

## Journalisme – Mort et renaissance de l’objectivité?

### Description

[Mark Lee Hunter](#) et [Luk N. Van Wassenhove](#)

Aucune question n’est plus ennuyeuse pour un journaliste que celle lui demandant si l’on peut réellement être objectif. La bonne nouvelle, c’est que si les tendances actuelles se confirment, nous n’aurons plus à l’entendre. L’objectivité est en passe de prendre une forme radicalement nouvelle.

Le concept d’objectivité communément admis exige une prise de position éthique, fondée sur la neutralité et « l’équité », une indépendance et une absence de jugement à l’endroit des sources, des visées et des conclusions de l’enquête journalistique. Ce n’est pourtant pas ainsi que tout a commencé. Comme l’a montré Dan Schiller<sup>1</sup>, « l’objectivité » a d’abord servi de prétexte à la publication de nouvelles sensationnelles sur la criminalité dans les années 1840. Aux critiques qui trouvaient ces contenus immondes, les éditeurs pouvaient répondre: « *Ce n’est que la réalité objective de notre époque.* » Ce concept a ensuite renforcé des stratégies commerciales, un journal partisan ayant nécessairement une audience potentielle plus restreinte qu’un journal identifié comme « neutre ». L’objectivité est alors devenue une norme dans le journalisme américain en réaction aux reportages biaisés et corrompus qui ont fait scandale dans les années 1920. On peut noter que ce terme « objectivité » a récemment disparu du code d’éthique de la Société des journalistes professionnels<sup>2</sup>, bien que demeure l’idéal d’équité.

### LE CONCEPT D’OBJECTIVITÉ A ÉTÉ PROFONDÉMENT SUBVERTI

Dans les pays où le journalisme d’investigation, et même le journalisme non partisan, n’a émergé que récemment – par exemple, les anciens États soviétiques ou le Kenya<sup>3</sup> –, l’objectivité est un mécanisme de survie ; la meilleure défense contre le pouvoir étant de se cantonner aux faits, afin d’éviter de donner l’apparence de favoriser un camp plutôt qu’un autre.

Néanmoins, le concept d’objectivité a été profondément subverti, à la fois, par les réseaux médiatiques d’extrême droite qui ont propulsé Donald Trump à la Maison Blanche<sup>4</sup> ou par les médias captifs comme Russia Today, et par les médias dirigés par les parties prenantes, à l’instar des principales ONG<sup>5</sup>. Bien que situés aux extrêmes opposés du spectre politique, ces nouveaux médias concurrents partagent de profonds traits communs. Tous ont prospéré dans l’espace laissé vacant par la perte d’influence des médias d’information traditionnels. Aucun n’est particulièrement soucieux d’être « *juste et équilibré* » – curieux

---

slogan utilisé par la chaîne Fox News jusqu'en 2017<sup>6</sup> –, et d'autant moins neutre que la seule chose qui compte pour eux est de remporter les combats qu'ils jugent importants.

Un changement de cap est apparu simultanément au *New York Times* et au *Washington Post*, tout comme à Mediapart. Ces médias d'information sont devenus des boucliers et des phares de la « résistance » dans leur pays. « *La vérité. Elle est plus importante que jamais* » : ce slogan qui promeut le travail du *New York Times* illustre cette évolution. Cependant celle-ci ne doit pas faire oublier qu'avant l'élection de Donald Trump, la valeur de l'information tenait à un travail journalistique qui consistait d'abord à obtenir l'accès à diverses sources, sources racontant elles-mêmes leurs propres vérités, puis à juxtaposer ces différentes versions d'une même réalité. En théorie, cela devait permettre aux lecteurs de parvenir par eux-mêmes à la vérité.

