

Karin Värnberg

Den långa vägen till Vita Huset

En kvalitativ textanalys av The Daily Shows bevakning av
2008 års amerikanska presidentval

Karin Värnberg

Den långa vägen till Vita Huset

En kvalitativ textanalys av The Daily Shows bevakning av
2008 års amerikanska presidentval

För en komplett förteckning över bokutgivningen vid
Medie- och kommunikationsvetenskap, Lunds universitet,
se slutet av boken

© Karin Värnberg 2014

Sättning & Grafisk design
Ilgot Liljedahl

ISBN 91-7267-363-X

Tryck

Media-Tryck, Lund University, Lund Sweden 2014



Innehållsförteckning

Förord	5
Inledning	7
Tidigare forskning inom ämnet	9
Medier och demokrati	11
Tillvägagångssätt	13
Bland åsnor och elefanter	15
Metabevakning	23
Satir utan ansvar?	27
Slutsatser	33
Referenser	37
Bilaga 1	39

Förord

Hösten 2007 påbörjades med särskilt avsatta medel från Samhällsvetenskapliga fakulteten ett kvalitet- och utvecklingsarbete för att höja standarden på uppsatserna vid Enheten för medie- och kommunikationsvetenskap i Lund. Som ett led i detta arbete vill vi framhålla och belöna sådana uppsatsarbeten som på ett och annat sätt höjer sig över mängden. Det gör vi genom att publicera de särskilt förtjänstfulla uppsatserna i denna rapportserie: *Förtjänstfulla examensarbeten i MKV* (FEA).

Föreliggande rapport utgör sålunda ett premierat uppsatsarbete på kandidatnivå. Uppsatsen har seminariebehandlats och examinerats på sedvanligt sätt och har erhållit högsta betyg. Uppsatsen har därefter omarbetats för att anpassas till forskningsrapportens form.

Inledning

De senaste decennierna har nyhetsmedierna förändrats avsevärt. Traditionella nyhetsmediers politiska bevakning smälter allt mer tillsammans med nöjesmedierna, men samtidigt sjunker intresset traditionell nyhetsrapportering bland främst unga människor. En ny slags kultur av politiskt engagemang har vuxit fram där unga människor istället får information om politiska frågor från populärkulturen, från de tv-program vars syfte är underhållning men som ändå har ett visst politiskt innehåll. Till denna kategori räknas talk shows som *The Tonight Show with Jay Leno* men även sketchprogram som *Saturday Night Live*, och kan betecknas som "soft news" eller "infotainment" (Baum, 2003).

The Daily Show with Jon Stewart är ett amerikanskt satiriskt tv-program som sänts på kabel-och satellitkanalen Comedy Central sedan 1996. Inledningsvis handlade programmet om populärkulturella fenomen, men 1999 tog komikern Jon Stewart över som programledare och sedan dess har programmet haft ett starkt fokus på satir över politik och hur amerikansk media bevakar politiska händelser. I takt med denna omprofilering har programmets tittarsiffror stigit, och i dagsläget har varje avsnitt ungefär 1,45 – 1,6 miljoner tittare, vilket är en mycket hög siffra för kabelkanaler i USA. Trots att *The Daily Show* definierar sig som ett "fake news program" som inte har något journalistiskt ansvar (eller integritet), pekar flera studier på att programmet är en stor källa till nyheter och politisk information för främst unga människor. En studie utförd 2004 av Pew Research Center visade att 21 procent av amerikaner i åldersgruppen 18-29 använde *The Daily Show* och *Saturday Night Live* (ett annat humorprogram) som en informationskälla i 2004 års presidentval. Under samma presidentval hade *The Daily Show* fler unga manliga tittare än de "riktiga" nyhetsprogram som sändes vid samma tid på kvällen. I juli 2009 genomförde Time Magazine en onlineenkät där följande fråga ställdes: "Now that Walter Cronkite has passed on, who is America's most trusted newscaster?". Jon Stewart vann med 44 procent, 15 procent mer än Brian Williams, nyhetsankare och redaktör på NBC Nightly News. *The Daily Shows* kritik av vissa politiska beslut och nyhetskällor har fått resonans utanför programmet – bland annat lades CNN:s politiska debattprogram *Crossfire* ner efter kraftig kritik från både *The Daily Show* och Stewart som privatperson, och *The Daily Show* har även krediterats med att ha blåst nytt liv i ett lagförslag angående ekonomisk kompensation åt räddningspersonal som jobbade under 11 septemberattackerna och tog skada av de giftiga gaser som uppstod när byggnaderna brann och kollapsade.

Trots att The Daily Show och Jon Stewart gång på gång intygar att programmet bara är en humorshow och dess tittare inte bör förvänta sig riktig journalistik eller ens korrekt nyhetsrapportering, spelar programmet onekligen en roll i amerikansk politik och media. Därtill har programmet ett relativt starkt inflytande på främst unga människors politiska åsikter (Baym, 2005; Baum, 2003; Jones, 2007). Därför är det intressant att undersöka hur The Daily Shows nyhetsbevakning egentligen ter sig. Ges vissa åsikter mer utrymme än andra? Hur ser kritiken mot USA:s övriga medieproducenter ut? Genom en kritisk innehållsanalys studerar jag hur The Daily Shows återgivning av den amerikanska presidentvalskampanjen 2008 yttrade sig. Vidare studerar jag även hur programmets metabevakning såg ut, det vill säga hur andra amerikanska (televiserade) medier framställdes i programmet. Min ansats är kvalitativ och förankrad i främst Pierre Rosanvalls teori om motdemokrati, och kompletteras med bland annat Peter Dahlgrens teori rörande mediernas roll i medborgares attityd gentemot makthavare. Jag diskuterar även huruvida The Daily Shows officiella avståndstagande från journalistiken innebär att programmet inte bör ses som ett nyhetsprogram, eller om avståndstagandet kan ses som ett knep för att kunna utföra journalistik utan att behöva hålla sig till branschens spelregler. Utgångspunkten för analysen är följande frågor:

- Hur framställs de olika partierna och presidentkandidaterna i programmet?
- Hur förhåller sig The Daily Show till andra nyhetsprogramms bevakning av kampanjen och valet?
- Är The Daily Show bara en humorshow utan substans, eller bör det i själva verket ses som ett nyhetsprogram?

Tidigare forskning inom ämnet

The Daily Show har varit föremål för en hel del studier och forskning vid amerikanska universitet, inte minst inom medie- och kommunikationsvetenskapen. I de flesta fall rör det sig om mottagarstudier och effektforskning, men några av dem fokuserar på innehållet i programmet och vad det säger om amerikansk politik och media. Flera av de resonemang och slutsatser som tas upp i dessa artiklar och arbeten har legat till grund för min egen analys, och nedan följer en kortare sammanfattning av dem.

Brewer och Marquardt (2007) har sammanfattat en rad undersökningar som samtliga gäller hur tv-program som tillhör kategorin "infotainment" eller "soft news media" påverkar sina tittare i politiska frågor. Soft news och infotainment är begrepp som syftar på tv-program som inte är uttalade nyhetsprogram, men som likväl bevakar politiska händelser och rapporterar om dem (Baum, 2003). Till denna kategori kan The Daily Show räknas, och även program som The Tonight Show with Jay Leno, The Late Show with David Letterman, och The Oprah Winfrey Show. Undersökningarna visade att personer som tittar på program som de ovan nämnda uppvisade aningen större kunskaper om aktuella politiska händelser än personer som inte tittade på programmen, och till viss del även större motivation att aktivt delta i politik genom att till exempel rösta. Brewer och Marquardt menar även att soft news-program i mycket stor utsträckning fokuserar på politiker i egenskap av personer, snarare än att ge deras politiska frågor uppmärksamhet. Emellertid påpekar de att en undersökning (Young, 2004) visar att The Daily Show i något högre utsträckning än andra soft news-program fokuserar på politiska frågor, och Brewer och Marquardts egna kvantitativa undersökning av The Daily Show nyhetsrapportering stödjer detta resultat.

Baym (2005) menar att The Daily Shows egenvalda stämpel "fake news" egentligen är osann och vilseledande, då programmet faktiskt utövar ett inflytande på främst unga människors politiska åsikter. Vidare anser han att ett program som ofta intervjuar viktiga befattningshavare från den politiska, juridiska och mediala världen inte bör kunna slå ifrån sig och hävda att de endast ägnar sig åt satir och ingen ordentlig nyhetsbevakning. Ett annat problem med "fake news" är definitionen av vad som är sant och vad som är falskt när det gäller nyhetsrapportering. Baym (ibid) diskuterar även The Daily Shows metabevakning, och kommer fram till att program-

met undersöker nyhetsmediernas innehåll i syfte att visa hur dessa medier gång på gång misslyckas med att uppfylla sin demokratiska funktion, genom att fokusera på oväsentligheter på bekostnad av viktiga frågor.

Feldmans (2007) analys av mediediskursen kring The Daily Show ställer frågan om huruvida The Daily Show bör ses som endast ett humorprogram, eller om programmet på grund av sitt inflytande hos primärt unga väljare istället bör ses som en legitim nyhetskälla. Feldman pekar på det faktum att unga människors intresse för underhållningsmedia och brist på intresse för traditionell nyhetsmedia ofta ses som ett tecken på att unga människor i allmänhet är ointresserade samhällsfrågor, men menar att detta egentligen bara bör ses som ett annat sätt att skaffa sig information. Allt eftersom program som The Daily Show tas på lika stort allvar som traditionell nyhetsmedia, suddas gränsdragningarna ut mellan nyheter och underhållning.

I likhet med Feldman når Jones (2007) slutsatsen att The Daily Show bör ses som en fullgod källa för politisk information, och menar att The Daily Show och Jon Stewart fyller en funktion i media som traditionella nyhetsmedier tenderar att ignorera i objektivitetens namn. Jones menar att traditionell nyhetsmedias syn på objektivitet är tveksam, då den egentligen grundar sig i att bara upprepa det som politiker och makthavande institutioner säger. Men varför ska vi utgå från att dessa politiker inte vinklar sanningen på ett sätt som passar deras politiska agenda, eller till och med undanhåller oss sanningen? Jones analys finns i antologin *The Daily show and rhetoric: arguments, issues, and strategies* av Goodnow (2007, red.), som behandlar The Daily Show ur ett retoriskt perspektiv. Merparten av boken utgår från klassisk retorisk analys, vilket jag inte kommer att beröra i den här uppsatsen, men slutsatserna är allmängiltiga för hur programmets kritik av medier och politiker byggs upp. Flertalet av analyserna fokuserar främst på Jon Stewart, och hur hans personliga egenskaper som frontman och ankarer tilltalar tittaren.

Hart och Hartelius (2007) har undersökt Jon Stewarts dubbla roll som satirmakare och politisk aktör, och hans användning av cynism i sitt framställande av nyheter. De menar att Stewart och liknande mediepersoner använder sig av cynism för att tilltala en ung publik, och att cynisk media tvingar publiken att själva anta en cynisk syn på samhället. Genom cynismen lär Stewart sina tittare inget annat än en dryg attityd, istället för att ge dem verktyg för att kritiskt kunna ifrågasätta men ändå tro på det politiska systemet. Det här är en syn på Jon Stewart som skiljer sig avsevärt från den enhetligt positiva synen på honom i övriga ovanstående forskningsarbeten, och en position som är väl värd att ta i beaktande.

Medier och demokrati

Rosanvallon (2010) menar att två sorters utvecklingar har skett i samhället för att hantera de spänningar och konflikter som uppkommer i en demokrati. Dels har den styrande makten implementerat olika förslag och medel för att kompensera för det systemets brister, genom bland annat fler folkval och olika sorters metoder för att säkra den beroendeställning som demokratiskt valda politiker måste befinna sig i. Dels har även en rad ”informella sociala motmakter” (2010:23) uppstått parallellt med de formella försöken att hantera demokratin, och det är den här utvecklingen som är intressant i en analys av program som The Daily Show.

