

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'OBJECTIVITÉ JOURNALISTIQUE
DE LA NEUTRALITÉ À LA RECHERCHE DE LA VÉRITÉ

MÉMOIRE PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
GUY PARENT

JUIN 2021

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.10-2015). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX.....	iii
RÉSUMÉ	iv
PROLOGUE	1
INTRODUCTION.....	3
CHAPITRE I PROBLÉMATIQUE <i>L'OBJECTIVITÉ EN QUESTION</i>	8
CHAPITRE II LE JOURNALISME IDÉAL.....	15
CHAPITRE III QUESTIONS DE RECHERCHE	20
CHAPITRE IV LE CADRE THÉORIQUE	22
CHAPITRE V MÉTHODOLOGIE.....	48
CHAPITRE VI PRÉSENTATION ET ANALYSE DES ENTREVUES	57
CONCLUSION.....	161
BIBLIOGRAPHIE.....	174

LISTE DES TABLEAUX

4.1	Les mises en cause de l'objectivité journalistique	28
4.2	L'objectivité comme rituel stratégique.....	31
4.3	L'objectivité comme norme discursive.....	36
4.4	L'objectivité comme partie d'un contrat social.....	40
4.5	L'objectivité comme mythe ou idéal.....	43
4.6	Les conceptions de l'objectivité journalistique.....	44

RÉSUMÉ

Ce mémoire aborde la question de l'objectivité journalistique du point de vue de journalistes aguerris ayant travaillé en zone de conflits comme correspondants ou envoyé spécial. Une série d'entretiens avec huit journalistes permet de comprendre quelle place occupe l'objectivité journalistique dans leur horizon déontologique et comment ils opérationnalisent cette notion dans leur travail de terrain. Les entretiens permettent également de saisir les nuances apportées par les journalistes aux valeurs-sœurs de l'objectivité journalistique comme l'honnêteté, la recherche de la vérité, l'exactitude, l'impartialité, et la place qu'ils accordent à la valeur d'empathie.

This memoir deals with the notion of objectivity from the viewpoint of journalists who have been assigned to conflict zones as correspondents or special envoys. A series of interviews with eight journalists allows to understand the place of journalistic objectivity in their deontological horizon and how they operationalize this concept in their work. The interviews highlight the nuance given by the journalists to the sister values of objectivity as honesty, search for truth, accuracy, impartiality and empathy.

Mots clés : Journalisme de reportages, objectivité, empathie, neutralité, recherche de la vérité, rituel stratégique.

Key words: Reporting journalism, objectivity, empathy, neutrality, search for truth, strategic ritual.

REMERCIEMENTS

Mes remerciements vont tout d'abord aux journalistes qui ont généreusement accepté de partager avec moi leurs réflexions sur l'objectivité journalistique et leurs connaissances du métier de journaliste. Par ordre alphabétique : Akli Aït Abdallah, Jean-François Bélanger, Anyck Béraud, Sylvain Desjardins, Sophie Langlois, Chantal Lavigne, Joyce Napier et Raymond Saint-Pierre. Sans eux, ce mémoire n'aurait pas la même richesse. Je souhaite remercier la directrice générale de l'information de Radio-Canada, Luce Julien qui a permis ces rencontres. Je veux remercier également ma directrice de recherche, la professeure Chantal Francoeur pour nos discussions passionnantes, ses suggestions judicieuses et ses conseils. Merci aussi à la professeure Katharina Niemeyer et à Patrick White pour leurs commentaires et leurs observations qui m'ont été très utiles. Un remerciement tout spécial à ma conjointe Marie-Élaine Langlois pour ses encouragements et son indéfectible soutien.

PROLOGUE

Mon intérêt pour le sujet de l'objectivité journalistique découle de mes années de pratique du journalisme. J'exerce ce métier depuis bientôt une cinquantaine d'années et j'ai le bonheur de l'enseigner depuis 1996. J'ai eu l'occasion d'en explorer diverses facettes et je continue de le faire aussi bien en presse écrite qu'en presse électronique. J'ai travaillé comme reporter ici et à l'étranger, j'ai été réalisateur de grands reportages et de documentaires. J'ai aussi exercé les fonctions de rédacteur en chef à Radio-Canada, responsable de la couverture internationale. Je garde de mon expérience des salles de rédaction et des journées de tournages sur les différents terrains un souvenir chaleureux de camaraderie et d'échanges. C'est véritablement là, dans ces conditions que j'ai appris mon métier. À l'époque, les écoles de journalisme comme on les connaît aujourd'hui, n'existaient pas au Québec, le métier s'apprenait comme on dit « sur le tas », par l'exemple et les conseils des collègues plus expérimentés.

Le journalisme peut donner l'impression à celle ou celui qui le pratique d'être témoin du grand jeu de l'Histoire en étant dans le feu de l'action sur le terrain, en participant à la recherche et à la découverte de la vérité. Les journalistes du service public que j'ai interviewés dans le cadre de la rédaction de ce mémoire de maîtrise sont des professionnels avec qui j'ai eu le plaisir de travailler à Radio-Canada pendant plusieurs années. J'aurai l'occasion de les présenter individuellement plus loin dans ces pages. Ce qu'ils expriment dans les entretiens que j'ai eus avec eux résonne en moi parce que j'ai été confronté aux mêmes enjeux dans l'exercice de mon travail de journaliste.

Ce qui est présenté ici est un angle du journalisme. C'est celui du reportage, le journalisme d'information. C'est une vue de l'objectivité journalistique prise du terrain, depuis les dimensions du métier que je connais. J'ai choisi d'interviewer des reporters, des femmes et des hommes qui ont fait métier d'aller sur place, de rencontrer des gens, de témoigner, d'examiner les faits, de vérifier et de rendre compte. Le travail du reporter est différent de celui du chroniqueur ou de l'éditorialiste, il est différent de celui du chef de pupitre ou du rédacteur. Le reporter est celui qui témoigne, c'est lui qui est sur le terrain ; ses yeux, ses oreilles, ses sens sont ses *premières sources*, il observe, rencontre, apprend, évalue, analyse et vérifie. C'est après ce travail de cueillette qu'il commence à écrire, il construit alors le récit qu'il va transmettre et qu'il espère fidèle à la réalité observée, un récit qu'il veut *objectif* et dont le public pourra dire qu'il l'est ou non.

C'est ce travail du reporter qui m'intéresse. Comment l'idée d'objectivité que le journaliste porte en lui, sans même la nommer, oriente son travail sur le terrain, l'aide à recueillir l'information, lui permet de l'organiser en un récit cohérent qui rendra l'auditoire plus averti sur le sujet, qui pourra même l'amener le cas échéant, à dépasser ses anciens paradigmes et pousser plus loin sa réflexion.

Le reportage par sa recherche de la vérité reste l'assise fondamentale du journalisme. Quand les médias auront laissé toute la place aux opinions et aux chroniques, au détriment du reportage, on pourra dire que le journalisme a perdu son âme.

INTRODUCTION

Le projet de ce mémoire est de comprendre la place qu’occupe la notion d’objectivité dans l’esprit des journalistes et comment elle intervient dans leur travail. Comment des reporters opérationnalisent-ils ce concept dans leur production quotidienne ? Nous allons nous attarder dans ce mémoire au journalisme d’information, c’est-à-dire au reportage proprement dit, et non au journalisme de chronique ou d’opinion. Ces formes du journalisme font appel à des exigences d’objectivité asymétriques.

On pourrait se demander pourquoi s’intéresser à l’objectivité journalistique. Ne s’agit-il pas là d’un concept aux contours trop flous et imprécis pour faire l’objet d’une étude méthodique ? Peut-on seulement le définir ce concept ? D’un autre côté, l’objectivité n’est-elle pas spontanément associée à une certaine idée de la recherche de la vérité, voire à une certaine qualité du journalisme ? Lorsque l’on parle d’objectivité journalistique, fait-on référence à la neutralité dont promettent de faire preuve les médias et les journalistes ? Fait-on référence à la qualité d’un reportage ? Et comment détermine-t-on que le reportage est de qualité et qu’il est objectif ?

À travers le prisme de ce concept d’objectivité, c’est en fait au journalisme lui-même que je m’intéresse. Parce que ce concept est au cœur du journalisme et que le journalisme traverse en notre époque plusieurs difficultés — largement documentées par ailleurs —, tant au niveau économique qu’au chapitre de la confiance que lui accordent les citoyens. Il me semble important dans ce contexte de revenir aux fondamentaux de ce métier à un moment où les amplificateurs puissants que sont les multiples connexions numériques permettent aux opinions les plus diverses de se

présenter comme des faits avérés ; un moment où la recherche de la vérité semble s’effacer devant la multiplication des fausses nouvelles ; un moment où pour certains de nos concitoyens — notamment près du quart des jeunes de 18 à 34 ans — le lien de confiance envers les grands médias traditionnels semble s’être brisé (Langlois, S., Proulx, S. & Sauvageau, F., 2020). Il ne faut donc pas se surprendre que pour plusieurs, les journalistes soient perçus comme de simples instruments du pouvoir, des relais en quelque sorte, dénués de sens critique.

L’objectivité journalistique peut-elle servir de caution pour rétablir cette confiance, peut-elle servir de phare pour nous guider à travers la surabondance d’informations et éviter dans ce brouillard d’opinions et de faits entremêlés les récifs que sont les fausses nouvelles et la désinformation ?

Dans la tradition nord-américaine, le concept d’objectivité est indissociable du journalisme. Schudson (2001) en parle comme d’un idéal moral et professionnel dont s’est doté le journalisme américain à partir des années 1920. Pour d’autres, il s’agit d’une série de normes issues du développement économique de la presse écrite à partir du milieu du XIX^e siècle (Chalaby, 1998). Il s’agit, quoi qu’il en soit, d’un concept majeur qui « hante la conception nord-américaine du journalisme » (Bernier 2014), mais pas seulement la nord-américaine. Nous allons voir que les plus hauts standards de pratique journalistique se rejoignent dans les sociétés démocratiques avancées comme en témoignent les codes d’éthique professionnelle de nombreux médias et agences de presse tant américains qu’européens ou canadiens. Fondamentalement, les critères de pratique du bon journalisme sont les mêmes. Le concept d’objectivité sert en quelque sorte d’étalon de mesure pour évaluer la qualité du travail journalistique. On dira spontanément d’un reportage ou d’un journaliste qu’il est objectif ou au contraire qu’il manque d’objectivité. Mais qu’est-ce au juste que l’objectivité journalistique ? Nous allons voir que beaucoup de choses ont été écrites sur le sujet et autour du sujet. Gauthier (1991) en parle comme d’un concept polysémique, objet de

plusieurs mises en cause, Tuchman (1972) comme d'un rituel stratégique destiné à protéger les journalistes et les médias contre les erreurs et les blâmes, Chalaby (1998) l'associe à une manière de travailler et d'écrire, Bernier (2014) évoque l'idée d'un contrat social entre le public et les journalistes, Merrill (1984a, 1986b, 1990c) y voit le reflet d'un mythe, tandis que pour d'autres comme Dennis (1984), Schudson (1978a, 2001b, 2009c) ou Kovach & Rosenstiel (2014) il s'agit d'un idéal professionnel.

Dans les pages que vous allez lire, on trouvera tout d'abord une mise en contexte de la problématique à l'origine de ce mémoire, notamment la mise en cause d'une conception classique de l'objectivité par certains journalistes et universitaires américains à la suite de l'élection présidentielle de 2016 qui a mené Donald Trump à la Maison Blanche.

Ensuite, cette mise en contexte nous conduira à tenter de définir la notion d'objectivité journalistique à travers le concept du journalisme idéal, exercice qui se fera à partir de l'analyse de différents codes déontologiques que se sont donnés les journalistes et les médias et qui régissent leurs activités.

Le cœur de ce mémoire a été pour moi la rencontre avec mes pairs. Je nourrissais depuis un certain temps le désir d'approfondir cette question en interrogeant mes collègues journalistes sur leur perception de l'objectivité et les différentes façons qu'ils ont de l'opérationnaliser dans leur travail quotidien. Ces rencontres ont été extrêmement enrichissantes en termes d'enseignement et de découvertes. Je veux remercier sincèrement les journalistes qui ont accepté de répondre à mes questions à visage découvert.

Pour réaliser ces entrevues, il m'a fallu construire un canevas d'interview, mais à partir de quelles bases ? C'est ici que le lecteur pourra se familiariser avec un corpus de textes classiques sur l'objectivité journalistique. Ces textes-références m'ont permis de construire le cadre théorique à partir duquel j'ai effectué les entrevues. Je reviendrai au chapitre de la méthodologie sur les raisons qui ont guidé cette démarche.

La présentation et l'analyse des entrevues permettent de confirmer certaines observations théoriques sur l'objectivité journalistique, par exemple quant à la perception mythique ou idéale que les journalistes se font de ce concept ; quant aux valeurs-sœurs de l'objectivité journalistique qui souvent la remplacent ou encore quant à la méthode journalistique ou le rôle social du journalisme.

Toutefois, ce que les entrevues révèlent et que ne prévoyaient pas les textes théoriques classiques, c'est le niveau d'empathie qu'utilisent les journalistes dans leur travail. La sensibilité à l'autre et les émotions prennent une place importante dans leur démarche, non seulement dans la collecte des informations, mais également dans leur livraison au public. Il est connu qu'au chapitre de la livraison, un savant dosage d'émotions, l'utilisation d'images fortes par exemple, assure une construction efficace et une lecture directe et facile du reportage aussi bien en radio qu'en télévision ou sur la toile. Mais c'est au chapitre de la cueillette des informations qu'est venue la surprise. La majorité des journalistes interviewés sont d'avis que l'empathie journalistique leur offre un meilleur accès à certaines réalités plus fines que la neutralité conventionnelle parfois trop distante ne permet pas de capter.

On peut penser que de ce point de vue, l'observation tirée des entrevues avec les reporters rejoint un courant récent du journalisme qui fait la part plus belle à l'empathie. Il est permis d'y voir un lien avec la recherche de la vérité — une vérité plus complète et nuancée — comme valeur fondamentale du journalisme actuel.

La quête de l'objectivité journalistique reste le moteur de toute démarche journalistique digne de ce nom. Le reporter qui s'efforce consciencieusement de décrire le réel de la façon la plus précise et exacte possible s'appuie sur son sentiment d'objectivité ; celle qui mène une enquête critique et minutieuse pour comprendre véritablement ce qui s'est passé fait un travail conditionné par son idéal d'objectivité ; celui qui dit ce qu'il a vu, entendu, senti et qui raconte honnêtement ce dont il a été témoin, celui-là aussi croit faire un travail objectif ; celle qui pose des questions sans complaisance aux

pouvoirs, celle-là aussi se réclame de l'objectivité journalistique. L'objectivité apparaît comme le substrat de toute aventure journalistique. Elle est le vecteur de sa parole.

Si la présente recherche peut avoir pour résultat de souligner et de mieux comprendre l'importance de cette valeur de base du journalisme et de ses différentes déclinaisons (recherche de la vérité, honnêteté, empathie, impartialité, etc.), elle aura trouvé son utilité.

La multiplication des opinions assénées comme des faits, les *fake news* et les « faits alternatifs »¹ qui envahissent l'espace public peuvent donner l'impression à l'observateur que l'objectivité est devenue une valeur en voie d'extinction. Or, l'effort que font chaque jour des journalistes pour présenter une vision objective de la réalité, pour *objectiver* le réel dans leur compte-rendu, est à mes yeux la condition même du journalisme et par conséquent l'une des conditions de possibilités d'un débat public libre, ouvert et rationnel.

¹ L'expression « *alternative fact* » a été employée par la conseillère du Président Trump, Kellyanne Conway dans une entrevue accordée à la chaîne NBC, le 22 janvier 2017. Elle tentait alors de justifier les propos du porte-parole de la Maison blanche, Sean Spicer qui avait soutenu, en dépit des évidences que l'investiture du Président Trump avait attiré une foule plus grande que celle de l'investiture du Président Obama. (<https://www.youtube.com/watch?v=VSrEEDQgFc8>)

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

L'OBJECTIVITÉ EN QUESTION

1.1 L'ONDE DE CHOC

Le 8 novembre 2016, l'élection présidentielle américaine en a surpris plusieurs par un résultat qui contredisait les sondages d'opinion et les analyses prévisionnelles des grands médias. Malgré un vote populaire plus faible que celui de son opposante démocrate, le candidat républicain Donald Trump obtient davantage de voix au collège électoral et devient le 45^e président des États-Unis. Dans la presse, la surprise est complète et on interprète vite ce résultat comme un rejet des élites. Au lendemain du vote, le *New York Times* parle de « *Stunning Repudiation of the Establishment* » (nytimes.com/). Le *Washington Post* écrit : « *Donald Trump was elected the nation's 45th president in the stunning culmination of a campaign that defied expectations and conventions at every turn and galvanized legions of aggrieved Americans in a loud repudiation of the status quo* » (washingtonpost.com/).

La chaîne conservatrice *Fox News* parle d'un Donald Trump qui a « défié les experts et les sondages » en remportant une victoire qui « stupéfait l'establishment » [Notre traduction] (foxnews.com/). Le journal *The Guardian* écrit : « *Trump rides wave of anti-establishment sentiment to one of the most improbable political victories in modern US history* » (theguardian.com/). Au Canada anglais, le *Globe and Mail* et le *National Post* réagissent de la même manière que les autres grands médias et parlent respectivement de l'élection de Donald Trump comme de : « *Stunning Upset* » (theglobeandmail.com/) et de : « *Stunning Political Upset* » (nationalpost.com/news/).

Les mêmes mots reviennent, stupéfaction, bouleversement, séisme, répudiation et désaveu de l'establishment, rejet des élites.

Quatre mois et demi plus tôt, le 23 juin 2016, les habitants du Royaume-Uni avaient rejeté par référendum l'appartenance de leur pays à l'Union européenne. Là aussi, la surprise fut grande et là aussi, on a parlé d'un désaveu de l'establishment. Le journal *The Guardian* écrivait le lendemain : « *The decision in favour of Brexit, following a bitterly close electoral race, represents the biggest shock to the political establishment in Britain and across Europe for decades* » (theguardian.com/). *Le Monde* parle d'une journée historique qui « sème la panique sur les marchés et l'inquiétude chez les politiques européens » (lemonde.fr/). Le très conservateur *Telegraph* voit dans le résultat du référendum une victoire du peuple contre les autorités et titre : « *Brexit is a more impressive achievement than the French Revolution* ». (telegraph.co.uk/).

1.2 L'ÉCHEC DU JOURNALISME ?

À quelques mois d'écart, ces deux événements ont eu pour la presse l'effet d'un électrochoc. Le journaliste Michael Barbaro du *New York Times* posait la question le lendemain de l'élection présidentielle américaine : « *How Did the Media—How Did We—Get This Wrong?* » (nytimes.com/).

Quelque chose s'est produit que les élites n'avaient pas vu venir, non seulement les élites politiques et les universitaires, mais encore les grands médias, les éditorialistes et les journalistes. Pourquoi ?

La presse tente alors de comprendre. La BBC (bbc.com/) rappelle que sur les cent principaux journaux américains, seulement deux ont appuyé Donald Trump, ce qui montre que le candidat républicain n'était guère populaire auprès de la presse écrite américaine. La BBC cite le professeur Jeff Jarvis de la City University of New York qui parle d'un « échec du journalisme ». Le tort des médias aurait été de chercher à créer un équilibre (*balance*) en présentant sur un pied d'égalité l'affaire des courriels d'Hillary Clinton et les nombreuses attaques de Donald Trump contre les minorités, les

immigrants, les élites, les médias, etc. Cet exercice de neutralité journalistique était trompeur (*misleading*) selon le professeur Jarvis parce que ces choses n’avaient pas la même portée ni la même valeur (bbc.com/). Un mois après l’élection, le *Los Angeles Times* (latimes.com/) ouvre ses pages au professeur Thomas E. Patterson (2016) du Harvard Kennedy School dont l’équipe du Shorenstein Center on Media vient de terminer l’analyse de la couverture journalistique de la campagne présidentielle. Les nouvelles sur les deux candidats ont été relativement équitables et surtout, « également négatives » pendant toute la campagne. Les médias — en particulier les chaînes d’information continue comme CNN, MSNBC et Fox News — se sont surtout intéressés aux scandales et aux controverses des deux campagnes, négligeant les contenus politiques des programmes des candidats. Le résultat de ces couvertures équitables négatives des deux candidats a fait en sorte, selon Patterson, que la presse a perdu de vue son rôle historique qui était de permettre aux citoyens de faire un choix éclairé : « *Journalists defend themselves by saying they bash both sides. True enough. But indiscriminate criticism has the effect of false equivalencies* » (latimes.com/).

1.3 VÉRITÉ OU OBJECTIVITÉ ?

Ce qui est dénoncé par ces critiques ce sont les dérives que peut entraîner une certaine pratique du journalisme, particulièrement celle qui consiste à présenter dans un souci d’objectivité les deux côtés opposés d’une même histoire. Cette pratique de neutralité ou d’équilibre journalistique — *balance* en anglais — peut devenir fallacieuse (*misleading*) et créer de fausses équivalences (*false equivalencies*) dérobant la vérité aux regards des citoyens. Le travail des journalistes selon Patterson, aurait dû être la recherche de la vérité, ce qui aurait permis aux électeurs américains de bénéficier d’une mise en perspective des allégations touchant les candidats à la présidentielle plutôt qu’un étalage égal de négativités et de fausses équivalences :

« Were the allegations surrounding Clinton of the same order of magnitude as those surrounding Trump? Don't look to the news for the answer to that question. Journalists reported all the ugly stuff they could find, and left it to the voters to decide what to make of it. Large numbers of voters concluded that the candidates were equally bad » (latimes.com/opinion/1).

Le fondateur du site Internet *The Intercept*, le journaliste d'enquête Glenn Greenwald s'est inquiété du fait que les institutions américaines n'ont pas su résister à ce qu'il a appelé la « rhétorique toxique » de Trump et à ses menaces contre les minorités. La presse aurait dû sonner l'alarme, mais ne l'a pas fait. Greenwald en veut pour cause la neutralité journalistique qu'il associe à une fausse objectivité. Pour le fondateur du site *The Intercept*, la neutralité journalistique est une invention des grandes corporations propriétaires des médias et a essentiellement pour fonction d'éviter les controverses et les poursuites en empêchant les journalistes d'afficher leurs points de vue ou leurs hypothèses sur les sujets qu'ils couvrent.

« The rules of large media outlets—venerating faux objectivity over truth along with every other civic value—prohibit the sounding of any alarms. Under this framework of corporate journalism, to denounce Trump, or even to sound alarms about the dark forces he's exploiting and unleashing, would not constitute journalism. To the contrary, such behavior is regarded as a violation of journalism ». (theintercept.com/2016/03/14/).

Ce que des journalistes comme Greenwald déplorent, c'est que sous prétexte d'objectivité, les médias américains se sont voulus neutres et impartiaux pendant la campagne présidentielle, privilégiant la simple présentation des déclarations opposées de Trump et Clinton plutôt que la recherche de la vérité. La presse aurait ainsi réduit le rôle du journaliste à celui d'un simple sténographe, ce qui revenait à « stériliser » le journalisme, à le vider de son dynamisme : *« drained it of all its vitality and passion,*

reducing journalists to stenography drones permitted to do little more than summarize what each equally valid side asserts » (theintercept.com/2016/03/14/).

Nous verrons que le concept d'objectivité est souvent remplacé en journalisme par des notions qui lui sont apparentées comme celle de neutralité ou d'impartialité (Bernier, 2014 ; Gauthier, 1991 ; Tuchman, 1972 ; Merrill, 1984 ; Dennis, 1984). Nous aurons l'occasion d'approfondir ces différences et ces analogies.

Greenwald rappelle que la presse américaine, née dans la rébellion contre le colonialisme britannique a aussi connu des épisodes plus intenses de recherche de la vérité avec des journalistes célèbres comme Edward R. Murrow et Walter Cronkite dénonçant pour l'un le sénateur Joseph McCarthy et pour l'autre la guerre du Vietnam. Greenwald ajoute que ces deux célébrités du journalisme américain seraient probablement renvoyées aujourd'hui pour manque d'objectivité.

Le 22 novembre 2016, le Comité pour la protection des journalistes décernait le Prix *Burton Benjamin Memorial* à la correspondante internationale de CNN Christiane Amanpour. Dans son discours d'acceptation, Amanpour a fait écho aux mêmes inquiétudes que celles soulevées par Greenwald. Pour elle, la recherche de la vérité est plus importante que l'exercice de la neutralité :

« I believe in being truthful, not neutral. And I believe we must stop banalizing the truth » (cpj.org/awards/2016/christiane-amanpour.php).

Selon Amanpour, le fait qu'un journaliste se contente de rendre compte de la réalité de façon impartiale et neutre sans faire intervenir son jugement peut être dangereux pour la vérité parce que cela risque de créer des équivalences entre des choses qui ne sont pas similaires.

La correspondante de CNN a expliqué que c'est en couvrant le conflit bosniaque, qu'elle a appris à ne jamais mettre sur le même pied l'agresseur et sa victime, à ne pas créer « d'équivalence factuelle » parce que, dit-elle :

« then you are an accomplice to the most unspeakable crimes and consequences » (cpj.org/awards/2016/christiane-amanpour.php).

Pour elle, la presse américaine s'est égarée pendant la campagne présidentielle, en confondant objectivité, neutralité et vérité.

Christiane Amanpour, rappelle la différence entre « *balance, objectivity, neutrality, and crucially, truth [...] We cannot continue the old paradigm* ». La responsabilité du journalisme prend une coloration morale aux yeux d'Amanpour, parce qu'en tant que défenseur de la démocratie, le journaliste doit se concentrer sur la recherche de la vérité et lutter contre la banalisation de l'indéfendable : « *We must fight against normalization of the unacceptable* » (cpj.org/awards/2016/christiane-amanpour.php).

Dans un texte publié au lendemain du référendum britannique sur l'appartenance à l'Union européenne, la rédactrice en chef du journal *The Guardian*, Katharine Viner (2016) ajoute une dimension appréciable aux problèmes qui viennent compliquer l'effort des journalistes dans leur recherche de la vérité. Selon elle, l'arrivée d'Internet a modifié considérablement l'espace dans lequel se pratique le journalisme en effaçant la frontière entre les faits et les opinions, entre le factuel et l'émotion :

« *Increasingly, what counts as a fact is merely a view that someone feels to be true—and technology has made it very easy for these 'facts' to circulate with a speed and reach that was unimaginable in the Gutenberg era* ». (theguardian.com/media/h).