Le *New York Times* et le *Washington Post* font ce que nous considérons comme nécessaire et juste, récompensés de ce changement par une augmentation de leur lectorat<sup>7</sup>, ainsi que de leurs revenus<sup>8</sup>. Il n'en reste pas moins qu'il était jusqu'ici inimaginable, même pour ceux qui ont vécu le Watergate, que les leaders de l'industrie américaine deviendraient des journaux d'opposition. Même le soi-disant « *adversarial journalism* » des années 1970 n'est jamais devenu une marque officielle !

Cette tendance est internationale et générationnelle, si l'on en croit les recherches récentes. L'édition 2017 du rapport de référence, le Digital News Report de l'Institut Reuters<sup>9</sup>, a constaté que les « *points de vue forts* » étaient les attributs les plus cités parmi les lecteurs du quotidien britannique *The Guardian*, tout comme ceux du quotidien italien *Il Fatto Quotidiano*.

#### IL N'EST PAS NÉCESSAIRE QUE LES MÉDIAS D'INFORMATION ADOPTENT UNE ATTITUDE PARTISANE POUR SUSCITER L'INTÉRÊT DE LEUR PUBLIC

Prenant l'exemple de l'Allemagne, l'Institut Reuters a également signalé en 2018 que les moins de 35 ans dans ce pays avaient, davantage que leurs aînés, recours aux médias d'information partisans comme le site de Breitbart.