Dessa motmakter syftar till att på olika vis organisera den misstro som samhället känner inför sin styrning. Motmakterna kan delas in i tre kategorier: övervakningens makter, *förhindrandets former*, och *dömandets prövningar*, och tillsammans bildar dessa motmakter det som Rosanvallon benämner *motdemokratin*. I min analys av The Daily Shows bevakning av amerikansk politik är främst den första kategorin, övervakning, relevant. Övervakningen tar sig uttryck i det civila samhällets inspektion av makthavare och statens maktutövanden, och i denna övervakning spelar de fria medierna en viktig roll. Till övervakningen kan kopplas det fenomen som Rosanvallon kallar *sanktionsdemokrati* (2010:143). Detta innebär att nutidens politiska val främst handlar om att välja bort politiker baserat på vad de tidigare gjort, snarare än att välja fram politiker baserat på vad de skulle kunna göra för samhället. Sanktionsdemokratin kan i allra högsta grad relateras till hur mediebevakningen kring presidentkandidaterna 2008 såg ut, både på The Daily Show och i övriga amerikanska nyhetsprogram. Även enskilda personer utövar övervakning, och i analysen argumenterar jag för att The Daily Show bör betraktas som dels medial övervakning men även som en enskild individs övervakning, i form av Jon Stewart.

Dahlgren (2009) menar att dagens media alltmer har hamnat i händerna på företag och marknadskrafter, och att journalistikens etiska grundvalar på grund av detta har blivit lidande. Kritisk analys och beskyddande av yttrandefrihet är inte avgörande faktorer för marknadens handlanden, och när de stora medierna alla ägs av multinationella företag med vinstintresse går journalistikens roll som kritisk granskare delvis förlorad. Samtidigt har allmänhetens intresse för traditionell nyhetsrapportering stagnerat, vilket påverkar medierna ekonomiskt.

En reaktion på detta är tabloidiseringen av tidigare mer seriösa media, där dessa medier nu, i ett försök att locka tittare eller läsare, lägger allt större fokus vid drama och skandaler. Samtidigt har tillväxten av infotainment skapat en ny plattform där politiker kan göra sig sedda och hörda av en bred publik. Tillsammans skapar tabloidiseringen

och infotainment en ny slags mediebevakning av politik, där politikerna som personer står i centrum. Detta i sin tur avspeglas i politiska kampanjer, där personangrepp och framhävande av personliga egenskaper snarare än politisk agenda blir allt vanligare (Dahlgren, 2009). Strömbäck (2009), i likhet med Jones (2007), är tveksam till mediernas påstådda objektivitet med avseende på politisk nyhetsrapportering. Det har blivit allt vanligare för medierna att framställa politiska frågor i form av tävlingar mellan politiker, där det finns en vinnare och en förlorare. Detta sker i synnerhet under medial bevakning av valkampanjer, ofta på bekostnad av de ideal och frågor som politikerna företräder. Men, som Fiske (1988) påpekar, nyhetsmediernas påstådda objektivitet har länge setts och ses fortfarande som en av grundvalarna i det demokratiska samhället.

Politiken och medierna är dock inte två separata enheter, och bör inte heller betraktas som så. Snarare skapas politik i samverkan med medierna. Men vad beror publikens bristande intresse för politiska nyheter på? Dahlgren (2009) menar att medborgare har svårt att se en koppling mellan nyheter och någon slags betydelsefull politisk handling – de känner att de inte har möjlighet att påverka politiken, vilket förstärks ytterligare av mediernas tendens att framställa medborgare som passiva åskådare. Emellertid ökar alltjämt människors konsumtion av populärkultur. Dahlgren (ibid) argumenterar för att populärkulturen kan spela en viktig roll för demokratin, och att dess betydelse för politisk kommunikation inte bör underskattas. Davis och Owen (1998) håller med, och menar att populärkultur och nöjesjournalistik kan göra komplexa politiska frågor och situationer mer tillgängliga och lättbegripliga för den genomsnittliga medborgaren. Vidare representerar nöjesjournalistiken ett slags anti-etablissemangets forum, där andra frågor är viktiga än de som tas upp i traditionella nyhetsmedier. Davis och Owen (ibid) pekar bland annat på att frågor som är viktiga för arbetarklassen oftare ges utrymme i amerikansk nöjesmedia än på de stora amerikanska nyhetsprogrammen.

Gränsen mellan populärkultur och politik är alltså inte så skarp som den kan verka, i synnerhet inte om man studerar de marknadsföringsstrategier moderna politiker och politiska partier använder sig av. Att populärkulturen och politiken blandas bör dock inte ses som negativt, utan kan tvärtom göra politiken och politiker mer lättillgängliga för allmänheten (Dahlgren, 2009). Samtidigt skapar den här blandningen av nöjesmedia och politik en splittrad och förvirrande bild av medierna, eftersom samma kanaler som rapporterar legitima nyheter allt oftare även ägnar sig åt tabloidisering. Detta leder till att publiken inte kan avgöra vilka nyheter som är sanna och vilka som är falska, vilket i sin tur leder till en ökad skepticism gentemot politiker. Den ökade skepticismen mot politik och makthavare tolkas sedan av medierna som ett tecken på att publiken är mer intresserad av att bli underhållen än informerad (Davis & Owen, 1998).

De förändringar som sker i samhället idag på grund av nya teknologier och en ung generation som tycks vara mindre intresserad av politik än tidigare generationer skapar nya utmaningar för demokratin. För att hålla demokratin vid liv och för att göra det möjligt för unga människor att delta i samhällsdebatten krävs att politisk kommunikation anpassar sig till ny teknologi, ny media och nya sätt att tänka kring politiskt deltagande (Dahlgren, 2009).

Tillvägagångssätt

Mitt mål med analysen av The Daily Show är att blottlägga programmets inställning till dels presidentkandidaterna och de politiska partierna, dels till amerikansk nyhetsmedia, och dels till sig självt som en del av medierna. Därför lämpar sig en symptomal läsning av texten. Den symptomala innehållsanalysen betraktar texten som ett uttryck för underliggande betydelser och meningar, och grundar sig i ett antagande att texten innehåller implikationer som producenten inte själv är medveten om. The Daily Show framstår som ett relativt självmedvetet program, då programmets talespersoner inte gör anspråk på att vara ett nyhetsprogram i egentlig mening utan ser sig själva snarare som enbart komiker. Emellertid har programmet bevisligen en viss genomslagskraft hos sina tittare, inte minst bland yngre människor. Den symptomala läsarten vill lyfta fram sociala motsättningar i texten, och det är just motsättningen mellan vad The Daily Show säger sig vara och vad The Daily Show verkligen är som utgör grunden för min analys (Østbye et al, 2008).

Bauer (2000) kallar den kvalitativa innehållsanalysen en metod för att dekonstruera indikationer på ideologier, åsikter, värderingar, attityder, fördomar och stereotyper, och samtliga dessa faktorer kommer jag att ta i beaktning i analysprocessen. Innehållsanalysen har två dimensioner: den syntaktiska och den semantiska. Den syntaktiska dimensionen fokuserar på hur någonting sägs – orden som används, huruvida vissa ord förekommer mer frekvent än andra, och stilistiska val. Den syntaktiska kan indikera vilken målgrupp orden är menade för. Semantiken fokuserar på relationen mellan tecknen och deras allmängiltiga mening, det vill säga textens denotativa och konnotativa innebörd. Det denotativa är den bokstavliga mening som finns i texten, medan det konnotativa är den subjektiva och kulturellt betingade mening som texten har och som inte kan tolkas utan att läsaren har en förståelse för den kulturella och samhälleliga kontext som texten existerar i.

Valet av The Daily Show som studieobjekt grundar sig i att jag följt programmet under flera år och är välbekant med dess innehåll, och länge varit intresserad av programmets genomslagskraft i den amerikanska politiska debatten. Just programmets bevakning av presidentvalskampanjen 2008 föll sig som ett naturligt studieobjekt, då det rör sig om en tydligt avgränsad och avslutad tidsperiod, som det dessutom finns en allmän kännedom om.

På The Daily Shows hemsida finns sammanlagt 96 avsnitt med taggen "Indecision 2008". Samtliga amerikanska presidentvalskampanjer som bevakats av programmet under Stewarts tid som programledare har kallats Indecision, ett namn som är en parodi på NBC News valbevakningssegment Decision. Avsnitten med denna tagg

sträcker sig över en period på nästan två år, då amerikanska presidentvalskampanjer är mycket långdragna historier jämfört med många andra länder. Eftersom jag följde programmet i realtid under 2008 visste jag sedan tidigare att samtliga avsnitt är relativt snarlika i sin utformning och sitt innehåll, och därför kan den andel avsnitt jag valt att titta närmare på ses som representativa för hela Indecision 2008. På grund av min tidigare bekantskap med programmet kunde jag innan analysarbetet inleddes utforma de tre områden som analysen rör, för att redan i analysens inledande skede skapa en struktur i arbetet.

Den här analysen behandlar endast det första segmentet i varje avsnitt, och skälet till denna avgränsning är att detta är det enda segmentet i varje avsnitt som *alltid* behandlar politiska och mediala händelser. Övriga segment berör ibland dessa ämnen, men lika ofta handlar de om andra saker. Eftersom den här analysen syftar till att besvara frågeställningar kring The Daily Shows behandling av presidentvalskampanjen 2008 och medierapporteringen kring densamma, är det irrelevant att undersöka reportage och intervjuer som handlar om helt andra ämnen. Ytterligare en anledning till avgränsningen är att fokusera på Stewart som frontman för programmet. Han har kommit att bli en symbol för programmet, och han är den personen i programmet som tittaren litar på och finner trovärdig. Korrespondenterna spelar olika absurda karaktärer beroende på vad som krävs av reportaget, medan Stewart till synes talar i egenskap av privatperson och framför sina egna åsikter.

Bland åsnor och elefanter

Redan i begynnelsen av presidentvalskampanjen går det att urskilja att The Daily Show och Jon Stewart hyser blandade och ganska så olika känslor inför de två stora partierna i USA. Vi börjar nästan två år innan valet, i januari 2007. Runt denna tidpunkt börjar politikerna tillkännage sina kandidaturer för att ha god tid på sig att samla in pengadonationer till sina kampanjer. Jon Stewart presenterar situationen:

With nearly a year until the first presidential primary and over seventeen candidates announcing, it sadly appears to be my solemn duty to spark up our coverage of Indecision '08. (avsnitt 2007-01-23)

Högtidlig musik spelar, en bild av Vita Huset ovanför den amerikanska flaggan visas, och bilder på alla kandidaterna dyker upp ovanför titeln *Indecision 2008: Clusterf@#k to the White House*. Undertiteln och Stewarts brist på entusiasm för ämnet är en inte så subtil antydning på att The Daily Show anser att presidentvalskampanjer är spektakel utan så värst mycket substans. Därefter följer en presentation av toppkandidaterna som förväntas ha störst chans att få sitt partis officiella nominering:

Let's start with the GOP, where the frontrunners include a conservative, a Mormon conservative, an Evangelical conservative...and a New York liberal conservative. My money's on the white guy. (...) (avsnitt 2007-01-23)

The Daily Shows bild av det republikanska partiet (GOP, Grand Old Party) tycks vara att det till största delen består av en samling vita, medelålders, religiösa män, vilket med avseende på dess presidentkandidater i valet 2008 inte är en helt osann betraktelse. Kandidaterna presenteras genom att programmet pekar på varje persons mest framträdande egenskap, någonting som för tankarna till hur fiktiva karaktärer ofta presenteras på bokomslag eller i filmtrailers. Det här är ett exempel på tabloidisering – istället för att diskutera kandidaternas politiska ståndpunkter i närmare detalj, reduceras de till tvådimensionella figurer i syfte att underhålla (Dahlgren, 2009). Samtidigt kan detta ses som en metod för att göra presidentvalet mer lättbegripligt för en större publik. Att presentera kandidaterna på det här viset ger tittaren omedelbart en överblick över hur det republikanska spelfältet ser ut, och genom de kulturella konnotationer som beskrivningarna skapar kan publiken skapa sig en bild av vad de kan vänta sig från republikanerna under valkampanjen (Davis & Owen, 1998).