Viner cite Arron Banks, le principal bailleur de fonds de la campagne *Leave.EU*, disant que les faits à eux seuls ne permettraient pas de gagner. Il lui fallait une « approche média à l'Américaine ». Le succès de Trump, disait-il, c'est d'avoir compris que les faits ne fonctionnent plus et qu'il faut « connecter émotivement avec le peuple » [Notre traduction]. Pour Viner, les résultats du Brexit et l'élection de Donald Trump ne sont pas qu'une simple « résurgence populiste ou une révolte des laissés pour compte du capitalisme » :

« It was little surprise that some people were shocked after the result to discover that Brexit might have serious consequences and few of the promised benefits. When 'facts don't work' and voters don't trust the media, everyone believes in their own 'truth'—and the results, as we have just seen, can be devastating ».
(theguardian.com/media/h).

1.4 UNE RÉFLEXION NÉCESSAIRE

Les questions que se sont posées des chercheurs et des journalistes comme Katharine Viner, Christiane Amanpour et Glenn Greenwald au lendemain de l'élection présidentielle américaine et du Brexit sont l'illustration d'un malaise au sein du journalisme, d'une préoccupation qui dépasse les simples dimensions économiques et technologiques de ce qu'il est convenu d'appeler la crise des médias.

Leurs interpellations mettent en lumière la nécessité d'une réflexion sur la pratique du journalisme, sur ses codes, ses normes et son rôle effectif dans une sphère publique de plus en plus surexcitée par une surabondance de messages numériques, de vidéos, de signaux et d'alertes en tout genre qui rendent périlleux et précaire l'exercice de distinguer le vrai du faux, la rumeur de la vérité.

C'est ici que le retour aux fondamentaux du journalisme peut être utile. La recherche de la vérité, l'honnêteté, le souci d'exactitude, l'impartialité qui sont autant de compétences qui définissent l'objectivité journalistique (Chalaby, 1998) sont aussi les unités de mesure qui permettent au citoyen de s'y retrouver et de pouvoir mieux distinguer l'information et la désinformation.

CHAPITRE II

LE JOURNALISME IDÉAL

2.1 LES GUIDES DÉONTOLOGIQUES

L'objet d'étude de ce mémoire concerne le journalisme d'information par opposition au journalisme de chronique ou d'opinion. Il s'agit de la production de reportages conventionnels tels qu'ils sont présentés dans les grands médias d'information.

Le journalisme est un métier qui s'apprend et se pratique en suivant un certain nombre de normes déontologiques qui définissent le portrait de ce que l'on pourrait nommer un journalisme idéal. Il s'agirait d'un journalisme qui vise à permettre aux citoyens de « mieux connaître et de mieux comprendre le monde dans lequel ils vivent » (fpjq.org/fr/e). On voit se dessiner ce journalisme idéal à travers les différents codes d'éthique et normes de pratiques dont se sont dotées, avec le temps, les entreprises de presse et les associations de journalistes aussi bien au Québec, qu'au Canada, aux États-Unis ou en Europe (accountablejournalism.org/ethics-codes).

La BBC se veut « *independent, impartial and honest* ». Le journalisme de la BBC se fonde sur la confiance et promet aux citoyens de rechercher la vérité : « *we seek to establish the truth of what has happened and are committed to achieving due accuracy in all our output* » (bbc.co.uk/editorialguidelines). Lors d'une révision de ses politiques éditoriales en 2005, la BBC a choisi de privilégier l'exactitude plutôt que la vitesse. Nous reviendrons sur cette question plus loin.

Le journaliste idéal du groupe *Le Monde* promet de : « respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité. » (lemonde.fr/1).

Pour CBC/Radio-Canada, l'idéal se présente sous la forme du respect des principes suivants dans l'exercice du travail journalistique : « exactitude, équité, équilibre, impartialité et intégrité » (cbc.radio-canada.ca/fr/normes-et-pratiques-journalistiques)

Le journaliste de Radio France Internationale (RFI) doit être compétent : « La compétence peut d'ailleurs être considérée comme la première règle de déontologie ». Ce journaliste doit prendre le temps de s'assurer de l'exactitude des faits avant de diffuser et il doit avoir « la capacité psychologique de prendre des distances par rapport au fait, à l'émotion et aux réactions qu'il peut susciter » (rfi.fr/1).

L'agence américaine *Associated Press* promet au public la vérité, l'exactitude et la précision. Elle s'engage à cet effet à ce que le public puisse connaître ses sources sauf en cas de nécessité : « *It means we always strive to identify all the sources of our information, shielding them with anonymity only when they insist upon it and when they provide vital information—not opinion or speculation* ». (ap.org/news-values-pdf).

Le journalisme idéal du *New York Times* s'inscrit lui aussi dans cette tradition de vérité et d'exactitude pour fonder une relation de confiance avec ses lecteurs, « *knowing that ultimately the readers are our employers.* » (nytimes.com/editorial-standards/#). Il promet de pratiquer un journalisme à visage découvert dans le respect des lois et s'impose plusieurs règles destinées à préserver son indépendance aux yeux du public.

2.2 L'OBJECTIVITÉ ABSENTE

Le mot objectivité n'apparaît que dans un seul de ces codes d'éthique, celui du *New York Times*, signe peut-être que les journalistes et les entreprises de presse éprouvent une certaine méfiance à l'endroit d'un concept dont la signification est trop variable. Le mot est mentionné dans la section « Publicité, marketing et promotion » dans le but de maintenir une distinction entre le département des nouvelles et celui de la publicité : « *Members of the news department should maintain their disinterest and objectivity by avoiding discussions of advertising needs, goals and problems* » (nytimes.com/editorial-standards/#).

L'objectivité journalistique, bien que nommément absente des codes de déontologie, se profilerait-elle sans dire son nom sous un certain nombre de pratiques que doit respecter le journaliste, telles qu'inscrites dans les différents guides de déontologie que nous venons de voir : rester neutre, c'est-à-dire s'abstenir de faire intervenir ses émotions et ses sentiments dans son compte-rendu ; être précis dans ses descriptions de la réalité, c'est-à-dire savoir choisir et agencer les éléments pertinents qui rapprocheront le plus possible sa narration de l'objet présenté, ce qui fait référence à la compétence qu'exige par exemple RFI ; être impartial, c'est-à-dire s'abstenir de prendre parti et de défendre un point de vue ; être honnête vis-à-vis de ses interlocuteurs, ne pas trahir leurs propos et les rapporter avec exactitude au public ; être intègre, c'est-à-dire éviter tout conflit d'intérêt réel ou apparent ; être équitable, c'est-à-dire traiter les sources, les intervenants et le public avec respect. Se pourrait-il en définitive, que ce soit cet ensemble de comportements et d'attitudes prescrits par les guides de déontologie qui, en lui donnant vocation d'adjectif qualificatif global, définit l'objectivité journalistique ?

À lire les questionnements des journalistes et des chercheurs au lendemain de l'élection présidentielle américaine et du Brexit britannique, on peut avoir l'impression que le journalisme n'a pas bien joué son rôle, que sa mission de permettre aux citoyens de « mieux connaître et de mieux comprendre le monde dans lequel ils vivent » n'a pas été remplie, en somme, qu'une certaine idée de l'objectivité — entendue dans le sens de recherche de la vérité — a failli, qu'elle a cédé trop de terrain à d'autres notions comme la neutralité.

2.3 QU'EN PENSENT LES JOURNALISTES ?

Les professeurs Wolfgang Donsbach et Bettina Klett font paraître en 1993 une étude sur la perception de la notion d'objectivité par des journalistes de différents pays. L'enquête visait des journalistes impliqués dans la production quotidienne des nouvelles. Le même questionnaire a été envoyé à 338 journalistes allemands, 292 Italiens, 216 Britanniques et 278 Américains. La moitié de ces journalistes étaient de

la presse écrite et l'autre moitié de la presse électronique (70 pour cent en télévision et 30 pour cent en radio). L'une des questions qui étaient posées était la suivante : « Selon vous, est-ce important qu'un journaliste essaye d'être le plus objectif possible ? » À cette question, 81 pour cent des Allemands et des Italiens ont répondu qu'ils considèrent la chose comme très importante. Cette proportion monte à 91 pour cent pour les Américains et 83 pour cent pour les Britanniques.

La notion d'objectivité apparaît donc chez tous les journalistes comme une valeur professionnelle importante et indispensable selon les auteurs qui notent que ce sont les journalistes américains qui accordent la plus grande signification à cette norme d'objectivité.

Les auteurs distinguent deux grandes différences entre les journalistes anglo-saxons (Américains et Britanniques) et leurs collègues d'Europe continentale (Allemagne et Italie). « Les journalistes anglo-saxons préfèrent une notion plus réservée (*retained*) de l'objectivité que leurs collègues européens, et voient le rôle des médias davantage comme un "transmetteur" commun (*common carrier*) entre les différents groupes d'intérêts et le public. De leur côté, les Allemands et les Italiens voient davantage l'objectivité comme le devoir d'investiguer les affirmations de ces groupes d'intérêts et la nécessité de rechercher les faits durs et vrais de la scène politique » [notre traduction] (Donsbach & Klett, 1993, p.78)

« A relative majority of U.S. journalists still adhere to the understanding that objectivity comes about by presenting fairly what all contending sides have to say. Thus, the 'common carrier' role is, although challenged by more 'investigative' aspects, still the dominant professional goal among U.S. journalists. In contrast, European, particularly German journalists believe to be objective when questioning interest groups and seeking the 'truth' behind assertions » (Donsbach & Klett, 1993, p.79).

Les auteurs ont voulu évaluer la façon dont les journalistes définissent la notion d'objectivité. Ils leur ont donc soumis les cinq propositions suivantes :

- 1) *Good news reporting does not allow the journalist's own political beliefs to affect the presentation of the subject. (NO SUBJECTIVITY.)*
- 2) *Good news reporting expresses fairly the position of each side in a political dispute. (FAIR REPRESENTATION.)*
- 3) *Good news reporting requires an equally thorough questioning of the position of each side in a political dispute. (FAIR SCEPTICISM.)*
- 4) *Good news reporting goes beyond the statements of the contending sides to the hard facts of a political dispute. (HARD FACTS.)*
- 5) *Good news reporting makes clear which side in a political dispute has the better position. (VALUE JUDGEMENT.)*

Les résultats montrent une différence entre les perceptions anglo-américaines de l'objectivité et celles des Allemands et des Italiens. Ces derniers associent l'objectivité à la recherche de faits véridiques par les journalistes, à l'absence de subjectivité et à une présentation équitable des points de vue opposés. Les journalistes américains associent plutôt l'objectivité à un rôle de transmetteur public (*common carrier*) entre le gouvernement, les groupes d'intérêts et les citoyens. Quant aux journalistes allemands, ils privilégient la découverte de la vraie réalité (*true reality*) derrière les déclarations politiques qu'ils perçoivent de toute façon comme étant biaisées par la « Weltanschauung » (conception du monde) de chaque personne (Donsbach & Klett, 1993, p.66-67).

Le travail de ces chercheurs permet de constater que la notion d'objectivité, même si son interprétation varie sensiblement d'une culture à l'autre, reste une priorité chez les journalistes. Nous allons maintenant tenter de voir quelle place des journalistes d'ici accordent à cette notion et comment ils l'opérationnalisent dans leur travail.

CHAPITRE III

QUESTIONS DE RECHERCHE

Ce sont les journalistes eux-mêmes et les entreprises de presse qui ont conçu et voulu des normes déontologiques. Citant les travaux de Donsbach et Klett, Schudson parle de l'objectivité comme de la valeur professionnelle principale du journalisme américain : *“Objectivity is the chief occupational value of American journalism* (Schudson, 2001, p.149). Cette exigence d'objectivité, écrit-il, invite les journalistes à faire la différence entre les faits (*facts*) et les valeurs (*values*) et à ne rapporter que les faits sans émotion ni commentaires personnels. Le journaliste, dit encore Schudson, se doit de présenter les points de vue politiques opposés sans partisanerie, et ses comptes-rendus de la réalité doivent être exacts et sans distorsion, ce qu'il définit comme la norme d'objectivité.

Une difficulté se présente toutefois, lorsque l'on constate que le mot objectivité est pratiquement absent de la plupart des codes de déontologie des grands médias. Comment ce concept peut-il être qualifié de valeur capitale du journalisme et n'apparaître pratiquement nulle part dans les codes de déontologie qui dessinent les contours de ce journalisme ? Nous verrons que l'objectivité est un concept polysémique (Gauthier 1991), qu'il peut prendre plusieurs formes et ne pas toujours signifier la même chose. Il est possible aussi comme nous l'avons vu, que l'objectivité soit le nom que l'on donne à un concept plus large qui englobe les différentes pratiques et attitudes attendues des journalistes dans l'exécution de leurs tâches, comme l'impartialité, la neutralité, la compétence, l'intégrité, etc., ainsi qu'on les retrouve énumérées dans les divers codes de déontologie de la profession.

Il est possible également comme l'écrit Marc-François Bernier qu'il s'agisse d'un "mot creux" (Bernier, 2014, p.295). Nous aurons le loisir d'examiner ces questions plus en profondeur, mais il importe ici de nous interroger sur la place qu'occupe la compréhension de ce concept d'objectivité dans l'éthique professionnelle des journalistes et comment, concrètement, ils opérationnalisent cette valeur. S'agit-il comme l'écrit Schudson de leur principale valeur professionnelle? Sinon, la remplacent-ils par d'autres valeurs qui auraient plus d'importance à leurs yeux?

Ce sont ces questions que pose ce mémoire de recherche :

- *Quelle place occupe l'objectivité dans l'éthique professionnelle des journalistes et quelle définition en donnent-ils ?*
- *De quelles façons opérationnalisent-ils concrètement cette notion dans leur travail ?*
- *Les journalistes remplacent-ils l'objectivité par d'autres valeurs ?*
- *De quelles façons opérationnalisent-ils concrètement ces autres valeurs dans leur travail ?*

Ces questions vont en inspirer d'autres plus détaillées et qui serviront de base aux discussions avec des journalistes d'ici.

CHAPITRE IV

LE CADRE THÉORIQUE

4.1 L'OBJECTIVITÉ NON RÉVOLUE

La question de l'objectivité « hante » la communauté journalistique, « loin de constituer une question dépassée et désuète, elle marque encore le journalisme et la réflexion sur le journalisme précisément en se proposant comme un problème pas encore vraiment résolu. » (Gauthier 1991, p.83).

Trente ans après cet énoncé, force est de constater que le « problème » est toujours devant nous. On pourrait évidemment se demander s'il est possible de résoudre ce problème et d'abord, s'il faut même chercher à le résoudre. Déjà, tenter de préciser les contours du concept d'objectivité n'est pas une tâche facile.

Pour mener à bien la recherche entreprise dans le cadre de ce mémoire, il nous faut essayer de définir la notion d'objectivité et surtout connaître et analyser le rapport qu'entretiennent avec elle les journalistes.

Afin de mieux cerner ce concept et ses différentes variations sémantiques et opérationnelles, nous avons notamment mobilisé les travaux de Gilles Gauthier (1991a, 2016b), Gaye Tuchman (1972), Jean K. Chalaby (1998), John C. Merrill (1984a, 1986b, 1990c), Everette E. Dennis (1984), Michael Schudson (1978a, 2001b, 2009c), Bill Kovach et Tom Rosenstiel (2014), Bernard Delforce (1996), Marc-François Bernier (2014), Armande Saint-Jean (2002), Jean Charron et Jean de Bonville (2002a, 2004b). Nous reviendrons en détail sur les travaux de ces auteurs dans les pages qui suivent.

4.2 LA CONFUSION ET L'USAGE

Dans son *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Lalande mentionne la confusion qui entoure l'emploi du mot objectivité depuis René Descartes. Il propose de ne l'employer que dans le sens donné par Emmanuel Kant, c'est-à-dire ce qui est « valable pour tous les esprits et non pas seulement pour tel ou tel individu. » (Lalande, 1962, p.697). En d'autres termes, dans l'opposition classique entre objectivité et subjectivité (objet/sujet), la subjectivité ne pourrait appartenir qu'au champ individuel et ne serait le fait que d'idées ou de perceptions du seul individu, tandis que l'objectivité serait le fait d'idées ou de perceptions « universellement valables ». (Lalande, 1962, p.701). On peut évidemment douter de la véracité de ce qui est défini comme valable pour tous, « universellement valable ». Même s'il peut conforter une certitude, le nombre n'est pas une garantie de véracité factuelle. Admettons tout de même cette hypothèse, l'intersubjectivité et l'universalité seraient alors les seules conditions de possibilité de ce qu'on pourrait appeler par convention la vérité, et l'exigence du partage la seule garantie possible de l'atteindre. (Saint-Jean, 2002, p.52). Cela étant, le concept d'objectivité entraîne avec lui une réflexion sur l'idée de réalité. On parlera d'objectivité, dans son acception positiviste, dans la mesure où il y a une réalité à décrire, un *objet* qui existerait *a priori*, indépendamment de l'expérience et de toute subjectivité empirique, « ce qui nous est présenté, dans la perception extérieure, avec un caractère fixe et stable, indépendant du point de vue, des désirs ou des opinions du sujet. » (Lalande, 1962, p.702). Les tenants de la possibilité de l'objectivité journalistique aiment comparer la démarche du journaliste à celle du scientifique. Pour être objectif, le reporter doit développer sa capacité d'observation afin de « rapporter les faits tels qu'ils se produisent » (Gauthier, 1991, pp.83-84). Gauthier voit trois principes comme conditions de possibilités du journalisme :

« Un principe de réalité : le journalisme porte sur un matériau qui lui est préexistant : l'événement. Un principe de vérité : la visée du journalisme est de fournir une représentation la plus conforme possible de l'événement. Un

principe d'objectivité : la méthode du journalisme est de produire des énoncés vérifonctionnels. » (Gauthier, 2016, p.23).

L'idée qu'il peut y avoir correspondance entre la nouvelle et la réalité découle directement de l'objectivité scientifique :

« L'un des postulats classiques de la science (de la science moderne s'entend ou de ce qu'on appelle la scientificité) est qu'il est possible d'appréhender pour et en elle-même la réalité, autrement dit de l'objectiver ». (Gauthier, 1991, pp.83-84).

Cette conception positiviste s'oppose bien évidemment au système de référence constructiviste mis de l'avant par de nombreux chercheurs. Ce système « repose sur l'idée d'une construction sociale de la réalité. Le fait brut n'est pas l'origine du travail journalistique, il en est le résultat : ce qui se présente finalement comme un fait dans l'écriture de l'article résulte de toute une série de constructions » (Delforce, 1996, p.21). Ces deux systèmes de référence (positiviste et constructiviste) ne devraient pas s'opposer dans l'étude du journalisme, mais plutôt se compléter puisque les points de vue ne sont pas les mêmes. L'un se rapporterait davantage à la démarche individuelle du journaliste dans sa lecture et son compte rendu de la réalité, tandis que l'autre viserait plus largement les responsabilités sociales de la presse.

« L'article journalistique est inévitablement le résultat d'une construction : il est à la fois le produit d'un regard porté sur la réalité et d'une mise en forme discursive particulière [...] Mais, pour être reconnu comme une information journalistique, l'article doit cependant être reçu comme étant l'équivalent exact de la réalité : il doit sembler seulement la restituer et non la produire » (Delforce, 1996, p.22)

L'usage courant a donné au concept d'objectivité une double fonction, celle de décrire une méthode et celle de qualifier tout à la fois une représentation du réel ou son auteur. La définition que donne de l'objectivité Le Robert de la langue française est double. D'une part, c'est la « qualité de ce qui existe indépendamment de l'esprit ». (Rey, Alain & Rey-Debove, Josette, 2019, pp.1718-1719). Il s'agit donc ici d'un état de fait, d'une constatation, en somme d'une qualification du réel comme *a priori*. D'autre part, l'objectivité, toujours selon Le Robert, est la « qualité de ce qui donne une représentation fidèle d'un objet [...] ce qui est exempt de partialité, de préjugés. » (Rey, Alain & Rey-Debove, Josette, 2019, pp.1718-1719). Il s'agit donc ici d'une représentation du réel, mais une représentation qui exige une action, une méthode, celle d'écartier sciemment partialité et préjugés pour donner une « représentation fidèle d'un objet ». (Rey, Alain & Rey-Debove, Josette, 2019, pp.1718-1719).

Nous allons voir que le concept d'objectivité appliqué au champ journalistique peut aussi prendre plusieurs visages. Il peut décrire une attitude, une norme discursive (Chalaby, 1998), un rituel stratégique, une revendication (Tuchman, 1972), un mythe (Merril, 1984), un idéal éthique (Schudson, 2001 ; Dennis, 1984), voire même constituer l'élément indispensable d'un contrat social entre les journalistes et le public (Bernier, 2014).

4.3 LES MISES EN CAUSE DE L'OBJECTIVITÉ

Plusieurs facteurs interviennent dans la définition de l'objectivité. Pour Gilles Gauthier (1991), l'objectivité journalistique est « une imposante auberge espagnole » qui peut désigner aussi bien le comportement du journaliste, son rapport au réel, son discours et le compte-rendu qu'il produit, reportage, article, etc. C'est un concept « polysémique » qui prête flanc à de nombreuses critiques. Gauthier en distingue six catégories :

1) *Épistémologique* : L'objectivité journalistique est « impossible parce qu'on ne peut avoir une connaissance pleine et entière de la réalité. » (Gauthier, 1991, p.108). Cette mise en cause de l'objectivité journalistique s'appuie surtout « sur le constructivisme

et sa critique de l'objectivisme scientifique. » (Gauthier, 1991, p.86). Gauthier cite Merrill pour qui il est impossible de rendre compte de la réalité dans sa totalité : « *The story [...] is never what it purports to be; it is always much bigger than its verbal image.* » (Merril, 1984, p.104, cité par Gauthier, 1991, p.90). La correspondance exacte entre les multiples facettes de la réalité et la description que tente d'en faire le journaliste serait donc pratiquement impossible.

2) Ontologique : L'objectivité journalistique est « impossible parce que la réalité n'existe pas. » (Gauthier, 1991, p.108). Cette affirmation mérite un minimum d'explications. La mise en cause ontologique de l'objectivité serait un glissement de la critique épistémologique, plusieurs auteurs y allant de différentes extrapolations de la mise en cause épistémologique. Gauthier cite Novak (1970) : « *There are no facts 'out there' apart from human observers. Events are not events until they are interpreted by human beings.* » D'autres auteurs comme Hackett (1984) sont cités par Gauthier pour soutenir que l'objectivité est impossible parce que la réalité ne peut exister qu'à travers le langage et que c'est donc le discours lui-même qui donne du sens à toute tentative de représenter le réel. De l'impossibilité de décrire le réel découlerait l'absence de réalité, d'où le paradoxe voulant que si la réalité n'existe pas, « le journalisme est lui-même une pratique inexistante. Pourquoi et comment alors poser la question de savoir si elle peut être objective ? » (Gauthier, 1991, p.94).

3) Psychologique : L'objectivité journalistique est « impossible parce que les journalistes appréhendent toujours la réalité en fonction de leur subjectivité. » (Gauthier, 1991, p.108). La perception qu'a du monde le journaliste est tributaire, comme chez tous les êtres humains, de plusieurs conditionnements au nombre desquels « son origine familiale, son appartenance sociale, son éducation, ses expériences de toutes sortes (rencontres, lectures, voyages, etc.) et, sur un plan plus abstrait, ses valeurs et ses attitudes fondamentales », autant de facteurs qui « interviennent toujours, d'une façon ou d'une autre, dans sa couverture des faits. »

(Gauthier, 1991, p.95). Cette mise en cause de l'objectivité journalistique se fonde sur l'idée que le journaliste est conduit plus ou moins consciemment par ses propres conditionnements, ce qui teinte d'autant sa lecture du réel.

4) *Pragmatique* : L'objectivité journalistique « ne consiste en fait qu'en une série de procédures relatives à la production de l'information ». (Gauthier, 1991, p.108). Gauthier fait ici référence notamment aux travaux de Tuchman (1972) sur l'objectivité en tant que rituel stratégique destiné à servir d'assurance à la presse contre toute forme de contestation. (Voir le chapitre suivant.)

5) *Éthique* : L'objectivité journalistique « n'est pas une norme souhaitable parce qu'elle a pour conséquence d'occulter la responsabilité des journalistes. » (Gauthier, 1991, p.108). Le recours à l'objectivité obligerait les journalistes à adopter une posture sociale de désengagement qui les rendrait étrangers aux conséquences de leur couverture : « *objective reporting has denied journalists their citizenship; as disinterested observers, as impartial reporters, journalists are expected to be morally disengaged and politically inactive.* » (Glasser, 1984, p.15, cité par Gauthier 1991, p.101).

6) *Idéologique* : L'objectivité doit être dénoncée « comme un instrument de mystification utilisé par les pouvoirs dominants. » (Gauthier, 1991, p.108). Gauthier place dans cette catégorie les tenants de l'École de Francfort. Cette critique de l'objectivité journalistique opérerait un « renversement de la conception de l'objectivité : non seulement sa prétendue neutralité serait-elle un leurre, mais elle contribuerait activement, précisément sous le couvert de ce dégageant, au maintien d'un état de fait très particulier, le *statu quo* présent. » (Gauthier, 1991, p.103).

Tableau 4.1 — Les mises en cause de l’objectivité journalistique selon Gauthier

Mise en cause ÉPISTÉMOLOGIQUE : L’objectivité journalistique est impossible parce qu’on ne peut avoir une connaissance pleine et entière de la réalité.
Mise en cause ONTOLOGIQUE : L’objectivité journalistique est impossible parce que la réalité n’existe pas.
Mise en cause PSYCHOLOGIQUE : L’objectivité journalistique est impossible parce que les journalistes appréhendent toujours la réalité en fonction de leur subjectivité.
Mise en cause PRAGMATIQUE : L’objectivité journalistique ne consiste en fait qu’en une série de procédures relatives à la production de l’information.
Mise en cause ÉTHIQUE : L’objectivité journalistique n’est pas une norme souhaitable parce qu’elle a pour conséquences d’occulter la responsabilité des journalistes.
Mise en cause IDÉOLOGIQUE : L’objectivité doit être dénoncée comme un instrument de mystification utilisé par les pouvoirs dominants.

Source : Gauthier, 1991, p.108

Dans sa défense de l’objectivité positiviste, l’auteur tire la conclusion qu’aucune de ces mises en cause de l’objectivité ne s’avère « convaincante sur le plan scientifique. » (Gauthier, 1991, p.108). La difficulté de l’objectivité journalistique est double, dit-il, c’est « un problème de définition et un problème de connaissance. » (Gauthier, 1991, p.111). Pour Gauthier, l’objectivité journalistique devrait être envisagée de la même façon que l’objectivité en science ; le journalisme doit pouvoir rendre compte de l’actualité « de façon tout aussi factuelle que la science. » (Gauthier, 1991, p.111).