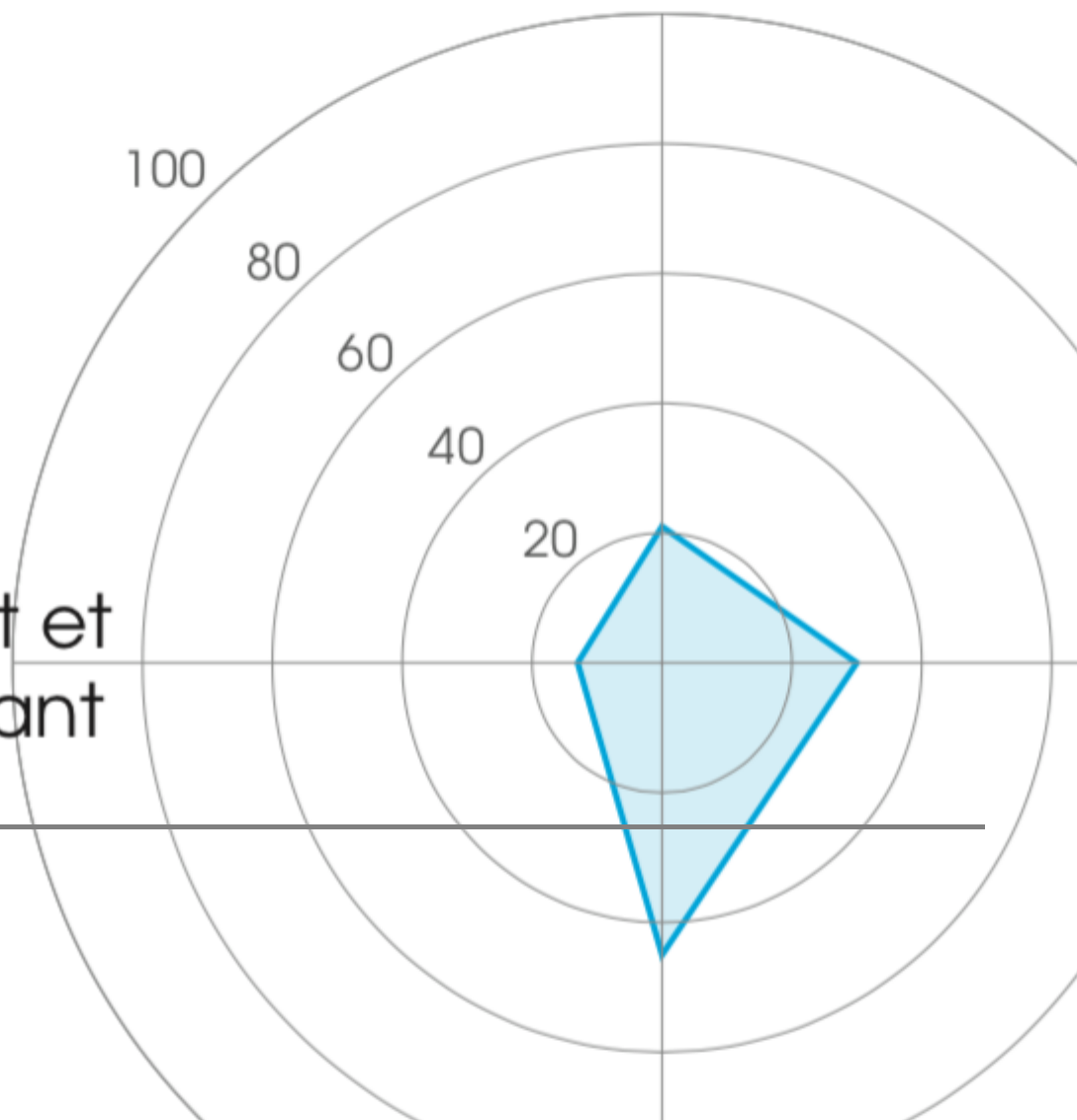
Il reste que la plupart des gens dans un grand nombre de pays, en particulier les personnes instruites aux États-Unis, sont toujours d'accord pour dire qu'il n'est « *jamais acceptable* » qu'un média favorise un parti par rapport à un autre, d'après les recherches du Pew Center<sup>10</sup>. (On peut néanmoins se demander si les personnes interrogées pour ce sondage étaient toutes parfaitement sincères sur ce point). Il n'est cependant pas nécessaire que les médias d'information adoptent une attitude partisane pour susciter l'intérêt de leur public. En témoigne le magazine mensuel *High Country News*, qui a fait état d'une croissance significative de ses abonnements et de ses revenus en 2018<sup>11</sup> en proposant un programme pro-environnemental pour l'Ouest américain, et non pas un programme anti-Trump. Autrement dit, il n'y a aucune honte ni prise de risque commerciale à se battre en faveur de causes importantes aux yeux des lecteurs.

