

SM: But if I'm not mistaken, for having listened to extensive hours of these shows, they have callers from all around the country. So does it mean that they have fans that wait?

TG: Absolutely! And I'm not suggesting that it's all a farce, or it's all not true. What I'm saying is, as people say *"I've got 500 stations"*, think about that... Here's the deal. If you interview any of these guys and say, *"How many stations are you syndicated to?"* *"200"* *"How many of those 200 are taking you live versus taped? Meaning, how many listeners can participate with you live."* We would have some with Ollie where we were taped at night different places where they would listen to us on the web live and they would call in from the web. They would call and say, *"I'm here in Portland, and you guys are taped here"*

unfortunately.” And Ollie would get so mad because he’d be like, dammit! I don’t want anyone knowing that we’re not live! So it’s a little bit of a kabuki dance that goes on.

SM: But is the important thing being broadcast live? Or is the important thing being broadcast at the same timeslot on every...

TG: Well that would be the same thing as broadcasting live...

SM: No. Because for instance if I’m Laura Ingraham, I want everybody listening to me from 9-12 because it’s my timeslot, it’s before Rush Limbaugh. So if I’m from 9-12 on the East Coast, it means that I will be from—you know it will be like one hour later. Let me reformulate. I’m from 9-12 on the East Coast. I want my listeners in California to listen to me from 9-12. So I won’t be broadcast live in California. It will be taped and the broadcast at the hour I want. What is the most interesting thing? I think everybody...

TG: I think having as many people listening to you live at the same time and being able to participate with you if you want them to. At the same point, what they’re all wanting is the highest ratings.

SM: So you kind of have a balance and a mix.

TG: Correct. And so going back to what I was saying—maybe my story from Chicago makes sense. Was it more important for us to be able to have people calling and going, *“Hey Ollie! I’m calling you from Chicago!”* when it’s really this Aurora station that’s small and being like, *“Hey! How’s it going Chicago? How are the Bears?”* and blah blah blah. Versus the largest station WOS in Chicago broadcasting us overnight at 2 a.m. or whatever the hell it was—I don’t even know if it was WOS so don’t fuck me, I’m not...I’m using it as an example. In those situations, we might very well pick the largest station that’s going to be running us overnight as opposed to the little guy because we can say we’re on WOS, which national advertisers know that’s the largest station you can have in radio in the Chicago market. We can say we’re on the largest station in the Chicago market. So what we’re operating on at that point is there are probably more people listening to that station at midnight versus listening to the little shitty station during the live time. It’s like cable versus network.

SM: It’s fine because I was totally mistaken. I thought it was just 9-12 no matter what the time zone. Thank you very much for your time Taylor, I appreciate it.

ANNEXE N°6 – Entretien avec John W. Bryant

John W. Bryant

Représentant à la Chambre de la 5^{ème} circonscription du Texas (1983 – 1997)

Entretien téléphonique conduit depuis
Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, 3620 Walnut Street, Philadelphia,
Pennsylvania 19104

Le 7 février 2010

Sébastien Mort: My work is on conservative talk radio as an instrument of dissent and an instrument to reconquer power on the part of the conservatives and I have interviewed a few people on the conservative side and now I'm interested in the Democrat's reaction and the adjustments that the Democratic side had to do to react to this phenomenon. So my first question would be, when did you realize the importance of talk radio and the importance of Limbaugh in the years that you served in congress?

John Bryant: Well, it wasn't Limbaugh. He was the model that was... beginning to pop up in all the local markets. So the ones that most of us were aware of, were the Limbaugh imitators that showed up in our own cities. And I think that was... you know, I've been out of office now for twelve years so I don't remember this stuff like you would like me to. But that would have been back in the late 80s, I think. When did Limbaugh get started?

SM: Limbaugh started in '84 in California, but he emerged on the national scene in the late 80s. Probably I think the year it really took off was the year 1990, but he went on national syndication in August 1988. That's when it all started.

JB: Well they had begun imitating him around here in the Dallas area at least by the late 80s, so I think everybody paid attention to him. But actually, he didn't really amount to much. I never gave him much thought. When I was spoken of, when they spoke harshly about me on those programs, I'd hear about it occasionally. I did a couple of interviews on those shows, by phone. And one time, surprised the guy who was conducting himself very dishonestly by pretending he had set up a debate but not telling me about it. And I learned about it just in time to surprise him and just show up. So we ran into tricky stuff like that a lot.

SM: So are you referring to this host David Gold?

JB: Yeah, that's right.

SM: I was able to have access to a few press articles that actually document this sort of controversy that happened and the sort of conflict that he engaged in with you. So I'm interested in that as well.

JB: It didn't really have any impact on the elections. First of all, he never had any big listening audience. I checked the *Arbitron* ratings and he didn't have enough to matter. The people that were listening to that then were people that had their minds made up already. That's why they found it entertaining. So it wasn't as though they were changing minds. It's like people that go to watch a professional wrestling match go because they already like it. They know it's phony, they know it's bizarre, but they like going in there and getting all riled up and hollerin' and hoopin' and going home feeling good. So we can't help the fact that they like it. They just like it.

SM: But for instance, if I take the specific example of this lobbying reform bill that you introduced in Congress in late '94: don't you think that talk radio at that time had some sort of effect on, not converting people—because as you said they are probably already very much attached to these conservative ideas—but isn't it a force to mobilize people around particular...

JB: Well yes, for people that agree with what they say, it's very much a force for mobilization. So it has a big effect on the people that are their followers, their listeners, the ones that are already in that political camp. So in the case of the '94 bill, we had worked out very carefully a design to the lobby reform bill with a bipartisan task force, and at the last minute...was that '94?

SM: It was October of '94, just right before the election.

JB: That's right. We had worked this thing out very carefully so there wasn't anybody demagoguing saying "We're holier than thou." We did a good job on it. It was one of the best bipartisan efforts I have ever been involved in. At the last minute, Gingrich decided that if that passed, it would be a credit to the Democratic congress; it would look good for us. So in spite of all of his agreements and in spite of the fact that Republicans had played a big role in putting it together, he decided he'd better kill it. He went on the floor of the house late in the evening and got special order time and made a speech condemning it saying it was going to destroy freedom of speech, that it was going to keep Christians from being able to petition their government, and all kinds of bizarre stuff in an attempt to beat it. And the next morning, 500 talk show hosts around the country were parroting a list of talking points that had been provided to them by *him!* Including Limbaugh. Of course that frightened the britches off all the Republicans. Now I lose track of how we got the thing passed later, but as I recall it scuttled the effort that it was scheduled for a vote the next day. Somebody needs to check my facts on this part because I've just kind of forgotten. But anyway, they all were unnerved by all this sudden calling of their office saying, "Don't vote for that bill. It's going to hurt Christians, it won't allow me to petition the government," and all this nonsense that is so... That was a show of strength, among the Republican members of Congress, of talk radio.

SM: And so do you think that... I mean I'm sure it did not influence the way you...I mean this was your bill in the first place, but what about the other Democratic representatives in the House. Were they in any way influenced by this massive flood of mail and calls and faxes to their offices?

JB: Probably some of the ones that were in more swing districts that felt politically weaker. It would be... that's typically the ones that are affected by an uproar like that. So it would have some effect on that kind of a member, no matter what party he's in.

SM: And was there any strategy devised by the Democratic caucus in the House? How did you react to that? And when I say “you”, I mean you, the Democratic representatives. Did you just let it go thinking it would go away, or did you have a precise...?

JB: Well remember, in this particular case, it happened over night, so we just had to fight it with the facts. And I think in most cases when they rage on for weeks, the only way to deal with it is just to fight it with the facts. We used to think that the mainstream press would characterize it objectively and that would be enough, but that became...in the first place the papers got skinnier and skinner as the world moved away from print media so there was less and less room to explain complicated matters. They didn't always show a lot of nerve and sometimes wouldn't really get the message across about what is really in a bill. Except on...you'll see it on the editorial page, but not frequently and not every news page. So we just had to fight it with facts. Remember, I left there in '97, so it's a different war right now in terms of how you deal with it. And somebody could probably give you an interview about how what they do today. At the time we'd just fight it with the facts. Give press conferences, press releases, debated it, challenged those who were asserting things we thought were incorrect to debate the issues. And it went on, and had town meetings.

SM: Do you think that you were on an equal footing in terms of getting the message through and having the proper communicational apparatus?

JB: On no... you mean in terms of having radio stations and all that? Oh no, we didn't have any outlets. We had zero. There was nobody advocating the Democratic point of view on anything... on any order. There was no MSNBC. None of that.

SM: So you didn't have a press...a media offering a press book viable opinion that would work in your favor at the time?

JB: Say that last question again.

SB: I'm saying that in the early 90s, because of talk radio, the very hard-line conservative fringe of the Congress had actually an outlet that would advocate and propose the Republican views, and you didn't...

JB: No. We had no outlet whatsoever. I mean we hoped that the mainstream media would give a balanced view of everything and the facts would win out. As historically over the years, it always had. But we didn't have any comparable outlet of any kind at that time. And there's still really not one now. MSNBC's got Keith Olberman and Rachel Maddow.

SM: But it also has Joseph Scarborough in the morning...!

JB: [Laughs] Yeah. We don't have a Fox station. Here you've got these rowdy talk show guys on radios all over Dallas. The reason for it is partly economics. They know they can capture a little defined audience that the advertisers want to advertise to by putting a guy on that's going to do that. On the Democratic side, nobody wants to listen to some guy rave on about all kinds of imaginary evils. It just doesn't appeal to...

SM: Some why would you describe that—the fact that there's a tendency to refuse that extreme kind of rhetoric on the Democratic side?

JB: That's a really good question. I'm not sure I know why.

SM: Because this is a question that I'm actually asking as part of my research.

JB: I can't wait to see the results of your work, because it's a question that ought to be examined. I don't mean to digress because you're not calling asking about this, but it took me a long time to figure out—I started out in the legislature as a young man and went to Congress—to figure out that people's political views are more an outgrowth of their personal psychology than the result of an objective study of issues and decisions about what works and doesn't work. So that has something. But the answer to your question is somewhere in that statement.

SM: So more on the psychological and personal level...

JB: Yeah, you know people that typically vote consider themselves to be Democrats or Democratically Independent. They are not likely to take a lot of pleasure in that hateful speech on the radio and they're also not likely to buy into the set of facts that the right wing talk show hosts purport to have at their fingertips and use as the basis for all their attacks on everybody.

SM: Do you think that has something to do with values as well?

JB: Yes, I do.

SM: That if you're a conservative medium you will talk a lot about values—Christian values, family values, and this is a vehicle for attaching other ideas that are not necessarily related to the moral or religious view.

JB: I mean, I'm an active Methodist. I'm a very active layman. I teach a class every week, and it's been the case all the way. I'm very typical of people on our side, I think. But I don't interpret...my values are not entirely different than the guy on the right wing talk show host, but a significant portion of my values are based on a different interpretation of what's right or wrong. But you're asking a question... somebody ought to do, get a foundation on the right research and figure out why people have different political views. It would be a very interesting study. I'm convinced of this, and I've been doing it a long time, that it has a great deal more to do with your personal psychology than it does to do with the fact that you sat down and you studied all the best ways of governing and figured out here's the best way.

SM: That's an interesting point of access to the question, so I'll probably dig a little bit more on that side. And please feel free to interrupt the conversation whenever you need to. My next question is on the 1994 mid-term elections. I've read tons of literature saying this was the talk radio election. That's when the pollsters started incorporating talk voters as a category of voters. People on the right have said that the 104th Congress was the Limbaugh Congress. I'm trying to define what could be another reason for just, "Oh, they had talk radio, we didn't." Was there something...?

JB: In '94?

SM: Yeah, in '94, there was the Republican landslide.

JB: Well first of all, it was the off year for a new president. A new Democratic president was elected two years earlier and the next election almost always goes the other way. So you have that historic change. Second, Clinton mainly began to push the healthcare bill. He did some things for the gay community—I forgot what they were but they were dramatic by the standards of the time. Anyway, he was behaving like a Democrat and the level of concern about him on the part of Republican was aroused, as it normally, naturally would be. And then you had this—remember, it's not just Limbaugh. It's 500 Limbaugh imitators around the country that are going...When Limbaugh's not on, they're on. So you had that all over the place. So what I think they did was help make the Republicans think—the Republican conservative listeners think—that the sky was falling and really frightened the britches off them. The other thing is, a lot of things in history are dependent on leadership. When I entered Congress in '83, the majority of Republicans were mainstream Republicans. They were people with whom I didn't have dramatic differences, even though I'm a real Democrat, I'm not a southern, conservative Democrat. The Republican leader Bob Michael from Illinois, very fine guy. Well when I got there, Gingrich was already pounding on him, attacking him all the time for not being strong enough and all that, and building this base of hard line right-wingers.

SM: Are you referring to the Conservative Opportunity Society?

JB: Yes, I had forgotten about that.

SM: I was going to ask you a question about that, because I've read a lot about it but I wanted to have an insider's view in terms of whether it was that important at the time, or did you perceive it... did you take it to be serious?

JB: Well remember, I was just looking at Gingrich. I remember that... I don't remember it exactly, except the name of it and that it was out there. But it was Gingrich and his guys that were leading the charge and they bred a genre of Republicans that were not mainstream Republicans, that were far right wing. Ultimately they became the majority in the Republican Congress and Gingrich was the speaker as a result of it.

SM: So he's had an effect on pushing the Republican to the right?

JM: No question about it.

SM: Would you ascribe this shift only to him or to other forces?

JM: Well I think there are other forces, but I think he played a big role in it. I think everybody agrees that he... I mean maybe another leader would have done the same if he hadn't been there, but I saw him doing it and I think he had a major impact here. And working hand in hand with 500 talk show hosts who could get a blast fact from him and they'd start talking his way. He started having a big effect. But the '94 elections were a combination of things, including the historic tendency of voters to go against the president's party.

SM: Yeah, that's one of the reasons. But can you also ascribe it to probably... I think, if I'm not mistaken, you said in one press article in '94 that you also had a timid leadership on the Democratic side.

JB: We had a very timid leadership... we had a speaker who wasn't a political leader. He wasn't willing to get into the arena and carry on the rhetorical battle necessary to fight back. And virtually every crazy right wing attack that was made on us, on our side, was not... injured us because we did not have coordinated effort to fight back. He himself was defeated that year.

SM: Yeah, he was not reelected.

JM: So no question about it we had a half-hearted, haphazard way of dealing with him because he just didn't have the stomach for this kind of situation. Well you've got to be willing to compete!

SM: So you felt that you didn't have the ability to do so.

JB: No question about it. In fact, I called for his resignation. I called for him to retire as speaker. I made a public statement about that at the time. Everybody got, "*Oh my gosh.*" About half the Democrats came by and said, "*You said the right thing. I'm glad you said it.*" He was defeated by a guy who was...one of the big things they used to talk about back then was term limits...he was defeated by a guy who said he was for term limits, "We have to get speaker Foley out of there. He's been there too long. I'll just serve three terms." Last I checked he was still there. You can verify that, but he did stay a good deal longer than...

SM: And who was that person?

JB: I've forgotten his name now.

SM: So that was Speaker Foley's opponent in his congressional district?

JB: Republican opponent who defeated him in his congressional district. A whole bunch of them did the same thing. After three terms they all said, "*I've been praying on it, and thinking about it, and I think it would be better if I stayed in Congress.*" And that guy did that very publically at the time. I forgot his name.

SM: Well I'll look it up to have all the facts. And there's also a question I'm interested in, which is a kind of semantic question. There used to be a time where you could say that if you are a Democrat or if you're a Democratic representative or senator that you're a liberal. It seems that now the word has been endowed with a completely negative connotation. Not to say that if you're a liberal then you're a devil incarnate. So can you date this shift in...?

JB: Well that's a long time ago.

SM: Was it before the um...?

JB: Somebody who's a better political historian than me can tell you about when that happened. But in the 40s and 50s even people would describe themselves as liberal Democrats. By the time I came, I was elected for the first time in 1974 in a special election for the Texas legislature; they had already begun to demonize that word by making it sound like you were a libertine, irresponsible person with no values and all that kind of stuff. So no time

during the time I've been in public life was anybody comfortable using it because of the way in which they had demonized it. It means a willingness to follow the truth wherever it leads you. But it's been demonized since.

SM: So this all happened before the whole Gingrich-Limbaugh tag team. They just sort of surfed that...because this is also important.

JM: They used to call everybody a communist. He's a communist or he's a Waco communism, he's a Paco, stuff like that. That became almost slanderous. In fact, a lot of books will show you that calling a person communist actually was considered to be almost prima face evidence of defamation. So then they moved to calling everybody a liberal. But remember, I'm a lawyer and businessman. I'm not a political historian. If somebody can give you an answer to that question with great detail...I'm not a good source on that. I just know by the time I came along, it was a word that was used to injure the opponent.