Nous avons vu que cette approche positiviste entre en contradiction avec le système de référence constructiviste. Comment alors concilier l’objectivité journalistique avec la grande tradition constructiviste héritée d’Emmanuel Kant et développée notamment par Piaget, Bachelard ou Edgar Morin ? Mais c’est ici un tout autre débat qui s’ouvre, celui de l’objectivité dans les sciences humaines.

4.4 LES CONCEPTIONS DE L'OBJECTIVITÉ

4.4.1 L'objectivité comme rituel stratégique

La sociologue Gaye Tuchman (1972) définit l'objectivité journalistique comme un rituel stratégique qu'utilisent les médias et les journalistes pour éviter les erreurs, les blâmes et les poursuites. Il s'agit d'une mise en cause pragmatique selon la classification de Gauthier. On pourrait assimiler cette conception de l'objectivité journalistique à une sorte de système de défense fondé sur un certain nombre de procédures routinières. Tuchman identifie quatre de ces procédures comme étant stratégiques parce qu'elles présentent les caractéristiques formelles d'une nouvelle. (Voir tableau 4.2.) En les respectant, le journaliste peut se défendre d'éventuelles critiques en affirmant qu'il a été objectif. Il lui faut d'abord présenter ce que Tuchman appelle les « *conflicting possibilities* », des points de vue opposés ou contradictoires. Dans un texte fameux publié dans *The American Journal of Sociology* (1972), Tuchman écrit qu'un sénateur démocrate déclare que les États-Unis accusent un retard face à l'URSS dans la course aux missiles. Le reporter n'a évidemment pas le temps de fouiller tout le dossier pour vérifier si cette allégation est vraie avant l'heure de tombée. Le fait qu'il va publier deviendra donc : le sénateur Untel a déclaré « X ». Mais pour ne pas être accusé de manquer d'objectivité, le journaliste demandera au Secrétaire à la défense, un républicain, si la déclaration du sénateur est exacte. Si le Secrétaire lui répond que c'est faux, le journaliste qui n'a toujours pas le temps de fouiller ce dossier particulièrement complexe pour trouver la vérité publiera que le Secrétaire à la Défense a déclaré « Y ». Le journaliste peut dire qu'il est objectif parce qu'il a présenté les deux versions de l'histoire, même s'il ne sait pas si les déclarations sont exactes ou fausses.

Tuchman poursuit sa démonstration en multipliant les intervenants : le dirigeant d'un mouvement pacifiste, le président d'un comité de la Chambre et le porte-parole de la Maison Blanche interviennent à leur tour ; si bien que le journaliste aura publié en quelques jours, cinq déclarations qui prétendent toutes être des énoncés de vérité sans jamais savoir ni permettre au public de savoir s'il est exact que les États-Unis accusent

un retard ou non sur l'URSS dans la course aux missiles. Dans la démonstration de Tuchman, la vérité s'efface au profit du rituel de neutralité objective.

La deuxième procédure consiste à accumuler des faits qui soutiennent un énoncé de vérité. Tuchman parle de faits qui sont « *commonly accepted as truth* ». (Tuchman, 1972, p.667). Il s'agit de faits qui viennent corroborer la première information mentionnée.

Le troisième procédé auquel ont recours les journalistes pour valider leur objectivité est l'utilisation de citations. Faire état de l'opinion des autres est une façon de soutenir l'évidence, constate Tuchman, mais aussi « un moyen par lequel les journalistes se donnent la conviction de ne pas être partie prenante à l'histoire et de laisser parler les faits » [notre traduction] (Tuchman, 1972, p.668). Mais, prévient la sociologue, cela permet aussi au journaliste de faire dire par d'autres ce qu'il pense lui-même.

La quatrième procédure mentionnée par Tuchman consiste à structurer l'information en séquences, c'est la technique de la pyramide inversée suivant laquelle les faits les plus importants sont présentés en premier et les faits de moindre importance dans les paragraphes suivants. La structure d'un récit est fondamentalement assez proche en presse électronique, mais elle fera appel à des procédés narratifs empruntés au langage cinématographique. C'est ici que le reporter doit faire appel à son « *news judgment* », son sens éditorial pour discerner objectivement les faits importants de ceux qui le sont moins. Il s'appuie généralement sur la formule des cinq « W » (*who, what, when, where, why, how*) pour déterminer les choses les plus substantielles. « *If the newsman can claim he has led with the 'most material things', he can claim he has been 'objective'.* » (Tuchman, 1972, p.670).

Les observations et l'analyse de Tuchman mettent en évidence le fait que la construction de l'objectivité dans le travail journalistique s'appuie sur des procédures routinières.

On peut y voir un effort du journalisme vers une forme de positivisme qui donnerait à l'œuvre journalistique les apparences du réel, en vertu de quoi le journaliste réussirait

à éviter les erreurs et à esquiver les critiques de son patron, de ses collègues et du public en pouvant faire la preuve de son objectivité.

Mais Tuchman prend soin de préciser que « si ces procédures fournissent l'évidence d'une tentative d'atteindre à l'objectivité, on ne peut pas dire qu'elles produisent de l'objectivité » [notre traduction] (Tuchman, 1972, p.676). L'idée de l'objectivité comme rituel stratégique nous amène à examiner le discours journalistique lui-même et la façon dont les journalistes produisent leurs récits.²

Tableau 4.2 — L'objectivité comme rituel stratégique selon Tuchman

<p>Procédés par lesquels les journalistes et les médias se disent objectifs afin d'éviter les erreurs et les blâmes. (Voir Tuchman, 1972).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Presentation of conflicting possibilities.</i> • <i>Supporting evidence, Corroborations</i> • <i>Quotations.</i> • <i>Structuring information in an appropriate sequence.</i> 	<p>Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté des points de vue opposés.</p> <p>Permet au journaliste de se dire objectif en ayant renforcé le propos.</p> <p>Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté l'opinion des autres et non la sienne.</p> <p>Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté dans l'ordre les faits les plus importants</p>
--	---	---

4.4.2 L'invention de l'objectivité journalistique

Pour Chalaby, le reportage objectif est essentiellement une pratique discursive centrée sur des faits, séparés des opinions et des émotions, et qui implique que les journalistes « *do not reveal their feelings and do not let their subjectivity come to the surface of the text.* » (Chalaby, 1998, p.128-129). Il faut remonter à l'invention du journalisme — une invention anglo-américaine nous dit Chalaby — pour comprendre la genèse de l'objectivité journalistique et les attentes des citoyens à son endroit.

² Dans cette recherche, nous entendons l'expression « discours journalistique », comme étant la production journalistique à proprement parler, par exemple un reportage ou un article, mais aussi le contenu informatif d'un bulletin de nouvelles, d'un journal ou d'un site Internet. Il ne s'agit donc pas de l'ensemble du discours médiatique entendu au sens large dans une société donnée, ni du discours du journalisme sur lui-même.

4.4.2.1 *Le Royaume-Uni*

Le chercheur a apporté des éléments de réponse en s'intéressant aux fondements de l'évolution de la presse anglo-saxonne vers le milieu du XIX^e siècle. La levée des *stamps* obligatoires (taxe à la publication) en 1855 en Angleterre a libéré les prix des journaux et permis à l'industrialisation et aux lois de la concurrence de modifier structurellement la presse britannique qui, jusque-là, avait une circulation de moindre importance et était surtout caractérisée par l'adhésion à différents courants politiques, et la publication d'opinions s'y référant. Le développement considérable de la presse anglaise, jusque vers 1920, correspond à la phase de développement du capitalisme (*age of capital*) marquée par l'afflux massif de capitaux dans le champ journalistique. La valeur d'échange de la production discursive des journaux (les nouvelles) devint progressivement plus importante que sa valeur d'usage. « *Progressively, the discourse of the press became informed by economic-oriented practices and the exchange value of this discursive production became more important than its use value.* » (Chalaby, 1998, p.67.) Les pressions de la concurrence ont fait en sorte que le discours de la presse s'est modifié en s'éloignant de plus en plus des courants politiques et des partis auxquels les journaux avaient été traditionnellement associés, pour se concentrer sur les faits plutôt que les opinions et publier davantage de faits divers, de nouvelles sportives, de sujets « *human interest* », des illustrations et des photos, autant d'éléments de nouvelles qui avaient pour but de captiver l'intérêt d'un plus grand nombre de lecteurs et d'augmenter les ventes. Cela exigeait que les journaux deviennent objectifs et neutres de sorte à n'indisposer personne, sinon le moins de lecteurs possible. « *The norms of neutrality and impartiality emerged with the policy of non-alignment towards political parties that newspapers began to follow in the course of the 19th century.* » (Chalaby, 1998, p.131). Le travail de Chalaby met en lien le développement de l'objectivité comme norme du discours journalistique avec le développement économique d'une presse qui s'est, en quelque sorte, dépolitisée et *neutralisée* en se soumettant aux lois du marché dans le but de rejoindre un nombre

toujours plus grand de lecteurs. Ce qui fait dire à Chalaby que le journalisme est non seulement une création du capitalisme et de l'économie de marché, mais encore que : « *journalism is the narrative form capitalism took to become a historical force.* » (Chalaby, 1998, p.76).

4.4.2.2 *Les États-Unis*

Aux États-Unis, le journalisme connaît un développement économique semblable même si certains auteurs comme Schudson remettent en question la séparation de la presse et du politique. Au contraire, la partisanerie politique aurait été encore bien présente dans la presse américaine de l'époque : « *objectivity was far from an established practice or ideal in the 1890s* ». (Schudson, 2001, p.156). On assiste vers la fin du XIX^e siècle à l'explosion d'un journalisme populaire fondé sur le sensationnalisme, les crimes et les scandales de toutes sortes, c'était l'époque de la presse jaune.

« *These were the years of Randolph Hearst, Joseph Pulitzer, and 'yellow journalism'. Yet even the Lords of the Yellow Press sought to assure their readers that they could believe what they read, even if the pledge was not always honored [...] Pulitzer's World operated under the motto 'Accuracy, Accuracy, Accuracy' and was more reliable than is usually credited* » (Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 52).

En 1913, Ralph Pulitzer, le fils de Joseph Pulitzer crée pour le journal *The New York World* un *Bureau of Accuracy and Fair Play* dans le but de se distinguer de la presse jaune et assurer ses lecteurs que ce qu'ils lisaient était exact. Ce sera le premier ombudsman de la presse américaine ; une tentative de garantie morale destinée à entretenir la confiance du public envers un certain type de journalisme se réclamant d'une écriture factuelle et véridique (*truthful*) (Kovach & Rosenstiel, 2014, p.52).

C'est au cours des années 1920 que la presse étatsunienne s'est dotée véritablement de normes déontologiques formelles. Schudson (2001) rapporte que l'American Society of Newspaper Editors fondée en 1922 a adopté lors de sa première convention un code d'éthique qui mentionnait comme valeurs du journalisme la franchise, la véracité, l'exactitude et l'impartialité. L'objectivité prenait alors la forme d'une norme de travail, une procédure industrielle (*industrial discipline*) qui engageait chaque journaliste vis-à-vis de son rédacteur en chef et de son lectorat à dire la vérité et à rapporter les faits avec exactitude et neutralité.

4.4.2.3 *La France*

En France, même si le journalisme de l'Hexagone reste davantage teinté de littérature et d'engagement politique, on assiste au développement de la presse dans des conditions économiques comparables. (Ferenczi, 1996). Dans la deuxième moitié du XIX^e siècle, c'est « l'apogée de la presse française » marquant « une véritable mutation de la nature des journaux ». *Le Petit Journal* (1863), *Le Petit Parisien* (1876), *Le Matin* (1885) et *Le Journal* (1892) occupent l'espace public. « Le journalisme moderne [...] développe également la presse à sensation, avide d'événements spectaculaires et d'affaires scandaleuses. » (Ferenczi, 1996, p.36). Le journal *Le Matin* (1884) prend exemple sur le modèle anglo-saxon ; pas d'opinion politique affichée, des informations « télégraphiques, universelles et vraies. » (Ferenczi, 1996, p.37). Les littéraires et les politiques crient au scandale et dénoncent une « américanisation » de la presse. *Le Matin* tire à 100,000 exemplaires en 1900 et à un million d'exemplaires en 1914.

4.4.3 **L'objectivité comme norme discursive**³

³ Entendu comme les règles ou lignes directrices qui guident et encadrent la production de discours journalistiques (reportages).

Ce que l'on peut retenir des travaux de Chalaby, Schudson, Ferenczy, Kovach et Rosenstiel entre autres, c'est l'apparition vers le milieu du XIX^e siècle dans la presse, d'une manière d'écrire et de présenter le réel qui s'efforce de respecter certaines normes discursives fondées sur des principes tels que l'exactitude, l'honnêteté, la véracité, l'impartialité, en somme, la capacité pour le reporter de faire la distinction entre la réalité dont il rend compte et ses propres mouvements subjectifs. Cette pratique discursive que l'on qualifiera d'objective, Everette E. Dennis la décrit ainsi :

« Sometimes we forget that objectivity is merely a method and style of presenting information. Its defenders, who led the press out of a sorry period of partisan sensationalism in the 1920s, said it had three principal characteristics, namely 1) separating fact from opinion. 2) presenting an emotionally detached view of the news. 3) Striving for fairness and balance, giving both sides an opportunity to reply in a way that provides full information to the audience. »
(Dennis, 1984, p.111)

Chalaby (1998) a classé ces normes qui guident le travail des journalistes en deux grandes catégories qu'il appelle des « *clusters* ». (Voir tableau 4.3). Le premier de ces ensembles comprend quatre normes : la neutralité (*neutrality*), l'impartialité (*impartiality*), l'équilibre (*balance*) et l'honnêteté (*fairness*). L'auteur y ajoute une autre norme, celle du non-engagement dans la sphère publique. Chalaby utilise le terme « *retraitism* » pour parler du devoir de réserve que doit observer le journaliste dans sa société ; pas d'engagement politique ou social qui peut l'associer à une cause et nuire ainsi à sa réputation d'objectivité. Cette notion s'apparente au devoir de réserve des juges. Le deuxième ensemble se réfère plus directement aux exigences de production du travail journalistique. Ce sont ces normes qui ont « grandement contribué à faire du journalisme un type de discours particulier » [notre traduction] (Chalaby, 1998, p.130). La notion de discours fait ici référence aux productions journalistiques, reportages, articles de presse. Par extension, on peut considérer que ces règles concernent non

seulement le travail journalistique dans son ensemble, mais aussi chacun des reportages d'information.

Tableau 4.3 — L'objectivité comme norme discursive selon Chalaby

<p>Le journaliste face à l'événement, à la société et à son travail. (Inspiré de Chalaby, 1998).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Attitude du journaliste devant l'événement. (<i>Cluster 1</i>) • Attitude du journaliste dans la production (rédaction) de son compte-rendu de la réalité. (<i>Cluster 2</i>) • Comportement du journaliste face à la sphère publique et sa société. Observable dans son comportement social. 	<p>Neutralité Impartialité Équilibre Honnêteté</p> <p>Véracité. Respect des faits Exactitude Complétude</p> <p>« <i>Retraitism</i> ». Non-engagement social. Non-engagement politique.</p>
--	---	--

Les normes dont il s'agit sont la véracité (*truthfulness*), le respect des faits (*factuality*), la précision (*accuracy*) et la complétude (*completeness*). L'objectivité peut donc être définie comme le respect de ces normes par les journalistes dans leur rapport à l'événement, à la société et à leur production. L'objectivité est aux yeux de Chalaby, un idéal à atteindre que poursuivent « sincèrement » beaucoup de journalistes. Pour le journalisme tel qu'il se pratique généralement dans les sociétés démocratiques avancées, la quête de l'objectivité se résumerait donc depuis le milieu du XIX^e siècle à choisir les faits les plus représentatifs du réel observé, à ne pas y mêler ses opinions personnelles et à présenter les deux côtés de la médaille (*both sides*). Delforce parle de cette posture journalistique, comme étant celle de « l'observateur/témoin, neutre, impartial, sans parti-pris ni a priori, qui s'efforce d'atteindre à l'objectivité ou qui doit être, à tout le moins, honnête. » (Delforce, 1996, p.23).

4.4.4 L'objectivité comme partie d'un contrat social

L'objectivité journalistique est aussi une revendication face au public, une façon de solliciter sa confiance dans le cadre de ce que Bernier nomme un « contrat » entre le

journalisme et la société. Ce contrat serait en quelque sorte « le prolongement naturel de la liberté d'expression et des vertus démocratiques qui y sont associées. » (Bernier, 2014, p.11). Le journalisme a un rôle social qui est de « donner du sens ». Delforce (1996). C'est même là l'essentiel de son activité, son résultat. Delforce (1996) précise qu'il n'appartient pas au journaliste d'en décider puisque « donner du sens au monde qui l'entoure [...] c'est le résultat incontournable de l'activité d'informer » (Delforce, 1996, p.18). Dans leur ouvrage *The Elements of Journalism*, Bill Kovach et Tom Rosenstiel (2014) définissent le journalisme comme le « système » que se donne une société pour permettre la libre circulation d'une information « *independent, reliable, accurate, and comprehensive [...] that citizens require to make sense of the world around them* » (Kovach & Rosenstiel, 2014, p.4). Ils rappellent que le journalisme a survécu à de nombreux changements aussi bien technologiques, médiatiques que réglementaires allant de l'invention de la radio à celle de la télévision en passant par la dérèglementation des médias électroniques aux États-Unis dans les années 80. Les nouvelles permettent ce qu'ils appellent « *the social flow of information* » (Kovach & Rosenstiel, 2014, p.2). Le journalisme a survécu à ces changements, disent les auteurs, parce qu'il fournit l'information essentielle à la culture démocratique. « *A journalism that provides something other than that subverts democratic culture* » (Kovach & Rosenstiel, 2014, p.4). Le rôle social du journalisme serait donc de faciliter la libre circulation raisonnée des faits et des idées dans la sphère publique de sorte que les citoyens, une fois informés, sont en mesure de prendre des décisions éclairées.

On peut dire comme le fait Bernier (2014) que c'est de la « reconnaissance sociale » de ce rôle et de cette utilité, que le journalisme tire sa légitimité. (Bernier, 2014, p.15). Cette légitimité est donc une « forme de contrat social » par lequel le journaliste deviendrait le « représentant » de la population. Idée que partage l'universitaire américain Everette E. Dennis pour qui les journalistes agissent comme substituts du peuple :

« The press is the surrogate of the people in our society—it represents them as their eyes and ears—and it has an obligation to present intelligent and understandable reports that give a reasonably representative picture of society. » (Dennis, 1984, p.118).

Bernier ajoute qu'à titre de « représentants » du peuple — même s'ils ne sont pas élus — les journalistes ont l'obligation de demander des comptes aux détenteurs de pouvoirs sur leurs actions et leurs choix. C'est en quelque sorte la fonction de « quatrième pouvoir » ou de « chien de garde » dont se réclame le journalisme ; le terme est repris en toutes lettres dans le code de déontologie de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ, 2010). Il faut toutefois noter que ces concepts de « chien de garde » et de « quatrième pouvoir » attribués à l'ensemble des médias sont critiqués par certains auteurs, dont Merrill qui y voit davantage une revendication mythologique de la presse qu'un état de fait :

« It is true that portion of the press—as exemplified by a handful of media in the 1973 Watergate scandal or the earlier 'Pentagon Papers' disclosure—may very well be a check on government, but the concept of the whole press as being a 'fourth branch of government' is a fine-sounding myth. » (Merril, 1990, p.113)

Malgré ces critiques, c'est peut-être la fonction journalistique que la majeure partie de la population considère comme socialement et politiquement primordiale. Dans une enquête parue en septembre 2018, le Pew Research Center indiquait que 65 % des Américains soutiennent ce rôle de « chien de garde » (*watchdog*) de la presse pour empêcher les leaders politiques de « faire ce qu'ils ne doivent pas faire ». Cette proportion diminue chaque année cependant depuis 2016. Le rôle de quatrième pouvoir que revendique la presse aurait vocation de contrepoids, aux yeux de la population, face à l'exécutif, au judiciaire et au législatif, mais également face à toute autre forme

de pouvoir. La légitimité dont jouit le journalisme dans la société est « étroitement liée à la crédibilité des individus que sont les journalistes » (Bernier, 2014, p.31) et cette crédibilité est elle-même tributaire de l'objectivité de l'information qu'ils produisent en respectant des « normes professionnelles reconnues ». L'objectivité journalistique apparaît donc ici comme la clé de voute de l'édifice contractuel, la condition de représentativité des journalistes comme substituts du peuple.

Pour Merrill, cette fonction sociale de la presse et l'objectivité journalistique sont inséparables de l'idée de liberté. Cette liberté doit s'incarner dans la personne même du journaliste reporter : « La liberté journalistique individualise (concrétise au niveau individuel) la liberté de presse. » (Merril, 1986, p.212). Merrill place la liberté rédactionnelle de l'*individu journaliste* sur le même pied que la liberté de la presse à l'échelle de la société. Ce qu'il redoute par-dessus tout, c'est la professionnalisation du journalisme « Au fur et à mesure que le journalisme se professionnaliserait [...] il deviendrait plus conformiste, plus monolithique [...] il exclurait les originaux, il deviendrait moins innovateur, moins courageux, moins intéressant, moins pluraliste — et même aussi, moins soucieux de sa propre liberté ». (Merril, 1986, p.214).

On pourrait croire avec Merrill que cette idée de la liberté (d'action et de pensée) est en quelque sorte constitutive de la démarche de l'individu journaliste, du reporter sur le terrain. C'est peut-être ici que l'adhésion du public au concept d'objectivité, même s'il est souvent contesté, prend toute sa dimension.

Pour honorer sa part du contrat, le journaliste doit, aux yeux du public, non seulement adopter une démarche qui respecte sa déontologie, mais il doit également assumer pleinement sa propre liberté ; il doit être libre d'agir, mais également de manière indépendante, libre de toute influence indue. Le contrat social « reconnaît un espace de liberté aux journalistes ; espace en partie délimité par les lois, mais largement laissé au jugement des journalistes. » (Bernier, 2014, p.10). On peut comprendre qu'en échange de cette liberté contractuelle tacite, le public s'attend à ce que le journaliste respecte

ses règles déontologiques pour produire une information objective laquelle devient alors la condition première de sa crédibilité. (Bernier, 2014, p.31).

Tableau 4.4 — L’objectivité comme partie d’un contrat social

<p>L’objectivité apparaît comme condition du contrat social tacite entre les journalistes et les citoyens : l’objectivité rendrait le travail journalistique crédible, permettrait de représenter le peuple et d’obtenir sa confiance. (Voir Bernier, 2014 ; Dennis, 1984).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Condition de crédibilité.</i> • <i>Condition de représentation du peuple.</i> • <i>Condition de la confiance du public.</i> 	<p>Objectivité comme assurance de la qualité du travail des journalistes en démocratie et de leur indépendance.</p> <p>Objectivité comme assurance face au rôle de chien de garde (quatrième pouvoir).</p> <p>Objectivité comme assurance de l’engagement moral du journaliste envers la vérité. Respect des normes déontologiques.</p>
---	--	---

4.4.5 L’objectivité, mythe ou idéal ?

L’objectivité est-elle un idéal professionnel à atteindre ou un mythe impossible ? Nous avons vu que ce concept fait l’objet de multiples mises en cause (Gauthier, 1991), qu’il peut être défini comme une stratégie médiatique et journalistique (Tuchman, 1972) ou encore qu’il peut représenter un certain nombre de règles discursives le qualifiant (Chalaby 1998), mais au-delà de ces définitions, la question reste posée, l’objectivité est-elle possible ?

La discussion que proposent John C. Merrill et Everett E. Dennis sur l’objectivité journalistique (Merrill & Dennis, 1984, pp.104-119) illustre bien la différence de perspective entre ceux qui croient que l’objectivité est réalisable et essentielle au journalisme et ceux qui la jugent irréaliste et impossible.

4.4.5.1 *Le mythe*

Merrill soutient que l’objectivité journalistique est impossible, que c’est un mythe. Décrire la totalité de la réalité d’un événement serait du journalisme objectif, mais

aucun journaliste ne peut y arriver parce qu'aucun journaliste ne peut connaître toute la vérité :

« The objective report would in effect, match reality; it would tell the truth, the whole truth, and nothing but the truth. Where do we find this kind of reporting? No reporter knows the truth, no reporter can write a story which can match reality, for as general semanticists point out, 'The map is not the territory'. » (Merril, 1984, p.104)

Cette critique est d'ordre épistémologique selon les catégories de Gauthier (1991). Elle se fonde sur une vision transcendantale de l'objectivité au sens kantien, comme un idéal existant *a priori* en dehors de toute expérience pragmatique. Les journalistes seraient ainsi condamnés à tenter d'essayer de décrire un territoire en ne produisant que des cartes. L'ensemble de la réalité leur étant inaccessible, les journalistes sont obligés de faire des choix, de ne montrer que certains aspects du réel. Ils décident de retenir tel ou tel élément de la réalité qu'ils couvrent, tel extrait d'entrevue plutôt que tel autre, ils « paraphrasent », deviennent des « *translators* ». On retrouve cette idée du découpage du réel chez Chalaby. Les journalistes construisent et présentent ainsi un monde constitué uniquement de fragments de la réalité et non, objectivement de la totalité du réel, ce que Chalaby nomme leur « domaine du savoir » (*realm of knowledge*) :

« Newspapers only print a fraction of the daily information they receive. The difference between the input and the output is determined by the process of news selection, strongly influenced, as the gap between the popular and quality press certifies, by journalists' knowledge and intuition of their average reader's preferences, interests, reading skills and intellectual abilities. During this process the editorial staff define what may be called the realm of knowledge for their readers, that is, the fraction of information and the type of knowledge that they believe will be within their readers' reach. » (Chalaby, 1998, p.190).

D'autre part, dans cet exercice de découpage de la réalité, les journalistes sont aussi tributaires de leur propre subjectivité et des multiples conditionnements qu'ils ont reçus. Ce sont autant de facteurs qui rendent l'objectivité impossible. (Merril, 1984, p.105).

4.4.5.2 *L'idéal*

À l'opposé du mythe, Schudson voit dans l'objectivité journalistique un idéal moral, une sorte de mission du journalisme, qui se serait vraiment consolidé dans la presse américaine après la Première Guerre. « *At this point—the 1920s—the objectivity norm became a fully formulated occupational ideal, part of a professional project or mission.* » (Schudson, 2001, p.163).

