Document généré le 15 juil. 2025 14:52

Les Cahiers de lecture de L'Action nationale

L'infodivertissement nous envahit-il ?

Frédérick Bastien, *Tout le monde en regarde*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2013, 280 pages

Pascal Chevrette

Volume 9, numéro 1, automne 2014

URI : https://id.erudit.org/iderudit/73012ac

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Ligue d'action nationale

ISSN

1911-9372 (imprimé)
1929-5561 (numérique)

Découvrir la revue

Citer ce compte rendu

Chevrette, P. (2014). Compte rendu de [L'infodivertissement nous envahit-il ? / Frédérick Bastien, *Tout le monde en regarde*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2013, 280 pages]. *Les Cahiers de lecture de L'Action nationale*, *9*(1), 31–32.

Tous droits réservés © Ligue d'action nationale, 2014

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

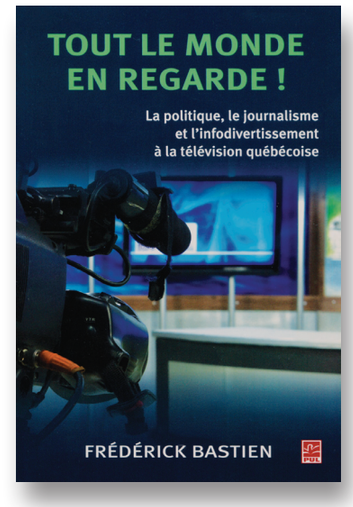
Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

L'INFODIVERTISSEMENT NOUS ENVAHIT-IL ?

Pascal Chevrette
Chef de pupitre littérature



Frédérick Bastien
Tout le monde en regarde
Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2013, 280 pages

L'infodivertissement est un concept qui désigne un large éventail d'émissions qui combinent à leur vocation de divertir le traitement de sujets et d'enjeux plus sérieux. Au cours des vingt dernières années, ce genre d'émissions a connu un accroissement considérable dans le paysage télévisuel, surtout en raison de la féroce concurrence que se livrent les chaines télévisées et les milieux de l'information. On parle ici d'émissions comme *Tout le monde en parle* (évidemment !), mais aussi *Les Francs-tireurs, Sucré salé, Infoman, La fosse aux lionnes, Et Dieu créa... Laflaque,* plus anciennement *La fin du monde est à sept heures*. Elles se caractérisent toutes par un format plus décontracté, sont plus ou moins centrées sur le show-business et offrent à la politique, soit le siège de l'invité, soit les charmes de la parodie. Dans *Tout le monde en regarde,* Frédérick Bastien livre le résultat d'une solide analyse du jeu politique sur les plateaux de télé de ces talk-shows et autres émissions de variétés.

Précisons d'emblée que le Frédérick Bastien dont il est question ici n'est pas l'auteur de *La bataille de Londres*. Professeur au Département de science politique de l'Université de Montréal, Bastien a livré de nombreuses et fortes instructives études sur les médias et la communication politique. Ses champs d'intérêt vont de l'influence des sondages au marketing politique et aux mœurs électorales à l'heure des médias sociaux. On lira d'ailleurs avec intérêt *Les Québécois aux urnes,* paru en 2013, un ouvrage collectif dirigé avec deux autres chercheurs en communication, Éric Bélanger (McGill) et François Gélineau (Laval).

L'infodivertissement, un genre poreux

C'est un fait que les émissions d'infodivertissement ont un impact sur l'opinion publique. Mais de quel ordre est-il ? Bastien entend ici donner l'heure juste sur ce phénomène médiatique qui suscite souvent des opinions très tranchées mettant en cause la légitimité de ces émissions en tant que sources d'information. Le problème est que celles-ci jouent sur les frontières des genres. À quelles attentes répondent-elles ? Elles n'ont pas le sérieux des émissions d'affaires publiques comme *Le Point* ou *Les coulisses du pouvoir*. Mais elles ont du même coup une force d'attraction et un pouvoir réel d'alimenter les opinions politiques. Par conséquent, leur traitement plus léger de la chose publique risque-t-il d'éroder notre compréhension des institutions et des principes démocratiques ?