SM: I'm not asking this question to you as a historian, but as someone who's had firsthand experience of all this. Just to go back to this mobilizing effect of the electorate, do you recall other moments similar to the lobbying reform bill, where there were other measures you wanted to pass that were defeated because of that or at least with the contribution of...?

JB: The answer is that it happened frequently, if not defeated, impacted. I can't come up with any good examples right now. I'm sure there are a hundred of them but I can't think of any specifically. I mean the assault weapons ban, that was one that took place in '94 and they just raised that up. If you voted to ban assault weapons, you were just, "*We're taking away everybody's guns.*" They put that out and hollered about that for weeks and months. That very issue defeated some people in '94. That was a good example.

SM: So you're taking about the Bradley Bill here.

JB: Oh I don't remember, just assault weapon ban is what I'm talking about. There was a ban on private ownership of assault weapons.

SM: I think it was the Bradley Bill.

JB: But whatever it was, it was the one that said you can't go down to the gun store and buy an assault weapon. Because why do you need an assault weapon? Oh, they went nuts over that, "Gun control will take away all our guns! Nobody will be able to hunt anymore! The crooks will be riding in the street and have us all cowering in our houses."

SM: Yes, I remember reading about this debate. And just two short questions to finish. Do you have documents that sort of illustrate this...do you have faxes or letters from your constituents in your papers that related to this?

JB: No, all the stuff from my office I gave to the University of Texas.

SM: And are these papers accessible to the public?

JB: I don't even know. I can't believe they wanted them in the first place. They ask all the Texas members to give them if they will, so I gave them everything I didn't think I'd ever use

again. But I think there probably was some. I think if you went and looked at any congressman's records from that era you'd find a lot of that kind of mail. Anybody's.

SM: So basically if I call and ask for authorization they would probably agree to let me take a look at it.

JB: Well that, I don't know. I would, because I don't care. The University of Texas has archives and asked for our records and I gave them my records and I forgot the conditions for doing that. But if you contact them down there and find out, you can probably see a lot of people's records, not just mine.

SM: My second question is: would you be able to recommend me to some of your colleagues in the House that would be in a position to give me information on the questions that we have discussed.

JB: Almost anybody. What you're talking about was a daily topic. Anybody you talk to would have an opinion on this and would have experience with it. There wouldn't be anybody who was more exposed to it than anybody else. Everybody had to deal with this.

SM: Well I contacted you because of this lobbying reform bill that really struck me as a good example of how the war machinery was triggered.

JB: I'm almost certain...it just has to be the case. That year, we didn't have Internet, we didn't have emails. I'm sure that the mechanisms now are vastly more sophisticated. So I don't know what they are, but somebody who's in office now knows.

SM: Thank you very much.

ANNEXE N°7 – Entretien avec Richard Strauss

Richard Strauss

Directeur de la communication radiophonique de la Maison Blanche
(*White House Radio Director*)

Janvier 1993 – Janvier 1996

Entretien conduit à
Strauss Radio Strategies, Inc., National Press Building
529 14th Street, NW, Suite 1163 Washington, DC 20045

Le 19 mars 2010

Sébastien Mort: So, this Saturday radio morning address is kind of a laid back, casual,...

Richard Strauss: Laid back, casual, I mean he was a master at the radio address. He would, ten minutes before, look through the whole address and, not rewrite it, but make lots of edits and very quickly, very succinctly change things around, rewrite stuff, insert things. He was really quite brilliant, and he was always a little playful with me, too. We were live to the nation and I would be counting him down and twenty seconds before he'd look up, "*Richard, that's a very nice tie you've got on. Where'd you get that tie?*" Like, "*Five seconds, Mr. President, five seconds.*" It was an opportunity for him to see true friends, people he knew from home from Arkansas, that he could just banter with and catch up with and he really enjoyed it. We did a receiving line after and he got to take pictures and say hi to everybody, so it was a very nice opportunity for him. And also, really the radio address started with President Roosevelt with his Fireside Chats, but the modern day radio address started with Ronald Reagan and David Gergen, who has of course worked with multiple administrations, including our own. And Reagan wanted to do a weekly address to the nation, but it was Gergen that said if you do a TV address, you're going to become overplayed and be overexposed, so let's do radio since it's a softer medium, and you wouldn't be so overexposed. So really Gergen gets credit with Reagan for doing the modern day radio show. Reagan, when he did his, he did it really by the book—five minutes, pretty much exactly every time. But he didn't do it on things that were newsworthy and always in the news and topical; it was always sort of off-message, off-topic. When we came in, President Clinton would make news and create news during the weekly radio address, so when we announced that the Japanese markets had been opened up to Motorola and Japan was blocking sales of Motorola cell phones, and when that embargo got lifted, we were able to announce that on our radio address. When we launched an attack in Baghdad trying to get—was it Baghdad? I think it was Baghdad—

SM: Was it after former President George W. Bush...

RS: --yes, the assassination attempt against George W. Bush when he went there or a speech, and we launched an attack in retaliation to that. That was announced during the Saturday morning radio address. That was exclusive—the first mention of it. You know, “Good morning. This morning we have a retaliation attempt.” That was the difference with our radio address—we really tried to make news and it was topical and we got a lot of coverage for that.

SM: So not just churning on what had happened during the week, but trying to project something new...

RS: Well that too, but you know, Reagan would one day come in and talk about the importance of reading for kids, and just something that wasn't in the news. Maybe important still for the country, but not topical and in the news. So we wouldn't make news certainly every week, but we would comment on things over the course of the week, much like it's done now. But we'd also make serious news and break news during radio address.

SM: It was also a means of getting other media outlets to pick up on what was said and try to make it snowball...

RS: Absolutely. It was an agenda-setting tool, and that was really the point of the radio address in its inception, was of course to set the agenda for the Sunday morning shows, you know Meet the Press, Face the Nation, and the Sunday papers. But I really pushed for, and tried to get stations to pick it up and run it live, and that was not an easy task. Because of the conservative nature of the radio world, I had a lot of resistance from station program directors when I would call to tell them about the Saturday morning radio address and try to get them to run it. I would say look, it's six minutes on a Saturday morning—can you run it? They would say, oh we have the cooking show, and we have the gardening show, and we have the replay of how to make money in gold—just a bunch of nonsense. And these are stations that would have on their air Rush Limbaugh, G. Gordon Liddy, Oliver North, Michael Reagan, Pat Buchanan dominating their airways, and I would ask for six minutes for the President, which most often wasn't political—I mean, it was sort of inherently political because it was the administration, but it was more talking about less hardcore political things and more about the agenda of the administration, which of course has direct political undertones, but it wasn't directly, hey vote for this person, or this Republican is a jerk and here's why, you know it wasn't like Rush Limbaugh like presentation. And some program directors I got through to because for their more liberal, progressive audience members who would write in and complain about the programming, this was an outlet for them to respond and say, hey look, I do play the radio address on Saturday morning for six minutes. Again, compared to 45 hours of programming from all the other talk shows, and the ones I mentioned, that's not even considering the repeats, you know over the weekend they do the best of Rush, or the best of Libby. So that was a fight that I had to get it carried by the program directors. But we had some good results. 1010 Wins in New York was carrying it, KYW in Philadelphia was

picking it up, WTOP here in DC was carrying it, so there were some strong stations carrying it. And now interestingly, today President Obama has really screwed things up, because now it's more of an internet and media address, and they're having it available for YouTube and TV's picking it up, and it lost its exclusivity—it started in the Reagan days for being an address, which I'm kind of sad about. But that's OK. We'll move on in the electronic era.

[shows pictures]

We also did some very unique things. We did the first-ever joint radio address between the President and the First Lady, we did the first-ever joint radio address with President Clinton and President Mandela, which was amazing, and we had it hosted by American Urban Radio Network, which was of course a radio network in the US.

[shows pictures]

SM: Wow.

RS: The first ever radio show to be broadcast on the White House lawn—

SM: In September, '93, with the healthcare—

RS: —no, but almost. So I brought in, at that time, 65 radio shows that broadcast on the White House lawn, we did a briefing for them. But before that, we had actually brought in one radio show, which was a guy named Paul W. Smith, who now is at WJR Radio in Detroit, but at the time he was broadcasting at WWDB in Philadelphia and through their program director David Rimmer, Paul W. came in and broadcast on the White House lawn. He was officially the first one to do so—just the one show.

SM: So that was before September—

RS: Yes, before the big gig in September, the big push for healthcare. Which is of course is very timely right now because healthcare is obviously big in the news, and this was our failed attempt. But that was the first show, and it was a test run, and then on like a Thursday, we decided to do this for like a Monday morning. So over a weekend more or less, we put together some 65 radio shows that all came to the White House lawn and put together a briefing that they did, the President came in, and we had Donald Chevela come in, we had I think the Vice President come in, and they were all briefed about the healthcare plan, then they did their shows on the White House lawn, and it was crazy. I mean we had lines running everywhere, phone lines running everywhere, we had to get a phone company involved—it was quite an ordeal. You could see the sun coming up—we did it starting at 6:00 am. My direct boss was a guy named Jeff Peller.

SM: So, what was your first intention? Because the ultimate purpose cannot be to expect all these people vouch for the healthcare reform, considering that most talk radio hosts throughout the land are conservative, or have a conservative perspective.

RS: I had always had a plan, an idea, a policy of doing interviews with conservative shows as long as they would treat us fairly and with respect. So, if they asked the tough questions, I was personally OK with that. I also had to be careful to match our spokespeople with the type of show that we were doing. So I mentioned Laura Tyson—she’s brilliant, she’s very sweet, nice, smart, but I would not put her with a very crazy, outgoing, bombastic, in-your-face type show-host. Instead I would reserve that for a tougher-minded person, maybe a James Carville type, someone that could do battle with somebody like that. I would also try to find common ground with conservative shows with our administration. So Oliver North—conservative, there’s a lot of history with him, but he was big on anti-drug campaigns, so I advocated doing an interview with our drug czar Lee Brown who I think would have done a great job with him. I got turned down by higher up from me to make that interview happen, but I still had that belief. So we just invited everybody. We couldn’t—because of the backlash, I think that we would have received cherry-picked certain shows to come, particularly for doing it the first time. So we honestly and truly invited everybody, and Donna Chale was an example—she could be a bulldog and go out and she loved it. She went from show to show, pitching healthcare, trying to get the conservative shows on our side. I think we also assumed that being on our grounds at the White House that we would get some heightened level of respect from the crazy shows. No interestingly, Rush Limbaugh did not come.

RS: I love that you’ve done your research. Rush made a big stink about how we planned the timing of this during his show—you know the briefing—while he was on the air, and we specifically put the time at that time, which is utter nonsense. I mean, when we’re putting this together, we said we’re going to do morning drive, and the day before we’re going to do a briefing. Totally based on the President’s schedule; I never once thought of Rush Limbaugh. So of course he went on the air, and said “They did this to just have me...” But the day before—this was when Rush had a TV show going on—so the day before was the briefing, Rush did send a TV crew to videotape the briefing. We had left explicit instructions with all of the attendees that this was a briefing for radio, that no cameras were allowed in, that we were going to have one camera which was a White House pool camera—which was a network, like ABC—that would be able to pool camera that would record this for everybody’s use and purpose. So Rush Limbaugh sent some camera crew, they snuck in a camera, they turned on the camera during the briefing, and it was up to me to go and basically tell them to turn off their camera and to take it from them. At the time I didn’t know whose camera it was. We just looked in the audience and saw a camera, clearly I didn’t know it was Rush Limbaugh’s. I went over there and I took the camera, and they’re filming as I’m coming up to them, and they release the footage to the networks, and to NBC, and Andrea Mitchell did the story of showing me coming over and taking the camera, and Rush Limbaugh and his TV show did a spoof, almost like a Saturday Night Live skit, where they showed me coming over taking the camera, and after that was all made up, but it showed a wrestling match that ensued, and them being pulled to the ground, and the camera with hands coming in pulling it

from them to really make it look like it was some big fight. But yeah, Rush...I had had a history of Rush. First of all I worked at the radio station KFBK in Sacramento where Rush started out.

SM: So were you working at the same time that he was?

RS: No. We did not overlap. He was there much before I was, but I knew his background and I knew his history and I knew the people that he had worked with. I got a tip from a woman named Christine Craft. She filed a big lawsuit against her television station and she later became a radio host. Christine filed a lawsuit because she knew more about sports than the sports anchor at the TV station, and when the sports anchor would sort of have the banter back and forth, she knew more than he did, and she got fired because of that. So she wrote a book called *Too Old, Too Ugly, and Not Deferential to Men*. Anyway, so Christine called me one day in Little Rock in the campaign and said, “*Hey Richard, did you know that Rush Limbaugh didn’t register to vote until he was like 28 or 29 years old?*” I said no, I didn’t know this. Which was a big deal because he’s “Mr. Politics,” and “Mr. you know, Spewing-at-the-mouth-about-everybody-go-vote” and I’m Mr. Vote, and he didn’t register to vote, which most people register to vote when they’re 18, particularly those who are heavily involved in politics. So I called, to get a second source, another person back at the station.

SM: So this is ’92 during the election campaign?

RS: ’92 during the election campaign—in Little Rock during the campaign. So, Christine calls me, I called to a guy named Tom Sullivan, who was the business anchor. I didn’t realize that Tom was close to Rush, so I said, “*Tom, I just want to verify, do you know if it’s true?*” Tom called Rush and told Rush. Rush like a few days later went on the air and went into a whole diatribe about how he didn’t register to vote, and everyone he wanted to vote for he thought was going to win and just a whole big report.

SM: So preemptive rebuttal.

RS: Yeah. It’s really interesting. And then after that, for like the next year, every few weeks he would sign off, “Hey, Richard Strauss at the White House, thanks for listening.” Very interesting. So that’s a little bit of my history with Rush.

SM: How does the whole conservative talk radio/Limbaugh thing factor into your strategy? Do you think—

RS: At the time?

SM: In the campaign and when you were at the White House. Do you keep them in mind and say it’s a parameter we need to take into account because we’re going to come under fire if we’re not careful in this?

RS: I think we more had a strategy to make sure we were in the mix with those stations and do the newscast and do interviews with radio station news rooms, rather than focus on those conservative shows. I had to be really careful to know the climate of the shows before booking the guests because if we booked some of the hire-ups on some of those conservative shows, I of course could get into trouble. We had to match them up with the right people, sometimes we would do interviews with the people in the state that they knew that they respected, so it could have been a Democratic progressive senator or congressman that knew those conservative show hosts well enough that we knew that they would treat them fairly. But it was a minefield. We had to be very careful. And at that time, there wasn't Air America, and Ed Schultz, and Stephanie Miller and the Rachel Maddows. We didn't have those types of shows to really go after, so we focused on the news rooms, we focused on the networks, we were very "war room" type mentality—you know there was a movie, *The War Room*? And we never wanted to let a news cycle go by without there being a response. So for example, at the convention that Bush had in Houston, he gave his convention speech. Maybe the speech would start at 9:00 and by 9:45 we had Stephanopoulos do radio network interviews and those radio network interviews would then play at the top of the hour at 10:00. So Bush would have his sound bite and then Stephanopoulos had a sound bite right after that responding. So we would never want a news cycle to go by without there being a response. Now that doesn't necessarily address the conservative talk show world, but we would try to penetrate those radio stations by trying to get on their newscasts as much as possible. And again, at some point, particularly a rush at the end to do a GOTV message, which is Get Out The Vote, so the last week or so of the campaign we probably did do some of those conservative shows, just quick interviews though and we would make them short, and we wouldn't allow call-ins, and again we would try to match them with people in their states to try to hope for as much respect as possible. But yeah, we were very careful. It was certainly dominated by conservative radio and we also were offset by other forms of radio. So for example, we would reach out to sports radio, so good timing now because March Madness. During Clinton's administration, one of the years the Arkansas Razorbacks basketball team went to the Final Four and I think won it, but we had President Clinton do an interview with ESPN Radio, sports radio, so that his message would get out, because they would talk about sports and basketball for about 75%, but for about 25% they would say, "So how's the economic turnaround doing, President Clinton?" It's what we did during the campaign in New York primary. Jerry Brown was on our heels, and we decided to do the Imus show, and that's where Imus called Bill "Buba", making fun of his weight because he would love to go to McDonalds, and that won over New Yorkers. The headline of the New York Post was "Buba Speaks." And that's something that we were very proud of—of course Imus went on to have his own problems later and to some extent turned on the administration. But doing sort of those out of the box shows—we did during the campaign in South Dakota in the primary the first ever talk radio interview really of the campaign. I don't know if you found any of this—

SM: Yeah, there were the two questions about infidelity and you—

RS: Where did you find this?