Everette E. Dennis juge ironique la remise en question de l'objectivité écrivant qu'un tel débat aurait été qualifié d'hérésie dans les années 1960. À cette époque, les journalistes américains considéraient l'objectivité comme un idéal noble et l'une des « principales gloires » de la presse. Dennis explique que l'apparition de nouveaux styles de journalisme dans les années 1970 a bouleversé le concept d'objectivité. Le *New Journalism*, le journalisme de combat, le journalisme d'enquête, le journalisme de service et le *Precision Journalism* (inspiré des sciences sociales) ont revendiqué une approche plus subjective de la réalité. Ces différents genres ont enrichi le journalisme américain, convient Dennis, mais le concept d'objectivité a droit à une seconde chance et doit être réhabilité : « *It is time once again to look carefully at objectivity before abandoning it altogether.* » (Dennis, 1984, p.113).

La discussion entre mythe et idéal semble tourner en rond. Ni Dennis ni Merrill ne remettent en question le principe même de l'objectivité, c'est l'interprétation du concept qui les distingue. L'approche de Dennis est pragmatique et s'accommode d'un certain relativisme :

« *Objectivity in journalism or sciences does not mean that all decisions do not have underlying values, only that within the 'rules of the games' a systematic attempt is made to achieve an impartial report.* » (Dennis, 1984, p.118).

De son côté, Merrill reste campé dans une posture idéaliste. Pour lui, l'objectivité doit être « totale », c'est-à-dire que le compte rendu journalistique doit présenter l'ensemble de la réalité, chose qu'il confie ironiquement ne pas avoir encore trouvée dans la presse :

« *When I find a journalist who gives the whole truth and nothing but the truth, I will capitulate and admit that after all, there really is journalistic objectivity.* » (Merril, 1984, p.110).

Tableau 4.5 — L'objectivité comme mythe ou idéal

	Comme idéal	
L'objectivité journalistique peut être perçue comme un idéal à atteindre. (Voir Schudson, 1978a, 2001b, 2009c ; Dennis, 1984 ; Bernier, 2014 ; Gauthier, 1991)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Idéal moral</i> comme engagement du journaliste envers la vérité. • <i>Idéal social</i> comme garantie de la qualité du travail journalistique pour le public. • <i>Idéal déontologique</i> pour permettre aux citoyens de « mieux connaître et de mieux comprendre le monde dans lequel ils vivent ». (FPJQ, 2010) 	Adhésion du journaliste à la notion d'objectivité comme idéal professionnel.
	Comme mythe	
L'objectivité journalistique peut être perçue comme un mythe impossible. (Voir Merrill, 1984a, 1986b, 1990c ; Gauthier, 1991).	<ul style="list-style-type: none"> • Mythe à cause de la subjectivité des journalistes. • Mythe à cause de l'impossibilité de rendre compte adéquatement de la totalité du réel. • Mythe à cause des conditions économiques de production. (Propriété des médias, entraves à la liberté des journalistes, professionnalisation du journalisme, concurrence, etc.) 	Le journaliste considère l'objectivité comme un mythe.

4.5 UN CONCEPT AUX MULTIPLES VISAGES

Si le concept d'objectivité semble indissociable du journalisme et de l'idée que s'en font les citoyens, nous avons vu qu'il prend différents visages. Les conceptions de l'objectivité sont définies de diverses façons suivant les auteurs.

Nous retenons pour les fins de cette recherche que l'objectivité peut être un idéal à atteindre (Schudson, 2001 ; Dennis, 1984), un mythe impossible (Merril, 1984 ; Gauthier, 1991), une norme discursive (Chalaby, 1996), un rituel stratégique (Tuchman, 1972) ou encore la clé de voute d'un contrat tacite entre les citoyens et les journalistes (Bernier, 2014).

Nous avons choisi de synthétiser ces variations en un tableau qui nous donne une vue d'ensemble des conceptions de l'objectivité journalistique (voir tableau 4.6). C'est un point de départ à partir duquel nous pouvons explorer plus concrètement l'opérationnalisation que font les journalistes de ce concept dans leur production journalière, en plus d'examiner avec eux la nature de la frontière qui sépare le mythe de l'idéal, et le rôle qu'ils confèrent à la notion d'objectivité dans le cadre de leur pratique du journalisme dans une société démocratique.

Tableau 4.6 — Les conceptions de l'objectivité journalistique

	Comme norme discursive	
Le journaliste face à l'événement, à la société et à son travail. (Inspiré de Chalaby, 1998).	<ul style="list-style-type: none"> • Attitude du journaliste devant l'événement. (<i>Cluster 1</i>) • Attitude du journaliste dans la production (rédaction) de son compte-rendu de la réalité. (<i>Cluster 2</i>) • Comportement du journaliste face à la sphère publique et sa société. Observable dans son comportement social. 	Neutralité Impartialité Équilibre Honnêteté Véracité. Respect des faits Exactitude Complétude « <i>Retraitism</i> ». Non-engagement social. Non-engagement politique.

Comme rituel stratégique		
<p>Procédés par lesquels les journalistes et les médias se disent objectifs afin d'éviter les erreurs et les blâmes. (Voir Tuchman, 1972).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Presentation of conflicting possibilities.</i> • <i>Supporting evidence, Corroborations.</i> • <i>Quotations.</i> • <i>Structuring information in an appropriate sequence.</i> 	<p>Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté des points de vue opposés.</p> <p>Permet au journaliste de se dire objectif en ayant renforcé le propos.</p> <p>Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté l'opinion des autres et non la sienne.</p> <p>Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté dans un bon ordre les faits les plus importants.</p>
Comme idéal		
<p>L'objectivité journalistique peut être perçue comme un idéal à atteindre. (Voir Schudson, 1978a, 2001b, 2009c ; Dennis, 1984 ; Bernier, 2014 ; Gauthier, 1991)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Idéal moral</i> comme engagement du journaliste envers la vérité. • <i>Idéal social</i> comme garantie de la qualité du travail journalistique pour le public. • <i>Idéal déontologique</i> pour permettre aux citoyens de « mieux connaître et de mieux comprendre le monde dans lequel ils vivent ». (FPJQ, 2010) 	<p>Adhésion du journaliste à la notion d'objectivité comme idéal professionnel.</p>
Comme mythe		
<p>L'objectivité journalistique peut être perçue comme un mythe impossible et être remise en cause. (Voir Merrill, 1984a, 1986b, 1990c ; Gauthier, 1991).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mythe à cause de la subjectivité des journalistes. • Mythe à cause de l'impossibilité de rendre compte adéquatement de la totalité du réel. • Mythe à cause des conditions économiques de production. (Propriété des médias, entraves à la liberté des journalistes, professionnalisation du journalisme, concurrence, etc.) 	<p>Le journaliste considère l'objectivité comme un mythe.</p>
Comme contrat social		
<p>L'objectivité apparaît comme condition du contrat social tacite entre les journalistes et les citoyens : l'objectivité rendrait le travail journalistique crédible, permettrait de représenter le peuple et d'obtenir sa confiance. (Voir Bernier, 2014 ; Dennis, 1984).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Condition de crédibilité.</i> • <i>Condition de représentation du peuple.</i> • <i>Condition de la confiance du public.</i> 	<p>Objectivité comme assurance de la qualité du travail des journalistes en démocratie et de leur indépendance.</p> <p>Objectivité comme assurance face au rôle de chien de garde (quatrième pouvoir).</p> <p>Objectivité comme assurance de l'engagement moral du</p>

		journaliste envers la vérité. Respect des normes déontologiques.
--	--	--

Ainsi, dans le cas de l'objectivité comme norme discursive (Chalaby 1998), nous voyons s'afficher comme valeurs qualifiant le comportement des journalistes face à l'événement, les concepts de neutralité, d'impartialité, d'équilibre et d'honnêteté. Nous allons voir dans l'analyse des entrevues qu'il est tout à fait possible que la valeur d'honnêteté vienne en tête de liste parmi les qualités définissant les valeurs de remplacement de l'objectivité journalistique.

En ce qui concerne l'opérationnalisation que font les journalistes de leurs valeurs (objectivité ou valeurs de remplacement), la classification de Tuchman (1972) nous sera d'une aide précieuse puisqu'elle établit déjà quatre grands procédés qui constituent une opérationnalisation rituelle du travail journalistique.

D'autre part, la valeur d'objectivité comporte une dimension d'idéal moral en journalisme (Schudson, 2001 ; Amanpour, 2016 ; Bernier, 2014). Cet aspect nous conduira à traiter la notion d'objectivité à la lumière du rôle que lui fait jouer Bernier (2014) dans le contrat social tacite entre les journalistes et la population.

4.6 L'APPROCHE DÉDUCTIVE OU INDUCTIVE

On peut se demander pourquoi j'ai choisi comme point de départ une approche déductive plutôt qu'inductive. J'aurais pu tirer à partir des entrevues, un certain nombre de conclusions — et ce sera le cas —, mais il me fallait un point de départ et à la lecture des travaux des auteurs que je convoque dans ces pages, je constate que leurs différentes théorisations de l'objectivité journalistique correspondent tout à fait aux différentes facettes de mon expérience comme journaliste, non seulement la mienne, mais également celles des nombreux journalistes avec qui j'ai travaillé.

Les interviews valident dans une bonne mesure les éléments théoriques mentionnés, mais ils permettent également de les élargir, particulièrement, nous allons le voir, quand il est question du rôle de l'empathie et des émotions dans le travail journalistique.

CHAPITRE V

MÉTHODOLOGIE

5.1 L'APPROCHE QUALITATIVE

Dans un de ses cours au Collège de France, le juriste Alain Supiot évoque le pouvoir considérable de la pensée mathématique sur l'esprit humain :

« La fascination pour les nombres et leur pouvoir ordonnateur est ancienne, elle n'est pas propre aux cultures de l'Occident. L'attention portée à la valeur emblématique des nombres est l'un des traits saillants de la pensée chinoise et l'on sait tout ce que les mathématiques doivent à l'Inde et aux mondes arabe et persan. Mais c'est dans le monde occidental que les attentes à leur égard n'ont cessé de s'étendre : d'abord objets de contemplation, ils sont devenus des moyens de connaissance puis de prévision, avant d'être dotés d'une force proprement juridique avec la pratique contemporaine de la gouvernance par les nombres » (Supiot, 2015, p.29).

Cette fascination pour les nombres, bien qu'elle porte sa part d'éblouissement et d'aveuglement, permet à la science de faire des avancées considérables. Toutefois, dans le champ des sciences humaines et des communications, cette approche peut se

heurter, selon le sujet d'étude, à des réalités difficilement quantifiables sinon impossibles à mesurer ; se heurter en somme à l'humain avec tout ce que cela implique d'imprévisible et d'inconscient. Nous inscrivons la démarche de notre mémoire dans un cadre de recherche qualitative. Cette approche se caractérise par deux choses : « elle cherche à comprendre comment les acteurs pensent, parlent et agissent, et elle le fait en rapport avec un contexte ou une situation » (Dumez, 2011, p.48). Les « intentions » des acteurs et le récit qu'ils font de leurs expériences deviennent déterminants pour constituer un savoir duquel on pourra peut-être par induction tirer des propositions (Deslauriers & Kérisit, 1997, p.99). Il s'agit de comprendre quelle place occupe la notion d'objectivité dans l'esprit des journalistes, comment elle guide ou non leurs actions et comment sur le terrain, ils opérationnalisent cette valeur ou ses valeurs de remplacement. Comment ils « pensent, parlent et agissent » (Dumez, 2011, p.48.) Nous avons choisi, pour aborder ces questions, d'aller vers des journalistes d'expérience, de les écouter attentivement et avec ouverture, car « au cœur du projet de toute recherche qualitative réside la finalité de comprendre et de donner du sens à un phénomène étudié, et ce, à partir de l'expérience et des voix des participants à la recherche » (Savoie-Zajc, 2013, p.7.) Dans ce contexte, l'approche qualitative permet une exploration ouverte avec comme a priori que les détenteurs du savoir que l'on tente de découvrir sont les journalistes eux-mêmes. Leur pratique du métier et leurs expériences ont, au fil du temps, permis l'accumulation et la constitution d'une architecture de connaissances à partir de laquelle il est possible de tenter de formuler des réponses à nos questions de recherche, questions qui n'ont d'ailleurs pas valeur d'hypothèses, mais simplement de points de passage vers un certain nombre de possibilités qualifiables.

5.2 L'ENTRETIEN DE RECHERCHE

La finalité de notre recherche vise à comprendre de façon globale, comment les journalistes se positionnent face au concept d'objectivité. Pour la professeure Lorraine Savoie-Zajc « l'entrevue semi-dirigée consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le flux de l'entrevue dans

le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux sur lesquels il souhaite entendre le répondant, permettant ainsi de dégager une compréhension riche du phénomène à l'étude » (Savoie-Zajc, 2009, p.340). L'entretien de recherche qualitatif vise davantage la création de sens à partir des récits des personnes interviewées que la collecte de données, comme le ferait l'entretien de recherche quantitatif à l'aide d'un questionnaire précis et directif. Dans l'entretien de recherche qualitatif, il s'agit « d'avoir accès aux catégories culturelles et aux hypothèses à partir desquelles les personnes interviewées se représentent et construisent le monde » (Boutin, 1997, p.17).

Dans son ouvrage, *L'entretien de recherche qualitatif*, Boutin reprend à son compte la définition de Grawitz (2001, p.591) : « L'entretien de recherche est un procédé d'investigation scientifique, utilisant un processus de communication verbale, pour recueillir des informations, en relation avec le but fixé » (Boutin, 1997, p.24).

Cette forme « d'investigation scientifique » est pertinente et appropriée si elle remplit deux conditions selon Bonneville, Grosjean et Lagacé : « a) *Question liée à l'objet de recherche* : S'intéresse-t-on au sens que les personnes donnent à leurs expériences particulières? b) *Question liée à la finalité de l'étude* : Veut-on dégager une compréhension approfondie d'un phénomène ? » (2007, p.174). Dans le cas qui nous concerne, il est possible de répondre positivement à ces deux questions. Nous nous intéressons aux discours des journalistes sur leur propre travail, au sens qu'ils donnent de leur propre expérience de l'objectivité. C'est la parole des journalistes qui nous intéresse ici parce que c'est elle qui est porteuse de vérité sur l'opérationnalisation de leur travail.

Nous avons vu que l'objectivité journalistique est un concept qui peut prendre diverses significations (Tuchman, 1972 ; Chalaby, 1998 ; Bernier, 2014 ; Gauthier, 1991 ; Schudson, 2001 ; Merrill, 1984 ; Dennis, 1984). Est-ce que dans leur métier, les journalistes se sentent plus proches de l'une ou de l'autre de ces conceptions ? Existe-t-il une dominante ? Nous cherchons à « décrire et [...] comprendre » les pratiques de

travail des journalistes « à partir du sens que ces derniers donnent à la réalité » (Bonneville, Grosjean & Lagacé, 2007, p.164).

5.2.1 La grille d'entrevue

Le canevas d'entretien a été établi à partir des conceptions de l'objectivité que nous avons retenues pour cette recherche. (Voir tableau 4.6)

Le but était de connaître le point de vue des journalistes sur la valeur du concept d'objectivité (mythe ou idéal), sur l'importance sociale qu'ils accordent à l'objectivité, et de façon plus spécifique comment ils opérationnalisent cette notion ou ses valeurs de remplacement dans leur pratique professionnelle.

RÉSUMÉ DES QUESTIONS D'ENTREVUE

- ***L'objectivité : mythe ou idéal ?***
 Comment définissez-vous l'objectivité ?
 Quel a été votre premier contact avec ce concept ?
 Est-ce un idéal ou un mythe ?
 Faites-vous une différence entre recherche de la vérité et neutralité ?
- ***L'objectivité : une attitude, un comportement ?***
 Devant un événement, définiriez-vous votre attitude comme étant naturellement neutre ? Sinon quel comportement adoptez-vous ?
 Comment vous assurez-vous que votre compte-rendu de la réalité correspond aux faits ?
 Le journaliste doit-il être désengagé et neutre socialement parlant ? Pourquoi ?
- ***L'objectivité : une façon de travailler ?***
 Est-il essentiel de présenter les versions opposées d'une histoire ?
 Est-il essentiel de présenter plusieurs faits qui se corroborent ?
 A-t-on toujours besoin de deux sources ?
 Quelle importance accordez-vous aux citations ?
 Comment et pourquoi les choisissez-vous ?
 Comment structurez-vous votre reportage ?
 Comment décidez-vous de placer un élément avant un autre ?
- ***L'objectivité : un contrat social ?***

Quelle est l'importance de l'objectivité dans la confiance du public envers les médias ?

Quel rôle joue le journalisme en démocratie ?

À quelles conditions peut-il jouer ce rôle ?

Faites-vous une différence entre le rôle des journalistes et celui des médias ?

Avez-vous le sentiment de travailler pour le public ou pour votre employeur ?

5.3 LE CHOIX DES PARTICIPANTES ET DES PARTICIPANTS

La question de l'échantillonnage se pose immanquablement lorsque l'on aborde le sujet de l'entretien de recherche qualitatif. Autant l'échantillonnage probabiliste classique (statistique) vient spontanément à l'esprit dans l'approche quantitative, autant les possibilités d'échantillonnages restent variées et nombreuses dans l'approche qualitative lorsqu'il est question de « constituer le corpus empirique d'une recherche » (Pires, 1997). On se trouve alors confronté à la nécessité de choisir les personnes à interviewer et déterminer des critères de sélection.

J'ai d'abord retenu l'équilibre des genres comme premier critère allant de soi. J'ai ensuite voulu concentrer l'attention sur une fonction journalistique particulière : le reportage. Il m'apparaît à l'instar de Merrill, que « la liberté journalistique individualise (concrétise au niveau individuel) la liberté de presse » (Merrill, 1986, p.212). En d'autres termes, que c'est dans le reporter — dans l'individu journaliste — que s'incarne véritablement l'idée de liberté de presse. Journalistes et médias peuvent difficilement exister l'un sans l'autre (Charron & de Bonville, 2005), mais le métier de reporter, dont l'apparition remonte au début du XX^e siècle (Ferenczi, 1996) est celui qui permet la plus grande liberté d'action comparativement à celui du rédacteur, du responsable des affectations ou du chef de pupitre, considérant les fonctions traditionnelles d'une salle de rédaction. Chacun a bien sûr sa propre marge de liberté, mais sur le terrain, loin de sa rédaction, le reporter est libre, face à lui-même et à ses propres valeurs déontologiques.

J'ai choisi de rencontrer huit (8) reporters, quatre hommes et quatre femmes qui à un moment ou l'autre de leur carrière, ont été envoyé spécial ou correspondant. Le fait de se trouver à l'étranger en couverture de conflits ou de guerres est « un contexte de demande maximale d'information » (Charon & Mercier, 2004, p.7). Devant l'événement, le reporter doit faire preuve d'un instinct sûr dans l'opérationnalisation de ses valeurs déontologiques. Il n'a pas beaucoup de temps pour hésiter. Mon choix s'est porté sur des reporters de la télévision et de la radio et plus particulièrement des reporters du service public de Radio-Canada puisque de tous les médias francophones du Canada, c'est celui qui accorde la plus grande part de son information et de ses moyens aux reportages terrain à l'internationale. Ces reporters sont Akli Aït Abdallah, Jean-François Bélanger, Anyck Béraud, Sylvain Desjardins, Sophie Langlois, Chantal Lavigne, Joyce Napier et Raymond Saint-Pierre. Par souci de transparence, je dois préciser que j'ai eu l'occasion de travailler avec chacune et chacun d'entre eux. Je les connais et j'ai été à même d'apprécier la qualité de leur travail au fil des années.

Akli Aït Abdallah est reporter au magazine *Désautels le dimanche* à Ici Première, la radio de Radio-Canada. Il a travaillé comme journaliste dans son pays d'origine l'Algérie, avant de s'installer au Québec et poursuivre sa carrière de reporter. Il a été envoyé spécial pour Radio-Canada en Irak, en Afghanistan, en Cisjordanie, à Gaza, au Pakistan, en Lybie, en Syrie et en Égypte, notamment.

Au moment de la rédaction de ce mémoire, Jean-François Bélanger est correspondant de la télévision de Radio-Canada à Washington. Il a été précédemment en poste en Afrique, à Moscou et à Paris. Il a été envoyé spécial sur plusieurs zones de guerres, dont la Bosnie, Gaza, la Lybie et l'Afghanistan.

Anyck Béraud est correspondante de Radio-Canada en Chine au moment de la préparation de ce mémoire. Anyck a été précédemment correspondante pour la radio à Washington, à Jérusalem et à Paris. Elle a été envoyée spéciale sur différents terrains notamment en Afrique du Sud, à Gaza et au Liban.

Sylvain Desjardins est reporter au Téléjournal de Radio-Canada. Il a été correspondant à Paris et envoyé spécial en Afghanistan, au Kosovo, au Sri Lanka, au Darfour et en Tunisie notamment. Il a couvert la crise des migrants en 2015 avec son collègue Jean-François Bélanger.

Sophie Langlois est reporter au Téléjournal de Radio-Canada. Elle a été en poste à Washington et en Afrique comme correspondante et a couvert de nombreuses zones de conflits à titre d'envoyée spéciale notamment en Indonésie, en Égypte lors du Printemps arabe et dans plusieurs pays africains.

Chantal Lavigne est reporter à l'émission *Enquête* de Radio-Canada après avoir fait partie de l'équipe du magazine d'information internationale *Une Heure sur Terre* à la télévision de Radio-Canada. Elle était précédemment reporter à la radio. Elle a été envoyée spéciale en Inde, au Kazakhstan et en Somalie, notamment.

Joyce Napier est cheffe de bureau parlementaire à Ottawa pour CTV. Elle a été correspondante au Proche-Orient et à Washington pour Radio-Canada.

Raymond Saint-Pierre est le doyen du groupe. Il est aujourd'hui retraité de Radio-Canada où il a travaillé comme correspondant à Washington, à Londres, à Paris, à Pékin et à Moscou. Il a couvert de nombreux conflits comme envoyé spécial notamment au Rwanda, en Angola, en Irlande du Nord, en Afghanistan et au Liban. Il a aussi fait partie de l'équipe de reporters du magazine d'information internationale *Une Heure sur Terre* à la télévision de Radio-Canada. Avant de travailler à Radio-Canada, il a été directeur de l'information à CKAC-Télémedia.

5.4 LE CONTEXTE DES ENTRETIENS

Les entrevues se sont déroulées du printemps 2020 au début de l'été 2020. Elles devaient se tenir en face à face, mais compte tenu des circonstances imposées par la pandémie de COVID-19, les entretiens ont eu lieu par visioconférences individuelles au moyen d'une connexion ZOOM ou FaceTime.

Les entrevues ont été menées avec l'approbation du Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains de l'UQAM.

Toutes les entrevues se sont déroulées à visage découvert, aucun journaliste n'ayant requis l'anonymat. Les entretiens ont été autorisés sans droit de regard par la Directrice générale de l'information de Radio-Canada, Mme Luce Julien.

5.5 L'ANALYSE DES DONNÉES

« Au cœur du processus de toute recherche réside l'interprétation ou, pour le chercheur, le moment de se commettre face aux données recueillies et proposer du sens. » (Savoie-Zajc, 2013, p.20). L'étape de l'analyse des données consiste donc dans l'approche qualitative à donner du sens, à comprendre, ici, la place qu'occupe l'objectivité ou ses valeurs de remplacement dans l'éthique professionnelle des journalistes ; quelle définition ils en donnent et de quelles façons ils opérationnalisent concrètement ces notions dans leur travail. Cela se fait « en incluant la description et la narration, présentant les acteurs et leurs actions et interactions, leurs discours et interprétations, et la mise en évidence de mécanismes sous-jacents aux dynamiques et processus. » (Dumez, 2011, p.56). L'analyse comprend trois processus interreliés selon Wolcott (1994) cité par Savoie-Zajc & Anadon (2009). D'abord une description des données ; « comment les organiser le plus clairement possible pour faire ressortir les éléments de sens que les personnes ont évoqués dans leurs discours ? » (Wolcott, 1994 cité par Savoie-Zajc & Anadon, 2009 p.1) Deuxièmement, l'analyse proprement dite, l'objectif étant de « faire ressortir les convergences, les divergences, les fils conducteurs » entre ces données. (Wolcott, 1994 cité par Savoie-Zajc & Anadon, 2009, p.1). Et troisièmement l'interprétation, étape qui en appelle à la « créativité du chercheur », à son intuition. (Wolcott, 1994 cité par Savoie-Zajc & Anadon, 2009, p.1) L'analyse qualitative s'inscrit dans une logique inductive à partir des résultats des entretiens. Le sens naît par « saturation » du recoupement d'éléments communs dans les propos des personnes interviewées. C'est à partir de ces recoupements qu'il nous est possible de faire des propositions et de tirer des conclusions. (Bonneville, Grosjean & Lagacé, 2007, p.201).

Le tableau 4.6 *Les conceptions de l'objectivité* journalistique nous servira de référence et de guide pour analyser et organiser les réponses des journalistes en suivant les conceptions de l'objectivité journalistique que nous avons retenues : idéal (Schudson, 2001 ; Dennis, 1984), mythe (Merril, 1984 ; Gauthier, 1991), norme discursive (Chalaby, 1998), rituel stratégique (Tuchman, 1972) et conditions du contrat social entre les journalistes et la population (Bernier, 2014). Cette classification permet de mettre en relief les évidences, les recoupements et « les fils conducteurs » entre les propos des journalistes. Par saturation des données à partir de la classification des conceptions de l'objectivité, nous pourrions induire un certain nombre d'observations et mieux comprendre comment les journalistes eux-mêmes définissent et opérationnalisent la notion d'objectivité. Peut-être sera-t-il même possible d'aller au-delà de ces conceptions de l'objectivité journalistique et à partir des entrevues, tirer d'autres enseignements.

CHAPITRE VI

PRÉSENTATION ET ANALYSE DES ENTREVUES

6.1 TROIS AXES DE DISCUSSION

Pour réaliser le travail d'analyse des entrevues, il faut d'abord revenir aux questions de recherche posées dans ce mémoire :

- *Quelle place occupe l'objectivité dans l'éthique professionnelle des journalistes et quelle définition en donnent-ils ?*
- *De quelles façons opérationnalisent-ils concrètement cette notion dans leur travail ?*
- *Les journalistes remplacent-ils l'objectivité par d'autres valeurs ?*
- *De quelles façons opérationnalisent-ils concrètement ces autres valeurs dans leur travail ?*

Les entrevues ont été élaborées à partir de ces questions, mais également à partir des travaux des chercheurs qui ont inspiré ce mémoire.