# Caractéristiques d

## The Guardian online (Royaume-Uni)

Précis et fiable  
**21%**

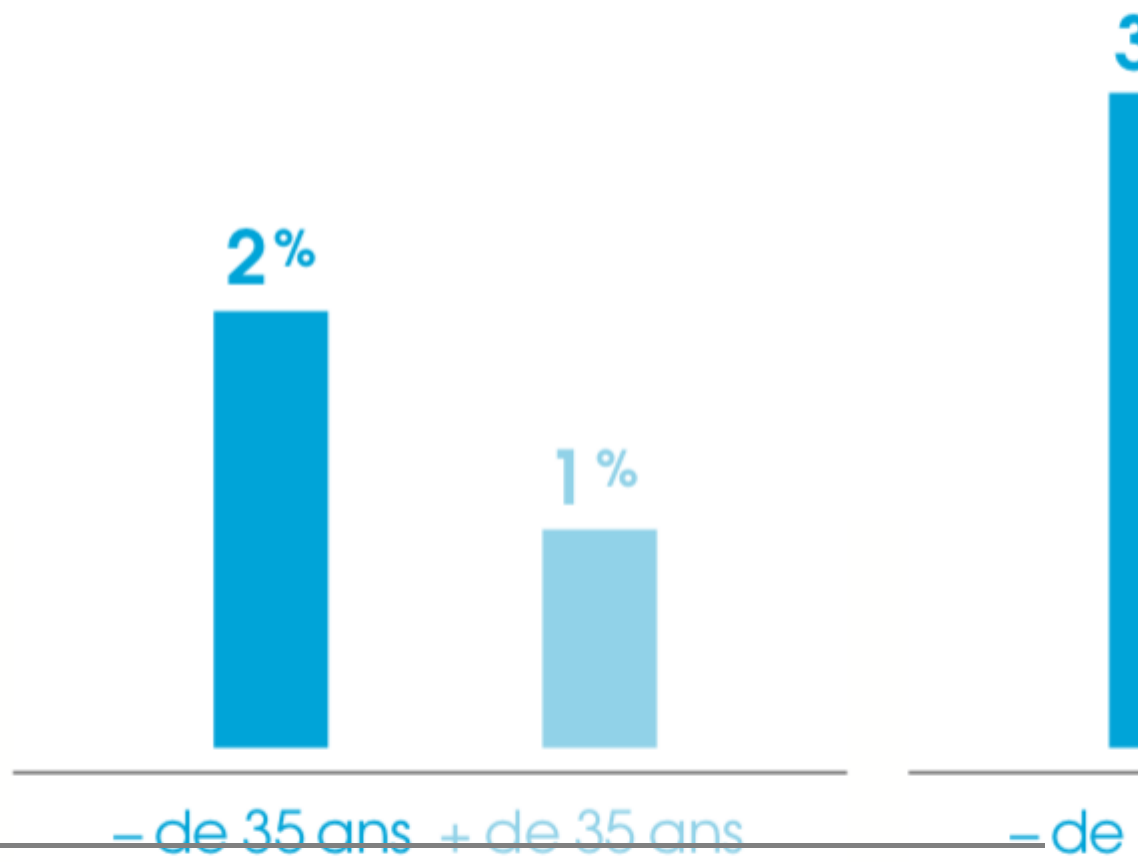
**13%**  
Amusant et  
divertissant





# Allemagne : pourcentage ou partisans par tranche

## Breibart



## LES MOUVEMENTS DONT LES MÉDIAS RELATENT DES FAITS VÉRIFIÉS PEUVENT ÊTRE BIEN PLUS PUISSANTS QUE LA PROPAGANDE DE LEURS ADVERSAIRES

Une caractéristique essentielle de l'objectivité demeure : c'est l'importance de la vérification systématique des faits. Auparavant l'objectivité était une posture éthique, elle est devenue un processus technique axé sur l'exactitude. Cela reflète les possibilités croissantes des journalistes à trouver et à vérifier des informations. Les effets en sont manifestes dans le monde arabe, où l'ARIJ (Arab Reporters for Investigative Journalism – principale organisation de médias consacrée à la promotion du journalisme d'investigation dans le monde arabe) a entraîné un changement culturel dans la couverture de l'actualité, poussant les rédactions à passer d'un journalisme d'opinion à un journalisme d'investigation, qui doit reposer sur la vérification des faits. Nos recherches menées au sein de l'INSEAD – Institut européen d'administration des affaires – ont montré que, particulièrement en période de crise, les mouvements dont les médias relatent des faits vérifiés peuvent être bien plus puissants que la propagande de leurs adversaires<sup>12</sup>. En mars 2020, la crise du coronavirus en a fourni une preuve supplémentaire, notamment par la montée en puissance des médias en ligne qui contredisaient des déclarations officielles défailtantes.

Malheureusement, l'objectivité vis-à-vis des faits – relater même ceux qui choquent nos amis ou ceux qui étaient censés rester dans l'ombre – ne garantit pas davantage une attitude neutre. En Hongrie, le soutien de George Soros aux médias indépendants a ainsi été attaqué par Viktor Orban ; dire la vérité au pouvoir fait des médias « *des ennemis publics* » selon Donald Trump ; et en Arabie saoudite, cela s'apparente à un crime capital.