SM: I found this in—there’s this industry publication that’s called *Talkers Magazine*...

RS: Yeah, sure, Michael Harrison. Yeah. Did it mention that?

SM: Yeah.

RS: Interesting. So, at the time we had to buy time with four or five stations throughout the state--

SM: Because they wouldn’t let you in?

RS: They wouldn’t let us on. Of course now stations beg to have Bill Clinton on, and during the White House time to have him on. So I set up this network of four or five stations to do talk show and to do call in, and we had a call screener and most of it was good and talking about messages tied to the economy and jobs and education and healthcare, but a couple calls came in and talked about Jennifer Flowers and how could you and I think even one came in about the draft dodging story. And we did a half an hour radio show. Stephanopoulos was there, Dee Dee was there, and he walked out of the interview at the end of the half an hour and kind of stormed out and went up to Dee Dee and said, “Who set this up?” And Dee Dee being the great and wonderful friend that she is pointed at me and said, “He did.” So he says, “Richard, that was great. Why didn’t we do more of this? Why did we do an hour? I got to talk directly to the people, directly to the state, I had so much fun doing it, thank you so much, you did a great job.” He loved it. He loved the ability to talk directly to the people. And of course I thought I was going to get fired at that moment. It was a great experience for me to see him really shine in that moment and that led to us setting up many more interviews for him during the campaign. I mentioned the above interview in New York with Imus. It really did allow us to talk directly to the people, and you know some of the talk shows were conservative, but we knew which ones were conservative but fair, and which ones were just so out there that we couldn’t touch.

SM: So your strategy was really going local.

RS: It was. It was go local in respect to being able to talk to people directly. I mean, this was more of a White House overall strategy to downplay networks and we had messaged that had to get passed and think it’s something that I think currently the White House is not doing enough of with the targeting of the healthcare plan. But we went after members in their districts with media, radio, TV, satellite TV, interviews. We really did go local and I think it was a great strategy. I mean, the economic plan that we passed Imus by one vote—Margolez Mezvinsky in Pennsylvania, in a Philadelphia suburb. She lost her job because of that vote. But yeah, we really tried to go local. And we embraced talk radio as a whole. Michael Harrison of *Talkers Magazine* we had in and did an interview with President Clinton and has a whole picture of him I think they put on their cover. It was a really important thing for me. There had never been a White House radio director before me. There had been people who were deputy press secretaries who would address the needs of radio but they were also at the

same time doing TV and print and it was kind of last on their list. So when I came in, we really focused on radio as an entity. I mentioned the south lawn ceremony with Rabin, Arafat and Clinton. The radio networks there I came up to them and brought them Jimmy Carter, brought them Mrs. Sadat, and they were like, wow, we're getting people and you're bringing people to us this is amazing. They had never had that attention placed to them. They were always sort of a stepchild. It was my mission my three years there to heighten radio's exposure and really make them feel special, which I would do at any moment that I could. And at my firm now I obviously do that.

SM: What you did, what you started, was really novel and unprecedented. Who decided that there should be a White House radio director?

RS: So, in the campaign, we had as our principals: Mickey Kantor was campaign chairman, David Wilhelm was campaign manager, Stephanopoulos was her communication director, Jeff Eller was my direct boss, and then Dee Dee Meyers was press secretary. All of them I give huge credit to give me basically free range to run the operation. And then when we won, there was no clear path or no real messaging of OK, here's what's next. Just we won and then there was this black hole for two or three weeks. And I actually left little rock and took a ride through Florida and just hung out on the beach and traveled, went up north to Atlanta, and from Atlanta I flew back to Little Rock and just sat at a desk that was open in a press area and there were some messages left for me. And there had been a couple people in the campaign who weren't particularly fond of me, like Bob Orsten who came to be and said, *"Hey Richard, I just want to let you know, you did a great job but you're just too young and too inexperienced to be White House radio director. I'm sorry."* And then I went in to see Stephanopoulos one day and it's interesting—with George, I never once thought during the entire campaign what was the next step. It's very weird hearing me say that now—I would think that, like everybody else, you're angling for a White House job, but I was too young and stupid to know, hey gosh if we win, I could get a cool White House job and be at the White House. I never thought of that once. It hit me though after we won and after I came back from that trip a couple weeks later and I went in and saw Stephanopoulos and I said, *"Hey George, it would be really great if I could find a way to work at the White House,"* because there were no guarantees. People who worked on the campaign went to the DNC, they went to cabinet agencies; they went all over. And he said, *"Richard, we're going to take care of you."* Which was great. Then I came up to DC, covered the inauguration, then after that did the White House for the three years. It was a very unknown black hole. Nobody knew what we were going to do. But I credit those hire-ups that I mentioned before. They really placed a high level of importance in radio and let me do my job and I guess I didn't screw up. There is one funny story that I'll share that involves Dee Dee and conservative radio. I booked an interview with a station in Boston, which was a mistake on my part. It was a very conservative show. It was named Howie Carr. I booked it maybe three hours before for Dee Dee to do, talking about some issue—maybe healthcare, at the time—and I realized that I made the mistake and I booked a different show in Boston which was a fine, normal, non-conservative show. But then I was stupid and I forgot to cancel the first interview. So I go to Dee Dee's office and dial up the good station I booked second to do, I put it on hold, I didn't

go to her office, at that exact moment, the station that was supposed to do the interview with Dee Dee hadn't got the call yet because we weren't going to do them, and they called to her office directly. She goes up and punches the line on hold, but it wasn't the one that was on hold it was the one that was ringing, and now she's there talking to Howie Carr, the conservative show, who was really mean and nasty to her, talking about Vince Foster, and who killed Vince Foster, was it a plot by the administration to kill him off and was Dee Dee having an affair with George, and just it was really nasty this interview. So anyway Dee Dee's there on this phone call flipping me off, shaking her head, and I had no idea what was going on because I thought it was the good show. And she called me in the office afterward and said, "*What the hell happened?*" and she was nice enough about it, but not pleased. Just a funny story that shows what would have happened if we had booked more of the conservative type shows—vicious. Talking about who in the administration would have murdered him and whether Dee Dee's having an affair with George, and all this stuff was just utter nonsense.

SM: Thank you very much.

ANNEXE N°8 – Entretien avec Michael Harrison

Michael Harrison

Fondateur et rédacteur en chef de la revue Talkers Magazine

Entretien téléphonique conduit depuis
Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, 3620 Walnut Street, Philadelphia,
Pennsylvania 19104

Le 27 avril 2010

Sébastien Mort: First of all I'd like to talk to you about *Talkers* and ask you a little bit about how it all happened: why did you decide to create a magazine dedicated to talk radio in 1990?

Michael Harrison: I am a veteran of broadcasting, a veteran of trade magazine publishing. I've done both; I've had multiple careers. I have been in the radio business in the United States for 43 years, since I was a kid. I have been an air personality of major stations, I have been in rock radio and I have been in talk radio. I have been a program director of major market stations, I have been a station owner of a medium market station, I have been in syndication, I have been syndicated, I have done just about everything in the broadcasting business since 1967. I've always been a pioneer of the cutting edge, of whatever was new. That being said, one of my careers has been as a writer and publisher and editor in the trade magazine business. I was the first managing editor of a very, very big important trade magazine called *Radio and Records*, which recently went out of business after 36 years. It was one of the leading trades. I had been, in the past, radio editorial writer and consultant, and charts consultant, of *Billboards Magazine*. I published a number of tip sheets and newsletters to broadcasters, in addition to the other things that I do. Because I have such an extensive career and history in broadcasting, I have tremendous credibility in my trade publication career because I've been there and done that, as opposed to just a guy writing about it. So when 1990 came around, I saw that talk radio was going to be big, and that there was going to be a blossoming of it. That there was going to be a modern new era and I saw the future of American commercial radio, predominantly coming out of the talk arena. And so I decided to start a trade magazine at that time to exploit it, to capitalize on it, to support it, to boost it, to illustrate it—all the things that I believe a trade magazine should do, fully confident that my experience in the trade would make it successful, and my vision of where radio was going would come to pass. And that's why I did it.

SM: To you, the pivotal date for the emergence of talk radio was 1990.

MH: Not the emergence of talk radio per se. I think the emergence of the modern era of talk radio that we are currently in began around 1987. I started *Talkers Magazine* in 1990, which is 20 years ago—it seems like forever ago—but I had already been watching it grow. I did a talk show in Los Angeles on a major FM rock station—I did an issues talk show between 1975 and 1985 and I owned the talk station from 1986-1988. By 1990, I saw things developing in such a way that I started the trade, but I don't think *Talkers Magazine* started the talk movement, but we were one of the early supporters of it in terms of the modern era. I basically say the modern era of talk radio—not talk radio, because talk radio goes back to the beginning of radio. The first radio shows when it was first invented were talk shows. So you can't say when talk radio began, because there's no official thing that is talk radio. You're talking, and you're on the radio: talk radio. But American talk radio in the style that we think of as talk radio, really in my opinion, in 1987. And the reason I say 1987 is because I consider the repeal of the Fairness Doctrine to have been one of the pivotal events that led to it.

SM: I'm glad you say that, because this is actually one of the starting points of my, I mean the way I've defined my period is 1987 to the present day.

MH: You're on target. I like that. That's good. Now, I don't think there's any one thing—well you haven't asked me the question yet but I'm sure you will—you haven't asked me yet what helped make talk radio so big, because I don't think it was just being the Fairness Doctrine, but I think that the Fairness Doctrine started the ball rolling. I think there are a lot of factors—a *lot* of factors went into talk radio becoming what it is today.

SM: And how about Rush Limbaugh among those factors?

MH: I think Rush Limbaugh's a major factor; he's not the only one. Would there still be talk radio today on the level it is if there were no Rush Limbaugh? Yes. But it would have been like rock and roll without Elvis Presley or the Beatles. If talk radio were rock and roll, then Rush Limbaugh is Elvis Presley. He was its biggest star. He was the king of it. He helped it happen. In a big way. But I know too much about talk radio, and talk radio is more than one man. It's many, many people. Many, many situations, circumstances, radio stations, companies, and talented hosts to say it's just one person.

SM: But he was definitely one of the major forces in the post Fairness Doctrine era.

MH: Absolutely. Yes.

SM: Do you think also that in terms of talk radio with a conservative perspective, the fact that there was no other national conservative voice in the American media at the time, did it factor into the equation as well?

MH: Yes, although I never, ever talk in absolutes. I don't believe in saying there were no other conservative voices in the national discussion.

SM: But I mean with such an outreach. There was the *Washington Times* and other publications, but—

MH: I mean, there was William Buckley. We had a national voice called Barry Goldwater in 1964 who ran for president. We had a national famous movie actor who went on to become president of the Screen Actors Guild and then the governor of California named Ronald Reagan. We've had national voices in the conservative movement; we've never had the moon and the stars lining up in the way that there was a nationally syndicated super-duper talent—a guy that was a giant radio talent—now heard all across the country in a post-fairness doctrine era, where you could be opinionated without having all kinds of loopholes and red tape and hoops to jump through. We never had that, and therefore the time was right for a conservative who appealed to people who agreed with conservative philosophy, that the rest of the media was basically liberal, that the culture was liberal, that conservatives were not being served by the media, that there was nobody talking to them in their language.

SM: This is what I was referring to earlier when I said—

MH: OK, OK, but I'm very careful. I have a lot of influence in terms of when I say things because I'm quoted a lot. I'm very careful in making it clear what I mean. So forgive me and put up with me, otherwise I could easily be quoted as saying, "Yes! Rush Limbaugh is the only conservative voice in America!" And that's not true, any more than it's true that Rush Limbaugh is singlehandedly responsible for saving AM radio. You'll hear statements like that—that's not true. This was a team sport. This was a lot of people, a lot of circumstances, and sometimes someone gets the credit for being the champion of something and being the only person involved, and it's just not true. And if you want to do something that's academically accurate I can't say that. So yeah, he was the big one doing it. From a broad strokes perspective, yes, he stood out. He was the one that captured the attention and was suddenly at the head of the parade.

SM: And so what other factors do you see in the resuscitation of the AM format if it's not...

MH: Well the AM radio owners had nothing to lose because music was no longer working. FM radio in the United States was getting bigger and bigger and more popular, music sounded better, and the fact is that if you had a radio station in town in the same format on an FM playing music as you had on your AM station, you couldn't compete. The FM dial became bigger and more popular for music than the AM dial, and therefore talk made sense. So station owners and managers were looking for something to be able to call their own because they couldn't compete any longer effectively playing music on AM. So as a result they had nothing left to lose. Because it's hard to get people in American corporate culture to do something new. It's very hard to get them to do something new unless they're desperate and have nothing to lose. And that's been proven before. In this case it just made sense. That's another reason. Another reason why they went to talk was because the demographics were changing and the post-war baby boomers who were the major demographic block in the United States around 1987 were coming of age; they no longer were kids—they were married, they had mortgages, they had jobs, they were dealing with political and economic issues.

Listening to music and talking about Eric Clapton and pop culture didn't necessarily hold the same level of fascination that politics and public policy did. So you had these people that grew up with AM radio, they knew the AM dial, they were getting older, they had jobs, they had money, and they were interested in what's going on. And then you had Rush Limbaugh and a whole new wave of former disk jockeys and radio entertainers entertaining them, with talk about that things that were interesting to them with sharp opinion that they would either agree or disagree with. And that also led to suddenly there being a huge interest in talk radio in the United States after 1987. There are other reasons too, but those are the big ones. The final reason is that telephones, satellites, changing technology made it easier to do talk, whereas earlier, before they had the kind of equipment technology and communications it was more expensive to do talk.

SM: OK. I get it. I just want to get into the nitty bitty gritty details of this, Fairness Doctrine. I knew that Limbaugh was already anchoring a program in Sacramento in California in '84, so what concretely changed with the repeal of the doctrine. This is what I'm trying to get at. Why couldn't you have a strong perspective under the Fairness Doctrine?

MH: Well you could have a strong perspective, but for the most part—and I don't want to get into all the details so I'll give you broad strokes. For the most part, before the Fairness Doctrine was repealed, radio station owners were afraid that if they started to talk about controversial political topics, they would be bogged down in too much red tape, too many details, to satisfy the Fairness Doctrine and they could be subject to being fined, or lost their licenses, or getting into trouble. And it wasn't important enough to do that, so they stayed away from the real nitty gritty, exciting, polarizing, opinionated stuff. That's the basic reason. Now, Limbaugh became big not just because he was good. Limbaugh became big because not only was he good, and not only was he controversial and opinionated and served a segment of the public that felt it was underserved—and I want to get into just what size of the public that was, because I think it's important that you know that—but that aside, he was discovered by someone with the power and influence to syndicate him, and that person was Edward F. McLaughlin. Edward McLaughlin was the president of ABC radio and in the mid-late 80s, he resigned from that position to start his own company: EFM Media Management. And he had the opportunity, because he had been president of ABC radio, to get his talent, who in this case was a guy that he knew from Sacramento that he liked, named Rush Limbaugh. He got him on the top ABC stations in syndication. If it weren't for Ed McLaughlin, Rush Limbaugh would still be in Sacramento. And it's not that Limbaugh's untalented, but it's not just talent. It's talent and who you know, and marketing, and sales, and connections and industry politics. It's a whole combination of things, and it all worked out well. Now McLaughlin was the right guy to syndicate Limbaugh, Limbaugh was the right guy to be syndicated, and that's the answer.

SM: One last word about the Fairness Doctrine. I read somewhere that the repeal of the Fairness Doctrine was like an intentional move on the part of the Reagan administration to sort of free this whole potential that would ultimately serve them. So what do you think of that statement?

MH: I don't think that's true. I believe the repeal of the Fairness Doctrine was because it became obvious that it did not do what it was supposed to do. The purpose of the Fairness Doctrine was to create diversity and increase discussion about public policy. What it did, though, was it froze, it actually chilled the discussion of public policy. Reagan was a deregulator; he just deregulated it. It could have gone the other way. It could have been anti-conservative points of view on the radio as well, and it still could be. So, no, I do not believe it had anything to do with anything other than Reagan's general deregulation policy.

SM: OK. There's another figure that I'm interested in that I think that people do not talk enough about, still in that 1980 spirit, is Mary Matalin, who had the Mary Matalin Show between '96 and '98. I want to talk about her because I think she's one of the first female conservative talk radio host on the airways. In that respect she's interesting. Do you think she could have reached the same status as Limbaugh if she had continued her show?