Nous avons vu que cette notion de l'objectivité journalistique peut être conçue comme une norme discursive, c'est-à-dire non seulement une méthode d'écriture, mais encore une manière d'être, une attitude et un comportement du journaliste (Chalaby 1998) ; elle peut être considérée comme un rituel stratégique, c'est-à-dire un ensemble de pratiques qui protègent les journalistes et les médias contre leurs propres erreurs et les

blâmes (Tuchman 1972) ; elle peut encore être conçue comme un idéal ou un mythe quand on cherche à la définir (Gauthier 1991 ; Schudson, 1978a, 2001b, 2009c ; Dennis, 1984 ; Merrill, 1984a, 1986b, 1990c), et elle peut finalement, comme composante déontologique, être vue comme faisant partie d'un contrat social tacite liant le journaliste à son public (Bernier 2014).

Trois grands axes de discussion se dégagent des entrevues avec les journalistes. Ces lignes de force apparaissent naturellement à la suite de l'écoute des propos des interviewés. Elles recourent également les travaux des auteurs cités plus haut et les différentes conceptions de l'objectivité journalistique qu'ils ont développées.

Dans la première de ces discussions, on peut voir les journalistes tenter de définir le concept qui nous intéresse. L'objectivité journalistique est-elle un mythe, un idéal, peut-elle être remplacée par d'autres notions comme l'honnêteté, la transparence, la recherche de la vérité ? J'intitule ce premier axe de discussion : À LA RECHERCHE D'UNE DÉFINITION.

Le deuxième axe de discussion s'attarde à l'objectivité dans la fabrication proprement dite du récit journalistique, du compte-rendu d'un événement. Nous verrons ici que les journalistes connaissent les « stratégies » dont parle Tuchman (1972) et qu'ils les utilisent en les perfectionnant. Nous verrons d'autre part avec quelle attitude les journalistes abordent la réalité qu'ils couvrent. Quel est leur état d'esprit face au réel dont ils ont vocation à rendre compte ? Leur attitude correspond-elle aux normes discursives identifiées par Chalaby (1998) : équilibre, impartialité, honnêteté, neutralité, véracité, respect des faits, etc. Nous verrons que les journalistes identifient d'autres compétences qui les aident dans leur travail. J'intitule ce deuxième axe de discussion : L'OBJECTIVITÉ DANS LE REPORTAGE.

Le troisième axe de discussion concerne le rapport entre les journalistes et la société. Nous verrons, aux yeux des reporters interviewés, quel rôle joue l'objectivité

journalistique dans ce que Bernier (2014) appelle un contrat tacite entre la population et les journalistes. Pour les interviewés, les notions de confiance du public et de crédibilité vont de pair, et elles sont indissociables de l'objectivité journalistique. Les journalistes adoptent différentes stratégies pour préserver leur objectivité aux yeux du public, en particulier celle de s'astreindre à un devoir de réserve, le concept de « *retraitism* » dont parle Chalaby (1998). J'intitule ce troisième axe de discussion : LE JOURNALISTE OBJECTIF EN SOCIÉTÉ.

Les pages qui vont suivre sont un exercice de présentation et d'analyse des propos des journalistes. Au lieu de les paraphraser, je laisserai une très grande place aux commentaires des journalistes puisque je les considère détenteurs d'un savoir particulier sur leur métier, un savoir riche de leurs nombreuses années de pratique. Les méthodes de travail qu'ils se sont données avec le temps, les réflexes professionnels qu'ils ont développés en se confrontant à diverses situations parfois imprévisibles sont précieux si l'on veut connaître la place qu'occupe le concept d'objectivité dans leur esprit et les diverses façons qu'ils ont de l'opérationnaliser. Ce sont eux qui ont charge d'appliquer cette notion dans leur travail et en ce sens, c'est leur parole qui est porteuse de vérité, d'où l'importance de l'écouter.

Je m'efforcerai de rendre justice aux propos des reporters tout en observant avec le lecteur comment les journalistes tentent d'interpréter et de définir dans leurs mots ce concept majeur du journalisme, hérité de la croissance exponentielle de la presse écrite au XIX^e siècle (Chalaby, 1998 ; Schudson, 1978a, 2011b ; Ferenczi, 1996).

Pour mémoire, je reproduis ici le tableau récapitulatif des différentes conceptions de l'objectivité. (Tableau 4.6)

Tableau 4.6 — Les conceptions de l'objectivité journalistique

	Comme norme discursive	
Le journaliste face à l'événement, à la société et à son travail. (Inspiré de Chalaby, 1998).	<ul style="list-style-type: none"> • Attitude du journaliste devant l'événement. (<i>Cluster 1</i>) • Attitude du journaliste dans la production (rédaction) de son compte-rendu de la réalité. (<i>Cluster 2</i>) • Comportement du journaliste face à la sphère publique et sa société. Observable dans son comportement social. 	Neutralité Impartialité Équilibre Honnêteté Véracité. Respect des faits Exactitude Complétude « <i>Retraitism</i> ». Non-engagement social. Non-engagement politique.
	Comme rituel stratégique	
Procédés par lesquels les journalistes et les médias se disent objectifs afin d'éviter les erreurs et les blâmes. (Voir Tuchman, 1972).	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Presentation of conflicting possibilities.</i> • <i>Supporting evidence. Corroborations.</i> • <i>Quotations.</i> • <i>Structuring information in an appropriate sequence.</i> 	Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté des points de vue opposés. Permet au journaliste de se dire objectif en ayant renforcé le propos. Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté l'opinion des autres et non la sienne. Permet au journaliste de se dire objectif en ayant présenté dans un bon ordre les faits les plus importants.
	Comme idéal	
L'objectivité journalistique peut être perçue comme un idéal à atteindre. (Voir Schudson, 1978a, 2001b, 2009c ; Dennis, 1984 ; Bernier, 2014 ; Gauthier, 1991)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Idéal moral</i> comme engagement du journaliste envers la vérité. • <i>Idéal social</i> comme garantie de la qualité du travail journalistique pour le public. • <i>Idéal déontologique</i> pour permettre aux citoyens de « mieux connaître et de mieux comprendre le monde dans lequel ils vivent ». (FPJQ, 2010) 	Adhésion du journaliste à la notion d'objectivité comme idéal professionnel.

	Comme mythe	
L'objectivité journalistique peut être perçue comme un mythe impossible. (Voir Merrill, 1984a, 1986b, 1990c ; Gauthier, 1991).	<ul style="list-style-type: none"> • Mythe à cause de la subjectivité des journalistes. • Mythe à cause de l'impossibilité de rendre compte adéquatement de la totalité du réel. • Mythe à cause des conditions économiques de production. (Propriété des médias, entraves à la liberté des journalistes, professionnalisation du journalisme, concurrence, etc.) 	Le journaliste considère l'objectivité comme un mythe.
	Comme contrat social	
L'objectivité apparaît comme condition du contrat social tacite entre les journalistes et les citoyens : l'objectivité rendrait le travail journalistique crédible, permettrait de représenter le peuple et d'obtenir sa confiance. (Voir Bernier, 2014 ; Dennis, 1984).	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Condition de crédibilité.</i> • <i>Condition de représentation du peuple.</i> • <i>Condition de la confiance du public.</i> 	<p>Objectivité comme assurance de la qualité du travail des journalistes en démocratie et de leur indépendance.</p> <p>Objectivité comme assurance face au rôle de chien de garde (quatrième pouvoir).</p> <p>Objectivité comme assurance de l'engagement moral du journaliste envers la vérité. Respect des normes déontologiques.</p>

6.2 À LA RECHERCHE D'UNE DÉFINITION

6.2.1 Un idéal ou un mythe

Qu'est-ce au juste que l'objectivité journalistique ? Quelle place occupe l'objectivité dans l'éthique professionnelle des journalistes et quelle définition en donnent-ils ? Se peut-il que l'objectivité soit remplacée dans les faits par d'autres valeurs ?

Nous avons vu que pour certains auteurs, l'objectivité est un idéal professionnel se trouvant au cœur du journalisme (Dennis, 1984 ; Schudson 1978a, 2001b, 2009c ; Gauthier 1991). D'autres à l'inverse, en particulier John C. Merrill (1984a, 1986b, 1990c), perçoivent l'objectivité journalistique comme un mythe, une chimère. Nous avons vu également que plus de 80 pour cent des journalistes anglo-américains, allemands et italiens interrogés par les professeurs Donsbach et Klett (1993)

considèrent très important qu'un journaliste soit le plus objectif possible dans son travail. La définition qu'ils donnent de ce concept varie sensiblement selon les pays, mais dans l'ensemble, il ressort nettement que pour la grande majorité d'entre eux l'objectivité journalistique est un idéal à atteindre.

Qu'en est-il des journalistes interviewés pour cette recherche ? La majorité d'entre eux a plutôt tendance à voir l'objectivité comme un idéal et non un mythe. Bien qu'ils soient conscients en même temps des défis que pose l'atteinte de ce but, l'objectivité journalistique reste pour eux une exigence professionnelle.

« Ce n'est pas un mythe, c'est vraiment un idéal, c'est la base même du métier. Si on ne peut pas le faire en gardant une distance, en étant un peu extérieur à l'événement, et en mettant de côté toute la surcharge des préconceptions et tout, ça n'existe plus le journalisme. Ça ne peut pas être un mythe, c'est vraiment une réalité. Il y a un but à atteindre, ce n'est jamais parfait, mais c'est ce qu'il faut viser, et c'est pour ça que le métier existe. »
(Raymond Saint-Pierre)

Raymond Saint-Pierre fait référence à la nécessité pour le journaliste de garder une distance face à l'événement et de mettre de côté « la surcharge des préconceptions ». Nous avons vu que ce sont des attitudes qui contribuent à la définition de l'objectivité en tant que norme discursive, notamment dans les travaux de Chalaby (1998). Dans la mesure où le journaliste réussit à se libérer de ses « préconceptions » en posant son regard sur la réalité, on dira que sa démarche est objective, qu'elle rejoint en cela la démarche du scientifique. L'objectivité journalistique apparaît alors comme le prolongement de l'objectivité scientifique (Gauthier, 1991). C'est cet idéal d'objectivité que les journalistes cherchent à atteindre :

« Comme en science, les bases scientifiques existent pour être sûr qu'on peut obtenir un résultat vérifiable, de même en journalisme, le but ultime qu'on

n'arrive jamais tout à fait à atteindre, c'est l'objectivité. » (Raymond Saint-Pierre)

Les reporters interviewés sont conscients des difficultés qu'ils rencontrent dans la poursuite de ce but. Ils connaissent les limites que représente l'atteinte d'un tel objectif, au point paradoxalement, de considérer la chose comme étant parfois « inatteignable » à cause des préconceptions qui les habitent, ce que Sophie Langlois appelle des « filtres » :

« En même temps, l'objectivité c'est un idéal d'après moi inatteignable. L'objectivité absolue ça n'existe pas. Qu'on le veuille ou non, ce que nous sommes va teinter chacune de nos démarches. J'appelle ça des filtres. On regarde le monde différemment selon qu'on est né au Canada ou en Afrique, selon qu'on a été pauvre ou riche au Canada ou en Afrique, selon l'éducation qu'on a reçue, selon le background difficile ou pas dans lequel on a été élevé, donc tout ce qu'on a vécu ou tout ce qu'on n'a pas vécu fait en sorte que tout ce qu'on fait comme journaliste a un regard différent. [...] Ça reste pour moi hyperimportant l'objectivité et c'est central à notre pratique. Il ne faut jamais l'oublier, il faut que ça soit un réflexe comme de respirer, toujours penser que pour être crédible, pour que les gens écoutent notre histoire, il faut qu'elle soit objective. » (Sophie Langlois)

Pour sa part, le journaliste Sylvain Desjardins se montre prudent et dubitatif devant ce concept :

« L'objectivité, c'est un concept extrêmement important, mais jamais vraiment totalement ni réellement possible. C'est une espèce d'objectif vers lequel il faut tendre, mais on ne l'atteindra jamais. Je n'ai jamais prétendu être objectif et je pense encore la même chose aujourd'hui. » (Sylvain Desjardins)

Sa collègue Chantal Lavigne éprouve la même réserve devant la notion d'objectivité journalistique :

« Je regardais la définition officielle : on dit que c'est faire abstraction complètement de ses propres jugements de valeur. Pour moi c'est impossible ça, parce qu'on n'est pas des machines, on est des êtres humains et je pense qu'on arrive avec notre bagage quand on aborde un sujet, dans le choix des sujets, dans les angles de traitement, tout ce qu'on est, va influencer ces choix, donc je pense que c'est quelque chose de trop froid, trop neutre l'objectivité ». (Chantal Lavigne)

Cette mise en cause de l'objectivité journalistique est à la fois d'ordre psychologique et épistémologique (Gauthier, 1991) et elle rejoint le point de vue arrêté de John C. Merrill (1984) pour qui les reporters ne sont pas des automates, ils ont leurs préjugés, leurs conditionnements, leurs valeurs et leurs préférences : « *We may wish oftentimes that there were some robotized, completely unbiased, and blank reporters who could report 'objectively,' but they do not exist.* » (p.107)

Toutefois, même si l'objectivité journalistique paraît inatteignable, elle reste dans l'esprit des journalistes le but vers lequel il faut tendre :

« Je vois ça comme un idéal. Il faut essayer de l'atteindre, de tendre vers ça. Ça doit demeurer un objectif dans notre métier. On n'est pas une science exacte, on est des êtres humains, on ne peut pas être objectif, on ne peut pas faire table rase de nos expériences, de notre passé, nos valeurs. Impossible. » (Chantal Lavigne)

Sylvain Desjardins :

« L’objectivité c’est comme la vérité, c’est la recherche, c’est un idéal, c’est une posture, c’est une dynamique. [...] Je pense qu’il faut tendre vers ça, tout en étant conscient qu’on ne l’atteindra pas. » (Sylvain Desjardins)

À défaut de pouvoir atteindre cet idéal exigeant aux contours imprécis, les journalistes lui trouvent des substituts, des valeurs de remplacement qui sont plus facilement mesurables et avec lesquelles il est plus aisé de travailler :

« Mon cadre de référence, c’est l’honnêteté, la recherche de la vérité en toute crédibilité. L’objectivité, je pense que c’est ça. » (Sylvain Desjardins)

« J’aime mieux parler d’honnêteté, d’équité, de rigueur, de recherche des faits, c’est comme ça que je définirais l’objectivité. » (Chantal Lavigne)

Les valeurs dont parlent Sylvain Desjardins et Chantal Lavigne sont ce qu’on pourrait appeler des valeurs de remplacement de l’objectivité. Il est vrai que la définition de l’objectivité journalistique peut apparaître trop générale même si intuitivement elle dénote une qualité particulière ; on dira d’un reportage, d’une approche ou d’un comportement qu’ils sont « objectifs », mais qu’est-ce que cela veut dire exactement ? Les valeurs sœurs de l’objectivité sont plus précises et on les retrouve inscrites dans la plupart des guides de déontologie du journalisme, contrairement à la notion d’objectivité qui, elle, en est souvent absente comme nous l’avons vu plus haut dans ce mémoire.

Parmi ces valeurs, celle qui fait l’unanimité chez les journalistes interviewés est celle de l’honnêteté.

6.2.2 L’honnêteté

Les commentaires des journalistes Lavigne et Desjardins ouvrent la porte à cette notion d’honnêteté. Elle revient souvent dans les propos des journalistes et elle émerge

des entrevues comme une préoccupation fondamentale. L'idée d'honnêteté — le fait d'être honnête dans sa démarche, c'est-à-dire intègre, franc et digne de confiance — rejoint en effet l'ensemble des journalistes rencontrés. L'honnêteté apparaît ici comme une valeur plus facilement définissable ou à tout le moins pour eux, plus aisément opérationnalisée que la notion d'objectivité.

Le doyen du groupe Raymond Saint-Pierre fait référence au concept d'honnête homme, l'Homme de la Renaissance, celui « qui aborde une situation avec un esprit non pas limité par des œillères, mais plutôt avec un esprit ouvert, en étant disponible pour laisser son jugement ouvert pour découvrir des faits, plutôt que d'arriver avec une opinion déjà faite ou déjà façonnée. » (Raymond Saint-Pierre).

Pour le journaliste Jean-François Bélanger, l'honnêteté consiste à s'efforcer de présenter les vérités des deux camps lors d'un conflit, quitte à étendre l'exercice sur plusieurs jours.

« J'aime bien parler d'honnêteté en fait. On est honnête dans notre présentation des faits, on essaye de raconter ce qui s'est passé. [...] Dans une guerre, on va dans un camp ou dans l'autre, on essaye d'alterner, mais c'est sûr qu'une journée donnée on aura fait un choix et on va raconter ce côté-là, et là où l'honnêteté entre en ligne de compte c'est que le lendemain ou la semaine prochaine en fonction de la facilité ou non de traverser les lignes de front, on va raconter l'autre côté de l'histoire. [...] On s'astreint à une certaine gymnastique, on essaye d'être honnête dans notre approche, mais les années m'ont appris une certaine humilité à ce niveau, il n'y a pas *une* vérité, il y a *des* vérités. » (Jean-François Bélanger).

Le journaliste associe l'honnêteté à son travail de terrain, à la présentation des deux parties en conflit. Il aura le sentiment d'avoir fait un travail objectif s'il réussit à présenter les deux côtés de la médaille. C'est l'une des pratiques classiques du

journalisme (Tuchman, 1972), sur laquelle nous allons revenir. Retenons pour le moment que l'honnêteté consiste à s'astreindre « à une certaine gymnastique » pour que la présentation des faits soit la plus complète possible et qu'elle comprenne les deux côtés de l'histoire, quitte à assumer dans l'intervalle une part de subjectivité temporaire.

6.2.3 La transparence

Être honnête, c'est aussi expliquer dans quelles circonstances on a dû travailler. Cette question a été soulevée par Raymond Saint-Pierre. Pour l'ancien correspondant, cela fait partie de l'objectivité que d'identifier les facteurs de censure que le reporter rencontre dans l'exercice de son travail.

« Refuser la censure ça fait partie de l'objectivité. La censure est à bien des niveaux, elle est dans les limites budgétaires qu'on donne aux journalistes, les limites juridiques qu'on donne aux journalistes, les limites physiques, les menaces, tout ça fait que l'objectivité devient très difficile, voire impossible, dans certains contextes. Le rôle du journaliste à ce moment-là, c'est de dire clairement dans quel contexte il a travaillé. J'ai travaillé plusieurs fois dans des contextes où ma liberté était limitée, mes moyens de travailler étaient limités, le rôle du journaliste à ce moment-là, c'est de décrire exactement dans quel contexte il a travaillé. On m'a souvent reproché de m'être laissé limiter dans mon travail soit par des talibans, par l'armée israélienne, des militaires en général, des pouvoirs répressifs, que ce soit en Russie, que ce soit en Roumanie au moment de Ceausescu ou en Allemagne de l'Est avant la chute du mur, l'important dans ce contexte, ce n'est pas de s'y soumettre, mais de le dire au moment de notre reportage, dire dans quel contexte, à quels prérequis on a été soumis, dans quelles conditions on a travaillé, et ça a toujours été ma situation. L'honnêteté elle est là, l'objectivité c'est de le dire qu'on a été soumis à ces conditions. Par exemple, je me rappelle au moment de la guerre en Irak, du côté

de CBC on ne voulait pas que les journalistes couvrent la guerre en étant *embedded* (embarqués avec l'armée) alors que du côté français on était d'accord avec ça. Moi je dis, oui il faut le faire, mais en disant très bien dans quelles conditions on est allé. Je suis allé par exemple en Afghanistan avec l'armée canadienne, on me l'a reproché en me disant : "tu es très limité dans ce que tu peux avoir avec l'armée." Oui d'accord, mais il y a moyen d'être objectif en disant très bien quelles sont les limites et pourquoi on est allé là. Même chose au niveau de la Russie, par exemple quand je suis allé en Syrie avec l'armée russe, on ne couvre pas tous les aspects d'un conflit, mais on peut parler objectivement de ce que fait l'armée russe, essayer de comprendre, essayer d'aller le plus loin possible dans la description de ce qu'ils font et essayer de comprendre ce que la Russie est allée faire en Syrie, et une des très bonnes façons de le faire, c'est d'être là, à leurs côtés, en décrivant encore une fois très bien les limites de notre couverture, les implications, les attentes de ceux qui nous ont amenés avec eux sur le terrain, donc l'honnêteté elle est là, et ça ne nous empêche pas de continuer à couvrir après coup ou en même temps la situation en Syrie, les implications de la Russie là-bas, mais à partir d'autres angles, d'autres points de vue. » (Raymond Saint-Pierre)

On retrouve exprimé dans les commentaires de Raymond Saint-Pierre, le même souci d'équilibre des points de vue formulé par son collègue Bélanger et par les autres journalistes rencontrés. Il est intéressant de constater à quel point les concepts d'objectivité et d'honnêteté se retrouvent, voire se juxtaposent dans le désir de présenter en toute transparence les différents aspects d'une situation.

La transparence étant par ailleurs l'un des principaux moyens de dénoncer la censure — en la nommant, et en identifiant ainsi tout ce qui a pu entraver le travail objectif du journaliste dans sa recherche de la vérité.

6.2.4 La recherche de la vérité et la neutralité journalistique

« *The first principle of journalism—its disinterested pursuit of truth—is ultimately what sets journalism apart from other forms of communication.* » (Kovach & Rosenstiel, 2014, p.56)

La recherche de la vérité — premier principe du journalisme — qui lui confère sa spécificité parmi les autres formes de communication va-t-elle toujours de pair avec l'idée de neutralité journalistique ?

Privilégier la neutralité plutôt que la recherche de la vérité, trop de neutralité et pas assez de vérification ni de recherche, c'est précisément ce que reprochait la correspondante en chef de CNN Christiane Amanpour aux médias américains lors de la campagne présidentielle de 2016. Sous prétexte de neutralité journalistique, les chaînes d'information continue ont fait une large place aux discours de Donald Trump dès le début de l'année 2016, avant même la tenue des primaires et la plupart du temps sans contrevérifier ses propos. Le « produit » Trump se vendait bien et faisait de l'audience. L'ex-PDG de CBS Leslie Moonves disait : « *It may not be good for America, but it's damn good for CBS* »⁴. Des chercheurs du Shorenstein Center on Media de Harvard ont évalué que Donald Trump a obtenu gratuitement l'équivalent de 55 millions de dollars de temps d'antenne publicitaire en couverture médiatique avant la tenue des primaires au début de 2016, arrivant largement en tête devant les autres prétendants républicains⁵. La question posée par Christiane Amanpour était de savoir choisir entre la recherche de la vérité (contrevérifier et dénoncer le cas échéant les affirmations de Donald Trump) et l'obligation déontologique de rester neutre, sachant que se contenter de présenter simplement des points de vue sans approfondir la recherche de la vérité risque de créer de fausses équivalences.

Les journalistes interviewés ne sont pas insensibles à ce dilemme journalistique classique : celui d'avoir à présenter des points de vue différents au nom du principe de neutralité, sans pouvoir — ou avoir eu le temps — de vérifier si leur contenu est

⁴ <https://www.hollywoodreporter.com/news/leslie-moonves-donald-trump-may-871464>

⁵ <https://shorensteincenter.org/pre-primary-news-coverage-2016-trump-clinton-sanders/>

véridique (Tuchman 1972). Cette question de la recherche de la vérité par opposition à la neutralité journalistique fait partie des préoccupations du groupe de journalistes. Rechercher la vérité apparaît comme l'intention principale, le moteur de leurs actions, mais au même moment, ils disent opter pour une démarche qu'ils veulent neutre c'est-à-dire qui interfère le moins possible avec le réel qu'ils veulent décrire. La recherche de la vérité apparaît comme le but poursuivi et la neutralité fait alors office de méthode. On peut toutefois se demander, comme l'on fait des journalistes et des chercheurs américains, dans quelle mesure cette quête de ce qui est vrai peut entrer en contradiction avec l'obligation d'impartialité, l'obligation de rester neutre. Les réponses à ces interrogations ne sont pas simples et les questions posées par la correspondante Joyce Napier à propos de l'objectivité et de la neutralité journalistiques peuvent ouvrir d'interminables débats parmi les journalistes, quitte à ramener de nouveau dans l'équation la notion d'honnêteté :

« D'abord, il faudrait la définir l'objectivité, qu'est-ce que ça veut dire ? Un reportage neutre ? L'objectivité c'est rester neutre ? Des fois on peut, et des fois on ne peut pas rester neutre. On peut remplacer objectivité par plutôt, honnêteté, rester fidèle aux faits, ne pas changer les faits. L'objectivité, je ne sais même pas si ça existe, je ne suis pas sûre parce que dans le fond, un journaliste n'est pas nécessairement objectif parce que les sujets souvent ne le sont pas. Je pense que la recherche de la vérité est beaucoup plus importante que l'objectivité, mais si on n'est pas objectif, sommes-nous forcément malhonnêtes ? » (Joyce Napier)

Jean-François Bélanger:

« Ce sont deux concepts différents. Rechercher la vérité c'est rechercher les faits, c'est gratter, voir comment s'est passée la chose. Par exemple, si je suis dans une région en guerre et je fais une histoire sur un obus qui est tombé sur

un quartier, chercher la vérité, on se rend compte qu'il n'y a pas une vérité, chacun a sa vérité au même titre que le journaliste lui-même est un être profondément subjectif, il essaye de s'astreindre à une série de règles, mais dans les faits chaque humain est subjectif et on va voir les habitants d'un quartier, ils vont dire, oui ils nous ont visés exprès, ils savaient qu'il y avait des gens ici, et si on va voir ceux qui ont lancé l'obus, ils vont nous dire autre chose, soit ils masquent la vérité parce qu'ils savent qu'ils ont gaffé ou ils vont dire qu'il y avait des forces ennemies là où ils visaient. Dans les faits, on peut gratter toute la journée, on est dans une dynamique de recherche de la vérité, on peut se dire qu'on est neutre parce qu'on est allé voir tous les côtés, mais en fait on n'aura jamais vu tous les côtés. » (Jean-François Bélanger)

La journaliste Chantal Lavigne rejoint dans une certaine mesure les préoccupations de Christiane Amanpour en expliquant que le fait de présenter simplement les versions opposées d'une même réalité peut parfois tromper le public.