Ce sont ces flous dans les frontières des genres, et aussi une certaine ambiguïté quant à la responsabilité publique de ces émissions, qui font craindre à certains détracteurs qu'elles contribuent à affaiblir le sens politique du citoyen et qu'elles personnalisent la politique. Bastien prend donc soin d'évaluer la part qu'elles consacrent à l'information politique ; il a comparé ces émissions à celles d'affaires publiques, a analysé le rôle tactique nouveau qu'elles représentaient pour les politiciens qui en usent souvent comme de tribunes pour se positionner. Bastien décrit très bien cet usage politique des talk-shows dans son chapitre 4, « Du war-room au confessional ». Sa méthodologie est exemplaire. Ses conclusions : nuancées. Comme il le laisse si bien entendre, « étudier l'impact des médias est une entreprise excitante, mais souvent frustrante. » Une multitude de facteurs (psychologie et hétérogénéité de l'auditoire, personnalité des animateurs, thèmes abordés, attentes et réception liées au genre, etc.) entrent en ligne de compte et empêchent de tracer une ligne claire qui déterminerait les apports positifs et négatifs de ces émissions. La seule certitude, c'est qu'elles sont là pour rester.

[...] en rectifiant le tir, et en insistant sur le défi que lancent ces émissions au journalisme, Bastien y va à la fin de son ouvrage de quelques recommandations qui visent à resserrer les codes de déontologie et à combler le vide quant à la responsabilité publique de ce genre d'émission

La mesure de l'influence

La majorité de ses conclusions l'invite donc à la nuance. Parmi celles-ci, notons par exemple que « l'infodivertissement n'est pas une vitrine beaucoup plus accessible » aux politiciens, et que ceux qui sont invités le sont à partir de critères relativement semblables (chapitre 2) à ceux des émissions d'affaires publiques. Bastien nous invite également à voir « au-delà des apparences » : les entrevues des émissions d'infodivertissement ne sont pas moins rigoureuses ou plus complaisantes que celles des émissions dites sérieuses (chapitre 3). Ultimement, il conclura de ce portrait qu'« au lieu de prôner un improbable rétablissement des frontières entre les genres, il vaut mieux évaluer la contribution de l'infodivertissement aussi justement que possible et proposer des solutions aux problèmes qu'elle pose. » Voilà la position cardinale de son étude.

Autre intéressant constat : on a souvent imputé la rafle du NPD aux élections de 2011 à la participation du défunt Jack Layton à TLMEP. Un tel raisonnement est-il recevable ? Prudent, Bastien ne peut valider une telle corrélation, entre autres parce que la mesure de l'influence peut difficilement être chiffrée. Aussi, dit-il, parce qu'« opinions et comportements politiques sont souvent ancrés dans des prédispositions profondes et relativement imperméables aux médias. » Soucieux d'avoir des données solides pour établir sa preuve, il reconnaît même à sa discipline son état « embryonnaire ». Comme nous sommes en situation d'analyse de la réception, il existe des limites à la portée des interprétations, ce que Bastien tient à rappeler.

On comprend de tout cela que la présumée rivalité entre infodivertissement et émissions d'affaires publiques n'est pas si flagrante. Ses études de cas l'amènent plutôt à constater que pour monsieur et madame tout le monde, les émissions d'infodivertissement viennent surtout compléter la compréhension qu'il/elle peut avoir d'un enjeu ; qu'à la limite, elles peuvent même le/la familiariser avec un enjeu, ou confirmer des tendances profondément ancrées dans sa psyché. Les émissions d'infodivertissement ne remplaceraient donc pas les émissions d'information traditionnelles, mais viendraient plutôt, pense Bastien, poser un véritable « défi au journalisme », en ce sens qu'il doit réévaluer sa mission première.

Voir Tout le monde

suite à la page 32

Tout le monde

suite de la page 31

Tactique et politique

Dans le traitement des enjeux politiques, les émissions d'infodivertissement, même si elles ne lui consacrent pas autant de temps, ne marginaliseraient donc pas la politique. On y discute enjeux? Cela est habituellement bien fait, et avec professionnalisme. Même chose quant à l'accusation portée à l'endroit des intervieweurs qui laisseraient à l'invité la pleine liberté de passer son message: rien d'évident, rien de concluant. Tout un chapitre est consacré à expliquer les rouages de la communication politique liée à l'infodivertissement et l'importance déterminante des campagnes de communication – peut-être aussi importantes que le sont les campagnes électorales. En se servant du concept de marketing, Bastien nous permet de voir comment les politiciens peuvent se servir de ces émissions pour se positionner sur des enjeux afin de réduire considérablement leur dépendance à la presse.

Les constats du jeune chercheur sont beaucoup plus réalistes que les approches centrées sur la psychologie des foules.