MH: No. No chance. She wasn't very entertaining. Mary Matalin is a bright woman. Mary Matalin is a nice person. Mary Matalin is very, very smart. But Mary Matalin was dull and she would never have been as big as Rush Limbaugh. Rush Limbaugh became big because he's exciting, he's entertaining, he's articulate, he's funny, and he's original, not because he's conservative. Being conservative alone is not enough.

SM: OK, and you think that was the case for Mary Matalin.

MH: Mary Matalin—I could say a lot of nice things about her. A great talk show host? She wasn't.

SM: Which is kind of surprising because she found very great sound bites during the 1992 campaign for George W. Bush, so I find it surprising. I had no idea that you would say that. Honestly I was not able to—

MH: I don't dislike her—

SM: Oh, no, I'm not suggesting that, sir—

MH: I don't think she was bad, but I don't think she was good enough to be anywhere in the category of a Limbaugh. I don't mean that to be negative, but you asked me the question. It's like if I said to you, "*Could somebody who was a mediocre player in politics been Charles de Gaulle?*" You know what I mean?

SM: It's nice that you give me that perspective, because I've only been able to get a hold of a few shows of her because there's no archive of her shows and I haven't listened enough to grasp the fact that maybe she was not as great as Limbaugh.

MH: And just being a woman is not enough.

SM: Sure. Basically you would not say she had the medal of Laura Ingraham?

MH: No. I don't think that Mary Matalin deserves recognition, other than she was one of the early women in nationally syndicated radio, but I don't believe that she...she was not particularly outstanding or memorable in that role. I mean, she certainly has had a wonderful career—

SM: As a commentator.

MH: But one of the least of her accomplishments was her contribution to radio.

SM: That's fine. That enables me to reframe my research and not overplay her. I think I was going to overplay her impact, so that's great. So now I would like to talk about the post-2001 period because it seems that 2001 was a pivotal year for talk radio as well. With the emergence on the national airwaves of other conservative talk radio hosts, whose ratings were quite similar to Limbaugh even though they were still inferior, how can we account for this phenomenon? How can we account that there was no Hannity, there was no Ingraham, there was no Savage or Beck at the national level in the 90s, because it seems that since 2001—

MH: You had to have syndication for you to have nationally-famous syndicated hosts. And radio, up until the 90s, was primarily a local medium. It has to do with the radio industry. It has nothing to do with politics. It has to do with the nature of the radio industry—radio was a local medium. And one of the things that was deregulated along with the Fairness Doctrine was the number of stations that a company could own. And when you started to have what was known as the deregulation of radio ownership—are you familiar with that?

SM: With the 1996 Telecommunications Act? A little bit.

MH: Yes. Well you must become familiar with it a lot because it is every ____, it's every bit as important as the Fairness Doctrine. The Telecommunications Act in the mid-late 90s, it set the stage for big corporations to take over large numbers of radio stations. Prior to that, the rule was you could own more than seven AMs and FMs. It set the stage for companies like Clear Channel to own hundreds, even more than 1000 radio stations under one corporate roof. This changed the nature of national radio. They became centrally programmed, they became centrally managed, and they became dominated by Wall Street as opposed to local pride—the pride of ownership of people who lived in each community. This led to the door being opened to stations taking on national syndication. Prior to 1990, during the period between '88 when Limbaugh came on the scene, the first thing you heard about Limbaugh, the controversy in industry was: it can't work. A nationally syndicated radio host in prime time? Never. It'll never happen. Radio was a local medium. So the biggest obstacle Limbaugh had to face

wasn't so much that he was opinionated or conservative, it was that he was national. And it took all these years through the 90s, as consolidation started to change the nature of the radio industry, where suddenly it became very corporate, very bottom line oriented, very much beholden to the stock holders, not to the local community that you started to have the stage set within the mechanism of how the industry operates to be able to set the stage for the emergence of Laura Schlessinger, Sean Hannity, Michael Savage. Companies to syndicate them had to develop. It took time. It wasn't just a matter of these things popping up like mushrooms. And that's the answer to your question.

SM: So you would consider that from '96 onward it's sort of a second period that's the consolidation period that enables this maturing of corporate—

MH: It enabled superstar national names. Had that not happened you still would have had giant talk radio. Talk radio would have happened anyway and Limbaugh might have broken through as a syndicated star, but you'd have more local stars. It would have gone in a different direction, but it still would have gone in the direction of talk.

SM: But does the fact that we have Limbaugh, which is around 15 million listeners a week, 14 million for Sean Hannity, seven for Ingraham—these are very high ratings—does it respond to a more diverse demand among listeners? Because what I read a lot is that Ingraham, Hannity, Savage, they're all replicas of Limbaugh, and I don't believe in that; I disagree with that.

MH: They're all their own people. They're only replicas of Limbaugh in that they follow Limbaugh in the industrial sense, that he was the guy that paved the way for that type of radio. They all have their own level of talent, they all have their own styles, and they're similar in some ways. I mean, anything in any scene is similar. It's an art form; it's a show business form; it's a school. So there are similarities, but there are also differences. What I think you need to understand—and part of this is cultural, which is why I asked you if you're French or if you're American—these are not really large numbers. In France, if you had 14 million listeners a week, that's a big segment of the country. The United States is 300 million people. One would think—and I find this whenever I talk to the news media in Europe—that they don't understand the perspective. They think that Rush Limbaugh is heard by everybody in America because he is number one. And when I explain, "Wait a second," I say. At the height of his program, he might have a sixth share or a fifth share. What does that mean? That out of every 100 people listening in the United States, Limbaugh might have five of them listening. Five out of 100 is enough to be number one. And that's only number one in the genre of talk! You might have a music show that has an eighth share, or something else going on. These people are not the *Superbowl*, or the show *Friends* on a Wednesday night when it was first run. These are much smaller numbers than people realize, and these are the biggest people in the business. Radio in the United States is a niche medium: it doesn't take all that many people to be number one in some category. Another example: I'm constantly asked by people, "How is it that Michael Savage is the highest rated talk show host in San Francisco when it's such a liberal city and he's a conservative?" I say because he's not running for mayor! If he's running for mayor, he couldn't be elected dogcatcher. But in radio, sometimes,

when you appeal to a minority in a city, or in a country, you'll have a larger audience than someone who's fighting other people for the majority because they'll galvanize around you and support you. And it doesn't take that much to be number one in San Francisco. And this is something—and I don't know how astute you are about this, you strike me as a very smart person, so I'm not assuming you don't know, but I can't assume you do know this—that these people are not as big in terms of statistics and numbers as the perception of how big they are indicates. Does that make sense what I'm telling you?

SM: Absolutely, and I'm glad that you rectify—that you give me a precise perspective on that because it's very useful. But at the same time, don't you think that people like Limbaugh and Hannity have been part of the popular culture, and even if the general public, as you said, does not necessarily tune in to the radio, these people still have a capacity to set the agenda in a way, or start controversies that are reverberated?

MH: They do have that ability, but in many cases, many of the people who vote conservative, have not heard Limbaugh or Hannity or are not doing it because of them. There's as much a preaching to the choir and walking in front of the parade to make you think you're leading the parade as there is in actually setting the agenda. Now a lot of people don't want to hear that. But I am nonpartisan. I am completely nonpartisan—this is how we operate, or we couldn't do what we do in this industry. And I'm simply saying, yes they have influence. Yes, they do create controversies. Yes, they get tremendous attention beyond their audiences. But, they are following the movement more so than they are leading the movement.

SM: That really puts things into perspective. I remember this “Operation Chaos” that Limbaugh started in 2008 in the primaries—I was talking about that kind of thing, that the media talked about it, and everybody was like, “Oh my God he's going to have this tremendous influence in favor of Hillary Clinton.” It's probably because of that that he's perceived as so powerful.

MH: But they're only isolated instances. I mean, there are stories about disk jockeys who have caused traffic jams because of promotions they've done or rumors they've started, or bad ideas and hoaxes. Anybody on the radio can—in isolated instances—create something that makes it look like they have enormous influence, and as a result they should have responsibility in what they do. I'm not taking anything away from them, but I do not believe that any talk show host in American has the power to set the agenda or get anybody elected, or create anything, if there isn't already a large predisposition among the public for that to happen.

SM: So they're more of a catalyst for a movement than the creators for—

MH: They're a catalyst for the margins. They're a catalyst for when the margin is very, very, very narrow and they can, on occasion, shed light on subjects that would otherwise go unnoticed.

SM: So you don't endorse the idea that if there had been no Limbaugh, there would never have been such a landslide victory for the Republican Party in 1994?

MH: Absolutely not. I do not endorse that. That's a good question and I have no doubt about it. He contributed to it, but he did not cause it. It would have happened some other way.

SM: OK. Well, that was my view. I've had the chance to interview Tony Blankley, for instance, and he is very much into this notion that Limbaugh really helped Gingrich get his message through and circumvented dominant media, so—

MH: That's like saying Howard Cosell was the reason that Mohammed Ali won the world championship. Now I don't know if you followed sports, but Howard Cosell was a legendary sportscaster in the United States who became very, very, very popular talking about Cassius Clay and Mohammed Ali as he was rising and the two of them had a relationship, very similar to Rush Limbaugh and Bill Clinton, where they played off each other. And Mohammed Ali was a great fighter, and part of his legend was created by Howard Cosell. But to say that Mohammed Ali became the greatest fighter of all time *because* of Howard Cosell is overstating Cosell's influence. It's impossible for somebody who only has a small percentage of the American public listening to him to cause 50 percent, or 51 percent of the public to vote a certain way. The statistics—the actual numbers—prove it otherwise. Now, I don't want to come across as belittling Limbaugh. I'm not saying he's not important. I'm just saying he's not *that* important. And please, please—if what I'm saying to you goes against your original premise, be true to—

SM: That's fine. I'm totally open to—

MH: --to what I'm saying. OK.

SM: In the sense that I really want to...that's what I mean to do, is to start from what the public says, what part of the press says, and examine it and try to confront voices, and yours is very important and you've seen it grow up. I mean, what you say makes sense and you will not be misquoted.

MH: I'm interviewed about three or four times a day for twenty years, maybe longer because I used to do this in rock radio, and I learned that some reporters—and you're not a reporter; you're doing this academically and I admire that—but some reporters start with a premise and they try to get you to say what they want to prove. They'll argue with you and fight with you and they'll use it. The other thing is—and this is the part that I find very dangerous for me—is that because politics is so heated at the present time in the United States, it's so polarized and there's so much battles and fighting going on and people want to win as opposed to find truth. If I say something like, Rush Limbaugh is a great radio broadcaster but he's not responsible for the conservative victory, then someone will take it out of context and say, "Michael Harrison is a liberal and he thinks Limbaugh's not important." You know what I mean? They'll turn what I say into whatever the political point of view they want to have and then I have to deal with that. OK, let's go forward.

SM: There's another question that I'm interested in. I was able to reconstruct a ratings history of shows from the figure that you're providing in *Talkers* since 2000 approximately. What I saw from my graphs was that their ratings kind of fall in 2004 and then they pick up around mid-2007, and now they're back to probably the level of 2004. Do you think that their ratings are also a function of who's in power?

MH: I think the ratings are distorted. I think the ratings are inaccurate and I'm sad that we have to have them. Radio ratings are a joke. Radio ratings are the best we have to be able to sell products to advertisers. Thank God elections are not decided by radio ratings. That's the first fact that I can tell you. Don't get too hung up on radio ratings, because anybody in the radio business understands that they're just estimates. They change the way the ratings are taken and all of a sudden there's a whole different set of numbers. We're going through that right now. There is no empirical truth in radio ratings, so it worries me when a guy like you comes along and says, "Oh my God, look at this! It went down, it went up." And then you try to find some sort of scientific reason for something when the answer is the ratings are not accurate. The answer is totally outside of the box you're looking in. No one knows for sure. Plus it's apples and oranges. These people have been on changing numbers of radio stations over the years. So not only has the system of how ratings are taken changed, *Talkers Magazine* has changed its system of how we do ratings, and the number of stations has changed. So, you can't draw too much truth in the radio ratings. I won't talk about anything beyond that, about why in 2004 the ratings were here and in 2008 the ratings were here, because personally I don't necessarily put a lot of stock in the radio ratings and I am one of the leading experts on this industry and I'm telling you the truth. Now that we've got that out of the way, I'll answer your question how I understand it. You want to know whether or not the party in power has an impact upon the opposition on talk radio.

SM: Yeah, well to me there seems to be a kind of a paradox when you're a conservative talk radio host and when you have Bill Clinton in power and you can be the voice of dissent for conservative people who think their views are not represented or they're not satisfied with what the administration is doing.

MH: Here's your answer: your answer is talk radio works best when it is on the outside looking in, when it opposes power, when it seems to take on the establishment, when it seems to go against the grain of the mainstream, when it is targeting people who feel put-upon and have been disenfranchised. And that goes back to what I explained to you before, Sebastian, about it appeals best when it goes to the minority and it has to do with the fact that it's a niche medium. And this is a generalization; it isn't always the case, so then you'll say, "How were they able to do it when George Bush was in power?" Because they made it look like even though he was in power, he was still being attacked by a larger institution: the mainstream liberal media. They were always able to make it seem that George Bush was a victim as opposed to the most powerful man in the world. And that is how they did it.

SM: So basically they shifted the focus from—

MH: Offense to defense.

SM: Alright. That made sense because my hypothesis was that it was more—I mean, the way I phrased it in probably more boring terms—is that it's more efficient and it performs better when it's revolutionary as opposed to when it is affirmatory, when it affirms the dominant agenda.

MH: You're right! Your hypothesis is correct. That's what I said. It's best when it's on the outside. When it's attacking power.

SM: But the ratings would not be an indicator of that...

MH: The ratings are not an accurate measurement. You have to understand the field better. The ratings in talk radio are only a small part of its power and its impact.

SM: But I mean, they still mean something even if I can take them at face value.

MH: The ratings in talk radio only mean how much money the people make when they sell to agencies. It really does not translate to elections. It doesn't translate to the amount of buzz created by the echo chamber of other media talking about it. If Glenn Beck's ratings were 13 million or 10 million or 14 million, these are nebulous numbers that are very, very estimated and it has nothing to do with whether people are going to be complaining about what he says and arguing about whether he should be there and all the stuff that goes on. There's no connection between the two. The only reason *Talkers Magazine* even prints the numbers that we do is because everybody likes a horse race and the press demands it. And if we didn't do it somebody else would do it, so we do it because we know we would do it better than anybody. We try to be as accurate as possible, but I always disclaim it. Read these ratings at your own peril, because even the ratings companies, if you read the fine print, they just say it's estimates and it's their opinion. Nobody really knows who's listening and where and when because there's no connection; radio is a private medium. There's no wires. There's no way to really know how many people are listening at any given moment. You're an outsider to the industry and you're opening up a huge can of worms when you try to figure out what these ratings mean. So I'm giving you a little insight.

SM: So, in other words, you're telling me it's not worth it for me to try to use what possible ratings I have as an indicator of anything.

MH: Other than to explain what I just said, that it's just a broad brush approximation of how many people are listening, for the purpose of selling advertising. It really does not translate directly to influence in the voting booth or to what people will write in newspapers.

SM: OK, because I was going to—you know that *Talkers Magazine* is available in Indiana. At the University of Indiana in the library they have a whole collection of *Talkers Magazine* from the 90s and I was going to take a trip there to—

MH: No. Don't do that. I'm the guy that does this. I'm telling you: save the trouble. The way the ratings have been taken have changed so many times since the 1990s that it's different scales. I would hate to see you do that. And if your professors demand that kind of empirical, quantitative...

SM: It's not going to be the focus of my point, but if I can say that I have some sort of rating history. And you know, in the preamble, giving all the qualifications and disclaimers that you've said. But saying that I have one instrument, which is the ratings from *Talkers* since the 90s to the present time, at least that will be brought to my credit.

MH: OK fine. We only started to publish them toward the mid-late 90s because before that nobody thought about it because they were only on a couple of radio stations in those days. The number of stations that these people were on, were fewer. When I started *Talkers Magazine* there were only about 75 or 100 talk stations in the country. Now there are over 2000. You're dealing with apples and oranges. Be careful, OK? I don't want you to get too scientific about something that's just philosophical.

SM: That's nice to know. And I also talked to Taylor Gross, who was George Bush's radio director, and he sort of suggested the same idea as you, that I should be careful with that. When did you start providing?