« Ça peut être un piège ça, et une façon d'éviter d'aller plus loin dans la recherche. "Lui dit ça et lui dit ça", on a fait notre travail. Par exemple, avec les changements climatiques les journalistes ont beaucoup fait ça. Il y a des chercheurs qui disent que c'est vrai on a un réchauffement climatique et il y a d'autres chercheurs qui disent que ce n'est pas vrai, alors que la preuve scientifique est beaucoup plus étayée du côté des chercheurs qui disent que c'est vrai plutôt que des quelques extrémistes si on veut, qui disent que ce n'est pas vrai. Donc ce n'était pas équivalent. Ça peut amener une sorte de sentiment d'équivalence alors que ce n'est pas le cas, il y a un consensus scientifique. En fait, en allant plus loin on s'apercevait souvent que les chercheurs qui disaient le contraire étaient en partie payés par l'industrie. Par contre, en nouvelles quand ça va vite, on n'a pas l'occasion peut-être de faire autrement, mais je ne

pense pas que c'est un garant, que ça assure d'avoir fait un bon travail d'avoir juste deux versions comme ça qui s'équivalent. » (Chantal Lavigne)

Raymond Saint-Pierre rejoint lui aussi l'analyse de la journaliste américaine, mais il garde confiance en la capacité des journalistes de décrire et montrer au grand jour les travers d'un personnage controversé et de « débusquer » ses mensonges.

« Neutralité n'est pas objectivité. Si on aborde un personnage controversé, c'est sûr qu'il l'est et il va le rester, et s'il dit des idioties, ça va rester quelqu'un qui dit des idioties. Notre travail c'est d'arriver, non pas avec un bagage, mais d'arriver d'abord avec une écoute et ensuite d'exercer un jugement. C'est certain, on ne peut pas s'empêcher de le faire et il faut le faire à partir de bases certaines et de faits. La description d'Amanpour sur la neutralité à propos de Trump, c'est un assez bon exemple, à un moment donné on va le décrire. Notre travail c'est de décrire objectivement qui est le personnage, d'où il vient, c'est quoi ses idées et tout, et à un moment donné, c'est aussi de débusquer là où il y a du mensonge, là où il y a de la propagande, là où il y a des faits qui sont tout à fait délirants ou complètement hors de la réalité [...] Durant le génocide rwandais par exemple, on pouvait être objectif d'une façon en décrivant exactement ce qui en était à l'origine, ce qui avait donné naissance à ça, ceux qui l'avaient encouragé, ceux qui l'avaient financé, mais à un moment donné, un génocide est un génocide et ça, il n'y a pas dix mille façons de le décrire, on peut couvrir ça à partir de faits, à partir de descriptions d'événements, de personnages impliqués, mais à un moment donné, la vérité c'est la vérité. » (Raymond Saint-Pierre)

Le point de vue du reporter Akli Aït Abdallah est particulièrement intéressant puisqu'il applique à ses couvertures quotidiennes de type « *human story* », les mêmes exigences de recherche de la vérité et de neutralité que ses collègues qui se spécialisent dans

l'enquête. Pour lui, ces récits « du quotidien » se veulent l'illustration à l'échelle individuelle, d'une réalité globale, celle d'une tragédie collective, d'une crise ou d'un pays ravagé par la guerre.

« Je ne suis pas un journaliste d'enquête aussi. Ça fait partie de ce que nous sommes chacun. Je suis un journaliste du quotidien, de l'immédiat. Je n'ai jamais fait de sujets en disant, je vais essayer de montrer que dans les CHSLD on a menti sur les mesures de protection dans les premiers jours, etc. Il y a une recherche de la vérité tu vois, mais moi, ce n'est pas trop ma façon de travailler. Je vais aller dans un CHSLD et je vais écouter ce que vont me dire les infirmières, l'encadrement les malades et avec ça, il y a une histoire qui s'écrit. Mais mon histoire n'est jamais écrite à l'avance, le matin je me réveille sur le terrain en nouvelles à l'étranger en me disant qu'est-ce qu'on fait ce matin ? Et puis, tu vas au bord du fleuve et il y a un pêcheur qui raconte que les bombes avaient déchiré les filets des pêcheurs. C'est plus ça, plutôt que prouver que ce jour-là il y a 12 missiles qui ont été tirés et qu'il y a eu 9 morts. Donc c'est une recherche de la vérité maintenant, tout de suite. Qu'est-ce qui se passe ici tout de suite — il faut s'assurer que c'est vrai, on est sur le qui-vive, c'est notre métier, et on sait qu'il ne faut pas se faire raconter n'importe quoi, que la propagande, elle est partout, mais tu la reconnais aussi. Quand tu as des politiciens autour de toi, tu fais gaffe, mais quand tu as un gamin qui joue au ballon et qui te raconte que chez lui personne ne travaille, tu n'as pratiquement aucune raison de douter parce que tu connais aussi le contexte, donc il y a une vérité que tu connais déjà en arrivant, une vérité globale, après tu t'en vas puiser dans les petites vérités de chacun, les histoires de chacun. Et tu restes neutre, même si c'est très difficile de rester neutre, parce qu'il faut rester neutre quand tu as d'un côté l'assassin et de l'autre la victime, l'oppresseur et l'opprimé, le char et... Et même là, ce n'est pas aussi simple que ça, ce n'est pas parce qu'il n'y a pas de char de l'autre côté, qu'il n'y a pas d'armes et qu'ils font sauter un

bus dans lequel il y a des gamins aussi, des enfants. Faut être neutre, faut être neutre en racontant. C'est ça la neutralité aussi, c'est raconter la vérité de chacun. » (Akli Aït Abdallah)

La nécessité de rester neutre est donc associée au travail de recherche de la vérité, elle en fait partie et elle est même la condition qui permettra aux journalistes de raconter la « vérité de chacun. » C'est dans ce récit des vérités particulières que le journalisme trouve peut-être sa véritable définition de l'objectivité, en tout cas l'aboutissement de sa recherche de la vérité, toute partielle soit-elle (la vérité de chacun). La neutralité journalistique est alors l'une des normes pour y arriver (Chalaby 1998).

Sophie Langlois se dit animée par la recherche de la vérité, c'est ce qui l'a amenée à choisir son métier. Elle aussi établit une distinction entre la recherche de la vérité comme but, et la neutralité comme moyen. Lorsque des journalistes s'écartent de cette exigence professionnelle de neutralité, elle leur reproche de se transformer en militants. Elle donne l'exemple de plusieurs journalistes anglophones du Canada, qui lors du référendum de 1995 sur l'indépendance du Québec ont pris fait et cause pour le Canada.

« La recherche de vérité c'est ce qui m'a amené à vouloir faire du journalisme. La curiosité de vouloir savoir ce qu'est la vérité sur des affaires qu'on connaît mal, qu'on ne comprend pas, vouloir expliquer des choses, pour moi cette quête de la vérité c'est une mission du journalisme, alors que la neutralité c'est un outil pour y arriver et être crédible. La neutralité c'est une façon de faire. Mais c'est un peu comme pour l'objectivité, c'est un objectif qu'il faut toujours avoir en tête. Si tu couvres une histoire politique, la neutralité c'est d'avoir les points de vue des différents partis, alors que la vérité c'est une tout autre histoire, en même temps il n'y a pas *une* vérité, il y en a *plusieurs*. J'en reviens toujours à nos filtres qui font qu'on voit la vie différemment, on voit un drame différemment, il y en a pour qui le racisme est un drame quotidien, d'autres pour qui ça n'existe même pas. La vérité c'est complètement

autre chose que la neutralité. [...] On a eu ce débat ici lors du référendum de 95, combien de fois on s'est fait dire "les journalistes du Canada anglais prennent fait et cause pour le Canada, pourquoi les journalistes du Québec ne prennent pas fait et cause pour le Québec ?" Alors, il y a toujours pour certaines personnes des causes tellement importantes que ça justifie de sortir de notre objectif de neutralité, de notre fonction de journalistes pour devenir des militants. Faut choisir ce qu'on est dans la vie. Je pense que les journalistes du Canada anglais qui prennent fait et cause pour le Canada quand ils couvrent une campagne référendaire ne font pas leur job. » (Sophie Langlois)

Il arrive cependant que la recherche de la vérité soit temporairement mise sur pause. Un événement comme la pandémie de COVID-19 a mis en lumière le fait que la neutralité peut parfois devenir passive. Sophie Langlois estime que les journalistes se sont autocensurés et abstenus trop longtemps de poser les questions qui dérangent.

« Ici, les médias ont pris beaucoup de temps à poser des questions difficiles au gouvernement Legault pendant la crise de la COVID. La popularité de Legault était à 90 pour cent, on est plus frileux dans ce temps-là. À Radio-Canada/CBC, sans que ça ait été dit — je ne suis même pas sûre que ça a été consciemment décidé — mais je pense que la direction qui a été prise c'est : "nous sommes en guerre et nous devons faire partie de l'effort de guerre", et on doit contribuer à être le pigeon voyageur qui amène le message du gouvernement à la population, et ne pas questionner ces messages-là. Ça a pris beaucoup de temps avant qu'on sorte de ce moule-là. On était dans le même moule que les journalistes du Canada anglais qui sont pro-Canada quand ils couvrent un référendum au Québec. Ils étaient en guerre pour sauver leur pays et nous, on était en guerre pour sauver nos familles de la COVID. » (Sophie Langlois)

Ce dont parle Sophie Langlois et que l'on pourrait nommer avec une pointe d'humour le « syndrome du pigeon voyageur » n'est que la conséquence de l'abdication du devoir de recherche de la vérité au profit d'une certaine neutralité passive, provoquée elle-même par un effet de surprise (la pandémie). Aux États-Unis, selon ce que rapportent Christianne Amanpour et plusieurs chercheurs, cette neutralité, ce syndrome du pigeon voyageur aurait été grandement encouragé par le fait que les chaînes d'information continue ont été, en fait, hypnotisées par la puissance d'attraction médiatique du personnage Trump et ravies tout autant de voir les recettes que chacune de ses apparitions faisait tomber dans leurs tiroirs-caisses.

À l'opposé de cette neutralité qui laisse le champ libre aux différents pouvoirs sans vraiment les remettre en question ni les critiquer, l'objectivité peut se manifester par la présentation des différentes vérités rencontrées dans un souci manifeste d'équilibre entre les divers points de vue. C'est ainsi que le journaliste Sylvain Desjardins définit l'objectivité, à savoir la recherche de ce qui est important et fondamental, c'est-à-dire pour lui, la présentation équilibrée de différentes opinions :

« J'ai toujours interprété l'objectivité dans l'esprit d'une recherche d'équilibre. J'ai toujours pensé que la meilleure façon de tendre vers l'objectivité finalement, c'était de faire en sorte que le contenu des reportages que j'allais produire allait refléter une sorte de respect de la diversité des opinions. » (Sylvain Desjardins)

La recherche de cet équilibre n'implique cependant pas que le journaliste doit devenir totalement neutre. Pour Desjardins, la neutralité en soi est un leurre. Il ne lui accorde de valeur qu'en tant qu'attitude à adopter dans son approche envers les gens et la réalité qu'il aborde. Il voit une nette différence entre recherche de la vérité et neutralité journalistique :

« Je vois une grosse différence entre les deux et je pense que je la fais davantage maintenant que je pouvais la faire quand j'étais jeune parce qu'avec le temps, j'assume plus aisément l'idée de ne pas être neutre, mais en respectant justement la recherche de l'équilibre. Pour moi, ce n'est pas juste la vérité au sens que je ne pense pas qu'il y a *une* vérité, mais c'est dans le sens de tendre vers ce qui est le plus important, le plus fondamental, mais certainement pas la neutralité parce que c'est un leurre. On peut avoir une approche neutre, c'est sûr. On ne peut pas aller faire une entrevue en donnant l'impression qu'on a un parti-pris, jamais, jamais. Au contraire, chaque personne que je peux aller voir peut penser que je pense le contraire de ce qu'elle me dit, même si je partage son opinion. Ce n'est pas dans ce que je peux transmettre dans les interactions avec les gens que je rencontre, mais dans le sujet, dans la fabrication du sujet. Je ne vais pas me faire croire que je n'ai pas la compréhension que j'ai, avec la personnalité que j'ai, avec le bagage que j'ai, je tiens compte de ça, j'assume ce que je suis, mon schème de pensée, tout en pensant aux gens à qui je m'adresse en me disant, je ne veux certainement pas heurter personne et respecter les opinions des gens. » (Sylvain Desjardins)

6.2.5 Des méthodes

6.2.5.1 Éviter les pièges

Pour opérationnaliser l'objectivité, les journalistes vont chercher à se donner des outils, des méthodes de travail. Il s'agit, dans le cas que décrit Chantal Lavigne, d'une approche analytique et détaillée caractéristique de la méthode d'enquête qui va permettre aux journalistes d'éviter les erreurs de fait, mais aussi dépasser leurs préconceptions, leurs valeurs et leurs conditionnements.

« Ce qu'il faut, c'est se donner des méthodes pour dépasser tout ça. Il faut tendre vers l'objectivité, mais il ne faut pas se faire d'illusion, on ne peut pas être absolument objectif, mais quand on va dire qu'un article est objectif, je

pense que c'est dans la mesure où on voit qu'il est appuyé sur des faits, on sent qu'il y a une recherche de tous les points de vue et après ça, une recherche des faits qui soutiennent quels points de vue, pour qu'on en arrive à quelque chose, une conclusion qui a été documentée, contrevérifiée. » (Chantal Lavigne)

L'objectivité passe par la recherche de la vérité. Il s'agit d'une approche minutieuse qu'on pourrait associer à la démarche scientifique à laquelle fait référence Gauthier (1991) ; une recension préalable des différents points de vue sur un sujet, la recherche des faits qui les soutiennent et qui se corroborent, et les conclusions que l'on peut tirer de ces observations une fois qu'elles ont été vérifiées et contrevérifiées, en prenant soin tout au long de l'exercice de mettre de côté « toute la surcharge des préconceptions » selon les mots de Raymond Saint-Pierre. Mais il y a un autre piège que le journaliste peut rencontrer, une tentation contre laquelle il doit se prémunir :

« Je pense qu'on utilise ce mot (objectivité) pour dire que le travail a été bien fait, approfondi, où on ne sent pas qu'on a la vision tunnel. La vision tunnel c'est celle des policiers qui au lieu de faire une enquête rigoureuse, vont eux-mêmes se convaincre de la culpabilité de la personne, vont seulement accumuler les faits qui soutiennent cette thèse et vont laisser de côté les autres. On pourrait faire ça aussi comme journaliste si on veut arriver à une conclusion spectaculaire, mais il faut lutter contre ça. » (Chantal Lavigne)

La vision tunnel constitue une entorse à l'objectivité journalistique. En pareil cas, la subjectivité du journaliste et sa volonté de faire triompher une hypothèse, la sienne, l'emportent sur la réalité des faits, au point que le journaliste choisit de rapporter uniquement les informations qui valident son point de vue, au détriment d'une vue plus complète et plus juste du réel. La psychologie cognitive identifie ce comportement comme l'un des biais cognitifs les plus fréquents, le biais de confirmation alimenté par le besoin de croire (Larivée, Sénéchal, & all. 2019). Ce que ce comportement met en

jeu, c'est l'honnêteté professionnelle du journaliste, son intégrité, le mépris des principes d'exactitude et d'équilibre qui devraient au contraire l'amener à présenter une diversité de faits et d'opinions. Il ne s'agit pas ici de se priver de choisir parmi les éléments de la réalité ceux qui seront présentés au public, mais de savoir les choisir en fonction d'une compréhension globale et sans croyance a priori de la part des journalistes.

Dans l'avant-propos de son ouvrage *Éthique et déontologie du journalisme*, le professeur Marc-François Bernier (2014) fait référence au jugement de la Cour suprême du Canada dans la cause *Société Radio-Canada c. Gilles E. Néron* (2004, CSC 53) dans laquelle il agissait comme témoin expert de M. Néron. Le jugement stipule que pour déterminer la faute d'un journaliste, il faut « examiner globalement la teneur du reportage, sa méthodologie et son contexte. » Bernier précise que « la teneur du reportage fait référence à son contenu (vérité, rigueur, exactitude, intérêt public), la méthodologie fait référence aux moyens utilisés par les journalistes (équité sur le plan procédural, équité dans la sélection des informations diffusées, devoir de suite, etc.) et le contexte fait notamment référence aux motivations (l'intégrité journalistique et surtout la question des conflits d'intérêts) » (Bernier, 2014, p.4). Un manquement à l'une de ces trois conditions se solde par une faute de la part du journaliste dans l'esprit des juges. Chercher à privilégier un point de vue au moyen d'une sélection particulière de faits qui ne renforcent qu'une seule vision de la réalité (vision tunnel) constitue un manquement déontologique de la part des journalistes et une faute au regard du droit et de la responsabilité sociale du journalisme en démocratie. D'où l'importance, comme l'explique Chantal Lavigne, de se donner des méthodes pour tendre vers l'objectivité en s'appuyant sur un ensemble de faits contrevérifiés par une enquête rigoureuse.

6.2.5.2 *L'autocritique et l'élément de conscience*

Comme on l'a vu, les journalistes vont s'efforcer de présenter les points de vue opposés, les deux côtés du champ de bataille, sans laisser paraître leurs propres

sentiments ni leur subjectivité, ce qui est la définition première de l'objectivité (Chalaby, 1998). Les journalistes considèrent comme la marque d'une couverture objective le fait de pouvoir présenter au public les différentes versions de l'histoire :

« C'est un idéal difficile à atteindre. Je ne pense pas que ce soit un mythe sinon on devient tous des commentateurs. L'objectivité c'est d'être capable de montrer les deux côtés d'une même histoire, ne pas laisser refléter mon opinion personnelle de ce que je couvre. » (Anyck Béraud)

Pour arriver à ne pas laisser refléter leur opinion personnelle de la réalité qu'ils couvrent, les journalistes doivent s'entraîner à un certain détachement, ils doivent développer ce qu'on pourrait appeler une faculté d'autocritique, une capacité d'analyse qui les renseigne sur leurs propres sentiments devant la réalité :

« Il faut avoir un niveau d'empathie quand on va voir des victimes pour être capable de poser les bonnes questions. Mais il faut faire attention, il faut rester objectif autant quand on va voir des victimes que des oppresseurs pour ne pas devenir le juge quand tu vas voir l'opresseur et le thérapeute quand tu vas voir les victimes. » (Anyck Béraud)

Le journaliste doit donc savoir s'évaluer pour prendre conscience de ses propres aprioris, trouver ce que l'on pourrait appeler son centre de gravité, le point d'équilibre de son impartialité, de sa neutralité. Il doit pouvoir identifier ses propres conditionnements afin de s'en détacher et les dépasser. C'est ce que le journaliste Akli Aït Abdallah appelle un travail de conscience : rester conscient instinctivement de « ce que doit être le journaliste » pour que son compte-rendu du réel soit le plus objectif possible :

« Instinctivement, j'y vais avec ce qui me semble la base du métier : rapporter, ne pas trahir, rapporter fidèlement ce que les gens nous disent — évidemment vérifier que ce qu'ils nous disent n'est pas n'importe quoi. C'est ça en fait, il faut vraiment y aller instinctivement, rapporter les choses telles qu'elles nous sont racontées, ne pas manipuler les propos, c'est ça rester objectif jusqu'au bout. Peut-être aussi, éviter d'en rajouter selon ce qu'on pense, selon ce qu'on est. L'objectivité, elle restera tout le temps, relative, toujours tributaire de celui qui la juge. Quant à moi, j'essaye d'introduire l'élément de conscience là-dedans, la conscience de ce que tu es, de ce que doit être le journaliste, quelqu'un qui ne travestit pas, qui ne va pas forcément à la recherche du témoignage le plus sensationnel. Aussi, un élément de confiance en soi, savoir que tu n'es pas un salaud qui va aller à la recherche de choses pour choquer, pour faire bondir, mais aller là où le sujet peut être intéressant pour la collectivité. Être une sorte de passeur de mots dans la confiance de celui qui te les livre et dans la confiance de celui qui va les recevoir. » (Akli Aït Abdallah)

« Ne pas trahir et ne pas en rajouter ». Résumée en quelques mots, la méthode pour atteindre l'objectivité selon le journaliste Akli Aït Abdallah implique que les journalistes gardent en mémoire la conscience « de ce que doit être un journaliste », c'est-à-dire « quelqu'un qui ne travestit pas » la réalité, mais également quelqu'un qui ne cherche pas le sensationnalisme. La dimension supplémentaire qu'y ajoute ici le journaliste Abdallah, celle de la « confiance en soi » peut surprendre, mais elle mérite qu'on s'y attarde. Il explique que le journaliste doit savoir qu'il n'est « pas un salaud » en précisant qu'un comportement moralement répugnant, un comportement de salaud, serait d'aller « à la recherche de choses pour choquer, pour faire bondir ». On retrouve ici la référence de Chantal Lavigne à la vision tunnel dans laquelle s'enfermerait le journaliste qui désire « arriver à une conclusion spectaculaire ».

On peut penser que ce sentiment de confiance en soi tel qu'il est défini ici, et la conscience « de ce que doit être un journaliste » agissent comme des garde-fous, des régulateurs qui permettent aux journalistes de demeurer dans le chemin de l'objectivité. L'autre élément du commentaire d'Akli Aït Abdallah concerne le regard de l'auditoire sur le travail des journalistes. Il dit que l'objectivité « restera tout le temps, relative, toujours tributaire de celui qui la juge », et à propos du reportage, des mots du journaliste, il parle de « la confiance de celui qui va les recevoir ». L'objectivité est donc l'affaire des journalistes, mais aussi bien sûr, celle du public.

La notion de confiance du public s'appuie sur la crédibilité des journalistes. Nous verrons plus loin à quel point la crédibilité des journalistes tient une place prépondérante dans leur travail. Cette importance qu'ils accordent à leur crédibilité s'explique du fait qu'elle justifie leur fonction sociale puisque celle-ci s'appuie sur les « attentes légitimes du public en ce qui concerne la qualité de l'information qui lui est transmise. » (Bernier, 2014, p.31)

6.2.6 Résumé de la discussion

Nous avons vu que les journalistes interviewés considèrent l'objectivité comme un idéal, même s'ils sont tout à fait conscients des limites et des difficultés que représente l'atteinte d'une telle exigence quitte parfois, à en parler tout simplement comme d'un mythe (Bélanger). En lieu et place de cette notion, plusieurs préfèrent parler d'honnêteté, de rigueur, d'équilibre, de neutralité et de recherche de la vérité. Il s'agit comme nous l'avons vu, de valeurs sœurs de l'objectivité qui se présentent comme étant plus aisément opérationnalisées. Leurs contours sémantiques sont plus précis et elles sont applicables comme méthode de travail dans la cueillette et la transmission d'informations.

L'honnêteté apparaît comme une valeur cardinale, tout comme la transparence qui impose aux journalistes de dire dans quelles circonstances ils ont dû travailler. C'est aux yeux des journalistes la meilleure façon de dénoncer la censure, à quelque niveau qu'elle soit (Saint-Pierre).

Définir l'objectivité journalistique implique aussi de trouver un équilibre entre la recherche de la vérité et la neutralité journalistique. Le principe de neutralité poussé à son extrême peut conduire ultimement au « syndrome du pigeon voyageur » dont parle Sophie Langlois, les journalistes devenant alors de simples rouages neutralisés dans la transmission d'informations du pouvoir vers le peuple. Résoudre cette équation entre la recherche de la vérité et la neutralité journalistique demande de considérer l'une comme un objectif et l'autre comme une méthode. Rester neutre devient alors pour les journalistes le meilleur moyen de « raconter la vérité de chacun » (Abdallah).

Pour parvenir à opérationnaliser l'objectivité, les journalistes se donnent des méthodes dont les grands principes sont la recherche, la vérification et la contrevérification des faits, une méthode d'enquête qui permet d'éviter la vision tunnel dans laquelle pourraient s'engouffrer des journalistes avides de sensationnalisme.

Pour tenir en respect leurs sentiments, et les distorsions de la réalité qu'ils pourraient provoquer, les journalistes semblent avoir développé une forme d'instinct autocritique leur interdisant de devenir « juge » devant un « oppresseur » ou « thérapeute » devant une victime (Béraud). Les journalistes doivent rester conscients de leur rôle, conscients de ce que doit être le journaliste c'est-à-dire quelqu'un qui « ne trahit pas » et qui « n'en rajoute pas ». Quelqu'un qui est aussi confiant de ne pas être un salaud à la recherche de « choses pour choquer, pour faire bondir » (Abdallah), ce qui définirait l'objectivité journalistique par son absence. Voyons pour la suite comment s'opérationnalise l'objectivité dans la fabrication du reportage. Nous allons observer dans les pages qui suivent que cette faculté d'autocritique des journalistes joue un rôle fondamental dans leur rapport à la réalité en régulant leurs sentiments et leurs émotions.

6.3 L'OBJECTIVITÉ DANS LE REPORTAGE

6.3.1 L'attitude du journaliste

Dans cette deuxième partie, nous allons nous attarder à l'opérationnalisation de l'objectivité journalistique. Quel est le rôle joué par l'objectivité dans la fabrication proprement dite du récit journalistique, soit le compte-rendu d'un événement sous

forme d'un reportage radio ou télé. Comment l'idée que se font les journalistes de leur objectivité influence-t-elle la manière avec laquelle ils abordent la réalité et la façon dont ils en rendent compte ? Les deux phases du travail des reporters sont la cueillette des informations et leur livraison au public. On peut supposer sans se tromper que ces deux temps sont gouvernés par le même souci de respecter l'idéal d'objectivité. Cela implique, dans la première étape que les journalistes doivent adopter une attitude objective devant la réalité qu'ils perçoivent, et dans la deuxième phase de leur travail — l'écriture et le montage — qu'ils démontrent le même souci, la même attitude.

Pour Chalaby (1998), l'objectivité est plus qu'une méthode ou une simple règle de conduite pour les journalistes, elle est un idéal, une croyance, une revendication, mais elle est surtout une pratique d'écriture qui s'est imposée dans le discours journalistique. Pour les fins de l'analyse, nous allons circonscrire la notion de discours au compte-rendu de la réalité que fait le journaliste, son reportage.

« Objectivity is not merely a norm. It is also an ideal because many journalists are sincere in their attempt to be as objective as they can; it is a belief because journalists, although they admit they are not totally objective, think they can improve in objectivity; and finally it is a claim, as journalists want the audience to believe they are objective. But it is as a norm that objectivity had the most potent impact on the journalistic discourse » (Chalaby, 1998, p.133).