En parallèle, dans le monde entier, le renforcement des capacités d'investigation des journalistes, soutenu notamment par le Global Investigative Journalism Network<sup>13</sup> ainsi que par des fondations, a eu pour effet collatéral de fragiliser la sécurité qui devrait être inhérente à une prétendue ou réelle neutralité. Les compétences croissantes des enquêteurs, dont le travail met en cause les intérêts de puissances étatiques ou financières, entraînent de graves conséquences pour les journalistes – poursuites en diffamation, emprisonnements et même assassinats – qui ne font que renforcer le recul de la neutralité. Les journalistes sans aucun appui sont toujours plus vulnérables. Qu'ils prennent parti ou non, ils sont de plus en plus contraints de trouver des alliés – activistes, militants, entrepreneurs et citoyens attentifs, pour n'en nommer que quelques-uns. Ces derniers ont besoin des informations fournies par les journalistes pour prendre leurs décisions, tout comme les journalistes ont besoin de leur engagement en tant que public et porte-voix.

QUELLE QUE SOIT LEUR VÉRITÉ OBJECTIVE, LES FAITS NE PARLENT PAS D'EUX-MÊMES

Quelle que soit leur vérité objective, les faits ne parlent pas d'eux-mêmes. Quelqu'un doit leur donner un sens et un impact. C'est bien cela dont le public a besoin et c'est ce qu'il attend des journalistes. C'est également ce que font les experts en « vraies *fake news* », fabriquées pour confondre et affaiblir – avec cynisme et succès –, en racontant les seuls faits qui soutiennent leurs ambitions, au besoin en les inventant.

Les journalistes n'ont pas besoin de devenir comme eux pour reconnaître qu'ils ne seront plus jamais « objectifs », sauf dans le sens crucial de la recherche de vérités éprouvées. Ils doivent dire clairement, à ceux qui ont besoin d'eux, ce qu'ils défendent et comment ils comptent le faire.

*N.B : La version initiale en anglais de cet article a été publiée le 10 mai 2019 sur le site du Global Investigative Journalism Network (gijn.org). Traduction Mark Lee Hunter.*

1. « An Historical Approach to Objectivity and Professionalism in American News Reporting », Dan Schiller, *Journal of Communication*, v. 29, n° 4, p. 46-57, eric.ed.gov, 1979.
2. SPJ (Society of Professional Journalists), Code of Ethics, spj.org
3. « The Nation Media Group (A) : The Path to Growth », Mark Hunte, Luk Van Wassenhove, INSEAD, publishing.insead.edu, 27 July 2015.
4. « Study : Breitbart-led right-wing media ecosystem altered broader media agenda », Yochai Benkler, Robert Faris, Hal Roberts and Ethan Zuckerman, *Columbia Journalism Review*, cjr.org, March 3, 2017.
5. « Power is Everywhere : How stakeholder-driven media build the future of watchdog news » in *Story-Based Inquiry. A Manual for Investigative Journalists*, Mark Lee Hunter and others, Unesco, storybasedinquiry.com/manual, 2009.
6. « Fox News Drops “Fair and Balanced” Motto », Michael M. Grynbaum, *The New York Times*, nytimes.com, June 14, 2017.
7. « New York Times Tops 4 Million Mark in Total Subscribers », Jaclyn Peiser, *The New York Times*, nytimes.com, November 1, 2018.
8. « New York Times Co. Reports Revenue Growth as Digital Subscriptions Rise », Jaclyn Peiser, *The New York Times*, nytimes.com, May 3, 2018.
9. *Digital News Report 2017 et 2018*, Reuters Institute, digitalnewsreport.org
10. « Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver », Amy Mitchell, Katie Simmons, Katerina Eva Matsa and Laura Silver, Pew Research Center, pewresearch.org, January 11, 2018.
11. *High Country News*, Annual Report 2018, hcn.org.
12. « A Web of Watchdogs: Stakeholder Media Networks and Agenda-Setting in Response to Corporate Initiatives », Maria Besiou, Mark Lee Hunter & Luk N. Van Wassenhove, *Journal of Business Ethics*, v. 118, p. 709-729, springer.com, 20 November 2013.
13. gijn.org

## Categorie

---



1. Articles & chroniques

**date créée**

27 août 2020

**Auteur**

markleehunter