MH: I don't even remember, honestly, and I'm not at my office. It's not even something that I consider to be important. It's not even important. It's cosmetic. It's a beauty contest. A horse race for people that like to take things and make them important, like who's number one, who's number two. It's the sensational aspect of something that really doesn't matter. And that's giving you some insight. You can quote me on that, because I'm honest about that. It matters in the broad strokes; it matters in terms of their egos. The hosts get all upset if *Talkers* says they're number four, number five, or number two. But it doesn't really affect anything, and it's not based upon any way it can be proven beyond other estimates. In other words, one guy makes it up, and the other guy reports that the guy who reports that the guy who said it is telling the truth and the guy who made it up made it up. It's just estimates. And that's all I could say. And I'm very, very, very precise about that, because I don't want numbers that I know are estimates to suddenly be translated as scientific measurements and fact, when they're not.

SM: OK, I think I have no more questions.

DIVERS

ANNEXE N°9 – *Rush The Knife* (Chanson parodique)

Aaah !!! Here he comes !

It's Rush Limbaugh
He'll entertain you
With half his brain
Tied behind his back
He'll give you updates
That will teach you
How to stay right on track

You can give him dittos
You can give him hotties
Yes he will take
All that you got
He's just a harmless
Little fuzz ball
You'll soon find
This guy is hot!

Feminazis
Well Rush can't stand them
Don't want no geeks
Or no commie libs
As for the NOW crowd
They don't impress him
Could it be
That Rush is on the right

There are lapdog commies
Crying to have you join the cause
Listen to Rush now
And you'll forget about that
He's our conservative
Administrator
If you want some fun
It's where's it's at

He's blessed with talent
Oh so much talent
More talent than you'll ever need
He's the most dangerous
Man in America
Just hear him
And you'll believe

Let him talk about the homeless
Let him talk about Gobie
Don' forget about Reverend Jackson
Or Ted Kennedy

Lyrics: unknown / Music: Kurt Weill.

ANNEXE N°10 – *Womb to the Tomb !* by Doug Rice and the Cutting Edge

Womb to the tomb!

[You will soon be missing some of the benefits that's the healthcare system now provides!]

Hey, now! Let's begin,
New healthcare plan with a liberal spin
Say hail to the Chief and Mrs. Chiefette
Partners in crime on the national debt
The Raw Deal's cookin', it's out o' control
Put your hands down now
Clinton's on the row
These four words mean you're taken care of... womb to the tomb... Hit me!

Womb to the tomb!
Free healthcare!
Womb to the tomb!
Oh, Hillary...
Womb to the tomb!
... we're saved...
Womb to the tomb!
... by cigarettes!
Womb to the tomb!
No payment!

The crisis will stop and quit
Healthcare reform's gonna heal the sick
Don't pay for them pills, Uncle Sam's gonna get it
Hillary Rodham, yo! baby you did it

Surgery, medicine, anytime you need 'em
Healthcare security, better than freedom
Welfare clinic, call the doc or the nurse
Not a penny, not a dime comes out of your purse

Health credit card, don't leave home without it
Smoke has been a blessing no doubt about it
Appendectomy, tonsillectomy, gunshot wound, hey you got V.D.
Don't sweat too much, hey man you're covered
Shake that thing, come on, come on.... Womb to the tomb! I'm done!

Womb to the tomb!
Free healthcare!

.....

ANNEXE N°11 – Article de journal sur le licenciement de Hannity de KCSB

Nick Welsh, "Shock Jock Yanked from Air," *The Santa Barbara Independent*, June 22nd, 1989.

16 THE INDEPENDENT JUNE 22, 1989

EXHIBIT-H

Shock Jock Yanked from Air

Anti-Gay Discrimination Charged at KCSB



Is Sean Hannity a conservative advocacy journalist or an irresponsible hate monger? KCSB management axed his talk show last week, charging sexual discrimination, but he plans to appeal.

by Nick Welsh

SPARKS FLY WHEN SEAN HANNITY'S show began in April, after he spent two shows discussing Gene Antonio's book, *The AIDS Cover-Up: The Real and Alarming Facts About AIDS*, which charged that the media, unduly influenced by gay political power, has failed to report the extent to which gays pose a health risk to heterosexual society. Antonio joined Hannity as a guest on one of the two shows and, according to Krell, made repeated discriminatory statements against gays and lesbians. It was the last action Krell would take before graduating. "Frankly, I'm surprised he didn't hate me," Krell said. (The UCSB-funded station is managed to a large extent by student and community volunteers.)

Hannity, never one to back away from a fight, has countercharged that he is the victim of censorship and political discrimination, claiming the station's liberal and left-leaning public affairs programmers have been gunning for him from the start. He has also filed complaints against two fellow programmers, charging that they, too, have violated KCSB by-laws by attacking him on the air. Hannity vows to appeal his termination to UCSB's Radio Council.

Confident and articulate, Hannity broadcast his program on KCSB every Tuesday morning at 9. Hannity, an ardent admirer of Ronald Reagan, bills himself as "an advocacy journalist," but his detractors call him a "hate jock" and outgroup

him to Morton Downey and Rush Limbaugh.

The outcry against Hannity's show began in April, after he spent two shows discussing Gene Antonio's book, *The AIDS Cover-Up: The Real and Alarming Facts About AIDS*, which charged that the media, unduly influenced by gay political power, has failed to report the extent to which gays pose a health risk to heterosexual society. Antonio joined Hannity as a guest on one of the two shows and, according to Krell, made repeated discriminatory statements against gays and lesbians.

Krell, who took two months to investigate the broadcast, has charged that either Hannity or his guest stated: "All gays are AIDS carriers... homosexuals are suppressing information about AIDS... homosexuals eat fecal matter... homosexuals are disgusting people... homosexuals are filled with hatred and bigotry." Krell said such statements violate station and university policies barring discrimination against any groups based on "sexual orientation."

Hannity, however, denied saying that gays were disgusting. "I may have said some of their practices are disgusting, but I did not say gays as a group are disgusting. I listened to the tape and I didn't say it," he said. "I said the media cannot criticize this group, and for this I was called a racist, a homophobe, a Nazi, and an asshole on the air. I do not hate homosexuals and I do not advocate violence against them."

Krell said he has received seven

written complaints against Hannity, all focusing on the two AIDS shows, the most against any KCSB programmer this year. Those complaints charged that Hannity provided inaccurate information liable to stir up anti-gay hysteria and that it was offensive. Krell said he discounted charges of political or medical inaccuracy, stating that public affairs programs involve opinion, and that when it comes to AIDS research, "Nobody can say anything with 100 percent certainty."

During the April 4 show, Jody D. May, who hosts KCSB's *Gay and Lesbian Perspectives* show, called in to dispute Antonio's information. Hannity pointed out over the airwaves that May was a lesbian mother, prompting Antonio to comment that her son had been conceived with a "turkey baster." Hannity said he didn't get the turkey baster reference, but added on the air that he felt sorry for her baby. In an interview with *The Independent*, he explained, "I can imagine when he's 10 years old, he'll be at a parent-teacher function, and when all the other kids are introducing their moms and dads, he'll have to introduce his two moms."

May filed a complaint with the station based on Hannity and Antonio's comments, but Krell said he excluded the turkey baster remarks from his guidelines. "According to FCC guidelines, you can't make personal attacks unless the person has an opportunity to respond within seven days. Because Jody May has a show here, she could respond," he said.

Krell disputed charges that he was censoring Hannity, stating, "If the government tried to kick him off, then I'd be angry, and if an outside group said, 'Kick him off, I'd be pissed. But this is an internal matter.'"

STATION POLITICS: Hannity charged that he's been scrutinized far more closely than other public affairs programmers because of his conservative politics. It's true that most KCSB public affairs programmers lean solidly to the left, and Hannity claims that while they are quick to blame the United States government for suppressing human rights in the Third World, they can't handle controversy at home.

For example, Corey Dubin, who works on *Third World Perspectives* on KCSB, vowed to do everything in his power to have Hannity removed from the airwaves, and he filed one of the severest complaints against Hannity. "At the first sign of any controversy at the station, Corey Dubin revealed himself to be the hypocrite he is," Hannity charged.

Dubin said he issued that threat only after a particularly nasty exchange with another programmer and Hannity, in which Hannity "made some particularly ugly and aggressive comments against me." Dubin denied that he was attacking Hannity because of political disagreements. "When I was Public Affairs Director at KCSB between 1979 and 1982, I thought the station needed diversity, so I brought in William F. Buckley's *Firing Line*,

and I took a lot of flak for that," he said. "It's not a question of politics or censorship; it's a question of people bashing."

UCSB's AIDS Program coordinator, Andy Wenzelberg, wrote KCSB complaining that Hannity and Antonio provided incorrect information during their show. "He talked about how people testing HIV positive are more susceptible to TB, chronic hepatitis, and cytomegalo virus (which resembles mononucleosis) and that once they get it, they spread these diseases to the general population," Wenzelberg said. "There's no evidence to support this. All of us are exposed regularly to different infections, but it's only when our immune systems are compromised that we get sick. If anything, anyone who's HIV positive is at greater risk by being in the general population than the general population is by being exposed to HIV positives."

On April 20, a group of public affairs programmers, including Prof. Dick Flacks, Corey Dubin, Jody May, and Elizabeth Robinson, conducted a two-hour call-in special to counter information that was broadcast on Hannity's AIDS show. Hannity was at the station at the time and requested to be allowed to sit in. He was refused. "He was fraying around the station for 15 minutes screaming about what chicken shits we were," said Dubin. "He could call us up just like anyone else, but we didn't feel any obligation to put him on." Hannity counters that he freely allows his opponents to speak on his shows with him. "In a way, I'm the fairest one at the station."

During that show, Hannity complained that the group violated KCSB policy by personally attacking him and by broadcasting station politics over the airwaves.

Elizabeth Robinson, who hosts two public affairs programs, said, "If I violated any rules, then I'm quite content with having done so." It was Robinson who lobbed in the charge of racism. "He talked about 'the homosexual' as if they were a monolithic race and had uniform practices. It was vilest. It was inflammatory, and it categorized people in stereotypical and very cruel ways, which I could only imagine are designed to be harmful," she said. "I referred to his show as 'racist' in that context."

Hannity insists he was not attacking all gay men. "We were exploring why gay men were so susceptible to so many health problems," he said. He and Antonio argued anal sex rips the rectal walls, allowing fecal matter and blood to mix, and leads to infection. "We're told that gay people can lead a normal lifestyle, but I don't believe this is normal behavior, and that's my opinion. I think it's disgusting, but I don't say that homosexuals are disgusting. I just don't think they have the basis for a viable lifestyle."

The new program manager, David Chin, will investigate Hannity's charges. If they are substantiated, the group could be penalized, but not thrown off the air. According to station guidelines, anyone determined to discriminate over the airwaves must be terminated immediately.

While Robinson, a leftist, is not said to see Hannity go, she said she took no actions to pave the way. "I presume in the long run my views will be more offensive to the conservative community than his. I think censorship is likely to come down harder on the heads of people doing progressive programming than on shows like his."

ANNEXE N°12 – Le « Crédo Conservateur » de Limbaugh

RUSH LIMBAUGH'S "CONSERVATIVE CREED"

I believe in the individual, in less government so as to allow that individual maximum freedom to create and achieve; that societies which are founded on restraining the government rather than the individual are optimum; that the individual is smart enough to solve his own problems and does not need to depend on big government for resolution of all his problems; that my belief in individuality and limited government does not preclude me from advocating the requisite amount of governmental authority to ensure law and order in our society; that our ability to enjoy peace is directly related to our military strength; that the best we can hope for in an imperfect world will most likely be achieved by maximizing individual economic and political freedoms, and, conversely, that social utopia cannot be achieved through government largesse and socialistic redistribution of wealth; that compassion is defined not by how many people are on the government dole but by how many people no longer need governmental assistance; that political and economic freedom are inextricably intertwined; that society owes its citizens equality of opportunity, but cannot guarantee equality of outcome; that strong, wholesome family values are at the very core of a productive, prosperous, and peaceful society; that these values cannot be instilled by government but can be sucked dry and eliminated by well-intentioned but destructive governmental programs; that human life is sacred and God placed man in a position of having dominion over nature; that environmental awareness is healthy, but apocalyptic environmentalism based on disinformation and hysteria is destructive to society and man's best interests; that racial relations will not be enhanced or prejudice eliminated by governmental edict; that there is one God and that this country was established with that foundational belief; that our morality emanates from our Divine Creator, whose laws are not subject to amendment, modification, or rescission by man; that certain fundamental differences between men and women exist in nature; that men and women are not at war and that their relationship should not be redefined by those who think that we are; that the meaning of the establishment clause of the First amendment should not be stretched beyond its intended dimensions by precluding voluntary prayer in our public schools; that the United States of America are founded on the beliefs I have just enunciated and that it is the greatest nation in the history of the world; and that the USA is the greatest nation, not because Americans are inherently superior but because its government was founded on principles which seek to allow maximum individual achievement.

Rush Limbaugh, *The Way Things Ought to Be*, (New York: Simon & Schuster, 1992), 2-3.

ANNEXE N°13 – Les Dix Commandements de la Gauche Religieuse

THE TEN COMMANDMENTS OF THE RELIGIOUS LEFT

1. Thou shalt have no other God except thyself, after all it is thy self-esteem that counts, if thou don't love thyself, who will?
2. Thou shalt not make any graven image out of any substances that cannot be recycled.
3. Thou shalt not take the name of liberals in criticism, including feminists, racial minorities or any other person who thinks he is a victim of America.
4. Remember the anniversary of *Roe v. Wade* and Anita Hill's testimony before the Senate Judiciary Committee and keep them holy.
5. Honor thy mother. If she's dysfunctional, it's thy father's fault.
6. Thou shalt not kill. With these exceptions: life forms under the second semester and those opting for medically-assisted suicide.
7. Thou shalt not commit adultery unless thou aspireth to high political office, weareth a condom, or cannot help it.
8. Thou shalt not steal, unless you are disadvantaged, or upset with a jury verdict.
9. Thou shalt not bear false witness, unless thou art discussing the history of the 1980s or art campaigning for office, or can afford legal counsel in case you are discovered and can ask the American people to pay your legal bills.
10. Thou shalt not covet unless you are the victim of gender-related oppression, institutionalized racism, or are still angry with Reagan's tax cuts.

ANNEXE N°14 – « Les Trente-cinq vérités indéniables de la vie » selon Limbaugh

THE THIRTY- FIVE UNDENIABLE TRUTHS OF LIFE

1. There is a distinct singular American culture—rugged individualism and self-reliance—which made America great.
2. The vast majority of the rich in this country did not inherit their wealth; they earned it. They are the country's achievers, producers, and job creators.
3. No nation has ever taxed itself into prosperity.
4. Evidence refutes liberalism.
5. There is no such thing as a New Democrat.
6. The Earth's eco-system is not fragile.
7. Character matters; leadership descends from character.
8. The most beautiful thing about a tree is what you do with it after you cut it down.
9. Ronald Reagan was the greatest president of the twentieth century.
10. The 1980s was not a decade of greed but a decade of prosperity; it was the longest period of peacetime growth in American history.
11. Abstinence prevents sexually transmitted disease and pregnancy every time it's tried.
12. Condoms only work during the school year.
13. Poverty is not the root (“rut”) cause of crime.
14. There's a simple way to solve the crime problem: obey the law; punish those who do not.
15. If you commit a crime, you are guilty.
16. Women should not be allowed on juries where the accused is a stud.
17. The way to improve our schools is not more money, but the reintroduction of moral and spiritual values, as well as the four “*Rs*”: reading, ‘riting, ‘rithmetic, and Rush.
18. I am not arrogant.
19. My first 35 Undeniable Truths are still undeniably true.
20. There is a God.
21. There is something wrong when critics say the problem with America is too much religion.
22. Morality is not defined by individual choice.
23. The only way liberals win national elections is by pretending they’re not liberals.
24. Feminism was established as to allow unattractive women easier access to the mainstream of society.
25. Follow the money. When somebody says, “It's not the money,” it’s always the money.
26. Liberals attempt through judicial activism what they cannot win at the ballot box.

27. Using federal dollars as a measure, our cities have not been neglected, but poisoned with welfare dependency funds.
28. Progress is not striving for economic justice or fairness, but economic growth.
29. Liberals measure compassion by how many people are given welfare. Conservatives measure compassion by how many people no longer need it.
30. Compassion is no substitute for justice.
31. The culture war is between the winners and those who think they're losers who want to become winners. The losers think the only way they can become winners is by banding together all the losers and then empowering a leader of the losers to make things right for them.
32. The Los Angeles riots were not caused by the Rodney King verdict. The Los Angeles riots were caused by rioters.
33. You could afford your house without your government, if it weren't for your government.
34. Words mean things.
35. Too many Americans can't laugh at themselves anymore.