Aux yeux du sociologue, le terme objectivité est un raccourci « *to designate two closely interrelated clusters of discursive norms and one discursive norm which greatly contributed to shape journalism as a particular discourse.* » (Chalaby, 1998. p.130)

Ce sont ces ensembles de normes discursives, ces règles méthodologiques qui déterminent l'objectivité et contribuent à la fabrication du discours journalistique, c'est-à-dire à la production de nouvelles. Le premier de ces ensembles comprend les normes de neutralité, d'impartialité, d'équilibre et d'honnêteté (*neutrality, impartiality,*

balance and fairness). C'est l'attitude que doit avoir le journaliste devant l'événement, les compétences avec lesquelles il doit aborder le réel pour être objectif. Le deuxième ensemble dont parle Chalaby comprend les règles qui vont guider le reporter pour que son témoignage de la réalité, l'écriture proprement dite de son reportage, soit objective. Il s'agit de la véracité, du respect des faits, de l'exactitude et de la complétude (*truthfulness, factuality, accuracy and completeness*).

Entre ces deux ensembles, Chalaby insère la norme de *retraitism*, une forme de devoir de réserve des journalistes qu'il définit comme « *policy of non-engagement in the public sphere* ». Même s'il contribue à définir l'objectivité journalistique, ce concept que nous reverrons plus loin ne participe pas directement à la construction du reportage. Retenons pour les fins de l'analyse, le premier et le deuxième ensemble de préceptes énoncés par Chalaby.

Dans quel état d'esprit se trouvent les journalistes pour aborder le réel et sa transcription, en d'autres termes avec quelle attitude travaillent-ils ? Ouverture ? Fermeture ? Empathie ? Indifférence ? Partialité ? Neutralité ? Existe-t-il des attitudes spécifiques qui déterminent ou qualifient le concept d'objectivité ?

Pour le chercheur Everette E. Dennis (1984), les clés de l'objectivité se trouvent dans trois règles, trois caractéristiques principales :

« *Sometimes we forget that objectivity is merely a method and style of presenting information. Its defenders, who led the press out of a sorry period of partisan sensationalism in the 1920s, said it had three principal characteristics, namely 1) separating fact from opinion. 2) presenting an emotionally detached view of the news. 3) Striving for fairness and balance, giving both sides an opportunity to reply in a way that provides full information to the audience.* »
(Everette E. Dennis, 1984, p.111)

Considérons la deuxième de ces caractéristiques ; il s'agit donc fondamentalement pour les journalistes d'apprendre à se détacher de leurs émotions et de s'en tenir aux faits.

6.3.1.1 *Ouverture et méfiance*

La chose n'est pas aussi simple qu'elle paraît. La question qui se pose est donc celle des émotions et des sentiments qu'éprouve le reporter devant un événement. Le journaliste est-il naturellement impartial ? Est-il spontanément indifférent ou empathique face au drame humain qui se joue devant ses yeux ? Pour arriver à présenter ce que Dennis (1984) nomme « *an emotionally detached view of the news* », le journaliste doit-il être naturellement neutre devant l'événement ?

Les réponses des journalistes varient sur cette question. Lorsqu'on demande à Joyce Napier si elle est naturellement neutre devant un événement, voici ce qu'elle répond :

« Non. Je suis naturellement sceptique. Je pense que c'est ça le principe de base. C'est-à-dire d'être sceptique en regardant l'événement que je couvre. »
(Joyce Napier)

Pour sa part, Sophie Langlois préfère parler d'un état d'esprit neutre.

« Je suis assez naturellement neutre. [...] Je n'arrive pas naturellement empathique ou naturellement choquée ou naturellement indignée, mais j'ai appris avec le temps, je pense qu'on est tous un peu comme ça, je pense qu'avec le temps, on apprend à faire confiance un peu plus à nos émotions qui ne sont pas nécessairement des opinions. Je ne dis pas que les émotions doivent nécessairement faire partie du reportage et de notre couverture, mais de faire confiance au fait que cette émotion doit faire partie du *package deal* que tu offres à ton téléspectateur quand tu fais un reportage. Une image qui t'accroche pour *x* raisons parce qu'elle est dégoûtante ou parce qu'elle est adorable ou parce qu'elle choque, il faut en tenir compte — j'avais plutôt tendance à écarter

ça avant, pour être vraiment dans le mode... j'appelle ça le mode *Canadian Press* — et accepter que ton reportage puisse avoir de la couleur et de l'émotion sans que ça travestisse ta neutralité et ton objectivité. Ce n'est pas évident comme équilibre. » (Sophie Langlois)

L'état d'esprit dans lequel se présentent les journalistes devant le réel peut donc être un état d'esprit sceptique ou un état d'esprit neutre. Les deux se ressemblent, bien que la nuance soit fine, mais elle se trouve dans la notion de doute qui accompagne le scepticisme. Un état d'esprit neutre serait en principe moins méfiant, mais en même temps peut-être plus réceptif.

Le mode *Canadian Press* dont il est question fait référence aux exigences de neutralité et d'objectivité des agences de presse, un style direct, factuel, précis. « Les opinions du reporter n'ont pas leur place dans la copie de la PC » (Beauregard & Papineau, 2006, p.12). Il est à noter que les journalistes apprennent avec l'expérience à « faire confiance » à leurs émotions. Sophie Langlois ne les exclut pas de son rapport à l'événement, bien que ses propres émotions ne feront pas nécessairement partie du reportage ; un exercice d'équilibre « pas évident », mais qui permettra à son reportage d'avoir « de la couleur et de l'émotion ».

Pour le journaliste Raymond Saint-Pierre, le reporter doit faire preuve à la fois d'ouverture et de méfiance. Le but poursuivi étant de « faire avancer la connaissance », c'est là que se trouve l'objectivité. Mais ce qui est à retenir des propos de Saint-Pierre, outre l'importance d'avoir l'esprit ouvert, c'est que la méfiance doit être tournée vers soi. Il faut que le journaliste se méfie de ses aprioris, des connaissances qu'il peut déjà avoir d'une situation et qui l'empêcheraient d'en voir les aspects nouveaux. Les deux attitudes sont à ses yeux indispensables :

« Ouverture et méfiance. J'ai toujours dit, comme journaliste on débarque quelque part parce qu'on a entendu parler d'une situation, donc cela a déjà été digéré ou décrit par quelqu'un d'autre, et je ne vais pas là moi pour décrire ce

qui a déjà été dit, je vais là pour faire avancer la connaissance de cette situation, c'est pour ça qu'il faut débarquer en ayant l'esprit ouvert. Une méfiance aussi, c'est certain. Il faut se méfier aussi de soi-même, justement des acquis qu'on a et des connaissances qu'on a déjà d'une certaine situation, et de bien s'assurer qu'on ne s'assoit pas seulement là-dessus et qu'on va plus loin et qu'on essaye de comprendre davantage ou de découvrir des aspects de cette situation qui n'ont pas été décrits, qui ne sont pas connus et ça, c'est vraiment le métier, d'aller sur le terrain, aller au-delà des connaissances de ce que tout le monde sait, de découvrir ce qui n'est pas connu, de découvrir des aspects ignorés, cachés aussi ou qu'on nous cache intentionnellement d'une situation. C'est pour ça que c'est très important d'être sur place et d'être journaliste, d'aller plus loin que quelqu'un qui connaît une situation parce qu'il l'a lue, parce qu'il a lu tous les commentaires, entendu tous les points de vue d'un côté et de l'autre avec tous les préjugés et tout ça. Là, il s'agit de débarquer et d'essayer de faire avancer la connaissance d'une situation, c'est vraiment ça, le rôle d'un journaliste et c'est là que loge l'objectivité, l'honnêteté, appelez ça comme vous voulez, l'ouverture d'esprit d'aller au-delà des œillères qu'on nous a données intentionnellement ou pas d'ailleurs.

— C'est difficile de se méfier de soi-même ?

Ça dépend de l'approche que l'on a de ce métier. C'est difficile si on veut défendre des idées précises qu'on a déjà en tête, ce n'est pas difficile si au départ on a la curiosité qu'il faut avoir pour faire ce métier. C'est un métier de découverte. Si on n'a pas cette attitude et on veut juste, à partir des faits qu'on voit, défendre des idées qu'on a et des préjugés, on ne fait pas vraiment du journalisme. Je suis peut-être naïf, je suis peut-être vieux jeu, mais je pense que c'est l'attitude à avoir ». (Raymond Saint-Pierre)

Jean-François Bélanger apporte quant à lui une perspective différente qui contribue à une certaine définition du journalisme et de l'objectivité — plus européenne qu'anglo-américaine (Donsbach, & Klett, 1993).

La culture du journalisme comprend un côté « redresseur de torts », les journalistes se sentent utiles quand ils dénoncent les injustices. Il faut remonter aux origines de la presse française pour comprendre pleinement ce réflexe. En France, la tradition littéraire — de Voltaire à Émile Zola ou Victor Hugo pour ne nommer que ceux-là a contribué à forger une certaine morale civique chez les journalistes en plus d'inspirer leur style (Ferenczi, 1996). L'attitude avec laquelle les journalistes se présentent alors devant la réalité peut être plus ou moins inspirée par celle du « défenseur de la veuve et l'orphelin ».

« Ça dépend du terrain [...] c'est sûr que pour être parfaitement honnête, quand on est sur un terrain de conflits — je parle de conflits parce que c'est souvent ça qui fait ressortir de façon la plus forte l'opposition entre les notions d'objectivité et de subjectivité — c'est sûr que par exemple, si on va à Gaza et qu'on partage le quotidien de gens qui se font bombarder et qu'on fait face à des militaires israéliens qui vous regardent de haut et qui sont baveux et désagréables avec tout le monde y compris les journalistes, il y a toujours le risque qu'on s'identifie aux victimes. D'un côté, il y a des gens qui sont antipathiques, de l'autre côté, il y a des gens qui vivent un drame, et on passe une semaine à Gaza sous les bombes, forcément on vit un peu leur quotidien — même si on n'est pas “protégé”, juste le fait de rester une semaine à Gaza, ça limite le risque, alors qu'eux sont enfermés là — donc il y a toujours ce danger de s'identifier aux victimes et de prendre leur parti. S'il y a un travers journalistique, c'est que souvent — moi je sais que je plaide coupable à ça — on veut toujours un peu défendre la veuve et l'orphelin, on est toujours un peu redresseur de torts, on veut dénoncer, ça fait partie aussi de la culture journalistique de vouloir dénoncer les injustices, au moins pointer un projecteur

sur les injustices, donc forcément, quand on voit des gens qui souffrent on a tendance à s'associer à eux et à prendre pour l'*underdog* en quelque sorte. »
(Jean-François Bélanger)

6.3.1.2 *L'empathie*

Ce que confie en toute honnêteté Jean-François Bélanger ouvre la porte à une autre des attitudes avec lesquelles les journalistes peuvent se présenter devant le réel : l'empathie, un sentiment que plusieurs disent ressentir naturellement. On définit l'empathie comme étant la capacité de comprendre ou ressentir l'émotion d'autrui. Où tracer la ligne alors entre l'impartialité et l'empathie ? Jusqu'où l'objectivité journalistique imposerait-elle de faire preuve d'indifférence devant la souffrance d'autrui ? Dans quelle mesure s'éloigne-t-on des règles de neutralité, d'impartialité, d'équilibre et d'honnêteté dont parle Chalaby (1998), et qui devraient selon lui, servir de convention discursive, autrement dit, tenir lieu de gouvernail journalistique ? Les journalistes sont-ils conscients de leurs sentiments d'empathie ? Et d'abord, peut-on se demander si c'est un défaut d'être empathique ?

« C'est une réalité. Ce serait un défaut si on n'en était pas conscient et qu'on donnait la parole toujours qu'aux victimes par exemple, enfin ceux que l'on perçoit comme tels. Les médias en général sont très conformistes et il y a un biais qui peut être là, à la base, et qui peut être renforcé par le conformisme avec les autres médias. Je prends l'exemple de la Bosnie. Tous les journalistes étaient stationnés à Sarajevo donc sous les bombes serbes en permanence et donc forcément, l'histoire, le narratif était raconté du côté des victimes — je parle des médias occidentaux, les médias russes étaient du côté des Serbes. On revient à ce qu'on disait, il y a un choix au départ et on s'identifie, on prend parti dans un conflit, les Russes par exemple, c'était leurs cousins serbes orthodoxes comme eux, et ils ont couvert ça du côté des Serbes, les journalistes occidentaux, les grands médias souvent avaient des journalistes des deux côtés,

en tout cas on essayait de traverser la frontière. Après ça, il y a une réalité qui s'impose, c'est que les Serbes sont en haut de la colline et contrôlent le territoire, ils ont toute la force de l'ancienne armée yougoslave, ils ne se font pas vraiment attaquer plus que ça, et du haut de la colline, ils bombardent comme ils veulent une ville qui est essentiellement démilitarisée. Les hôtels étaient à Sarajevo, alors les journalistes étaient là, pas sur les collines, donc ils voient les dommages au quotidien. Forcément, il y a un biais qui s'installe. Et quand les journalistes voient que tous leurs collègues racontent la même histoire et que les patrons des rédactions à Paris, à Londres, à Montréal voient cette histoire-là, alors à la limite c'est réconfortant de se dire on est correct, on est neutre, on raconte la même histoire que la BBC. Donc il y a ce biais qui se renforce avec le temps et à la limite si on se mettait à raconter l'histoire du côté des Serbes, les gens nous regarderaient de travers et nous dirait "t'es à côté de la plaque c'est pas ça l'histoire". Il y a cet aspect-là aussi, "*comfort in numbers*", pour savoir si on est vraiment objectif, si on est neutre, si on est honnête, on se compare, mais dans les faits c'est un faux réconfort, tout le monde raconte la même histoire, mais tout le monde raconte une histoire qui est un peu subjective dans les faits. » (Jean-François Bélanger)

Le sentiment d'empathie que peuvent éprouver les journalistes devant des victimes est parfois entretenu par un autre phénomène susceptible de les éloigner de l'objectivité. On peut parler ici d'une sorte de biais de conformité qui renforce chez chaque individu d'un groupe une même perception de la réalité — ici, celle des victimes des bombardements serbes. La comparaison avec le travail des autres journalistes qui couvrent le même événement, procure une forme de réassurance que Bélanger appelle « *comfort in numbers* ». Si tout le monde a la même histoire, c'est probablement que c'est la bonne. De toute façon, qui est là pour raconter autre chose ? S'agit-il d'une distorsion du concept d'objectivité ? L'empathie serait-elle un piège tendu à l'objectivité journalistique ? La vérité que l'on rapporte est-elle la bonne ?

« Quand tu es sur le terrain, il faut que ce que tu rapportes, ce soit la vérité, parce que des fois, on te présente les victimes idéales, et là il faut aller plus loin pour voir ce qu'il y a derrière. » (Anyck Béraud)

Le premier mouvement d'empathie qu'ils éprouvent doit être reconnu comme tel par les journalistes et balisé par la prudence nécessaire afin de ne pas céder à un élan associatif qui les conduirait à s'identifier, et prendre fait et cause pour les victimes. Dans ces conditions, l'empathie est peut-être moins un piège qu'elle n'en a l'air. Elle permet de s'ouvrir à l'autre, de se mettre en phase avec lui pour pouvoir poser les bonnes questions. Les journalistes utilisent l'empathie comme un moyen de s'ouvrir à l'autre, une manière de « ne pas être complètement blindé » pour mieux écouter, mais avec prudence.

La correspondante Anyck Béraud raconte le cas d'une série de reportages qu'elle a effectué sur la situation des Rohingyas, notamment dans le camp de réfugiés de Balukhali en novembre 2017. Les Rohingyas sont une minorité de confession musulmane victime de nettoyage ethnique de la part de la majorité birmane au Myanmar. On estime que plus de 700 000 Rohingyas ont trouvé refuge au Bangladesh. Anyck Béraud a voulu faire un reportage sur les nombreux cas de viols parmi les femmes réfugiées.

« C'est très difficile de parler à la caméra à des victimes de viol. La première victime racontait son histoire avec sa mère pas loin pour la protéger, je sentais une authenticité dans ce qu'elle disait, elle s'arrêtait parfois pour reprendre son souffle. Puis, on nous a présenté une deuxième personne, et elle, "*on cue*" (au signal) s'est mise à nous raconter son histoire, et là j'ai senti quelque chose qui ne marche pas, elle a été rodée pour ça, c'était la victime idéale, j'ai demandé au fixer de faire son enquête dans le quartier, il est revenu en disant que ce n'est pas certain qu'elle a subi un viol, ni à quel moment elle est arrivée dans le camp,

etc. On l'a exclue du reportage. [...] Malgré l'empathie que j'avais pour la femme qui disait avoir été violée, j'étais sceptique. C'est sûr que j'arrive avec un esprit de neutralité, je n'arrive pas là pour vous tendre un micro pour dire "je serai votre courroie de transmission pour faire connaître ce que vous vivez au monde". Je fais une grosse différence, je ne suis pas un organisme de communications, de relations publiques. Il faut un degré d'empathie pour être capable de s'ouvrir, poser les questions, je ne peux pas être complètement blindée, mais il faut que je garde une certaine distance. [...] Il faut rester sceptique pour pouvoir relancer avec des questions qui peuvent fâcher. C'est un mélange des deux ; complètement neutre dans ton objectif de ce que tu vas faire — tu ne peux pas prendre parti, tu ne peux pas être juge et parti c'est clair, mais il faut garder de l'empathie pour être assez ouverte, et il faut que tu gardes ton scepticisme pour garder ta barrière journalistique nécessaire. » (Anyck Béraud)

Sophie Langlois a effectué de nombreux reportages en zones de conflits. En Afrique, il lui est arrivé souvent d'interviewer des femmes et de jeunes filles qui avaient été violentées ou agressées sexuellement. Elle aussi a été confrontée au dilemme de l'empathie contre la nécessaire prudence journalistique :

« C'est sûr que tu ressens plus que de l'empathie, tu ressens de l'horreur, tu voudrais les prendre dans tes bras, moi ce que je trouvais le plus difficile c'était les laisser vivre cette émotion sans intervenir. J'aurais arrêté la caméra et j'aurais été les prendre dans mes bras tout le temps. J'ai fait ça une fois ou deux et je me faisais taper sur les doigts par le cameraman qui me disait "je n'ai pas pu tourner l'émotion, on voit ton dos arriver dans l'image". Ce n'est pas évident parce que tu donnes la priorité à ton image et à la télé que tu es en train de faire au lieu de réconforter un être humain, mais en même temps, je le fais après, j'ai appris à être patiente, de toute façon les Africaines, elles ne sont pas tellement dans les câlins, c'est un mode occidental d'exprimer ta solidarité avec leur

souffrance, mais elles sont souvent très étonnées et un peu rébarbatives, un peu raides quand tu leur fais ça. J'ai appris à contrôler mes désirs de câlins (rires). Quand des femmes te racontent leurs histoires d'horreur, je ne sais pas comment on fait pour rester froid devant ça, mais je dirais qu'en général quand même, je suis toujours dans un mode d'écoute neutre. Avant de me laisser aller dans une émotion, je suis un peu comme un médecin qui va poser un diagnostic, il y a comme une démarche scientifique, une démarche journalistique qui est de dire pourquoi ils sont là aujourd'hui, je suis beaucoup dans "essayer de comprendre", je suis dans mon intellect d'abord, je les écoute et s'il y a des émotions à avoir, je vais les avoir parce que je suis ouverte à leur histoire et à les écouter. Les gens me demandent souvent c'est quoi les premières qualités pour être journaliste : être curieux, savoir écouter. Pas juste être curieux intellectuellement dans la lecture, mais être curieux d'apprendre ce que cette personne a vécu, pourquoi elle est là, pourquoi elle est devant toi et qu'elle vaut la peine que tu l'interview. » (Sophie Langlois)

Sophie Langlois dit en souriant qu'elle a appris à « contrôler ses désirs de câlins », une façon pour elle de dire qu'elle a appris à interpréter, mesurer et surtout maîtriser les élans d'empathie qu'elle peut ressentir devant une personne vivant une tragédie. Elle va donc adopter une approche scientifique, celle du médecin qui doit poser un diagnostic. Les émotions sont alors momentanément tenues en respect. Nous avons vu que l'objectivité journalistique s'inspire de l'objectivité scientifique (Gauthier, 1991). Le reporter Raymond Saint-Pierre lui aussi fait référence à la démarche scientifique lorsque le journaliste est à la recherche de la vérité.

Les journalistes adoptent donc une attitude scientifique tout en étant curieux et ouverts. Cette curiosité n'est pas qu'intellectuelle, il s'agit de savoir écouter, d'être curieux « d'apprendre ce que cette personne a vécu » (Langlois).

Le journaliste Akli Aït Abdallah explique qu'au contraire, le manque d'empathie peut biaiser le travail des journalistes :

« Devant les choses évidentes, je peux être empathique. Après, il ne faut pas que ton empathie l'emporte sur le traitement que tu fais de cette histoire, mais tu es empathique, on est tous empathiques devant les moments difficiles de telle ou telle personne. Je ne pense pas que la neutralité soit le manque d'empathie. D'abord, on est ce qu'on est, il y a des gens qui sont incapables d'empathie, est-ce qu'ils sont plus neutres que moi, je ne sais pas. Au contraire, je pense que le manque d'empathie risque de les biaiser justement parce qu'il y a des choses qu'ils n'entendent pas, il y a des choses qu'ils ne voient pas, il y a des choses qu'ils refusent de voir. Maintenant, l'empathie c'est peut-être ça qui te fait choisir tes sujets. » (Akli Aït Abdallah)

À la suite de la première vague de la pandémie de coronavirus au printemps 2020, les terrains de camping du Québec ont dû rester fermés. Dans un reportage, Akli Aït Abdallah a recueilli le témoignage d'un propriétaire de terrain de camping qui avait tout investi dans ce projet de retraite et qui risquait maintenant de tout perdre.

« Un gars qui a mis son fonds de retraite dans une affaire et qui est en train de se casser la gueule, t'es forcément empathique. Tu te dis, il y a une situation qui n'est pas normale, un gars qui a bossé toute sa vie se retrouve ruiné demain, même si c'est la faute à la pandémie, c'est la faute à personne, même si le gouvernement a toutes les raisons de garder les campings fermés, voilà ce qu'est la situation, surtout dans un topo comme celui-là où c'est de la chronique, des chroniques de villages où on vous raconte ce qui se passe. Ce ne sont pas des reportages qui ont la prétention d'accuser les uns et les autres. Dans le reportage, il n'y avait pas d'entrevue avec le ministre pour dire quand c'est que vous ouvrez les campings, il y a des gens qui sont en train de mourir. Il n'y a pas cette volonté non plus, donc la neutralité est là. À partir du moment où tu ne dis pas — il n'y a personne qui dit dans le topo c'est la faute au gouvernement

— il y a juste quelqu'un qui dit quand c'est que le gouvernement va nous le dire pour qu'ils arrêtent d'attendre. Tu restes neutre, mais dans la mesure où tu as quelqu'un qui te dit c'est la faute au gouvernement, ils ont promis ceci, ils ne l'ont pas fait, là tu ne peux pas t'arrêter là. Tu ne peux pas passer ça sans d'abord vérifier que c'est vrai, et puis faire dire à l'autre pourquoi vous avez promis et que vous n'ouvrez pas. On schématise. La neutralité c'est ça, l'empathie n'empêche pas la neutralité et puis la neutralité n'empêche pas l'empathie aussi. Oui, on peut être neutre et empathique. Moi je suis empathique devant un proche aidant qui souffre. Tu peux être empathique devant la personne qui est en soin palliatif à domicile et qui va disparaître dans quelques jours, et l'empathie permet aussi de raconter ce moment-là. Le reporter raconte ce qu'il voit sur le terrain et plus ce qu'il voit est ressenti, mieux ça peut être raconté. »
(Akli Aït Abdallah)

Durant l'été et l'automne 2015, Jean-François Bélanger alors correspondant de Radio-Canada en Europe a effectué une série de reportages sur la crise des migrants. Des centaines de milliers de personnes venues de Syrie, d'Afghanistan ou d'Irak ont fui leur pays en guerre pour tenter de trouver refuge en Europe. Jean-François Bélanger admet qu'il n'est pas resté insensible au drame qui se déroulait sous ses yeux. Lorsqu'on lui demande si l'empathie est un piège, il répond que le reporter doit rester lucide face à ce qu'il ressent.

« Il faut en être conscient. C'est clair que c'est un truc auquel on est confronté souvent, moi j'ai été très souvent confronté à ça. Quand on raconte une histoire, on doit choisir les personnages qui vont porter l'histoire et oui, on peut s'attacher à nos personnages. Ça peut être un piège, mais on peut être honnête même si on est attaché à un personnage, on peut raconter son histoire sans en ajouter, on peut lui donner la parole sans que ça entre trop en ligne de compte. Je pense par exemple quand on a fait nos histoires sur les migrants, on

s'est attaché à des migrants avec qui on a passé du temps parce qu'on a partagé un peu leur quotidien et tout ça. En même temps, ça n'a pas changé l'histoire qu'on racontait, le drame qu'ils vivent on le voit pareil, on voit comment ils se font exploiter et ça, ce n'est pas nous qui l'avons créé, on ne change pas la nature de ce qu'ils vivent, le portrait reste fidèle à la réalité, à la vérité. Je pense que ça fait partie après ça de l'honnêteté que de le dire. J'en ai eu l'occasion récemment dans un podcast, on dit ouvertement, oui on s'est attaché à ces gens-là⁶. Ça fait partie de l'honnêteté, ça ne change pas le portrait, on a raconté ce qu'on a vu et ce qu'on raconte, c'est une description fidèle des événements tels qu'on les a vus ou tels qu'ils nous ont été racontés. » (Jean-François Bélanger)

La journaliste Chantal Lavigne partage avec ses collègues le souci de trouver la ligne qui départage l'empathie de la neutralité journalistique. Pour elle, conserver ses distances par rapport aux sources est très important.