L'un des chapitres les plus éclairants du livre est le chapitre 5 où il vérifie les impacts des émissions d'infodivertissement sur les comportements politiques des citoyens. En se rangeant aux études de théoriciens de l'école de Columbia et aux idées du sociologue des médias Matthew Baum, de l'Université Harvard, il expose certaines notions très instructives pour mieux discerner l'influence véritable des médias. Ces chercheurs reconnaissent que l'opinion publique ne constitue pas une «foule homogène», comme le sous-entendaient les études de communication du début du siècle dernier qui souscrivaient plus facilement à l'idée de manipulation psychologique par la propagande. Les individus, reconnaît Baum, ne sont «pas aussi isolés socialement et démunis psychologiquement». Où se situerait l'influence des médias? Dans des paramètres intermédiaires, par exemple dans notre façon de traiter spontanément, *en ligne*, certaines informations, plutôt que par leur mémorisation. Les valeurs des citoyens et l'influence des réseaux immédiats (famille, amis, collègues, etc.) sont aussi des variables importantes. Même si une des hypothèses de Baum veut que «les émissions d'infodivertissement [aient] un potentiel de persuasion plus important que les programmes d'information classiques», il apparaît clair à l'auteur de *Tout le monde en regarde* qu'elles ne se substituent pas à l'influence des contextes dans lesquels évoluent les gens.

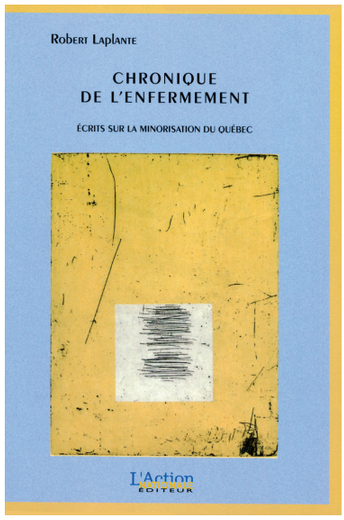
Une leçon de pédagogie

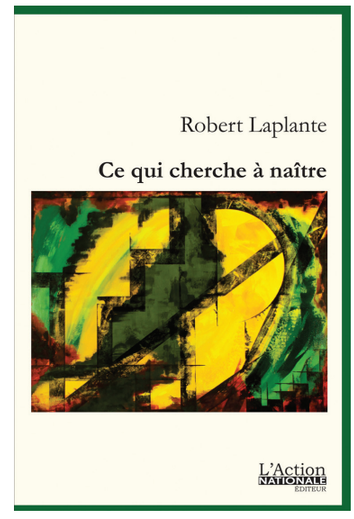
Même si l'on peut avoir l'impression par moment que beaucoup des conclusions de cette étude ne font que court-circuiter certaines idées que l'on peut entretenir sur les médias, n'en demeure pas moins que le portrait que l'on se fait du monde de la télévision et des émissions d'infodivertissement, après lecture, est beaucoup plus complet et cohérent; nos opinions sur l'influence des médias – bien existante – en sont beaucoup moins impressionnistes. Les constats du jeune chercheur sont beaucoup plus réalistes que les approches centrées sur la psychologie des foules.

Aussi, en rectifiant le tir, et en insistant sur le défi que lancent ces émissions au journalisme, Bastien y va à la fin de son ouvrage de quelques recommandations qui visent à resserrer les codes de déontologie et à combler le vide quant à la responsabilité publique de ce genre d'émission. En sondant les règles existantes (contraintes légales, règlements de Radio-Canada et de TVA, avis du Conseil de Presse), Bastien vise ainsi à dissiper la «confusion [qui existe] sur les normes à appliquer et sur l'attribution de la responsabilité concernant le contenu diffusé en ondes.»

Tout le monde en regarde est un livre très pédagogique. Même si dans sa forme et son écriture il est scrupuleusement académique, c'est un livre qui s'en tient à son objet d'étude avec beaucoup de rigueur. Abondant en exemples et très documenté, il enrichit grandement notre compréhension de la façon dont circulent les idées politiques et à travers qui ou quoi elles circulent. En analysant le concept de l'infodivertissement, il fournit une explication en or des mécanismes de la persuasion telle qu'elle se joue aujourd'hui. Bastien a raison de reconnaître que le monde des médias n'est pas un univers facile à cerner. Pourtant... Même si la science ne parvient à établir des relations de cause à effet, je ne peux m'empêcher de penser, peut-être maladroitement, qu'en s'habituant à voir la vie politique à travers des écrans, on se distancie peu à peu de la vie démocratique; on en parle, on en parle, mais on la fait de moins en moins. Cela, c'est de l'érosion. Le média, c'est le message. ❖

Les ouvrages publiés par L'Action nationale Éditeur





action-nationale.qc.ca