The Rush Limbaugh Show, February 18th, 1994.

ANNEXE N°15 – Le Contrat avec l'Amérique

Contract with America

As Republican Members of the House of Representatives and as citizens seeking to join that body we propose not just to change its policies, but even more important, to restore the bonds of trust between the people and their elected representatives.

That is why, in this era of official evasion and posturing, we offer instead a detailed agenda for national renewal, a written commitment with no fine print.

This year's election offers the chance, after four decades of one-party control, to bring to the House a new majority that will transform the way Congress works. That historic change would be the end of government that is too big, too intrusive, and too easy with the public's money. It can be the beginning of a Congress that respects the values and shares the faith of the American family.

Like Lincoln, our first Republican president, we intend to act “*with firmness in the right, as God gives us to see the right.*” To restore accountability to Congress. To end its cycle of scandal and disgrace. To make us all proud again of the way free people govern themselves.

On the first day of the 104th Congress, the new Republican majority will immediately pass the following major reforms, aimed at restoring the faith and trust of the American people in their government:

FIRST, require all laws that apply to the rest of the country also apply equally to the Congress;

SECOND, select a major, independent auditing firm to conduct a comprehensive audit of Congress for waste, fraud or abuse;

THIRD, cut the number of House committees, and cut committee staff by one-third;

FOURTH, limit the terms of all committee chairs;

FIFTH, ban the casting of proxy votes in committee;

SIXTH, require committee meetings to be open to the public;

SEVENTH, require a three-fifths majority vote to pass a tax increase;

EIGHTH, guarantee an honest accounting of our Federal Budget by implementing zero base-line budgeting.

Thereafter, within the first 100 days of the 104th Congress, we shall bring to the House Floor the following bills, each to be given full and open debate, each to be given a clear and fair vote and each to be immediately available this day for public inspection and scrutiny.

1. THE FISCAL RESPONSIBILITY ACT

A balanced budget/tax limitation amendment and a legislative line-item veto to restore fiscal responsibility to an out-of-control Congress, requiring them to live under the same budget constraints as families and businesses.

2. THE TAKING BACK OUR STREETS ACT

An anti-crime package including stronger truth-in-sentencing, "good faith" exclusionary rule exemptions, effective death penalty provisions, and cuts in social spending from this summer's "crime" bill to fund prison construction and additional law enforcement to keep people secure in their neighborhoods and kids safe in their schools.

3. THE PERSONAL RESPONSIBILITY ACT

Discourage illegitimacy and teen pregnancy by prohibiting welfare to minor mothers and denying increased AFDC for additional children while on welfare, cut spending for welfare programs, and enact a tough two-years-and-out provision with work requirements to promote individual responsibility.

4. THE FAMILY REINFORCEMENT ACT

Child support enforcement, tax incentives for adoption, strengthening rights of parents in their children's education, stronger child pornography laws, and an elderly dependent care tax credit to reinforce the central role of families in American society.

5. THE AMERICAN DREAM RESTORATION ACT

A \$500 per child tax credit, begin repeal of the marriage tax penalty, and creation of American Dream Savings Accounts to provide middle class tax relief.

6. THE NATIONAL SECURITY RESTORATION ACT

No U.S. troops under U.N. command and restoration of the essential parts of our national security funding to strengthen our national defense and maintain our credibility around the world.

7. THE SENIOR CITIZENS FAIRNESS ACT

Raise the Social Security earnings limit which currently forces seniors out of the work force, repeal the 1993 tax hikes on Social Security benefits and provide tax incentives for private long-term care insurance to let Older Americans keep more of what they have earned over the years.

8. THE JOB CREATION AND WAGE ENHANCEMENT ACT

Small business incentives, capital gains cut and indexation, neutral cost recovery, risk assessment/cost-benefit analysis, strengthening the Regulatory Flexibility Act and unfunded mandate reform to create jobs and raise worker wages.

9. THE COMMON SENSE LEGAL REFORM ACT

"Loser pays" laws, reasonable limits on punitive damages and reform of product liability laws to stem the endless tide of litigation.

10. THE CITIZEN LEGISLATURE ACT

A first-ever vote on term limits to replace career politicians with citizen legislators.

Further, we will instruct the House Budget Committee to report to the floor and we will work to enact additional budget savings, beyond the budget cuts specifically included in the legislation described above, to ensure that the Federal budget deficit will be less than it would have been without the enactment of these bills.

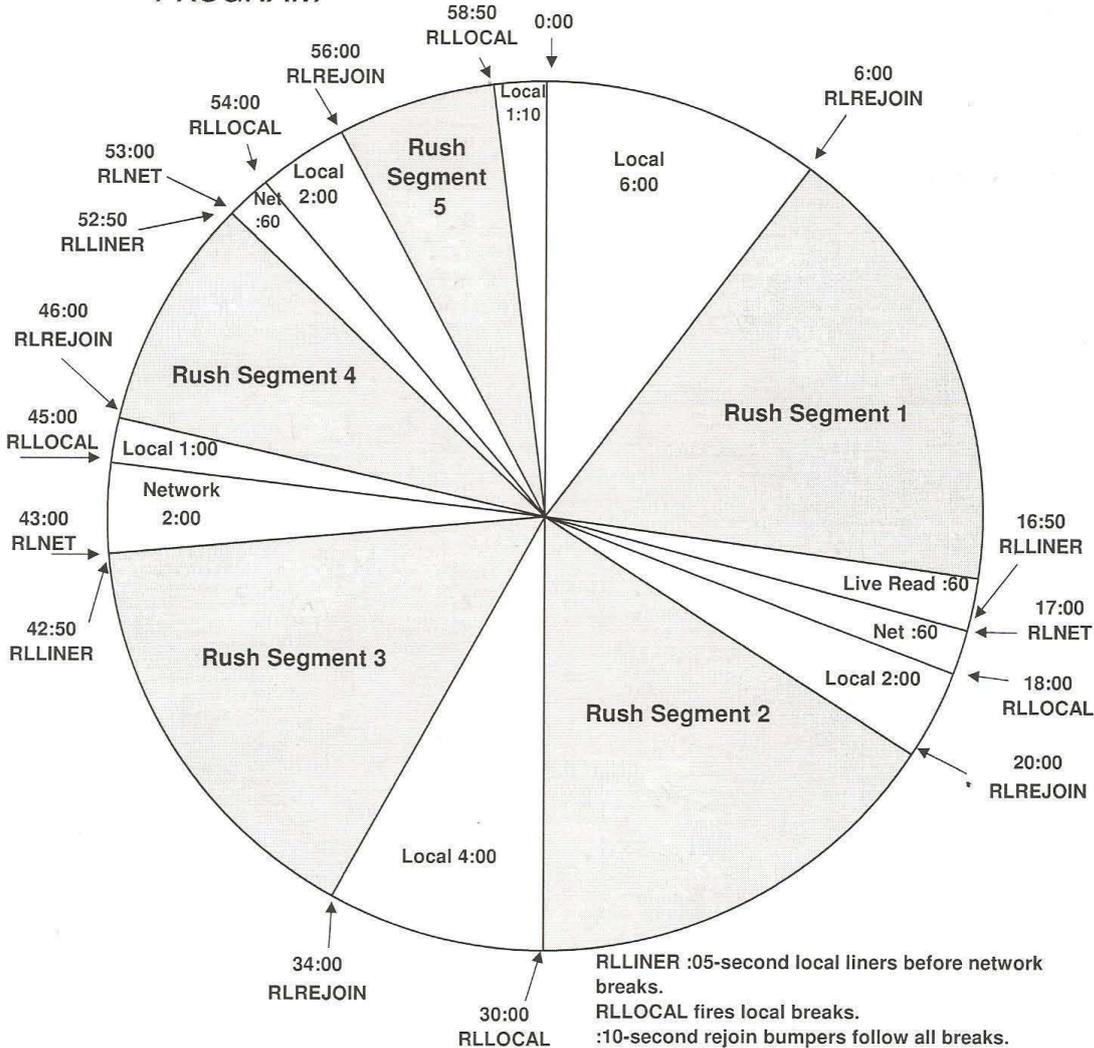
Respecting the judgment of our fellow citizens as we seek their mandate for reform, we hereby pledge our names to this Contract with America.

ANNEXE N°16 – Découpage de *The Rush Limbaugh Program*

[Note : ce découpage a été mis en vigueur le 29 décembre 2008 et vaut pour l'année 2009. Il a été modifié par la suite]



WEEKDAY PROGRAM CLOCK
 Effective January 19, 2009
 Premiere XDS PRO4-P Satellite
 12-2 PM Eastern/ 9-11 AM Pacific
 Hours 1 & 2



For Technical Assistance call:
 Premiere Network Operations Center: 800-276-4431
 Technical Info: www.premiereradio.com/engineering



Rush Update feeds 7:00:30pm (pacific) for playback the following broadcast day.
Rushy Promo feeds 10:59:00am (pacific) for same day playback.

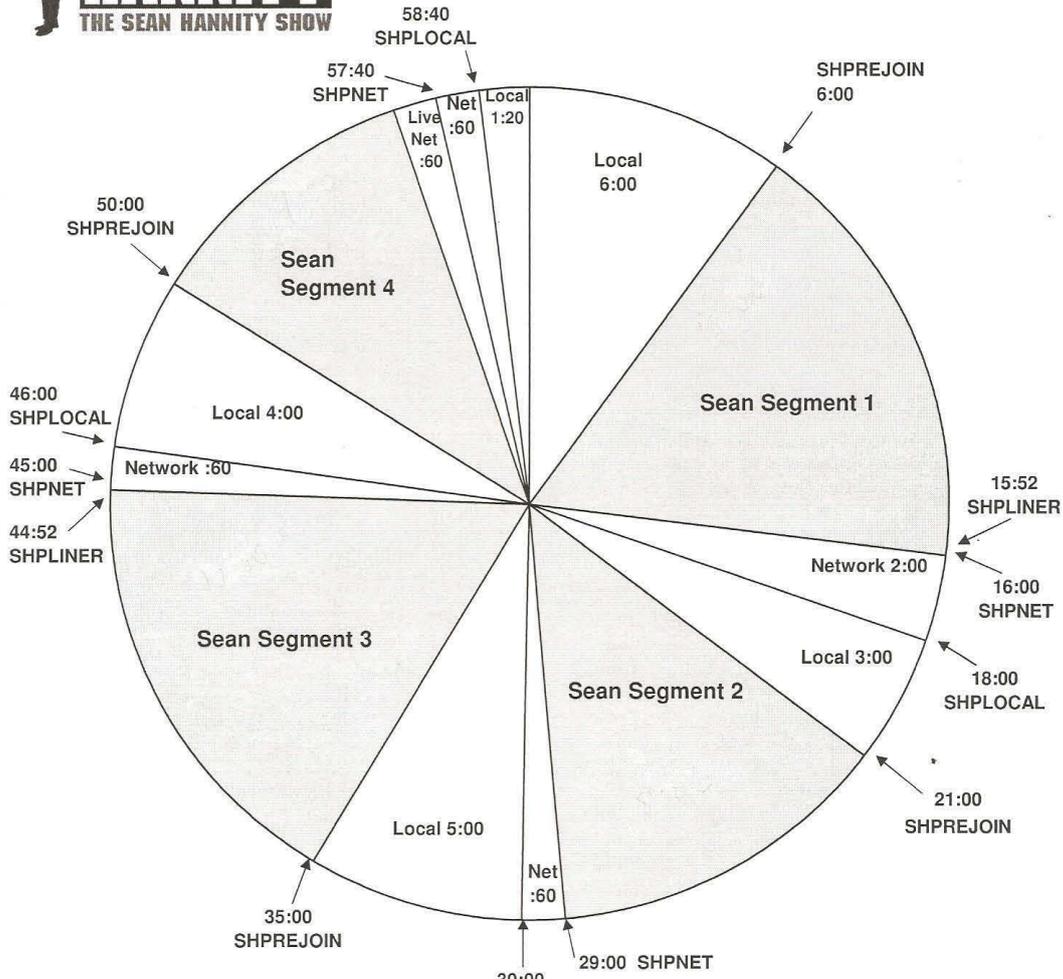
ANNEXE N°17 – Découpage de *The Sean Hannity Show*

[Note : ce découpage a été mis en vigueur le 29 décembre 2008 et vaut pour l'année 2009. Il a été modifié par la suite]



WEEKDAY PROGRAM CLOCK

Effective December 29, 2008
 Premiere XDS PRO4-P Satellite
 3-6 PM Eastern/ 12-3 PM Pacific time



Hard outs at 29:00 and 57:40 (when no live read scheduled 57:40 net will be 2 min starting at 56:40).
 Other breaks float.
 SHPREJOIN: local streaming start.
 SHPLINER: fires local :08-second liner.
 SHPLOCAL: fires local break.
 SHPNET: local streaming stop.
 Hannity Update feeds 7:03:30pm (pacific) for playback the following broadcast day.
 Hannity Promo feeds 11:58:50am (pacific) for same day playback.

For Technical Assistance call:
 Premiere Network Operations Center: 800-276-4431
 Technical Info: www.premiereradio.com/engineering



ANALYSE DE CONTENU

ANNEXE n°18 – Description du protocole de l'analyse de contenu

Deux codeuses indépendantes de langue anglaise et de nationalité américaine ont été recrutées pour effectuer les relevés et travailler à l'affinage de l'instrument de codage. Leur recrutement s'est fait sur la base de leur niveau d'étude dans le système américain et de la connaissance de la culture et de la politique américaine. Les séances de test et de codage se sont tenues de manière hebdomadaire au rythme de une à deux journées par semaine, en fonction des disponibilités de chacune des codeuses, dans le laboratoire de langue de l'Institut du Monde Anglophone de l'Université Paris 3 – Sorbonne Nouvelle qui dispose de 20 stations munies d'un P.C. et d'un dispositif d'écoute avec casque. Les relevés ont été effectués à partir de l'écoute de CDs fournis en début de séance et consignés sur des tableaux Excel. Les séances de codage se sont toujours tenues dans ces mêmes conditions et à des horaires où le laboratoire était entièrement disponible, afin que les codeuses ne soient pas dérangées par la présence d'autres personnes.

En raison de leurs engagements professionnels et universitaires, la phase de test a duré de la fin de l'automne 2010 au début du printemps 2011 ; elle a nécessité 13 séances. Le travail des 9 premières séances a porté sur une sélection d'unités d'analyse tirées d'émissions hors corpus. Dans un premier temps, les codeuses ont pris connaissance du projet – spécificité du talk-show conservateur, cadre théorique, hypothèses avancées et nature des observations à effectuer – et se sont familiarisées avec les quatre animateurs à l'étude, ainsi qu'avec la version de l'instrument de codage élaborée dans le cadre du séminaire sur la méthode de l'analyse de contenu de Klaus Krippendorff à l'Annenberg School for Communication au cours de l'année universitaire 2009/2010, rendu possible grâce à une bourse *Fulbright*¹. Ensuite, le travail de formation des codeuses s'est appuyé sur le codage effectif de séries de trente unités environ suivi d'une discussion sur les points de désaccord, sur la base des coefficients alpha de chaque variable. Ces discussions ont permis d'affiner très considérablement l'instrument de codage afin de l'adapter aux quatre types de texte.

Le travail de test a permis de mettre en lumière le besoin de catégories nouvelles ainsi que la trop grande complexité de certaines autres qui ont ainsi été fusionnées, en maintenant toutefois un degré de précision susceptible de permettre une analyse nuancée des phénomènes observés. L'examen des points de désaccords par variable sur chaque unité d'analyse a par ailleurs été l'occasion de préciser et étoffer considérablement les consignes de codage. Bien souvent les désaccords ont résulté d'un manque de clarté dans les critères d'évaluation (*rating criteria*) : l'examen de ces désaccords a permis d'aboutir à une liste de cas de figures récurrentes auxquelles a été apportée une consigne précise (voir annexe n°15, « Instructions de codage »). Le travail de test constitue la phase la plus importante du processus d'analyse car il permet de faire émerger un instrument opératoire, capable de rendre compte des caractéristiques du message étudié.

Les niveaux des coefficients α atteints vers la huitième séance ont signalé que l'instrument de codage était désormais fiable et que les codeuses en étaient parvenues

¹ Un premier test in vivo sur un nombre réduit d'unités avait été effectué avec la contribution d'étudiants participant au séminaire. Si les coefficients de fiabilité se sont avérés plutôt faibles, ce test avait permis de mettre en lumière certains aspects qui demandaient à être remis sur le métier, et de mieux cibler le travail des séances ultérieures à l'Institut du Monde Anglophone.