Ett tydligt mönster kan urskönjas i The Daily Shows skildring av det republikanska partiet under valkampanjens gång. Kandidaterna som inte är McCain försvinner

väldigt snabbt ur leken och nämns bara fåtalet gånger under Indecision 2008, så därför fokuserar jag på programmets framställning av de mest framträdande republikanerna under valkampanjen: John McCain och senare Sarah Palin, men även George W. Bush och hans administration. De flesta av skämten som riktas mot McCain rör hans ålder och hans tendens att uttrycka sig ganska så menlöst och med bristande energi. Många klipp visas där han letar efter rätt ord eller misslyckas med metaforer. Klipp från hans tal, där han har svårt att uttrycka sig och står inför en liten publik och kontrasteras ofta med klipp från Obamas tal, där Obama framstår som dynamisk och talar inför enorma folkmängder. McCain som person står definitivt i centrum i The Daily Shows skildring av honom, och programmet uppehåller sig överlag ytterst lite vid hans politiska åsikter.

Framställningen av McCain som en gaggig gammal gubbe tycks ibland gränsa till elakhet. Hart och Hartelius (2007) menar att Jon Stewarts cyniska syn på politiker bara är en dryg attityd, och när det gäller McCain kan tycks detta påstående ha en viss sanning i sig. Anledningen till att The Daily Show fokuserar så starkt vid den här framställningen av McCain kan vara att han inte uppvisar många av de drag som The Daily Show brukar reta sig på hos republikaner. Baserat på de klipp av McCain som visas i programmet är McCain ganska positivt inställd till statlig intervention i den ekonomiska kris som utvecklas under valkampanjens gång, och han uttrycker stor förskräckelse över att många av hans anhängare kallar Obama för en terrorist (avsnitt 2008-10-14). McCains åldersrelaterade krämpor är ett frekvent återkommande ämne i programmet, och i synnerhet efter att kandidaterna som amerikansk tradition påbjuder offentliggör sina sjukvårdsjournaler. Obamas visar sig vara ett kort brev från hans läkare där densamme intygar att Obama är vid perfekt hälsa, medan McCains journal utgörs av en 1200 sidor lång lunta (avsnitt 2008-05-29). The Daily Shows skildring av McCain tycks grunda sig i fördomar mot gamla människor. Människor i McCains ålder är inte programmets målgrupp, så därför är hans åldersrelaterade problem ett tacksamt mål för en kritik som främst syftar till att underminera hans duglighet som beslutsfattare. Emellertid kan det även ses som en taktik för att framställa republikanerna i dålig dager även när programmet inte har någonting att klaga på gällande McCains politiska åsikter. The Daily Show skapar en stark misstro mot McCain och i förlängningen hela det republikanska partiet, genom att hela tiden inspektera McCain från alla vinklar för att framhäva hans olämplighet som ledare för landet (Rosanvallon, 2010).

McCain själv verkar alltså inte vara en idealisk politisk slagpåse för The Daily Show, men däremot umgås han med andra republikaner som ger programmet mycket mer ammunition i rent politiska frågor. De republikaner som McCain omger sig med – Palin, Bush, vicepresident Cheney och diverse rådgivare – tar upp en ganska stor del av den tid som tillägnas den republikanska halvan av spelfältet. Bush var under sin tid som president en ständig källa till skämt på The Daily Show, och programmet missar aldrig ett tillfälle att framhäva hans olämplighet som politiker. Jones (2007) menar att The Daily Show ofta visar delar av politiska tal som traditionell nyhetsmedia inte anser vara relevant för nyheten, och när det gäller Bush är detta väldigt tydligt. Bland annat visas ett klipp där Bush på eget bevåg utför en liten dans

framför presskåren innan ett tal och flera klipp där han använder ordet "awesome" för att beskriva den amerikanska militärens insatser i kriget i Mellanöstern (avsnitt 2008-03-06). Genom att ofta visa klipp som övrig media väljer bort ger The Daily Show uttryck för sin misstro mot både politikerna som leder landet och mot den media vars uppgift är att bevaka politikerna. En politiker som inte tycks ta sin position på allvar uppfyller inte den uppgift han eller hon givits av folket, och inte heller medierna kan anses göra sitt jobb (Rosanvallon 2010). Även vicepresident Cheney får sig ofta en känga, och framställs som ondskan själv. The Daily Show känner sin publik och vet att programmets publik inte hyser något vidare stort förtroende för Bushs administration, och genom att lägga ett ganska starkt fokus vid Bush under McCains valkampanj skapar programmet en tydlig association mellan Bush och McCain. Detta kan vi förstå genom Rosanvallons (2010) teori om sanktionsdemokratin. The Daily Show fokuserar på vad det republikanska partiet gjort hittills, snarare än vad partiet ämnar göra om det skulle tillåtas behålla makten i USA. McCain själv har inte så många skelett i garderoben, men genom att associera honom med politiker som skött sitt uppdrag långt ifrån felfritt dömer The Daily Show ut partiet som helhet. Budskapet är att republikaner som grupp är världsfrånvända och elitistiska, och även om McCain själv är ganska harmlös skulle en republikansk vinst innebära fler politiker som Bush och Cheney i Vita Huset. Detta blir väldigt tydligt under sommaren och hösten 2008, när McCain tillkännager att hans kandidat för posten som vicepresident är Sarah Palin. Nu skiftas The Daily Shows fokus nästan helt till Palin, eftersom hon på många sätt är mer av en stereotyp republikan än McCain. Dahlgren (2009) menar att politiska kampanjer idag lägger stor vikt vid personangrepp och framhävande av personliga egenskaper, och The Daily Show är väldigt måna om att framhäva att det är den här sortens politik som Palin ägnar sig åt mest. Allra oftast antyder programmet bara att republikaner är värre än demokrater men ibland säger Stewart det rätt ut, som efter den vecka då programmet sändes från det demokratiska nomineringsmötet i bergsstad Colorado:

Next week of course we'll be at a much lower altitude in St Paul, Minnesota, covering the Republican National Convention. So much more oxygen, yet somehow even harder to breathe. (avsnitt 2008-08-29)

The Daily Shows skildring av det demokratiska partiet skiljer sig avsevärt från framställningen av republikanerna, på flera punkter. Stewart sammanfattar de demokratiska kandidaterna som så:

Across the aisle, the Democrats are fielding a veritable rainbow coalition – a win for any of these candidates would make presidential history, be it the first female president, the first African American president, the first Latino president, the first leprechaun president, or the first mimbo! (avsnitt 2007-01-23)

Ett ständigt återkommande tema, som syns redan här och som många gånger påpekas av The Daily Show, är demokraternas näst intill maniska vilja att framstå som mångfaldens parti. Clinton visas i flera klipp uppenbart förstå och ändra sin dia-

lekt och sitt sätt att uttrycka sig för att tilltala många olika publikar (avsnitt 2008-04-01), samtidigt som Obamas tal hela valrörelsen igenom ständigt tycks cirkulera kring ämnena tolerans and integration. Till skillnad från nyheterna angående McCains kampanj, där många andra republikaner utöver McCain figurerar, ligger fokus nästan enbart på Clinton och Obama i nyheterna som rör den demokratiska kampanjen. Samtidigt saknas helt det sanktionsdemokratiska perspektivet från framställningen av demokraterna – ytterst lite nämns om vad partiet eller de enskilda kandidaterna utträttat tidigare (Rosanvallon, 2010). Clinton framställs i programmet som ganska desperat, ju närmare hon och Obama kommer den demokratiska nomineringsstämman. Bland annat visas ett klipp där hon klagar på att hon alltid får den första frågan i alla debatter mellan henne och Obama (avsnitt 2008-04-17), och Stewart menar att hon tar alla chanser att anklaga medierna för att vara partiska mot henne. Clinton och hennes make hävdar flera gånger att amerikansk media baktalar henne och att hon strävar i en ständig uppförsbacke mot mediernas negativa åsikter om henne. De talar både om en ”right wing conspiracy” och lite senare om en ”left wing conspiracy” som försöker hålla henne borta från Vita Huset. Paret Clinton attackeras alltså från alla sidor, sammanfattar Stewart situationen, och det är tydligt att han inte håller med om bilden av denna förföljelse (avsnitt 2008-05-27, 2008-06-04). The Daily Show visar att Clinton försöker skapa drama kring sin kandidatur, eftersom hon är medveten om att medierna alltmer ger utrymme för skandaler i syfte att locka tittare. Det drar samtidigt uppmärksamhet till henne som person snarare än hennes politiska plattform, och denna personliga vinkling gör att hon framstår som en kändis snarare än en politiker (Dahlgren, 2009). Samtidigt kan dock The Daily Shows avfärdande av Clintons upplevda kritik från alla håll även uppfattas som ett cyniskt sätt att underminera hennes erfarenheter som kvinna i en ytterst mansdominerad bransch, vare sig det är programmets avsikt eller inte (Hart och Hartelius, 2007).

När det gäller Obama tycks The Daily Show uppvisa en ganska tydlig preferens för honom framför Clinton, och programmets bevakning av hans kampanj fokuserar främst på hur mediebevakningen runt omkring honom ser ut snarare än att attackera honom på det personliga planet. Den misstro och grad av kritik som riktas mot republikanerna såväl som Clintons personlighet och avsikter lyser med sin frånvaro i programmets bevakning av Obama, och kan med lätthet uppfattas som ett implicit godkännande. Stewart tycks över huvud taget ha ytterst få invändningar mot Obamas politik, men samtidigt gör han ständigt narr av mediernas och allmänhetens syn på Obama som antingen frälsaren själv eller djävulens avkomma. Flera klipp visas där uppenbart lågutbildade republikaner förklarar att Obama är en muslimsk terrorist, och en kvinna säger att hon inte kommer att rösta på Barack Hussein Obama eftersom hon är trött på män som heter Hussein (avsnitt 2008-05-14). Genom att visa dessa för kampanjen ovidkommande klipp ägnar sig The Daily Show återigen åt tabloidisering, men det är ett effektivt knep för att framställa republikaner som trångsynta (Dahlgren, 2009). Mediebevakningen av Obama är väldigt polariserad – vissa nyhetskanaler, som CNN, är uppenbart förtjusta i honom medan andra, som Fox News, aldrig missar ett tillfälle att smutska både hans politik och honom som privatperson. Båda lägren är emellertid helt besatta av honom och följer hans minsta

rörelse, som om han vore en rockstjärna istället för en politiker (avsnitt 2008-07-24). The Daily Show är inget undantag här – fastän programmet satiriserar övrig medias bevakning av Obama, är Obama samtidigt den kandidat som tillägnas överlägset mest tid under Indecision 2008 och Stewart kallar honom *"hype we can believe in"* (avsnitt 2008-08-29). The Daily Shows skarpa kritik mot övriga kandidater ter sig ännu mer tydlig när den ställs i relation till bristen på kritik mot Obama, och det senare skulle i det närmaste kunna benämnas anti-övervakning. Rosanvallons (2010) teori kring misstro och övervakning innebär intensiv granskning av makthavare, vilket programmet i hög grad ägnar sig åt gällande övriga kandidater. Obama slipper dock nästan helt undan denna dissekering. Hans strategier för att vinna röster visas, men han utsätts inte för de personangrepp som de andra kandidaterna får utstå.