à un niveau de maîtrise satisfaisant. La deuxième phase du test, conduite sur quatre séances au début du printemps 2011 a complété la formation des codeuses ; elle a porté sur 10% du corpus, soit 110 unités. Elle s'est effectuée en trois fois, des pauses ayant été prévues pour vérifier la progression du codage, détecter d'autres points de désaccord possibles en testant le coefficient de fiabilité et compléter les consignes. L'instrument de codage ayant été stabilisé, il n'a fait l'objet d'aucune modification lors de ces séances. Dans le respect du protocole établi par Dill et Thill², les points de désaccord ont été examinés par l'auteur et les codeuses qui ont ensuite réévalué leur choix chacune de leur côté à la lumière des éléments apportés dans la discussion.

Médias d'information, les talk-shows radiophoniques conservateurs puisent naturellement leur matière première dans l'actualité et son évolution. Il y a donc une certaine continuité d'un épisode à l'autre, l'animateur élaborant bien souvent son propos à partir de ce qu'il a dit la veille ou les jours précédents. Ainsi, une certaine connaissance du contexte politique, social et culturel est nécessaire à la compréhension du discours de l'animateur, surtout dans le cas d'émissions diffusées dans les années 1990. Rapporté au contexte de l'analyse, ce principe de continuité de contenu implique la dépendance mutuelle des unités d'analyse. A cet égard, Krippendorff insiste sur deux principes importants : la nécessité que les liens entre les unités ne biaisent pas l'analyse d'une part, et que toutes les informations essentielles à la conduite de cette dernière soient contenues dans l'unité d'autre part, ou, dans le cas contraire, que leur absence ne compromette pas la validité de l'analyse³. De manière à compenser les effets induits par la dépendance mutuelle des unités d'analyses, des informations complémentaires (*supplementary information*) de codage ont donc été élaborées afin que les codeuses puissent disposer de tous les éléments de contexte nécessaires à leurs prises de décision (Voir annexe n°20, « Informations complémentaires »). Ces précisions se sont avérées essentielles plus particulièrement lors de l'identification de l'affiliation politique de certains acteurs.

² Karen E. Dill and Kathryn P. Thill, "Video Game Characters and the Socialization of Gender Roles: Young People's Perceptions Mirror Sexist Media Depictions," *Sex Roles: a Journal of Research* 57 (2007): 851-64.

³ Krippendorff, *Content Analysis*, 99.

ANNEXE N°19 – Instructions de codage

CODING INSTRUCTIONS

While thematic sequences on television talk shows have clear semiotic boundaries, with anchors moving from one subject to the next in a carefully structured fashion, talk radio hosts tend to follow the flow of their thoughts and very often digress from one topic to the other and back.

Conservative talk radio episodes are extremely difficult to unitize thematically because while large chunks can be identified as addressing a certain overall topic and focusing on one primary figure, other subjects and players are interwoven within it, which makes exploring the agenda of conservative talk radio shows a tricky endeavor.

Thematic have been defined in such a way as to include no more than two identifiable primary topic and role-players among possible topics and characters, and for coding convenience purposes, audio segments will be no longer than 2'30'' and no shorter than thirty seconds long.

Because of the particularly loose internal structure, the content of recording unit can appear unsettling:

- Since there's no natural boundaries between segments, sometimes a unit begins in the middle of a development
- Some hosts invite guests to speak on the show, therefore, you will sometimes not hear the host at all but a guest

As a general rule, please listen to the segment entirely before you start recording in order to have a general idea of who is mentioned, how they are characterized and what aspect of conservatism is being mentioned.

Role-players

Since conservative talk radio is a staunchly partisan format, its approach to news and current events is based on attribution of responsibility for a given situation. For instance, in April 2010, when discussing the oil spill off the coasts of Louisiana, instead of focusing on the environmental impact of the accident, Limbaugh suggested that "*environmentalist wackos*" may have blown up the rig in order to deter the administration from undertaking drilling off American coasts (RLS, 2010-04-29).

This study therefore argues that it is more meaningful to focus on actors and the way they are characterized rather than on topics themselves. In other words, when seeking to determine what the agenda of a particular show is, the present study seeks to identify who comes under attack and who is being supported or defended.

What is a role-player?

This study defines a role-player or an organization or group of people which is being characterized as villain (i.e. they are described in a negative way or they are being held responsible for a given situation), virtuous (i.e. they are described in positive terms or praised) or as victim (i.e. they are being or have been threatened by someone or something).

If a figure is mentioned in passing and is not characterized, this study does not consider them as a role-player.

Sometimes, when the host embarks in rhetorical flourish, several names are mentioned in a row. In this case, you can record them as just one role-player if you deem them to belong to the same category.

How to record role-players?

Since a particular role-player is often mentioned in relationship with other role-players within the same recording unit, the present study codes two possible role-player.

If you identify more than one role-player, please use C2 but do not record more than two role-players.

If no item corresponds to what you think the role-player, please tick “NA/Other.”

Characterization

Most of the time, role-players are not explicitly characterized in the terms that are mentioned in the coding sheet. You need to take a few steps back and exercise critical judgment to identify what is the overall characterization. It is mostly a matter of making a judgment call.

If a role-player is characterized in more than one way, please record the one that:

- The host devotes the more air-time to
- The one that seems the more powerful (the host makes his point with insistence or uses a very emphatic tone for instance)

If no item corresponds to what you think is the way a role-player is characterized, please tick “NA/Other.”

Conservatism

In order to define the conservative profile of each of the show under study, 14 tenets have been identified as defining conservatism such as it is promoted on these programs. This study aims to determine which of the 14 tenets are emphasized most on each show, hypothesizing that if conservative talk radio programs are different from one another they should give these tenets different emphasis.

Sometimes, two or three tenets are mentioned. Please record the prevailing tenet or conservative aspect being mentioned.

If no item corresponds to what you think is the tenet being emphasized, please tick “NA/Other.”

ANNEXE N°20 – Instrument de codage

CODING SCHEME

A. CODE OF UNIT

B. NAME OF PROGRAM

C. ROLE PLAYERS [RolePlay]

Please, record the role-players either explicitly or implicitly present in the segment. Sometimes they are not stated but implied.

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (1) George W. Bush and/or his administration and cabinet <input type="checkbox"/> (2) Republican elected and/or appointed officials (past and/or current) and/or candidates and/or staffers; the G.O.P Party <input type="checkbox"/> (3) Right-leaning or conservative organizations or individuals (pro-life organizations, <i>Tea Party Movt...</i>) <input type="checkbox"/> (4) Barack Obama and/or his administration and cabinet <input type="checkbox"/> (5) Bill Clinton and/or his administration and cabinet <input type="checkbox"/> (6) Democratic elected and/or appointed officials (past and/or current) and/or candidates and/or staffers; the Democratic Party <input type="checkbox"/> (7) Left-leaning or liberal organizations and individuals (pro-choice organizations, planned parenthood, <i>ACLU...</i>) <input type="checkbox"/> (8) Government agencies (The IRS, the FDA, the CBEO...) <input type="checkbox"/> (9) Congress regardless of political affiliation <input type="checkbox"/> (10) US military officials <input type="checkbox"/> (11) US troops <input type="checkbox"/> (12) Entrepreneurs and small business owners <input type="checkbox"/> (13) Big Business (banks, Wall Street,...) <input type="checkbox"/> (14) People with high revenue <input type="checkbox"/> (15) Non-affiliated mainstream media <input type="checkbox"/> (16) Right-wing media <input type="checkbox"/> (17) Left-wing media <input type="checkbox"/> (18) Entertainment press | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (19) Women as group <input type="checkbox"/> (20) African-Americans as group <input type="checkbox"/> (21) Hispanics; Latinos <input type="checkbox"/> (22) Asians <input type="checkbox"/> (23) Minorities regardless of ethnicity of citizenship status <input type="checkbox"/> (24) Caucasians regardless of nationality <input type="checkbox"/> (25) Foreign countries; foreign leaders; foreigners. <input type="checkbox"/> (26) Illegal aliens and/or immigrants <input type="checkbox"/> (27) Foreign detainees <input type="checkbox"/> (28) Criminals <input type="checkbox"/> (29) Terrorists and/ or terrorist regimes <input type="checkbox"/> (30) Academics and experts <input type="checkbox"/> (31) Celebrities; Hollywood stars; entertainers; famous sports players <input type="checkbox"/> (32) International organizations (e.g. The UN) <input type="checkbox"/> (33) Christians <input type="checkbox"/> (34) Muslims <input type="checkbox"/> (35) Jews <input type="checkbox"/> (36) Religious establishment <input type="checkbox"/> (37) Children <input type="checkbox"/> (38) America; ordinary Americans; taxpayers <input type="checkbox"/> (39) An individual American <input type="checkbox"/> (40) NA/Other |
|---|--|

D. CHARACTERIZATION: VILLAINS AND VIRTUOUS

Please, record how each of the role-player you have identified is characterized.

| <i>Villains</i> | <i>Virtuous</i> |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) Lacking in moral virtues (Pretentious; fake; cowardly; liars; dishonest; greedy; self-serving; irresponsible...) and/or promoting an agenda of immorality (promoting anti-family values; ...) <input type="checkbox"/> (2) Mentally deranged or unhealthy <input type="checkbox"/> (3) Secular or lacking in religious fervor (atheist; non-religious) <input type="checkbox"/> (4) Ill-intended (smearing; revengeful; scheming); unfair; biased; partisan <input type="checkbox"/> (5) Contributes to US decline and/or undermines US prestige due to physical threat and/or weakening of security (resulting or not from favoring foreign powers) <input type="checkbox"/> (6) Weakens the US and/or the US' image and/or surpasses the US (culturally, economically and technologically) due to failure to excel, appearing weak or being stupid, or US government's mismanagement of the country <input type="checkbox"/> (7) Inconsistent; flip-flopers <input type="checkbox"/> (8) Elitist; disconnected from the people ; disliked by the American people <input type="checkbox"/> (9) Tramples, disrespects or twists constitution; undemocratic or tyrannical; disregards political process; force legislation through <input type="checkbox"/> (10) Promotes liberalism and/or socialism <input type="checkbox"/> (11) Stupid; clueless; incompetent; bound to fail <input type="checkbox"/> (12) Threatening US racial and cultural identity <input type="checkbox"/> (13) Soft on crime, criminals; favor criminals instead of victims <input type="checkbox"/> (14) Embodies lack of rule and law and order; criminal; violent <input type="checkbox"/> (15) Other/NA | <input type="checkbox"/> (16) Morally virtuous (simple; humble; genuine; courageous; brave; honest; doing the right thing) and/or abiding by traditional-moral-family values <input type="checkbox"/> (17) Mentally healthy <input type="checkbox"/> (18) Religious / god-fearing <input type="checkbox"/> (19) Well-meaning; fair; impartial; objective <input type="checkbox"/> (20) Protect US safety and security; stand up to foreign powers <input type="checkbox"/> (21) Smart; acting with commonsense; competent; successful or bound to succeed; drive the country in the right direction <input type="checkbox"/> (22) Steady; consistent; unswerving <input type="checkbox"/> (23) Close to the people or are like the people; liked by the American people <input type="checkbox"/> (24) Upholds constitution; democratic; respectful of political process <input type="checkbox"/> (25) True to conservative principles; free market and tax-cuts champions <input type="checkbox"/> (26) Promotes US racial and cultural identity <input type="checkbox"/> (27) Tough on crime, criminals and terrorists; favor victims instead of criminals <input type="checkbox"/> (28) Embodies law and order and social norms; peaceful <input type="checkbox"/> (29) Other/NA <input type="checkbox"/> (30) No characterization either as villain or virtuous |

E. CHARACTERIZATION: VICTIMS

In the segment, is the role player presented as a victim?

- (0)** No
- (1)** Yes because s/he is hurt by physical threat
- (2)** Yes because s/he is hurt by alien, foreign threat
- (3)** Yes because s/he is hurt by the government
- (4)** Yes because s/he is hurt by moral decline or transgression
- (5)** Yes because of other

F. CONSERVATISM

Please, record the prevailing aspect of conservatism discussed in the segment.

- (1)** The individual, individual initiative, personal responsibility and self-reliance
- (2)** Economic and fiscal issues (taxation; welfare; redistribution; regulation; the economy; free market; making money)
- (3)** The US Constitution, Democracy and political freedom
- (4)** Religion
- (5)** Moral and cultural issues (family values; traditional values; moral and cultural decline)
- (6)** Foreign affairs (defense; nat'l security; war against terrorism; terrorism; US exceptionalism)
- (7)** Immigration
- (8)** Law and order
- (9)** The environment
- (10)** The media
- (11)** Nativism (US European ethnic and cultural heritage)
- (12)** Necessity of a literal interpretation of the conservative doctrine
- (13)** Conservatives as the victims of liberals and/or not being given proper credit
- (14)** Dynamism / strength of the conservative grassroots
- (15)** *Other / Not applicable*

G. CHEERLEADING

Is the host cheerleading? Namely, is she or he motivating / encouraging / rallying and/or praising conservative grassroots movements?

(0) No **(1)** Yes

ANNEXE N°21 – Informations complémentaires

[Note : les informations complémentaires ont été fournies aux personnes ayant réalisé le codage. Elles ont été élaborées afin de fournir des précisions et un éclairage sur le contexte des événements et des figures évoqués. Elles servent à lever les ambiguïtés possibles et ainsi réduire la marge d'erreur dans le choix des valeurs.]

SUPPLEMENTARY INFORMATION

Democratic politicians and figures

- **Bart Stupack**, Democratic US Senator for Michigan; pro-life.
- **Charlie B. Rangel**, Democratic US House Representative for New York.
- **Steny Hoyer**, Democratic US House Representative for Maryland; second-ranking figure in the House Democratic Leadership hierarchy.
- **Steve Ira Cohen**, Democratic US House Representative from Tennessee
- **Richard Lamm**, Democratic Governor of Colorado until 1987.
- **George Stephanopoulos**, ABC Senior Political Analyst, former White House Communications Director (1993-1995).
- **Justice Stevens**, a liberal Supreme Court Justice
- **Janet Napolitano**, Democratic State Secretary of Homeland Security; former Governor of Arizona.
- **John Dingell**, Democratic US House Representative from Michigan
- **Barney Frank**, a Democratic US House Representative. A gay man, he was charged with employing the services of male prostitutes. Still sitting in Congress.
- **John Murtha**, a long-time Democratic US House Representative for Pennsylvania. Criticized the US military during the war in Iraq.
- **Barbara Boxer**, a Democratic US Senator for California.

Republican politicians and figures

- **Scott Brown**, Republican US Senator for Massachusetts
- **Allan B. West**, Republican US House Representative for Florida
- **Tom Coburn**, Republican US Senator for Oklahoma
- **Michelle Bachmann**, Republican US House Representative for Minnesota
- **Kenneth Starr**, prosecutor in the Lewinski scandal
- **Rick Perry**, Republican Governor of Texas
- **James Carafano**, an American scholar working at conservative think tank *Heritage Foundation*
- **Mark Foley**, a Republican US House Representative who had to resign when it was found that he had had exchanges of inappropriate text messages with House pages.

- **Jack Goldsmith**, a Harvard Law Professor who served under Attorney General John Ashcroft and Deputy Attorney General James Comey as an United States Assistant Attorney General for the Office of Legal Counsel in the Department of Justice
- **Ted Olsen**, former United States Solicitor General from June 2001 to July 2004 under President George W. Bush.