The Daily Show definierar och pekar ofta ut de strategier som presidentkandidaterna använder sig av i sin marknadsföring, istället för att enbart rapportera vad politikerna säger. Istället flyttar programmet fokus till hur politikerna framför sina budskap. Politiker tar allt oftare hjälp av experter inom public relations, reklam, och politisk journalistik för att utforma sina framträdanden på ett sätt som tilltalar både medier och väljare, och detta är någonting som ofta ignoreras av traditionell nyhetsmedia (Dahlgren, 2009). Begreppet "pandering" figurerar ofta som en beskrivning på politikernas retorik och ämnesval. Pandering kan översättas till röstfiske – det vill säga de metoder som politiker använder sig av för att vinna röster. Ofta rör det sig inte om någonting som har med den faktiska politiska agendan att göra, utan det handlar istället om allting annat som politikerna sysslar med. Ett exempel är de frekventa sportreferenser som dyker upp i presidentkandidaternas tal. I avsnittet från 2008-10-21, bara några veckor innan valet, har basebollagen Tampa Bay Rays och Philadelphia Phillies kvalificerat sig till finalen i USA:s basebollmästerskap (som ironiskt nog kallas World Series). Jon Stewart summerar situationen:

Tampa Bay Rays facing the Phillies in the World Series starting Wednesday night – both these teams, and this is the key part, are from crucial swing states. This is going to put the candidates in a bit of a pickle. (...) Now obviously since the candidates don't want to anger people by taking sides in this World Series, what would be the best way to navigate these treacherous waters?

Begreppet "swing state" syftar på de stater där stödet för republikaner och demokrater är väldigt jämt, till skillnad från blue och red states där en klar majoritet traditionellt sett stödjer ett av partierna. Dessa swing states är vanligtvis de stater där presidentkandidaterna spenderar mest tid och pengar på att säkra röster, eftersom det ofta är dessa stater som avgör resultatet i valet. Därav följer naturligt att det även är dessa stater där kandidaterna är mest rädda för att trampa potentiella väljare på tårna, vilket innebär att röstfisket är som starkast där. Redan här gör The Daily Show tittaren uppmärksam på att politikernas agenda i de kommande klippen är att vinna röster. Dahlgren (2009) menar att politisk kommunikation i allt högre utsträckning utformas beroende på tillfälle, i syfte att nå små specifika väljarsegment. I det här fallet är detta väljarsegment basebollfans. Efter att Stewart presenterat situationen följer ett klipp från ett tal i Philadelphia, där Obama säger:

I am a White Sox fan. But let me say that since the White Sox lost, I'll go ahead and root for the Phillies now.

Givetvis möts han av applåder och jubel. Men genast flyttar vi oss till ett klipp från ett tal i Florida någon dag senare, där Obama nu istället säger att:

So when you see a White Sox fan showing love to the Rays, and the Rays showing some love back, you know we're on to something right here.

Jon Stewart ser besviken ut, och säger bedrövat:

Et tu, Messiah? The local sports franchise pander? Come on, man! You've gotta do better than that. You know something? I smell a McAttack.

Ett klipp visas från ett av John McCains tal, i Philadelphia, där McCain säger:

I think I may have detected a little pattern with Senator Obama - it's pretty simple, really - when he's campaigning in Philadelphia, he roots for the Phillies. Then when he's campaigning in Tampa Bay, he shows love for the Rays.

Stewart tycker dock att den här attacken är ganska tam, eftersom McCains kampanjarbetare tidigare har kallat Obama både terrorist och muslim. Emellertid har McCain-kampanjen ett trumfkort – en reklamfilm som attackerar Obamas lismande för båda lagen, och avslutar med sloganen: "Barack Obama – wrong on baseball, wrong for America". Stewart:

Nailed it, nailed it! You've gotta get up pretty early in the morning to sneak a sports flip-flop past the McCain-Palin team.

Genast visas ett klipp där Sarah Palin säger:

A good night last night for Florida, how about those Tampa Bay Rays? That was good. It tells me that the people in this area know a little something about turning an underdog into a victor.

Sedan visas direkt ett klipp från ett annat tal, där hon säger:

Phillie fans, you do know all about turning an underdog into a victor.

Och till sist:

Red Sox fans, you know how to turn an underdog into a victor.

Finns det någon alls som jobbar i den där kampanjen, frågar sig Jon Stewart. Genom att ställa alla dessa klipp och citat mot varandra visar The Daily Show att politik för samtliga dessa presidentkandidater handlar om att framställa sig själva som sympatiska personer som de lokalpatriotiska människorna i de olika städerna kan identifiera

sig med. Budskapen i kandidaternas olika tal skiljer sig dock åt och är menade att spegla kandidaternas egna framtoning i kampanjen. Obamas tal rör vid solidaritet och gränsöverskridande, McCains tal syftar till att återigen ifrågasätta Obamas karaktär, och Palin kopplar sin självtillskrivna status som "underdog" till basebollagens image som underdogs. Dahlgren (2009) pekar dock på att sådana här tal, som riktas till specifika väljarsegment, kan ha en splittrande effekt på väljarkåren som helhet eftersom väljarna som inte tillhör det segment som är intressant för stunden känner sig ignorerade. The Daily Show förstärker detta genom att visa att talen till de utvalda segmenten inte ens är genuint menade, utan endast syftar till att skapa en falsk känsla av samhörighet mellan politikern och segmentet. Vidare understryks även republikanernas hyckleri, där de säger sig stå för ett ideal för att sedan göra det motsatta i praktiken. The Daily show visar genom dessa klipp de marknadsföringsstrategier som politiker använder sig av, och idkar därigenom övervakning gentemot makthavarna. Programmet skapar en stark misstro mot samtliga de lismande politikerna, men visar samtidigt att republikanerna är snäppet värre (Rosanvallon, 2010).

Denna taktik för att skaffa röster är ett exempel på den ytterst suddiga gränsen mellan populärkultur och politik. Retoriken politikerna använder liknar de strategier som används i marknadsföring för kändisar, men utöver detta skapar de även en association mellan sig själva och basebollstjärnorna, som själva är mediala figurer (Dahlgren, 2009). Jones (i Riebert, 2007) påpekar att The Daily Show ofta visar de delar av politiska tal som övriga medier väljer att inte visa, eftersom dessa delar bedöms vara oväsentliga för politikerns övergripande budskap i talet. De här delarna består till stor del av vad som redogörs för kring citaten ovan – kommentarer från politikerna som inte har något uppenbart politiskt budskap och som endast syftar till att manipulera publiken till att tycka bättre om politikern som person. Kanske kan till och med sådana taktiker skapa röster åt en kandidat även om personen som röstar inte håller med kandidaten i alla hans eller hennes politiska ställningstaganden. Jones (ibid) menar att den här sortens röstfiske ses som typiskt av mainstream-medierna.

Kommentarer om basebollag och dylikt ses av medierna som en självklar del av den politiska kampanjprocessen, och därför är det inte värt att lägga dyrbar tid på att visa de delar av politikers tal som inte rör deras politiska agenda. Genom att göra tittaren uppmärksam på även dessa delar av politiska tal, försöker The Daily Show få tittaren att se bortom den bild av politikerna som politikerna själva och medierna är så måna om att bygga upp och upprätthålla. Det är inte meningen att väljarna ska genomskåda de strategier som används för att vinna val eller skapa förtroende för sittande regeringar. Frågan är dock huruvida medierna är medvetna om att de spelar politikerna rätt i händerna när de underlåter att visa dessa röstfiskningstaktiker. Jones (ibid) tror inte det, och menar att mediernas val att bara visa vissa valda delar av politiska tal grundar sig i en felaktig bild av vad objektivitet innebär. Objektivitet för medierna är att återge politiska situationer och politiska tal precis så som de tycks vara – det vill säga precis så som politiska strateger noggrant har utformat dem, i förhoppningen att medierna ska göra precis vad de gör.

Väljare idag riktar ett stort fokus mot vad politiker har åstadkommit eller misslyckats med tidigare i sina liv och karriärer, och mediebevakningen av politiker speglar

detta. Sanktionsdemokratin, ”domen över det förflutna” (Rosanvallon, 2010:145), medför att mediebevakningen av politiker koncentreras på politikernas tidigare beslut och även tidigare personliga handlingar, snarare än vad politikerna skulle kunna göra för samhället om de blir valda eller omvalda. The Daily Shows skildring av presidentvalskandidaterna utgör absolut inget undantag från sanktionsdemokratin, men samtidigt tycks programmet och Jon Stewart inse att det är ett system med stora brister.

USA är speciellt i den bemärkelsen att dess politiska kampanjer i mycket hög utsträckning fokuserar på negativt kampanjande, det vill säga att kandidaterna talar illa om varandra istället för att tala gott om sig själva, och till och med skapar långa reklamfilmer vars enda syfte är att angripa motståndarens karaktär och politiska agenda. Dahlgren (2009) menar att detta är en effekt av tabloidiseringen. Om medierna fokuserar på kandidaternas personliga egenskaper istället för deras politik, börjar kandidaterna göra detsamma vilket leder till smutskastning. Detta är en del av sanktionsdemokratin, där både media och politiska motståndare gräver i kandidaternas förflutna, och varje tveksamt beslut eller moraliskt tvivelaktig handling dras fram i ljuset istället för att lägga fokus vid kandidaternas vision för framtiden (Rosanvallon, 2010). Jon Stewart sammanfattar situationen som följande, angående en inofficiell biografi om John McCain, som lägligt släpptes några månader innan valet och där han bland annat påstås ha kallat sin fru en hel del fula ord:

Is this story true? Who knows. But the important thing is that it's out there, signaling that we've officially moved into the character assassination portion of our presidential campaign. (2008-06-11)

Det är en anmärkning riktad mot de politiska partierna och övrig nyhetsmedia, men The Daily Show deltar precis som alla andra i sanktionsdemokratin genom att hela valrörelsen igenom fokusera på de negativa aspekterna av kandidaternas personligheter och kampanjstrategier.

Metabevakning

Eftersom medierna har ett inflytande på vilka ämnen människor intresserar sig för i den samhälleliga debatten, genom agenda setting, bidrar även detta till att forma makthavarnas prioriteringar. Den vaksamhet som både civila människor och medier ägnar sig åt gentemot de folkvalda fungerar som en termostat med vilken makthavare kan mäta vilka ämnen som bör ges uppmärksamhet (Rosanvallon, 2010). Genom detta synsätt kan amerikanska presidentvalskampanjers till synes stora fokus på trivialiteter förstås. Presidentkandidaterna tillbringar en stor del av sitt kampanjande med att utöva aktiviteter som inte kan beskrivas som annat än publicitetsfiskande, och som ofta inte har någon direkt anknytning till deras politiska agenda.

Ett stående skämt i Indecision 2008 hela valrörelsen igenom är alla "photo-ops" samtliga kandidater ägnar sig åt, där de besöker olika företag och institutioner främst i syfte att bli fotograferade och intervjuade där och därmed framstå som folkliga eller kapitalistiska eller andra värdeord som är viktiga i presidentval. Obama matar en kalv, bowlar och spelar basket, Clinton läser en dikt om den svarta befrielserörelsen i en svart kyrka i södern och håller ett tal från släpet på en pickup, medan McCain och senare även Palin håller en lång rad tal till basebollfans i olika städer om basebollens betydelse för USA, klädda i basebolltröjor (avsnitt 2007-03-08, 2008-04-01, 2008-05-05, 2008-10-21). The Daily Show pekar på att detta beteende från politikernas sida gör medierna överförtjusta, och varenda aspekt av dessa för politiken meningslösa handlingar dissekeras och analyseras in i minsta detalj av medierna. Genom att visa hur nyhetsmedierna fokuserar på irrelevanta händelser syftar the Daily Show inte bara till att uppmärksamma hur oseriösa nyhetsmedierna faktiskt är, utan påvisar samtidigt att medierna misslyckas med att uppfylla sin demokratiska funktion. Detta är ett uttryck för den motmakt som The Daily Show utgör – programmet fungerar som en vakthund för mediernas uppgift i ett samhälle där staten tillåts gånkas kritiskt (Baym, 2005; Rosanvallon, 2010). Det intresse som medierna visar för triviala aktiviteter kan vara anledningen till att presidentkandidaterna använder sig av irrelevanta aktiviteter för att få medial uppmärksamhet. Mediernas agenda setting fokuserar på ämnen som inte har någonting med faktisk politik att göra, och politikerna rättar sig efter mediernas prioriteringar i syfte att få publicitet för att vinna presidentposten och först då kunna ägna sig åt samhällsrelevanta frågor.

Mediernas fokus på allt annat än faktisk politik exemplifieras ofta av The Daily Show genom montage av videoklipp där journalister och reportrar ställer ovidkommande frågor till presidentkandidaterna, och ofta till och med tycks försöka styra samtalet bort från mer allvarliga ämnen som inte är lika bra för tittarsiffrorna. Under

de många debatter som hålls under en presidentvalskampanj tillägnas en stor del av tiden dessa oseriösa frågor.

The Daily Show använder sig ofta av juxtaposition för att förlöjliga den politiska bevakning som görs av amerikanska nyhetsprogram, och för att belysa att dessa nyhetsprogram ofta vill framstå som mer seriösa än de faktiskt är. Avsnittet från 2007-06-04 behandlar en av de många debatter som hålls under valkampanjen, där kandidater från samma parti möter varandra och blir utfrågade av en panel eller en programledare. The Daily Show visar ett klipp där moderatorn för debatten, CNNs nyhetsankare Wolf Blitzer, förklarar att dessa debatter ofta är oseriösa och inte låter kandidaterna komma till tals, men att CNN ämnar ändra på detta. Därefter visas ett montage av klipp från flera CNN-debatter, där kandidaterna ombeds räkna upp handen om de håller med om vissa frågor, och inte alls tillåts förklara sina åsikter i frågorna. Naturligtvis består inte CNN-ledda debatter enbart av handuppräckningar, men genom att visa detta montage direkt efter uttalandet från Blitzer får The Daily Show den annars mycket respekterade nyhetskanalen CNN att framstå som hycklande och inte mycket bättre än de kanaler som de försöker distansera sig från.

Davis och Owen (1998) menar att det finns en markant skillnad i hur politiska nyheter, i synnerhet politiska skandaler, framställs av traditionell nyhetsmedia kontra nöjesmedia liknande The Daily Show och dylika program. Traditionell nyhetsmedia tenderar att leta efter djupare sociologiska meningar i politiska skandaler, och dessa ofta ganska bristfälliga analyser sänker nyhetsvärdet i nyheterna snarare än att lyfta det. Nöjesmedierna, å andra sidan, fokuserar mer direkt på skandalens fakta och ger en klar redogörelse för vem som gjort vad mot vem. Ett exempel på skillnaden mellan traditionell nyhetsmedias vinklingar av vissa frågor kontra The Daily Shows sammanfattningar av dessa vinklingar är hur medierna tolkade Obamas handlingar under valkampanjen.

Ungefär ett halvår innan valet uppdagades att Jeremiah Wright, pastor i kyrkan som Obama tillhörde som ung, ofta uttryckte sig väldigt kraftfullt kring främst rasproblematiken i USA, och flera videoklipp släpptes där hans predikningar föreföll närmast rabiata. Obama hårt kritiserad av media i allmänhet och Fox News i synnerhet på grund av sin relation till Wright, fastän Obama inte längre tillhörde kyrkan. Predikningar där Wright i starka ordalag kritiserar rasismen i det amerikanska samhället och säger att Gud hade övergivit USA visades om och om igen på många nyhetskanaler. Obama förebråddes både för att han varit medlem av Wrights kyrka, men även för att han inte helt och fullt tog avstånd från Wrights anmärkningar om rasism, utan istället tog tillfället i akt och försökte öppna en diskussion om den institutionella rasismen i USA. Dessutom släpptes ungefär samtidigt ett ljudklipp från en fundraiser där Obama säger att människor som är bittra över ekonomin ”cling to religion or guns” (avsnitt 2008-04-17), ett uttalande som inte sågs på med blida ögon av den amerikanska högern. I ett inslag (2008-04-30) menar Stewart att mediernas kritik av Obama och Wright i sig är rasistisk och överdriven, speciellt de uttalanden som görs av Fox News, vars nyhetsankare tar upp att Wright skyller 11 septemberattackererna på det amerikanska folkets ökande sekularisering. The Daily Show visar dock ett videoklipp föreställande en vit pastor som Fox News har en relation till och

har berömt och stöttat flera gånger, där även han beskyller irreligiösa amerikaner för att ha orsakat attackerna.

The Daily Shows kritik av rasproblematiken kring traditionella mediers behandling av Obama, hans fru, Wright, och andra afro-amerikaner som på ett eller annat sätt var inblandade i Obama-kampanjen fokuserar ofta på de kodord som används för att beskriva dessa personer som annorlunda. Fiske (1988) menar att dessa kodord är ett sätt för medial rasism att uttryckas, samtidigt som medierna undviker att i klartext säga att Obama är olämplig som president på grund av sitt ursprung. Medierna (i synnerhet Fox News, men även mer liberala kanaler som CNN och ABC) tar vartenda tillfälle i akt att diskutera huruvida Obama är en muslim, varför han på en bild har på sig traditionella kenyanska kläder, och vidare insinuerar de att hans fru inte beter sig lika snällt och fogligt som vita kandidaters fruar. Stereotypen om svarta människor som mer aggressiva än vita människor figurerar flitigt, i synnerhet med avseende på Michelle Obama. Flera nyhetsprogram visas till och med resonera kring varför Obama är så bra på en traditionellt afro-amerikansk sport (basket), men uppenbart katastrofalt dålig på en traditionellt vit sport (bowling). Ett nyhetsankare undrar på fullt allvar huruvida Obama kan lösa USAs ekonomiska problem när han bevisligen inte ens klarar av att hålla bowlingklotet utanför rännan framför publik (2008-04-30).

Genom att dra uppmärksamhet till Obamas ras och tabloidisera detta försöker dessa medier skapa skandaler och misstro mot Obama, genom att antyda att hans förflutna och hans relationer gör honom till en olämplig ledare (Rosanvallon, 2010). The Daily Show i sin tur väljer att dra uppmärksamhet till hur diskursen kring Obama ser ut i medierna. Här kan Rosanvallons (ibid) teori kring angivelse appliceras. Angivelsen är en del av övervakningen, och tar sig uttryck i att peka ut enskilda problem som tillsammans skapar en stor brist hos makthavaren, i det här fallet Obama. Genom att medierna (främst Fox News) ständigt tycks finna nya små karaktärsfel hos Obama att skapa skandaler av, byggs en bild upp av Obama där han framstår som ett hot mot det amerikanska samhällets traditionella värderingar. The Daily Show framhäver detta genom att visa en lång rad videoklipp från Fox, där deras anklagelser mot Obamas karaktär och sällskap blir alltmer absurda. Bland annat visas ett klipp där där Obama gör en "fist bump" med sin fru efter ett tal, och sedan ett klipp där ett nyhetsankare på Fox News reagerar på gesten: "A fist bump? A pound? A terrorist fist jab?" (avsnitt 2008-06-11). Genom att visa dessa klipp från Fox för att visa på hur oseriös kanalen är, kan The Daily Show anses utöva angivelse på angivelsen. Fox News är ingen statlig institution, men det är en tv-kanal som har starka band till det republikanska partiet och företaget som äger kanalen, Rupert Murdochs News Corp, har donerat stora mängder pengar till det republikanska partiet. The Daily Show vill, genom att uppmärksamma Fox News rasism och trångsynthet, skapa en diskussion kring Fox News motiv och lämplighet som nyhetskälla på samma sätt som Fox vill skapa en diskussion kring Obamas motiv och lämplighet som president. Rosanvallon (2010:51) menar att angivelsen och skapande av skandaler är ett sätt för medierna att försöka korrigera problem i samhället. Genom att kalla Obama för muslim och terrorist och andra liknande ord, försöker Fox skapa

en skandal runt det demokratiska partiet och återställa ordningen i samhället genom att ge USA en vit republikansk president som inte tycker att religion och vapen bara är till för bittra och arbetslösa amerikaner. På samma sätt försöker The Daily Show skapa publicitet kring Fox News oseriösa och vinklade nyhetsrapportering, och på så vis återställa mediavärlden till en plats där saklighet är den viktigaste aspekten av nyhetsbevakningen.

Genom att visa klipp från andra nyhetskanaler och sedan omformulera och sammanfatta de uttalanden som publiken redan sett från dessa nyhetskanaler syftar The Daily Show inte bara till att göra narr av amerikansk nyhetsmedia. Istället bör detta ses som en metod för att göra tittaren uppmärksam på hur okritisk den politiska mediebevakningen i USA faktiskt är. En metod som ofta används av The Daily Show för att peka på denna brist på kritiskt tänkande är att visa flera klipp från olika tidpunkter, där både journalister och politiker säger en sak i ett klipp för att sedan emotsäga sig själva i nästa klipp.

Satir utan ansvar?

The first hour of last night's debate was a sixty minute Master's class in questions that elevate out-of-context remarks and trivial insipid miscues into subjects of national discourse, which is *my* job! (2008-04-17)

I en och samma mening lyckas Jon Stewart och The Daily Show kalla amerikansk nyhetsmedia (i det här fallet ABC News) sensationalistisk och okunnig, samtidigt som han och hans program avsäger sig allt journalistiskt ansvar. The Daily Show tycks gärna uppfattas som att det befinner sig i ett slags ingenmansland mellan traditionell nyhetsmedia och ren nöjesmedia. Jon Stewart hävdar om och om igen att The Daily Show inte är annat än ett komediprogram, att programmet inte tar något ansvar för att deras nyhetsrapportering är korrekt, och att han och hans medarbetare är komiker utan någon form av journalistisk integritet. Emellertid är det inte så enkelt. Även om Stewarts och The Daily Shows avsikt inte är att påverka sina tittare politiskt så gör programmet onekligen det, och vidare har programmet kommit att bli en viktig del av nyhetsrapporteringen i amerikansk media.

Davis och Owen (1998) menar att populärkulturella program som The Daily Show kan göra komplexa politiska frågor och resonemang mer tillgängliga för allmänheten, och The Daily Show exemplifierar detta många gånger under presidentvalskampanjen. Alldeles i början av valkampanjen släpptes nyheten att Obama under sin barndom i Indonesien gick i en muslimsk skola. En av Fox News reportrar förklarar allvarligt att Obama uppfostrades som muslim och gick i en muslimsk skola, en madrasah (vilket senare visade sig vara inkorrekt). Jon Stewart kommenterar klippet:

Oh my god! That word sounds weird! He attended a madrasah, do you know what that means? (Viskar) School. 2007-01-29

Ryktet att Obama växte upp som muslim hängde sig envist fast genom hela hans kampanj, trots att mer liberala nyhetskanaler som CNN förnekade det. Emellertid fokuserade CNN och The Daily Show på två olika aspekter av historien. CNN sände en reporter till Indonesien för att visa att skolan som Obama gick på i själva verket var en sekulär skola utan anknytningar till varken islam eller internationell terrorism (http://www.youtube.com/watch?v=oCWIR_Opm9U). The Daily Show, å andra sidan, valde att istället peka på den uppenbara xenofobin som utgjorde grunden för ryktet. I citatet ovan visar Jon Stewart att Fox News blir misstänksamma bara av att

höra ett arabiskt ord, och genast antar att alla elever i en muslimsk skola fostras till terrorister.