Media personalities

- **David Brooks**, commentator at *The New York Times*
- **Robert Scott Bell**, talk radio host anchoring a health radio show; appears on *The Savage Nation*.
- **Robert Samuelson**, contributing editor to *The Washington Post* and *Newsweek*
- **Coach Lou Holtz**, a retired American football coach, and active sportscaster, author, and motivational speaker. Over the years, the slender, bespectacled Holtz has become known for his quick wit and ability to inspire players. He is often found as a guest on the popular Richmond, Virginia based Kain Road Radio. In 2005, Holtz joined ESPN as a college football analyst.
- **Chris Baker**, an American comedian and conservative radio talk show host. Baker was a fill-in host for the nationally syndicated Glenn Beck radio show in 2010.
- **Tucker Carlson**, an American political news correspondent and conservative commentator for Fox News
- **Dana Maria Perino**, a commentator for Fox News; former Press Secretary for the George W. Bush White House.
- **Erick Erikson**, a conservative political blogger.
- **Patrick Hayward “Pat” Caddell**, an American public opinion pollster and a political film consultant.
- **Douglas Schoen**, an American political analyst, pollster, author, and commentator. He is a political analyst for Fox News. He believes that lower taxes would be a successful Democratic strategy, opposed President Obama's Affordable Care Act, warned the Democratic Party to reject the Occupy Wall Street protest, and recommended that President Obama not run for reelection in 2012.
- **Scott Rasmussen**, an American pollster and commentator. Non-affiliated.
- **Samuel Popkin**, a political scientist, college professor and political pollster.
- **Charlie Cook**, an American political analyst
- **Robert B. Reich**, an American political economist. Worked for the Clinton White House.
- **CNS News**: Cybercast News Service, formerly known as Conservative News Service, is a website owned by conservative content analysis center Media Research Center.
- **The Daily Caller**: a conservative news website.
- **The Horatio Alger Association**: an association honoring ordinary Americans that became great achievers while starting from scratch. They hold a dinner every year during which they distinguish honorees.
- **Rick Sanchez**, a Cuban American journalist working for CNN and MSNBC.
- **Dana Milbank**, a journalist from *The Washington Post*. Lamented the lack of transparency during the April 2010 nuclear summit because the press could not attend debates.
- **Bob Grant**, a conservative radio host

- **Bryant Gumbel**, a US TV host, co-host of NBC's *The Today Show*

Other characters

- **Dmitri Medvedev**, President of Russia
- **Joe Lieberman**, Independent Senator from Connecticut. Endorsed McCain in 2008 but is still a registered Democrat.
- **Tiger Woods**, golf player
- **Phil Mickelson**, golf player
- **Chris J. Metzler**, Associate Dean of Human Resources for the Masters of Professional Studies at Georgetown University. He spoke against Obamacare.
- **Jerry Hudson**, Executive Vice-President of American Civil Liberties Union (ACLU).
- **Larissa Mason**, Executive Director of National Council for Adoption.
- **Mika Brezinski**, MSNBC TV Host of *Morning Joe*.
- **The 'drive-bys'**, the traditional mainstream media.
- **Bill Ayers**, counterculture activist from the 1960s and opponent to the Vietnam War. Sometimes resorted to terrorism.
- **Rickey Medlocke**, American musician; a member of the band Lynyrd Skynyrd.

Relevant events

- **Bullying scandal**, a school girl committed suicide after being repeatedly bullied (April 2010)
- **Shooting at Fort Hood**: a mass shooting that took place on November 5, 2009, at Fort Hood, the most populous U.S. military installation in the world, located just outside Killeen, Texas. In the course of the shooting, a single gunman killed 13 people and wounded 29 others. It is the worst shooting ever to take place on an American military base.

The sole suspect is Nidal Malik Hasan, a U.S. Army Major serving as a psychiatrist. He was shot and taken into custody by Department of the Army Civilian Police officers, and is now paralyzed from the chest down. Hasan has been charged with 13 counts of premeditated murder and 32 counts of attempted murder under the Uniform Code of Military Justice; he may face additional charges at court-martial. If he is convicted, there is a chance he could be given the death penalty. Hasan is an American Muslim of Palestinian descent. Internal Army reports indicate officers within the Army had discussed what they characterized as Hasan's tendencies toward radical Islam since 2005.
- **Take Back Our Country Tour**, a series of rallies organized by conservative personalities to support the Tea Party Movement
- **Nuclear Treaty Summit** in DC, April 2010
- **Polish plane crash**; Polish president dies; April 2010
- **Tiger Wood** love indiscretions scandal
- **Russian adopted kid scandal** (April 2010): a little Russian boy was adopted by a US mother and became a US citizen. However, because he was emotionally imbalanced and the mother could not handle him, she put him on a plane and sent him back to Russia with a note pinned on him. On LIS, Ingraham tries to attribute responsibilities and examines the role played by the mother, the US authorities, the US media and the airline company.

- **Fort Lauderdale, Florida**, a young mother suffering from cancer was solicited by the federal government to sign her disabled child into a program that provides funding to parents with disabled children. It increased her total revenue and as a result she could no longer qualify for Medicaid and was denied organ transplant.
- Editorial in *The Wall Street Journal* about the slow recovery from the recession placing the blame on Obama.

Institutions and organizations

- **Hillsdales College**, Founded in 1844, Hillsdale College is an independent, coeducational, residential, liberal arts college with a student body of about 1,400. Its four-year curriculum leads to the Bachelor of Arts or Bachelor of Science degree, and it is accredited by the North Central Association of Colleges and Secondary Schools.

Hillsdale's educational mission rests upon two principles: academic excellence and institutional independence. The College does not accept federal or state taxpayer subsidies for any of its operations.

Located in rural southern Michigan, the nearly 200-acre Hillsdale campus includes both modern and historic buildings. Excellent facilities include comfortable residence halls, subject-specific computer labs, a state-of-the-art health education and sports complex, Michael Alex Mossey Library with its Leighton-Taylor Wing, the Sage Center for the Arts, the Herbert Henry Dow Science Building, Howard Music Hall and two new classroom buildings—Kendall Hall and Lane Hall. Adjacent to the campus is the model primary and secondary school, Hillsdale Academy, whose comprehensive Reference Guide is used in hundreds of schools throughout the country.

- **Rose Law Firm**: Rose Law Firm is headquartered in Little Rock, Arkansas. It is the oldest law firm in the United States west of the Mississippi River and the third oldest in the United States. Hillary Rodham Clinton became the firm's first female associate, and soon its first female partner, during her husband Bill Clinton's tenure as Arkansas Attorney General and Governor of Arkansas.
- **The Heritage Foundation**, a prominent conservative think tank
- **NHS** : English *National Health Service*

ANNEXE N°22 – Exemple de série de trente unités de codage

[Note : lors de chaque session deux CDs de 30 unités de codage, ou segments, ont été fournis à chacune des codeuses. Un CD représente deux heures de codage environ.]

|  10 - CONTENT ANALYSIS Actual Analysis - #10 30 morceaux, durée totale 36:31, 185,6 Mo | | | |
|--|-------|----------------------------------|--------------------------------|
| Nom | Durée | Album | Artiste |
| SNtu-13-63 | 2:13 | The Savage Nation | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SHStu-12-49 | 1:56 | The Sean Hannity Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SNtu-13-56 | 1:55 | The Savage Nation | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| RLStu-13-10 | 1:44 | The Rush Limbaugh Show Post 2001 | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SNtu-13-60 | 1:44 | The Savage Nation | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SHStu-12-46 | 1:41 | The Sean Hannity Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| LIStu-13-35 | 1:40 | The Laura Ingraham Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SNtu-13-50 | 1:38 | The Savage Nation | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SNtu-13-48 | 1:36 | The Savage Nation | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SHStu-12-43 | 1:32 | The Sean Hannity Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| LIStu-13-37 | 1:27 | The Laura Ingraham Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SHStu-12-55 | 1:21 | The Sean Hannity Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| LIStu-13-32 | 1:18 | The Laura Ingraham Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| LIStu-13-39 | 1:18 | The Laura Ingraham Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SNtu-13-52 | 1:16 | The Savage Nation | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SHStu-12-58 | 1:15 | The Sean Hannity Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SHStu-12-52 | 1:06 | The Sean Hannity Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SHStu-12-40 | 1:04 | The Sean Hannity Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| RLStu-13-09 | 0:58 | The Rush Limbaugh Show Post 2001 | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| RLStu-13-07 | 0:55 | The Rush Limbaugh Show Post 2001 | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| RLStu-13-12 | 0:53 | The Rush Limbaugh Show Post 2001 | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| LIStu-13-36 | 0:53 | The Laura Ingraham Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| RLStu-13-03 | 0:51 | The Rush Limbaugh Show Post 2001 | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| RLStu-13-11 | 0:49 | The Rush Limbaugh Show Post 2001 | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SNtu-13-46 | 0:43 | The Savage Nation | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| LIStu-13-38 | 0:41 | The Laura Ingraham Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| RLStu-13-14 | 0:38 | The Rush Limbaugh Show Post 2001 | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SHStu-12-61 | 0:37 | The Sean Hannity Show | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| SNtu-13-44 | 0:32 | The Savage Nation | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |
| RLStu-13-08 | 0:32 | The Rush Limbaugh Show Post 2001 | CONTENT ANALYSIS ACTUAL ANA... |

ANNEXE N°23 – Création de la variable « Audience des talk-shows »

| EC02 | Talk radio host/program listened to most for campaign information in past week | |
|----------|--|-------------------------------------|
| Schedule | Nat RCS | |
| | All dates | |
| Filter | If listened to talk radio for campaign information in past week | EC01 = 1 - 7 |
| | In the past week, from which talk radio host or radio program did you get most of your information about the 2008 presidential campaign? | |
| | 1 | All Things Considered |
| | 2 | Beck, Glenn |
| | 3 | Bennett, Bill |
| | 4 | Bohannon, Jim |
| | 5 | Boortz, Neal |
| | 6 | Christian radio (unspecified) |
| | 7 | Doyle, Jerry |
| | 8 | Focus on the Family |
| | 9 | Gallagher, Mike |
| | 10 | Hannity, Sean |
| | 11 | Howard, Clark |
| | 12 | Ingraham, Laura |
| | 13 | Joyner, Tom |
| | 14 | Levin, Mark |
| | 15 | Limbaugh, Rush |
| | 16 | Local news radio (unspecified) |
| | 17 | Local talk radio (unspecified) |
| | 18 | Morning Edition |
| | 19 | NPR (unspecified) |
| | 20 | O'Reilly, Bill |
| | 21 | Savage, Michael |
| | 22 | Schlessinger, Laura |
| | 23 | Other (verbatim answer in EC02r23v) |
| | 24 | None |
| | 998 | Don't know |
| | 999 | No answer |

La variable "Talk radio host/program listened to most for campaign information in past week" a été recodée comme suit :

- La valeur (15) Limbaugh, Rush devient (1) Limbaugh,
- La valeur (10) Hannity, Sean devient (2) Sean Hannity,
- La valeur (12) Ingraham, Laura devient (3) Laura Ingraham,
- La valeur (21) Savage, Michael devient (4) Michael Savage,
- Les valeurs (1) de (998) deviennent (5) Non-auditeurs.

ANNEXE N°24 – Liste des extraits audio disponibles sur le CD fourni avec la thèse

TABLE DES MATIÈRES DES ANNEXES

| | |
|--|-----|
| ANNEXE N°1 – <i>A CHOICE NOT AN ECHO</i> , PHYLIS SCHLAFLY (1964) | 5 |
| ANNEXE N°2 – BONS DE COMMANDE D’ <i>A CHOICE NOT AN ECHO</i> , PHYLIS SCHLAFLY, (1964).7 | 7 |
| ANNEXE N°3 – INTERVIEW AVEC JOSEPH GAYLORD..... | 11 |
| ANNEXE N°4 – ENTRETIEN AVEC TONY BLANKLEY..... | 21 |
| ANNEXE N°5 – ENTRETIEN AVEC TAYLOR GROSS..... | 37 |
| ANNEXE N°6 – ENTRETIEN AVEC JOHN W. BRYANT..... | 64 |
| ANNEXE N°7 – ENTRETIEN AVEC RICHARD STRAUSS..... | 72 |
| ANNEXE N°8 – ENTRETIEN AVEC MICHAEL HARRISON | 81 |
| ANNEXE N°9 – <i>RUSH THE KNIFE</i> (CHANSON PARODIQUE)..... | 96 |
| ANNEXE N°10 – <i>WOMB TO THE TOMB !</i> BY DOUG RICE AND THE CUTTING EDGE..... | 97 |
| ANNEXE N°11 – ARTICLE DE JOURNAL SUR LE LICENCIEMENT DE HANNITY DE KCSB | 98 |
| ANNEXE N°12 – LE « CREDO CONSERVATEUR » DE LIMBAUGH | 98 |
| ANNEXE N°13 – LES DIX COMMANDEMENTS DE LA GAUCHE RELIGIEUSE | 100 |
| ANNEXE N°14 – « LES TRENTE-CINQ VERITES INDENIABLES DE LA VIE » SELON LIMBAUGH | 101 |
| ANNEXE N°15 – LE CONTRAT AVEC L’AMERIQUE | 103 |
| ANNEXE N°16 – DÉCOUPAGE DE <i>THE RUSH LIMBAUGH PROGRAM</i> | 105 |
| ANNEXE N°17 – DÉCOUPAGE DE <i>THE SEAN HANNITY SHOW</i> | 106 |
| ANNEXE N°18 – DESCRIPTION DU PROTOCOLE DE L’ANALYSE DE CONTENU..... | 109 |
| ANNEXE N°19 – INSTRUCTIONS DE CODAGE | 111 |
| ANNEXE N°20 – INSTRUMENT DE CODAGE | 113 |
| ANNEXE N°21 – INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES | 117 |
| ANNEXE N°22 – EXEMPLE DE SERIE DE TRENTE UNITES DE CODAGE | 121 |
| ANNEXE N°23 – CREATION DE LA VARIABLE « AUDIENCE DES TALK-SHOWS » | 122 |
| ANNEXE N°24 – LISTE DES EXTRAITS AUDIO DISPONIBLES SUR LE CD FOURNI AVEC LA THESE | 123 |

La contestation conservatrice aux États-Unis : l'influence des talk-shows radiophoniques conservateurs sur le conservatisme de l'après-Reagan (1988-2010)

Phénomène apparu à la fin des années quatre-vingt avec l'animateur Rush Limbaugh, le talk-show radiophonique conservateur américain a joué un rôle important dans la vie politique du pays. Cette recherche en retrace les différentes phases de 1988 à 2010 pour lui rendre sa place dans l'histoire politique américaine des dernières. Elle défend la thèse que le talk-show radiophonique conservateur a constitué un puissant instrument de contestation et a joué un rôle historique dans la reconquête du pouvoir par les Républicains.

Dans un premier temps, le contexte politique et médiatique de la résurgence du conservatisme dans les années soixante est revisité pour situer le talk-show radiophonique dans la tradition communicationnelle du mouvement conservateur et défendre l'idée que l'émergence du phénomène en tant que force politique au début des années 1990 constitue « le deuxième rendez-vous des conservateurs avec les médias alternatifs »

Dans un deuxième temps, la recherche se propose d'analyser les phases et cycles du talk-show conservateur dans son âge d'or ainsi que les figures de ses élitocrates dominants. Il s'agit d'établir que le contournement des médias de référence par le talk-show s'est opéré en tandem avec l'élite républicaine au moyen d'une « relation spéciale » qui s'est nouée au cours de la campagne présidentielle de 1992 et renforcée très nettement au cours du premier mi-mandat de Bill Clinton. Afin de définir ces phases, la recherche s'appuie sur Rush Limbaugh comme figure fondatrice du genre, puis se concentre sur Hannity, Ingraham et Savage, nouveaux animateurs d'envergure nationale qui émergent au tournant du siècle.

Dans un dernier temps, la forme et le contenu du talk-show radiophonique sont explorés afin de mettre en évidence les modalités de la contestation. La thèse se concentre sur l'analyse du dispositif et la rhétorique des talk-shows à proprement parler, en se focalisant sur ceux qui ont façonné le genre et sa notoriété. Elle analyse le discours des quatre animateurs de manière comparative afin de montrer que les talk-shows radiophoniques conservateurs déploient une stratégie de « contenu sur mesure ».

Mots clefs : talk-show, Limbaugh, Parti républicain, conservatisme, dispositif, analyse de contenu, contestation, médias, politique, radio

Conservative dissent in the US: the influence of conservative talk radio on post-Reagan conservatism (1988-2010)

A new media genre that appeared in the late eighties, conservative talk radio in the US has played a significant role in the country's politics. This research explores the history of the medium from 1988 to 2010. It argues that, throughout the period, conservative talk radio has been a powerful instrument of dissent and has played a very significant role in the Republican ascendancy of the mid-1990s.

First, this research revisits the political and media context of the resurgence of conservatism in the 1960s in order to situate the genre in the communication tradition of the conservative movement and entertain the argument that the emergence of conservative talk radio as a political force in the early nineties represents "conservatives' second rendezvous with alternative media."

Second, this dissertation analyses the phases of conservative talk radio during its golden age as well as its dominant pundits. It argues that conservative talk radio shows circumvented traditional media by establishing a "special relationship" with the Republican establishment as early as Bill Clinton's first presidential campaign in 1992. In order to define such phases, this research focuses on Rush Limbaugh as the founding figure of the genre and then concentrates on Sean Hannity, Laura Ingraham and Michael Savage, the new hosts who emerged at the turn of the century.

Last, the form and content of conservative talk radio programs are explored in order to show how dissent is engineered. This research then analyzes the apparatus and rhetoric of the programs, focusing on those that shaped the genre and made it famous. It explores the content of the four shows comparatively in order to demonstrate that the hosts unfurl a strategy of "tailored content."

Key words: conservative talk radio, Limbaugh, content analysis, dissent, Republican Party, politics, media, radio