Strömbäck (2009) och Jones (2007) är båda tveksamma till de traditionella mediernas påstådda objektivitet med avseende på politisk nyhetsrapportering. I exemplet med Obama och den muslimska skolan är Fox News uppenbart inte objektiva, men även CNN:s rapportering av historien undviker att adressera problematiken i att associera muslimer med terrorism. Samtidigt som CNN kallar Fox påstående undermålig och vinklad journalistik, är de också ytterst måna om att inte skapa några associationer mellan Obama och islam. The Daily Show representerar här en tredje sida av historien och menar att det inte spelar någon roll vilken religion Obama tillhör eller vilken slags skola han gått i. Davis och Owen (1998) teoretiserar att nöjesjournalistik liknande The Daily Show ofta fungerar som ett forum för åsikter som inte följer de allmänt vedertagna värderingarna bland samhällets majoriteter. Minoriteter ges sällan någon agens eller så värst mycket utrymme i traditionell nyhetsmedia, där deras frågor istället diskuteras av majoriteten ur majoritetens synvinkel.

Davis och Owen pekar bland annat på att frågor som är viktiga för arbetarklassen oftare ges utrymme i amerikansk nöjesmedia än på de stora amerikanska nyhetsprogrammen, och detta kan exemplifieras genom The Daily Shows behandling av den ekonomiska kris som utvecklades under valkampanjens gång. Palin förklarar under ett tal att:

Now is no time to experiment with socialism. (avsnitt 2008-10-27)

McCain håller med, och förklarar att Obama vill (med citatecken) ”fördela välståndet”, och sedan visas ett klipp där McCain framhåller att detta är en av socialismens grundvalar. CNN sammanfattar det hela som så:

In recent days, McCain and his running-mate Sarah Palin has (sic) raised the s-word. (avsnitt 2008-10-27)

CNN är återigen noga med att inte uttala sig om ämnets natur, utan håller sig till att rapportera vad kandidaterna har sagt och att peka på att McCain några veckor tidigare stödde förslaget om att den amerikanska staten skulle hjälpa de privata banker som bidragit till att orsaka finanskrisen. Jon Stewart har en annan syn på saken:

Now is not the time to experiment with socialism! Now is the time to stick with what hasn't been working!" (...) Now you could argue that this country has dabbled in socialism ever since the income tax was introduced (...) (2008-10-27)

Utifrån dessa klipp är The Daily Show till skillnad från de traditionella nyhetsmedierna i USA inte rädda för att resonera kring socialism som ett verkligt alternativ till det rådande ekonomiska systemet. Rosanvallon (2010) menar att medborgarnas brist på förtroende för politiker syns mycket tydligt inom det ekonomiska området. I ett samhälle där politiker inte längre lyckas med att presentera pålitliga lösningar på ekonomiska problem bildas en stark misstro mot politikernas duglighet som led-

are, och leder till en bild av staten som maktlös. Samtidigt har ordet socialism i det amerikanska samhället sedan länge haft en negativ klang, och inte ens demokraterna vågar använda det, i synnerhet inte under en presidentvals kampanj. Att resonera kring socialism i positiva ordalag är en frihet som möjliggörs av The Daily Shows självtillskrivna identitet som komedishow utan journalistiskt ansvar. The Daily Show utger sig inte för att vara ett objektivet nyhetsprogram, och kan därför uttala sig om att USA:s politiska system inte fungerar utan att riskera att bli anklagade för vinklad journalistik. Emellertid är det inte helt självklart att de faktiska nyhetsmedierna är mer objektiva än The Daily Show och andra komediprogram. Fiske kallar objektivitet *the unauthored voice of the bourgeoisie* (1988:289). Med detta menar han att det dominerande värdesystemet i samhället har tolkningsföreträde i media, och framställs som ett objektivet sätt att betrakta och rapportera om händelser. Traditionell nyhetsmedia återger vad politiker sagt, ofta ordagrant, utan att ge sig in i någon djupare analys av varför politikerna formulerar sig som de gör. Således sprids politikernas allt annat än objektiva agenda ut i medierna till allmänheten. En konsekvens av att kalla The Daily Show för "fake news" är att en sådan stämpel oundvikligen kräver en definition av vad som är sanna nyheter och vad som är falska nyheter. Spicer (2007:34) ställer frågan:

Could it be that Stewart's place as "just a comedian" gives him the political cover to do these things that "real" journalists might be afraid to do or are prevented from doing by their corporate media owners or the standards of journalism that would frame such statements as ignoring the norms of objectivity or fairness?

För att återknyta till den tidigare diskussionen kring Fox News politiska vinkling och Dahlgrens (2009) tankar kring partiskhet i media på grund av ekonomiska intressen bör en analys av The Daily Show även innehålla ett resonemang kring de ekonomiska intressena bakom The Daily Show. Programmet sänds på Comedy Central, som ägs av Viacom – ett av världens största mediekonglomerat som bland annat äger MTV och Paramount, men ingen av USA:s stora nyhetskanaler. The Daily Shows och Jon Stewarts febrila insisterande att programmet inte är ett nyhetsprogram och att de inte har någon journalistisk integritet och därför inte är tillförlitliga bör analyseras med ovanstående i åtanke. I själva verket kan The Daily Show betraktas som en sammanslutning av medborgare som försöker göra sina röster hörda och uttrycka sitt missnöje över den rådande politiska och mediala situationen i USA. Rosanvallon (2010) kallar detta fenomen *medborgarskapets mutationer*, där samhälleliga uttryck för politiskt engagemang alltmer börjat överge traditionella partier och istället skapar andra sammanslutningar. Ett komediprogram utan anspråk på att utföra etisk eller korrekt journalistik har mycket större svängrum med avseende på vad dess innehåll kan säga om samhällets makthavare. När huvudsyftet med ett program är underhållning kan det samtidigt komma undan med en mycket mer kritisk granskning av det rådande systemet, utan att dess ägare riskerar att förlora ekonomiskt på det.

Komikerna på The Daily Show har, i egenskap av icke-journalister, möjlighet att rapportera nyheter subjektivt med en tydlig vinkling. Men eftersom övriga nyhetsmediers så kallade objektivitet bara utgörs av en reflektion av majoritetens värde-

ringar, är dessa nyheter precis lika vinklade. Fiske (1988) menar att själva stämpeln ”nyheter” gör människor mer benägna att tro på vad som sägs i ett program – om någonting ser ut som nyheter, uppfattas det som nyheter och ges större tyngd i människors medvetande än icke-nyheter. Av detta kan slutsatsen dras att de nyheter som rapporteras på The Daily Show har mindre nyhetsmässig vikt än samma nyheter på erkända nyhetskanaler, men det innebär inte att The Daily Show är helt utan inflytande.

Jon Stewart har själv (i det första avsnittet av programmet efter 11 september) liknat The Daily Show vid den stökiga eleven som sitter längst bak i klassrummet och kastar saker på läraren och övriga elever. Ett argument för att The Daily Show inte bör betraktas som ett legitimt nyhetsprogram är således enligt Stewart det faktum att programmet gör narr av politiker och traditionell amerikansk nyhetsmedia. Feldman (2007), Baym (2005) och Self (2011) menar att den sortens politisk komedi som Jon Stewart ägnar sig åt i själva verket är ett kraftfullt politiskt argument. Self (ibid) framhåller vidare att The Daily Shows form av politisk satir har fyra tydliga fördelar framför traditionell nyhetsmedia:

- Satiren skapar närvaro. Med närvaro menas att satiren drar uppmärksamhet till det som Jon Stewart vill att publiken ska fokusera på, genom att framställa det familjära ur en ny vinkel. Detta kan exemplifieras av den ovanstående diskussionen kring politikernas tal till basebollfansen – genom att ställa samtliga dessa klipp i relation till varandra, där politiker gör någonting som amerikanska väljare är välbekanta med, vill Stewart att publiken ska fokusera på strategin bakom talen.
- Satiren skapar en slags katarsis för tittaren eller publikmedlemmen. Ett rättframt och argt argument mot en politisk fråga kan göra åhöraren illa till mods, men genom att skämta om den politiska frågan lättas stämningen och gör att åhöraren känner sig nöjd över att Jon Stewart delar hans eller hennes åsikter.
- Samtidigt skapar satiren en slags gemenskap mellan Stewart och tittaren, och tittarna emellan. Eftersom The Daily Shows tittare rimligtvis tittar på programmet för att de håller med om Stewarts politiska analyser, gör satiren att tittarna känner en gemenskap grundad i sin frustration över hur amerikansk politik och nyhetsmedia fungerar. Detta förstärks ytterligare av att Stewart ofta öppet visar sin frustration, genom att skälla på politikerna och journalisterna i klippen likt en arg tittare framför tv:n.
- Slutligen gör även satiren att programmets tittarsiffror växer. När vi hör ett roligt skämt vill vi gärna dela med oss av det till andra likasinnade, och humoristiska argument stannar lättare kvar i våra medvetanden än andra slags argument.

Satiren gör att tittaren måste dekonstruera ett argument för att sedan kunna skapa sig en uppfattning om dess verkliga innebörd, och genom denna analysprocess fastnar argumentets innebörd lättare i tittarens medvetande. Punkten om gemenskap är värd att ta i närmare beaktning. Till skillnad från ”neutrala” nyhetskällor som CNN, utgår The Daily Show från att dess tittare åtminstone i viss mån håller med om

programmets åsikter och ståndpunkter. Att programmet har en ganska tydlig liberal lutning gör att människor med liknande åsikter dras till det. Jon Stewarts popularitet inom tv-journalistiken kan säkerligen förklaras genom just den här uppenbara partiskheten. Hess (2011) och McGeough (2011) menar att Jon Stewarts framgång som fuskjournalist ovanligt nog beror på att han uppvisar samma frustration inför amerikansk nyhetsmedia och amerikanska politikers misslyckanden som hans tittare känner. Hess (ibid) framhåller att Stewarts styrka som politisk person vilar i att han inte bekänner sig till traditionell medias objektivitetsstandarder utan att han istället öppet gör narr av dem, och att han dissekerar politikers argument och sätter in dem i ett vidare sammanhang på ett sätt som annan nyhetsmedia inte gör.

Den här frustrationen som Hess (ibid) hänvisar till är uppenbar i nästan vartenda avsnitt, och riktas mot alla inblandade i presidentvalskampanjen – kandidaterna själva, deras partikamrater, den sittande regeringen, och inte minst mediebevakningen av valet. Vid flera tillfällen får Indecision 2008 underrubriken ”The Long, Flat, Seemingly Endless Bataan Death March to the White House”, en inte särskilt subtil antydning på att programmet anser att den amerikanska valprocessen är utdragen in i absurdum. Stewart härmar hånfullt kandidater och journalister och ryter åt dem när de gör någonting speciellt upprörande eller moraliskt oförsvarbart. Att skilja på Stewart som person och The Daily Show som ett program som produceras och skrivs av många individer är ofta svårt, då Stewart till skillnad från övriga komiker i programmet inte spelar olika roller beroende på vad situationen kräver, utan alltid uppträder som sig själv. Vidare är Stewart även programmets exekutiva producent och huvudförfattare, och på grund av detta förefaller programmet ofta vara privatpersonen Jon Stewarts egna medium för att uttrycka sina åsikter, snarare än ett program där han råkar vara huvudpersonen. Rosanvallons (2010) teori om övervakning kan alltså även appliceras på Stewart som privatperson. De åsikter som ventileras i programmet är Stewarts egna, och The Daily Show är på en och samma gång ett nyhetsprogram och en enskild medborgares försök att ändra på det amerikanska samhället.

Slutsatser

Allra mest utmärkande för The Daily Shows bevakning av presidentvalskampanjen 2008 är programmets uppenbara frustration gällande samtliga spelare i matchen. Presidentkandidaterna framställs på olika vis, men gemensamt för samtliga är att The Daily Show i likhet med övrig media främst fokuserar på deras personliga egenskaper snarare än deras respektive politiska agendor. I programmets skildring av John McCain står hans ålder och fallerande hälsa ständigt i fokus, snarare än hans politiska agenda. Detta fokus tycks, precis som Hart och Hartelius (2007) påpekar, cyniskt och ganska elakt och stämmer egentligen inte så väl överens med programmets kritik mot hur övrig media i USA ägnar sig åt trivialiteter på bekostnad av politiska frågor. Emellertid gör McCain The Daily Shows arbete ganska svårt genom att framstå som relativt sansad jämfört med sina partikamrater. The Daily Show utövar sanktionsdemokrati gentemot främst det republikanska partiet, genom att många gånger koppla McCain till bland andra Bush och Cheney och därmed framhäva partiets förflutna. Programmet använder dessa republikanska figurer för att skapa en negativ bild av McCain per association – McCain må vara någorlunda resonlig, men en republikansk vinst för med sig fler hjärtlösa makthavare som Bush och Cheney. Rosanvallon (2010) menar att det inte längre finns några riktigt förtroendevalda politiker, utan endast politiker som valts på grund av att den misstro som riktats mot deras motståndare var större än den misstro som riktats mot dem själva. När det gäller presidentvalskampanjen 2008 och Obamas vinst var det alltså inte nödvändigtvis McCain som var föremål för folkets och The Daily Shows missnöje, utan snarare den man som då lett det republikanska partiet i åtta år, president George W. Bush.

Skildringen av de demokratiska kandidaterna skiljer sig avsevärt från hur republikanerna framställs. Här lyser sanktionsdemokratins med sin frånvaro, då ytterst lite nämns om kandidaternas förflutna. Istället fokuserar The Daily Show på hur demokraterna framställs i övrig amerikansk media, och lägger särskild vikt vid rasdiskursen kring Obama och hans familj. Den här diskursen, där medierna undviker att rakt ut säga att de har problem med Obamas ursprung, formuleras genom det som Fiske (1988) kallar kodord. Diskursen är även en slags samverkan mellan sanktionsdemokrati och angivelse – genom att lägga fokus vid Obamas förflutna, skapar medierna en misstro gentemot Obamas duglighet som makthavare. Genom att uppmärksamma tittaren på hur inflytelserika medier behandlar Obamas ursprung, idkar The Daily Show angivelse på angivelsen. Rosanvallon (2010) menar att angivelsen syftar till att befästa kollektiva normer, och här kan de traditionella medierna (främst Fox News) och The Daily Show anses representera två olika sidor av myntet.

De traditionella medierna utgörs av det amerikanska samhällets mer konservativa värderingar, medan The Daily Show genom sin tittardemografi representerar de mer liberala ideal som kännetecknar den yngre generationen väljare i USA.

Väldigt ofta visar The Daily Show klipp från kandidaternas tal och tillställningar där kandidaterna gör annat än att prata om sina politiska visioner, i syfte att fiska röster. Det här är en del av valkampanjerna som oftast ignoreras av traditionella medier, eftersom det ses som en naturlig del av den politiska processen. Dahlgren (2009) argumenterar för att dessa strategier, som i mångt och mycket är identiska med de strategier som används inom populärkulturens marknadsföring, kan göra politiker och politiska frågor mer tillgängliga för allmänheten. Genom att skapa politiska kampanjer som alltmer drar inspiration från populärkulturen kan komplexa politiska frågor bli mer lättbegripliga för en bredare publik. Emellertid kan vissa av dessa taktiker ha den motsatta effekten, då de som på The Daily Show ställs i fokus, istället för att ignoreras som en del av bakgrunden. The Daily Show uppmärksammar tittaren på dessa taktiker – dels för att visa på att den bild som politikerna bygger upp av sig själva är en noggrant och strategiskt konstruerad mask, men även för att göra tittaren medveten om att övriga medier inte tycker att det här falskspelet är värt att visa allmänheten. Genom att peka på detta vill The Daily Show visa att politiker såväl som medier ständigt måste kritiskt granskas, och ägnar sig även här åt angivelse på de strategier som politiker och media i tyst överenskommelse sysslar med.

The Daily Shows behandling av amerikansk nyhetsmedia är långt mer bitter än skildringen av presidentkandidaterna. Jon Stewart tycks i det närmaste anse att kandidaternas fokus på trivialiteter under kampanjens gång är mediernas fel, snarare än det politiska systemets. De största nyhetskanalerna i USA visas gång på gång ställa irrelevanta frågor till kandidaterna, på bekostnad av tid som kunde använts till intelligent politisk diskussion. Rosanvallons (2010) resonemang kring den vaksamhet som individer och medier ägnar sig åt gentemot politiker kan här appliceras. Medierna har ett inflytande på hur människor tänker kring politik, och samtidigt dikterar medierna de prioriteringar som politikerna borde ha. När vaksamheten skiftas från politiska frågor till frågor kring politikernas karaktär som individer, skiftas även politikernas och allmänhetens prioriteringar. Jon Stewarts karaktärisering av The Daily Show som den bråkiga eleven som sitter längst bak i klassrummet och kastar saker på övriga människor i rummet bör tolkas utifrån denna kontext. Medierna må fokusera allt mer på trivialiteter eftersom de tror att det är vad publiken vill ha, men The Daily Show menar att vad det amerikanska folket egentligen efterlyser är en saklig nyhetsbevakning som inte är rädd för att kritisera varken makthavare eller övrig media.

The Daily Shows tittarsiffror, inflytande och ämnesval är alla tecken på att programmet i själva verket inte är det substanslösa komediprogram som det utger sig för att vara. Istället bör The Daily Show ses som en alternativ nyhetskälla som i allra högsta grad är typisk för det moderna samhället. Satiren som programmet ägnar sig åt kan betraktas som ett ytterst effektivt medel för att nå ut med ett politiskt budskap och särskilja sig från mängden, snarare än ett ändamål i sig självt. Jon Stewart personifierar och kanaliserar den frustration som många unga amerikaner känner gentemot sitt lands politiska och mediala system. Som Dahlgren (2009) påpekar har

traditionell media en tendens att framställa medborgare som passiva åskådare, som inte har någon egentlig roll i den politiska processen annat än på valdagen. Vidare menar Rosanvallon (2010) att misstron gentemot dagens politiska system har skapat ett samhälle där medborgare alltmer söker sig till alternativa sätt att uttrycka sina åsikter på. Mot bakgrund av dessa två teorier kan The Daily Show betraktas som medborgaren Jon Stewarts reaktion på det rådande politiska klimatet i USA. Genom satir skapar han en närvaro till tittaren och tittaren känner i sin tur att Jon Stewart delar hans eller hennes frustration över hur politiker och journalister beter sig.

The Daily Show kan sägas fylla ett tomrum mellan politiken och traditionell nyhetsmedia. Programmet bidrar med nya synvinklar i den mediala bevakningen av USA:s politiska process, samtidigt som det genom en humoristisk framställning gör informationen lättillgänglig för en bred publik och bidrar med en klar redogörelse för komplexa politiska situationer. Programmet utgör en del av det som Rosanvallon (2010) kallar informell social motmakt – genom kritisk granskning av både politiker och medier ger programmet en röst åt den misstro som många medborgare känner inför samhällets styrande makter. The Daily Show är dock långt ifrån felfri – samtidigt som programmet efterlyser en mer kritisk mediediskurs kring politik, bidrar det till osakligheten genom att fokusera på politiker som individer snarare än representanter för politiska frågor. Jon Stewarts ständiga insisterande på att han endast är en komiker och ingen politisk debattör förefaller vara en taktik för att kunna kritisera det politiska systemet utan att för den del behöva förhålla sig till det journalistiska fältets spelregler. Som min analys visat och som Dahlgren och Rosanvallon och många andra påpekat, blir det dock allt svårare att dra en gränslinje mellan underhållning och seriös nyhetsrapportering. I ett samhälle där mediernas objektivitet i själva verket består av att upprepa vad politiker säger utan kritisk analys och där skandaler och drama ges mer utrymme än saklig politisk diskurs, är det inte solklart vem man kan lita på. I takt med nya mediers framväxt och nya sätt att rapportera kring politik går det inte längre att avsäga sig journalistiskt ansvar med en hänvisning till att ens nyhetsrapportering inte följer samma format som traditionell media. Journalistikens spelregler börjar i takt med tabloidiseringen av media och framväxten av alternativ mediebevakning att luckras upp, och frågan är hur länge The Daily Show och Jon Stewart kan fortsätta hävda att de inte spelar någon roll i den demokratiska processen.

Referenser

- Bauer, M. (2000). Classical content analysis: a review. I Bauer, M. & Gaskell, G. (red.). *Qualitative researching with text, image and sound: a practical handbook*. London: SAGE.
- Baum, M. A. (2003). Soft news and political knowledge: evidence of absence or absence of evidence? *Political Communication*, 20, 170–190.
- Baym, G. (2005). The Daily Show: Discursive integration and the reinvention of political journalism. *Political Communication*, 22, 259–276.
- Brewer, P.R. & Marquardt, E. (2007): Mock news and democracy: analyzing The Daily Show, *Atlantic Journal of Communication*, 15:4, s. 249–267.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: citizens, communication, and democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Davis, R. & Owen, D. (1998). *New media and American politics*. New York: Oxford University Press.
- Feldman, L. (2007). The news about comedy: Young audiences, the daily show, and evolving notions of journalism. *Journalism*, 8, 406–427.
- Fiske, J. (1988). *Television culture*. London: Routledge.
- Hart, R. & Hartelius, J. (2007). The political sins of Jon Stewart. *Critical Studies in Media Communication*, 24, s. 263–272.
- Hess, A. (2011). Breaking news: a postmodern rhetorical analysis of The Daily Show. I Goodnow, T. (red.). *The Daily show and rhetoric: arguments, issues, and strategies*. Lanham, Md.: Lexington Books.
- Jones, J.P. (2007). "Fake" news versus "real" news as sources of political information: The Daily Show and postmodern political reality. I Riegert, K. (red.). *Politicotainment: television's take on the real*. New York: Peter Lang.
- McGeough, R. (2011). The voice of the people: Jon Stewart, public argument, and political satire. I Riegert, K. (red.). *Politicotainment: television's take on the real*. New York: Peter Lang.
- Rosanvallon, P. (2010). *Motdemokratin: politiken i misströns tid*. Hägersten: Tankekraft.
- Self, J.W. (2011) The (not-so) laughable political argument: A close-textual analysis of The Daily Show with Jon Stewart. I Goodnow, T. (red.). *The Daily show and rhetoric: arguments, issues, and strategies*. Lanham, Md.: Lexington Books.
- Strömbäck, J. (2009). *Makt, medier och samhälle: en introduktion till politisk kommunikation*. (1. uppl.) Stockholm: SNS förlag.
- Young, D. G. (2004). Late-night comedy in election 2000: its influence on candidate trait ratings and the moderating effects of political knowledge and partisanship. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48, 1–22.
- Østbye H., Knapskog K., Helland K., Larsen L-O. (2004) *Metodbok för medievetenskap*, Malmö: Liber.

Elektroniska källor

<http://web.archive.org/web/20061207002120/http://www.cnn.com/2004/SHOWBIZ/TV/03/02/apontv.stewarts.stature.ap/> (hämtad 2011-09-30)

http://www.timepolls.com/hppolls/archive/poll_results_417.html (hämtad 2011-09-30)

CNN om muslimska skolor: http://www.youtube.com/watch?v=oCWiR_Opm9U

Bilaga 1

Avsnitt från www.thedailyshow.com som har analyserats:

2008-11-03
2008-10-30
2008-10-27
2008-10-23
2008-10-21
2008-10-16
2008-10-14
2008-10-09
2008-10-07
2008-10-02
2008-09-29
2008-09-24
2008-09-18
2008-09-16
2008-09-04
2008-08-29
2008-08-27
2008-08-14
2008-08-06
2008-07-31
2008-07-24
2008-07-22
2008-07-17
2008-07-14
2008-06-24
2008-06-19
2008-06-16
2008-06-11
2008-06-04
2008-05-29
2008-05-27
2008-05-14
2008-05-05
2008-04-30
2008-04-24
2008-04-22
2008-04-17
2008-04-07
2008-04-01

2008-03-06
2008-03-03
2008-02-27
2008-01-30
2007-09-12
2007-06-04
2007-03-08
2007-01-29
2007-01-23

Publikationer från Medie- och kommunikationsvetenskap Lunds universitet

Beställning och aktuella priser på: www.lu.se/media-tryck/bokfoersaeljning
Böckerna levereras mot faktura.

Lund Studies in Media and Communication (ISSN 1104-4330)

- 4 Åsa Thelander, *En resa till naturen på reklamens villkor*
216 sidor ISBN 91-7267-125-4 (ak. avh. 2002)
- 5 Ulrika Sjöberg, *Screen Rites: A study of Swedish young people's use and meaningmaking of screen-based media in everyday life* 314 sidor ISBN 91-7267-128-9 (ak. avh. 2002)
- 6 Charlotte Simonsson, *Den kommunikativa utmaningen: En studie av kommunikationen mellan chef och medarbetare i en modern organisation*
272 sidor ISBN 91-7267-131-9 (ak. avh. 2002)
- 7 Mats Heide, *Intranät – en ny arena för kommunikation och lärande*
244 sidor ISBN 91-7267-130-0 (ak. avh. 2002)
- 8 Helena Sandberg, *Medier & fetma: En analys av vikt*
297 sidor ISBN 91-7267-170-X (ak. avh. 2004)
- 9 Michael Karlsson, *Nätjournalistik – En explorativ fallstudie av digitala mediers karaktärsdrag på fyra svenska nyhetssajter*
240 sidor ISBN: 91-7267-212-9 (ak. avh. 2006)
- 10 Jakob Svensson, *Kommunikation Medborgarskap och Deltagardemokrati – En studie av medborgarutskotten i Helsingborg*
302 sidor ISBN 978-91-628-7512-1 (ak. avh. 2008)
- 11 Malin Nilsson, *Att förklara människan – Diskurser i populärvetenskapliga tv-program*
252 sidor ISBN 91-7267-296-X (ak. avh. 2009)
- 12 Michael Krona, *Från orsak till verkan – Berättarstrategier i Sveriges Televisions inrikespolitiska nyhetsförmedling 1978-2005*
305 sidor ISBN 978-91-628-7876-4 (ak. avh. 2009)
- 13 Sara Hamquist, *Dagspress, sport och doping – Mediaskandaler i ett samtida Sverige* 250 sidor ISBN 978-91-628-7979-2 (ak. avh. 2009)
- 14 Inger Larsson, *Att bygga broar över kulturgränser – Om svenskars kommunikation med icke-svenskar* 231 sidor ISBN 91-7267-312-5 (ak. avh. 2010)
- 15 Marja Åkerström, *Den kosmetiska demokratin – En studie av den politiska diskursiva praktiken i Sjöbo och Ystad* 261 sidor ISBN 91-7267-324-9 (ak. avh. 2010)
- 16 Veselinka Möllerström, *Malmös omvandling från arbetarstad till kunskapsstad – En diskursanalytisk studie av Malmös förnyelse*
243 sidor ISBN 978-91-7473-171-2 (ak. avh. 2011)
- 17 Tina Askanius, *Radical Online Video – YouTube, video activism and social movement media practices* 260 sidor ISBN 978-91-7473-393-8 (ak. avh. 2012)

Media and Communication Studies Research Reports (ISSN 1404-2649)

- 1998:1 Linderholm, Inger *Miljöanpassad trafik i Vetlanda kommun: En första utvärdering av ett informationsprojekt om förbättrat trafikbeteende till förmån för miljön, på uppdrag av Vägverket* 104 sidor ISBN 91-89078-50-0
- 1999:1 Linderholm, Inger *Själv Säker 1996, 1997 och 1998: En utvärdering av tre års trafiksäkerhetskampanj riktad till unga trafikanter i Skaraborgs län* 54 sidor ISBN 91-89078-73-X
- 1999:2 Jarlbro, Gunilla *Miljöanpassad trafik i Vetlanda kommun: En andra utvärdering av ett Community Intervention-projekt på uppdrag av Vägverket* 51 sidor ISBN 91-89078-90-X
- 2000:1 Jarlbro, Gunilla *Miljöanpassad trafik i Vetlanda kommun: En tredje utvärdering av ett Community Intervention-projekt på uppdrag av Vägverket* 42 sidor ISBN 91-7267-023-1
- 2001:1 Palm, Lars *Istället för höjda bensinskatter? En analys av projektet "Miljöanpassad trafik i Vetland"* 50 sidor ISBN 91-7267-104-1
- 2001:2 Palm, Lars & Marja Åkerström *Vem utmanade vem? En utvärdering av projektet "Utmanarkommunerna"* 56 sidor ISBN 91-72667-106-8
- 2001:3 Jarlbro, Gunilla *Forskning om miljö och massmedier: En forskningsöversikt* 35 sidor ISBN 91-7267-112-2
- 2003:1 Jarlbro, Gunilla *Manliga snillen och tokiga feminister: En analys av mediernas rapportering kring tillsättningen av professuren i historia vid Lunds universitet våren 2002* 35 sidor ISBN 91-7267-145-9
- 2004:1 Jarlbro, Gunilla *Mellan tonårssyfiller och prisvärda lådviner: En analys av pressens rapportering av alkohol första halvåret 1995, 1998 och 2003* 45 sidor ISBN 91-7267-172-6
- 2004:2 Olsson, Tobias *Oundgängliga resurser: Om medier, IKT och lärande bland partipolitiskt aktiva ungdomar* 122 sidor ISBN 91-7267-176-9
- 2005:1 Olsson, Tobias *Alternativa resurser: Om medier, IKT och lärande bland ungdomar i alternativa rörelser* 122 sidor ISBN 91-7267-194-7
- 2006:1 Sandberg, Helena *"Välkommen till professor Godis" – En studie om reklam, ohälsosam mat och barn* 97 sidor ISBN 91-7267-223-4
- 2006:2 Ringfjord, Britt-Marie *"Fotboll är livet ☺" – En studie om fotbollstjejer och TV-sport* 142 sidor ISBN 91-7267-224-2
- 2007:1 Olsson, Tobias & Danielsson, Martin *Webbplatser som medborgerliga resurser – En explorativ studie av den politiska webben* 122 sidor ISBN 91-7267-228-5
- 2007:2 Rudefelt, Karin *Unga medborgares bloggande som demokratiskt deltagande* 104 sidor ISBN 91-7267-232-3

Media and Communication Studies Working Papers (ISSN 1404-2630)

- 1998:1 Bengtsson/Hjorth /Sandberg/Thelander *Möten på fältet: Kvalitativ metod i teori och praktik* 150 sidor ISBN 91-89078-34-9
- 1998:2 Jonsson, Pernilla & Lars Uhlin *Digital-TV: Inte bara ettor och nollor. En mångdimensionell studie av digital-TV i allmänhetens intresse* 113 sidor ISBN 91-89078-41-1

- 1999:1 Sandberg, Helena & Åsa Thelander *När miljökrisen är här: Fallet Hallandsåsen – människors oro, deras upplevelser av myndigheters agerande och medias roll* 114 sidor ISBN 91-89078-71-3
- 1999:2 Åkerström, Marja *Internet och demokratin* 100 sidor ISBN 91-89078-86-1
- 1999:3 Sjöberg, Ulrika *I dataspelens värld: En studie om hur barn använder och upplever dataspel* 89 sidor ISBN 91-89078-98-5
- 2000:1 Heide, Mats *Metateorier och forskning om informationsteknik* 92 sidor ISBN 91-7267-005-3
- 2000:2 Jonsson, Pernilla & Lars Uhlin ... *och nu blir det digital-TV!: Vision och verklighet bland vanligt folk* 80 sidor ISBN 91-7267-016-9
- 2008:1 Jarlbro, Gunilla & Rübsamen, Michael *Dissad och missad – Funktionshinder i Sveriges Television* 50 sidor ISBN 91-7267-253-6

Förtjänstfulla examensarbeten i MKV

- 2008:1 Charlotte Anderberg & Leo Eriksson *Kära doktorn... – En analys av genusrepresentationerna i sjukhusserierna Grey's Anatomy och House* 43 sidor ISBN 91-7267-253-6
- 2008:2 Henrique Norman & Fredrik Svensson *It's a Man's Man's Man's World – En studie av kvinnans gestaltning i svenska musikmagasin* 46 sidor ISBN 91-7267-277-3
- 2009:1 Jörgen Gotthardsson & Mikael Lahti *Snurr på interaktionen: Kommunikation, makt och miljö* 51 sidor ISBN 91-7267-297-8
- 2011:1 Jenny Hermansson & Louise Sallander *I evigt minne ljst bevarad – En kvalitativ studie av minnesgrupper på Facebook* 46 sidor ISBN 91-7267-333-8
- 2014:1 Fredrik Miegel & Fredrik Schoug (red) *Uppsatshandboken* 282 sidor ISBN 978-91-981614-0-3
- 2014:2 Gustav Persson *Protestens politiska plats – En kritisk diskursanalys av pressens rapportering från två protester i det offentliga rummet* 50 sidor ISBN 91-7267-361-3
- 2014:3 Ulrika Kjörling *SVT-folk och MMA-panik – Reproduktionen av kampsportsproblemet* 48 sidor ISBN 91-7267-362-1
- 2014:4 Karin Värnberg *Den långa vägen till Vita Huset – En kvalitativ textanalys av The Daily Shows bevakning av 2008 års amerikanska presidentval* 40 sidor ISBN 91-7267-363-X

Övrigt

Att skriva uppsats: Råd, anvisningar och bedömningskriterier inför uppsatsarbetet på MKV 203 och MKV 104 37 sidor ISBN 91-89078-49-7

Nyhetsmedierna i vårt samhälle är i förändring, och traditionell nyhetsbevakning blir allt svårare att skilja från populärkultur och nöjesmedier. Samtidigt uppvisar framför allt unga människor ett bristande intresse för traditionell medierapportering kring politiska frågor, och vänder sig istället till alternativa källor för information. En sådan källa är *The Daily Show*, ett satirprogram som fokuserar på främst amerikansk politik och den traditionella amerikanska mediebevakningen av politiken. Denna studie undersöker hur *The Daily Show* förhåller sig till dels kandidaterna i det amerikanska presidentvalet 2008, och dels till de traditionella amerikanska nyhetsmediers bevakning av valkampanjen. Analysen visar att programets skildring av de två politiska partierna och deras kandidater skiljer sig åt avsevärt, men även att det är medierna som utsätts för den skarpaste kritiken. Författaren diskuterar hur gränsdragningen mellan traditionell nyhetsjournalistik och politiska satirprogram som *The Daily Show* blir allt mer otydlig, och hur program som detta spelar en allt större roll i den demokratiska processen.



LUNDS
UNIVERSITET

Förtjänstfulla examensarbeten i MKV

ISBN 91-7267-363-X

MEDIA AND COMMUNICATION STUDIES

LUND UNIVERSITY

P.O BOX • 117 SE-221 00 LUND SWEDEN