« Naturellement, je suis plutôt expressive et j'ai tendance à devenir très empathique avec les gens avec qui je parle surtout si c'est des sujets difficiles, déchirants. Donc je dirais que je suis entre l'empathie et la neutralité. Je pense qu'on peut être empathique, mais il ne faut pas perdre son sens critique. Je me souviens qu'il y a des collègues des fois qui m'ont critiqué parce qu'on était avec une victime, mais en même temps, elle n'avait pas de preuve de ce qu'elle avançait, je la challengeais un peu pour essayer de vérifier et certains collègues m'ont dit, tu es trop dure, j'ai dit non, ce n'est pas que je suis dure, je compatis avec la personne, mais j'ai quand même mon obligation de vérifier ce qu'elle

⁶ Le ballado dont parle Jean-François Bélanger fait partie d'une série réalisée en 2020 par Daniel Martineau et intitulée *Notre envoyé spécial*. <https://ici.radio-canada.ca/premiere/balados/7372/journaliste-terrain-correspondant-guerre-conflit>

me dit, et il y a une façon de le faire qui est très respectueuse, mais on ne peut pas mettre ça de côté parce qu'on a de l'empathie pour la personne. Alors, je suis entre l'empathie et la neutralité. Par contre, je suis très mal à l'aise avec ceux qui, même dans les situations scandaleuses vont embrasser les gens, leur prendre la main, là je trouve que ce n'est pas notre rôle. Je suis un peu *straight* là-dessus, je vais quand même garder une certaine distance, même si je peux me montrer empathique. D'ailleurs, j'ai tendance à éviter de me lier avec des sources ou des personnes qui pourraient être l'objet de reportage. » (Chantal Lavigne)

Le journaliste Sylvain Desjardins a couvert de nombreux conflits comme envoyé spécial pour le service de l'information de Radio-Canada. En reportage en zone de guerre, il dit avoir une préoccupation particulière pour les populations civiles qui « n'ont rien demandé dans ces situations-là. » Quand on lui demande s'il s'efforce d'adopter une attitude neutre devant l'événement qu'il couvre, voici sa réponse :

« Au moment où ça se vit ? Absolument. Mais par ailleurs, je ne me compte pas d'histoire, si je vais couvrir une guerre, les premières vraies guerres que j'ai couvertes au Kosovo — ça m'a beaucoup marqué cette guerre-là — et puis les autres quand j'ai enchaîné avec toute la série en Afghanistan, j'avais une sorte de parti-pris qui était tout à fait acceptable pour moi, qui était celui des victimes, celui de la population, pas d'un camp ou de l'autre. Je m'efforce de parler autant des deux camps lorsque c'est possible, parfois ce n'est pas possible du tout, mais justement c'est pour me permettre de garder une distance par rapport au camp que je vais couvrir, je suppose. Par exemple, toute cette période quand le Canada était en Afghanistan, il est arrivé qu'on suive des militaires canadiens ou américains, “embarqué” avec eux dans des missions sans avoir l'autre côté, mais par contre, moi je pense à la population qui vit ça, que ce soit en Afghanistan ou dans les autres pays, et aussi beaucoup en Afrique où les camps

ne sont pas bien définis. Je pense à une série que j'ai faite au Nigéria sur Boko Haram, moi c'est le parti-pris que j'ai dans ma tête, c'est toujours la population parce qu'eux, ils n'ont rien demandé dans ces situations-là, et s'il y a un parti-pris à avoir, c'est pour l'humanité, pour l'humanisme, pour les valeurs, les bonnes valeurs humaines. Je sais que quand j'adopte cette attitude et que je reviens chez moi et que je produis un reportage et je sais que je diffuse ça à un auditoire canadien, ça va leur parler, ça va rester, c'est un contenu qui est informatif et qui est marquant et qui va leur permettre de comprendre la réalité. Moi je peux faire ces choix-là, je peux faire le choix de dire je privilégie certains aspects d'une guerre qui ne sera pas le *play-by-play*, mais plutôt les conséquences pour la population qui vit ça. C'est un exemple assez large, mais que je pourrais appliquer dans plein de cas précis et c'est ce qui me guide dans mon cadre de référence. » (Sylvain Desjardins)

L'empathie dont font état les journalistes peut démontrer une certaine bienveillance envers autrui, une sensibilité au sort et aux difficultés que vivent les gens, mais elle semble aussi s'appuyer sur un certain « parti-pris pour l'humanité, pour l'humanisme », voire même, parfois, une claire sympathie pour les victimes, celles et ceux que Bélanger appelle les *underdogs*, les opprimés. Ces réflexes journalistiques sont davantage apparentés à une culture européenne du journalisme (Ferenczi, 1996 ; Donsbach & Klett, 1993) qu'à la tradition anglo-américaine de la presse. Toutefois, leur démarche reste marquée par une forme de scientificité, à plus forte raison lorsque vient le moment de rendre compte de la réalité dont ils ont été témoins. Les journalistes vont prendre garde de ne pas laisser paraître leurs sentiments ou une quelconque émotivité. Leur rôle est de décrire une situation, pas de montrer leur sympathie. On retrouve ici cette définition classique de l'objectivité journalistique, dans laquelle les journalistes ne laissent pas transparaître leurs sentiments (Chalaby, 1998 ; Delforce, 1996 ; Dennis, 1984 ; Gauthier, 1991 ; Kovach & Rosenstiel, 2014 ; Schudson, 1978a, 2001b ; Tuchman, 1972).

Pour autant, il ne faudrait pas négliger ni sous-estimer non plus la capacité d'empathie des journalistes dans l'éventail des ressources et des qualités humaines qui permettent de produire des reportages de qualité. La faculté d'empathie permet d'ouvrir le « blindage », d'avoir une meilleure écoute, de pouvoir poser les bonnes questions, de mieux ressentir et percevoir des éléments de la réalité qui sinon, passeraient sous le radar, et qui peuvent enrichir d'autant leurs reportages. « Le reporter raconte ce qu'il voit sur le terrain, et plus ce qu'il voit est ressenti, mieux ça peut être raconté » (Akli Aït Abdallah).

La faculté d'empathie reste cependant régulée par la nécessaire neutralité journalistique à laquelle s'astreignent les reporters et qu'ils disent pouvoir atteindre par l'auto-critique qu'ils apprennent à faire de leurs propres sentiments.

6.3.2 L'objectivité comme rituel stratégique

Nous avons vu dans les pages précédentes avec quelles attitudes les journalistes abordent la réalité. Ce sont les attitudes décrites par Chalaby (1998), celles de neutralité, d'honnêteté, d'impartialité et d'équilibre qui définissent l'objectivité journalistique dans le processus de cueillette de l'information. Nous avons vu aussi que pour qualifier un compte-rendu journalistique d'objectif, celui-ci doit être vrai, exact, complet et respectueux des faits (Chalaby, 1998). Ces caractéristiques et ces attitudes qui contribuent à définir l'objectivité se retrouvent d'ailleurs abondamment décrites et prescrites dans les divers codes déontologiques de la profession comme nous l'avons vu plus tôt.

Au-delà de ces compétences et de ces qualités, l'objectivité des journalistes peut être définie comme un rituel stratégique. C'est ainsi que la sociologue Gaye Tuchman (1972) a identifié quatre stratégies journalistiques qui constituent selon elle le rituel d'objectivité auquel se soumettent journalistes et médias pour éviter les erreurs et les blâmes. Il s'agirait selon Tuchman d'une sorte de rempart : « *To journalists [...] the term 'objectivity' stands as a bulwark between themselves and critics.* » Ces stratégies qui permettent aux journalistes et aux médias de se dire objectifs sont : a) la

présentation de points de vue contradictoires, *b*) la présentation de faits qui s'appuient mutuellement, *c*) l'utilisation de citations et *d*) la structure narrative du reportage. Nous allons voir dans les commentaires des journalistes interviewés dans quelle mesure ces stratégies entrent dans la fabrication d'un reportage objectif.

6.3.2.1 *Les points de vue contradictoires*

Rappelons l'exemple que donne Tuchman (1972) de la pratique consistant à présenter les points de vue opposés ; un sénateur démocrate affirme que les États-Unis accusent un retard face à l'URSS dans le développement de certains types de missiles. Incapable de vérifier à temps pour l'heure de tombée si ce que dit le sénateur est vrai, l'information que publiera le journaliste devient « le sénateur Untel a déclaré X ». Pour éviter de se faire accuser de partisanerie, le reporter va ensuite demander au Secrétaire à la Défense qui est républicain si ce qu'a dit le sénateur démocrate est exact. Si le Secrétaire à la Défense dit que c'est faux, le reporter qui n'a pas davantage le temps de vérifier publiera « le Secrétaire à la Défense a déclaré Y ». Le journal publie alors les deux déclarations présentées comme des faits, sans savoir si leur contenu est véridique. Lorsque j'ai cité cet exemple au journaliste Sylvain Desjardins, voici ce qu'il a répondu spontanément :

« Alors, pourquoi on en parle ? C'est ça qu'il ne faut jamais oublier. Si lui (le journaliste) son point de départ c'est qu'il y a un doute ou s'il y a une prémisse évoquée par quelqu'un, est-ce que cette personne est crédible ? Est-ce qu'on va essayer de faire corroborer par des personnes qui ne sont pas nécessairement dans le camp opposé, mais qui vont être dans un champ connexe ou qui vont avoir une crédibilité "x, y, z" pour traiter du sujet, parce que si tu mets un positif et un négatif et tu dis "arrangez-vous avec ça", c'est quoi ma contribution comme journaliste là-dedans, c'est un peu idiot. Ça ne veut pas dire qu'il ne faut pas donner le point de vue opposé quand il y a des sujets controversés au contraire, mais il ne faut pas perdre de vue l'objectif, c'est qu'il

y a un doute sérieux qui est émis. S'il y a un doute sérieux qui est émis, on va voir si le doute est crédible. Si on se rend compte que le doute est vraiment crédible, là ça vaut un sujet. Si on décide qu'on en fait un sujet, là il faut le porter, avoir des gens qui vont corroborer. Après ça, le *State Department* pourra toujours donner son point de vue, mais si tu as deux ou trois personnes qui corroborent, tu as encore plus d'arguments pour essayer de le faire jaser, et l'histoire va prendre beaucoup plus de crédibilité parce que là, il va être obligé de réagir à ça, et il est obligé de nier trois ou quatre faits plutôt qu'un seul, et là peut-être qu'il y a quelque chose qui va sortir de ça. » (Sylvain Desjardins)

L'objectivité est ici comprise comme étant la recherche de la vérité. Le journaliste qui veut présenter une information objective prendra le temps de vérifier auprès de sources indépendantes et crédibles si les affirmations sont véridiques. Cela pose comme difficulté principale celle du temps disponible, mais aussi comme l'explique la correspondante Anyck Béraud, celle de la pression de la concurrence :

« La question c'est : "est-ce qu'on devrait même publier quelque chose si on n'est pas prêt à publier quelque chose ?" Il y a les heures de tombée, les deadlines. On a cette déclaration-là, ça mérite peut-être juste un texte, si on fait un topo c'est lui donner beaucoup d'importance sans avoir le contrepois. Il faut avoir aussi cette humilité de dire qu'on ne peut pas aller à l'antenne parce qu'on n'a pas l'information complète, mais ce qui joue, au-delà du deadline, c'est la concurrence. On nous dit "on voit ça ailleurs, untel a fait ça", des fois c'est les journaux, les journaux c'est toujours plus facile que la radio ou la télévision, il faut se dire parfois, on n'a pas tout pour l'instant, ou si on publie aujourd'hui, est-ce qu'on aura le reste en complément dans un autre reportage ? Le reportage aujourd'hui est peut-être déséquilibré côté objectivité, mais si le lendemain vous avez la réponse, vous pouvez montrer que sur la durée de la couverture vous avez réussi à atteindre une certaine objectivité. Au-delà du

deadline, il faut se demander si on est vraiment poussé par la concurrence, les autres ont ça, il faut sortir, il faut sortir. Il ne faut pas jouer le jeu de la concurrence — bien sûr, il ne faut pas arriver et dire “Radio-Canada a appris” deux semaines plus tard quand même — mais il faut faire attention aux deux pièges : deadline et concurrence. Avec les deadline de plus en plus fréquents, RDI, émissions radio, etc. il faut prendre le temps de réfléchir par soi-même, il faut se donner le temps de la réflexion, qu’est-ce qu’on veut faire avec ça, et qui sert-on là-dedans ? Est-ce qu’on sert vraiment l’auditeur en arrivant avec quelque chose à moitié mâché juste pour dire qu’on marque le coup, avec quoi marque-t-on le coup ? On marque le coup parce qu’on nous entend en ondes quelque part ? » (Anyck Béraud)

La phrase à retenir ici est sans doute la suivante : « il faut se donner le temps de la réflexion ». Devant la pression de la surabondance d’informations et de rendez-vous en ondes et sur le web, les journalistes doivent pouvoir faire des choix. Il vaut mieux livrer à son heure une information complète et exacte, en un mot, objective, que d’arriver avant tout le monde avec une information incomplète et inexacte. La BBC a modifié ses politiques éditoriales en 2005 pour préciser qu’il est plus important d’être exact que rapide (theguardian.com). Le texte des politiques éditoriales de la BBC se lit comme suit : « *In news and current affairs content, achieving due accuracy is more important than speed.* »⁷

Il arrive aussi que certaines réalités forcent à relativiser la présentation des points de vue opposés et à leur accorder des valeurs différentes. L’objectivité quitte alors le terrain neutre pour laisser la place à une lecture plus juste de la réalité, plus conforme avec la recherche de la vérité.

⁷ <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/accuracy/guidelines>

« Oui c'est essentiel les deux points de vue, mais revenons au climat, on a tous compris aujourd'hui que la science ne ment pas et qu'on se doit de faire les bonnes choses en tant que société plurielle à travers la planète. Ce que font les Brésiliens par exemple, c'est scandaleux. Est-ce que je me dois de rapporter le point de vue de ceux qui allègrement coupent les arbres et sont en train de violer la forêt, oui sauf que je ne vais pas le faire en tant que justification, mais en tant que point de vue. L'Amazonie c'est le poumon de la planète, on le sait et elle ne vivra pas éternellement si ça continue, est-ce que je vais leur donner cinquante pour cent de mon reportage pour les justifier ? Non, mais je vais rapporter leur point de vue pour dire regardez comme ils sont nazes, c'est nul ce qu'ils font. » (Joyce Napier)

Raymond Saint-Pierre,

« Ça fait partie du journalisme les deux versions. Il faut les écouter, il faut en témoigner, mais c'est là justement que c'est important d'avoir une machine médiatique, au-delà du journaliste qui est pris dans la couverture quotidienne et qui doit cracher son article vite, vite, parce que l'heure arrive et qu'il faut que les presses tournent ou que le bulletin démarre. D'accord il faut le faire ça, mais c'est là que ça prend aussi une recherche beaucoup plus poussée, beaucoup plus en profondeur pour essayer (en référence à l'exemple de Gaye Tuchman sur la course aux missiles) d'aller voir ce qui existe comme organisme ou regroupement qui font ce genre d'analyses et qui vont pouvoir départager ce qui existe comme armement nucléaire d'un côté comme de l'autre, ce qu'on sait, ce qu'on connaît, où en est la recherche d'un côté comme de l'autre, est-ce que d'un côté comme de l'autre on est ouvert, précis, honnête dans ce qu'on dit, je pense qu'il faut aller plus loin. Est-ce possible ? Dans certains dossiers, ce n'est pas toujours possible parce qu'il y a des choses qui sont maintenues secrètes, mais en général il faut aller au-delà des "il a dit et il a dit, puis il a donc dit, et

on ne sait pas ce qu'il dit, et dire à la fin, seul l'avenir nous le dira ». Ça, c'est le reportage classique d'un bulletin de nouvelles qu'on fait rapidement, mais il faut aller au-delà, c'est certain. C'est la responsabilité des médias en général et d'une machine d'information. On peut citer le *New York Times*, je pense qu'ils font très bien ça, le *Washington Post* aussi et les grands médias comme la BBC vont bien au-delà de "il a dit, il a dit et l'avenir nous le dira", ça dépend des moyens de la machine. »

Où se trouve l'objectivité journalistique quand il est impossible de recueillir les points de vue opposés ? Peut-on encore parler d'objectivité si les journalistes ne peuvent présenter qu'une seule version ? Les couvertures en zones de guerres sont particulièrement difficiles et rendent parfois impossible le travail de cueillette des points de vue opposés comme l'explique Jean-François Bélanger :

« Parfois, ce n'est pas facile de le faire. Par exemple quand on couvre un conflit, on ne peut pas matériellement, surtout au quotidien passer trois fois une ligne de front, surtout quand un conflit s'envenime. Il n'est pas toujours facile de faire l'aller-retour. Des fois les rédactions sont obligées d'envoyer quelqu'un d'un côté et quelqu'un de l'autre. Alexei notre cameraman russe, même s'il est sympathique à la cause ukrainienne, n'a plus le droit d'aller en Ukraine parce que c'est un citoyen russe en âge de se battre, donc il est louche aux yeux des Ukrainiens, il ne peut couvrir que le côté russe. Pas toujours facile de couvrir les deux côtés, tôt dans un conflit, ça se fait mieux parce qu'on profite du chaos. » (Jean-François Bélanger)

L'objectivité journalistique n'est pas que l'affaire des seuls journalistes, elle est aussi la responsabilité des médias. Raymond Saint-Pierre a couvert de nombreux conflits où il était physiquement impossible de recueillir les points de vue des deux camps. Pour lui, il est clair que les journalistes sur le terrain doivent pouvoir compter sur le

« pouvoir d'une machine médiatique » pour arriver à faire un travail objectif. Selon Saint-Pierre, c'est là que se trouve la véritable censure, entrave à l'objectivité :

« La censure est dans les moyens qu'on nous donne pour aller plus loin que "il a dit, il a dit". C'est là que se trouve le pouvoir d'une machine médiatique, et ce n'est pas un seul journaliste qui peut faire ça, c'est vraiment une machine. Reprenons l'exemple de la guerre du Liban en 2006. Je sais que j'ai eu des commentaires de parties au conflit qui disaient que j'avais fait une couverture unilatérale, en effet je suis là, je suis d'un côté, je ne peux pas être des deux côtés à la fois physiquement, à moins d'avoir des moyens gigantesques de couverture, donc c'est là que se tient l'honnêteté ; de dire bel et bien, c'est ce que j'ai vu de ce côté-là, et si on est un média un peu objectif, ou bien équipé et qui a des moyens, c'est sûr qu'on va avoir quelqu'un qui va couvrir l'autre côté, ou que la boîte elle-même, le média va trouver une façon de couvrir d'autres aspects, l'envers de la médaille ou l'autre côté. Donc, l'objectivité des fois, elle est au-dessus de nous, elle est en dehors de nous. » (Raymond Saint-Pierre)

Sophie Langlois :

« C'est un réflexe qu'on a de vouloir voir les deux côtés de la médaille, clairement. Quand il y a deux versions qui s'opposent clairement oui, mais des fois, ce ne sont pas des versions qui s'opposent, et c'est aussi important de les avoir. Mettons que tu as un témoignage important, hyper fort, tu pourrais faire un reportage juste avec ça, je pense que la démarche journalistique t'impose d'aller voir ailleurs, voir si tout le monde a vécu ça comme elle, est-ce qu'elle exagère, pourquoi il n'y a pas eu de réaction des autorités face à son drame. Dans certains cas, il faut avoir les autres versions, les différentes versions d'une histoire. Pour moi, c'est très important pour que je me fasse une idée en

recherche de l'importance ou non de l'histoire, de sa pertinence. J'ai beaucoup fouillé depuis deux ans des histoires de DPJ, très peu sont arrivées en ondes justement parce que c'est très difficile d'avoir les deux côtés de la médaille, t'en as toujours un des deux qui est en porte-à-faux avec la DPJ, et l'autre qui dénonce à la DPJ, et la DPJ qui ne parle pas de cas particulier. Alors, avoir la vraie histoire dans des conflits de DPJ où c'est souvent des conflits de couple qui dégénèrent en conflit familial au niveau des enfants, l'un va utiliser une dénonciation pour faire pression sur l'autre, etc. C'est hyper important d'avoir tous les points de vue, même les histoires *human*, faut tout le temps se demander ce qu'il y a derrière, pourquoi ça, pourquoi les autorités réagissent comme ça ou ne réagissent pas ? » (Sophie Langlois)

Le constat de Tuchman se vérifie dans les propos des journalistes. La présentation de points de vue opposés fait partie des méthodes utilisées par les journalistes pour atteindre l'objectivité ; « c'est un réflexe » qui « fait partie du journalisme les deux versions ». Dans les circonstances difficiles, par exemple en zone de guerre, les journalistes doivent compter sur le pouvoir de leur « machine médiatique » pour les aider à recueillir les points de vue des deux camps. La présentation de points de vue opposés n'est cependant pas suffisante pour les journalistes interviewés. L'objectivité consiste pour eux à aller au-delà de la formule classique, « il a dit, il a dit », et entreprendre une recherche exhaustive de la vérité. Cette même vérité peut justifier alors un traitement différent des deux points de vue. Les entraves à la démarche objective des journalistes résident dans la pression du temps et de la concurrence, mais également dans les moyens mis à leur disposition. C'est là, disent-ils, que loge la censure.

6.3.2.2 *Les corroborations*

La deuxième stratégie identifiée par Tuchman (1972) consiste pour le journaliste à additionner dans son reportage, des faits qui se renforcent mutuellement, à mettre

ensemble des informations qu'elle appelle des « *supporting evidence* ». La présentation de faits qui se corroborent dans un reportage contribue à confirmer et consolider le propos. Il s'agit pour la sociologue d'une stratégie des médias et des journalistes pour se montrer objectifs et parer d'éventuelles attaques, mais pour les reporters, il s'agit peut-être plus simplement, d'une manière de travailler, d'une façon de rendre leur histoire crédible et bien étayée.

Raymond Saint-Pierre :

« Le plus bel exemple que j'ai de ça, quand j'étais en Chine, il y a des histoires qui sont extrêmement difficiles, les gens ne veulent pas nous parler, les gens ont peur de parler, l'administration ne veut pas parler et dire exactement l'état de la situation parce que ça donnerait une mauvaise image du pouvoir, du parti, du pays à l'étranger. Quand j'étais en Chine, j'avais toujours un très grand nombre d'histoires, une dizaine, une douzaine que je trouvais importantes et sur lesquelles je commençais à travailler, puis tout à coup, il y a un élément qui s'ajoutait. Ah ! ça va être bon pour cette histoire-là, et tout à coup, Oh ! tiens là finalement j'ai assez de matériel pour finir par faire cette histoire-là qui traîne depuis six mois, huit mois. Je peux vous donner un exemple, il y a un phénomène qui existait beaucoup, fin des années 1990, début 2000, c'était l'enlèvement des jeunes filles pour les marier parce qu'il y a un manque de femmes, parce qu'avec la politique de l'enfant unique on a favorisé la naissance de garçons par rapport aux filles, cela a créé un déséquilibre hommes-femmes, ce qui fait qu'il y avait une pénurie de femmes. Alors il y a des gens qui partaient à la campagne et kidnappaient littéralement des femmes pour les ramener et les marier de force, ça peut sembler médiéval ou même dater de l'âge de pierre comme histoire, et les gens ne nous croient pas si on ne peut pas l'étayer et la vérifier et la renforcer. J'avais commencé à travailler là-dessus, et même quand j'en parlais aux gens à Montréal, ils me disaient, bien là vraiment c'est une

histoire difficile à croire qu'on enlève des femmes systématiquement comme ça. Et finalement, dans un aéroport loin de Pékin, je tombe sur une cassette, une vidéo du gouvernement qui traitait de ce sujet, on montrait des exemples et on interviewait des représentants du gouvernement qui acceptaient de commenter ça et même de l'Union officielle de défense des droits des femmes, dans la vidéo, il y avait ça. Donc j'ai ramené ça à Pékin et j'ai dit à ma recherchiste, la dame qui est dans la vidéo, on va demander à l'interviewer, et nous on peut utiliser les images en question en expliquant très bien encore une fois c'est quoi ces images, c'est quoi le contexte, c'est peut-être une reconstitution, on s'en fout, ça parle d'un vrai problème, tant qu'on décrit très bien le contexte, on a une histoire et évidemment les gens qui étaient montrés dans la vidéo, les gens en autorité se sont sentis bien obligés de commenter et j'ai pu faire une histoire. L'enlèvement des femmes, des jeunes filles pour les marier de force, c'était un phénomène vraiment important en Chine à l'époque, ce n'était pas une histoire marginale et ça se passait dans les campagnes éloignées, donc ça passait pratiquement inaperçu. C'est un exemple de la manière de construire une histoire avec plusieurs éléments dans des contextes difficiles, une histoire qui semble absolument impossible à croire, et finalement arriver à la construire quand même pour qu'elle soit crédible et étayée aussi. » (Raymond Saint-Pierre).

La journaliste de l'émission *Enquête* de Radio-Canada, Chantal Lavigne et sa collègue Joyce Napier de CTV comparent le fait d'ajouter des « *supporting evidence* » dans leur reportage — c'est-à-dire des faits qui sont acceptés comme vrais et qui viennent corroborer une affirmation — au travail d'un enquêteur de police qui doit monter une preuve. Pour être objectif, le reportage doit s'appuyer sur la présentation de plusieurs faits qui se corroborent. La nécessité de présenter des faits qui soutiennent l'affirmation principale est omniprésente dans les salles de rédaction (Tuchman, 1972).

« Oui, il en faut plusieurs. Si j'en ai plusieurs, ça fait un dossier plus solide, mais je ne peux pas tout mettre. Il y a une partie de ma corroboration que je ne mettrai pas à l'écran, je vais choisir les exemples les plus frappants, mais souvent on va en mettre plus qu'un pour montrer que ça dépasse l'anecdote. C'est comme construire une preuve avec une réponse qui alourdit un peu le récit, mais il faut donner l'occasion à la personne ou à l'institution ciblée de répondre [...] Tout ce processus est très long et très complexe, et de plus en plus exigeant parce qu'avec notre contentieux, on a l'impression que la barre est de plus en plus haute au niveau de la preuve, qu'il faut pratiquement avoir un dossier qui pourrait se retrouver en cour le lendemain. » (Chantal Lavigne)

Joyce Napier,

« Si on peut oui, c'est important de faire la preuve. Mais un reportage aujourd'hui en tout cas au privé, c'est une minute cinquante, quand on te donne deux minutes dix, ils sont d'une grande générosité. Donc on a un temps très limité pour rapporter des choses qui sont complexes et dont les images ne viennent pas renforcer les propos. Quand c'est quatorze personnes qui entrent dans une pièce et quatorze qui en sortent, t'as rien illustré du tout. On essaye dans la rédaction du reportage de faire une preuve, mais malheureusement ce n'est pas toujours possible. » (Joyce Napier)

Dans certains cas, les exigences de corroborations pour appuyer une histoire peuvent être très élevées, au point de ralentir et même paralyser le travail des reporters. Sophie Langlois évoque le cas d'enquêtes journalistiques qui ont été lancées dans la foulée du mouvement *#MeToo*, mais qui auraient été retenues parce que les exigences de corroborations se sont trouvées trop élevées à la suite de la diffusion d'un reportage

particulier ayant suscité de nombreuses critiques.⁸ La crainte de faire l'objet de plaintes ou de poursuites peut ralentir le travail des journalistes. Pour Sophie Langlois, ce qui compte avant tout c'est de s'assurer de ne laisser aucune question sans réponse dans l'esprit des téléspectateurs.

« Je trouve important de se mettre à la place du téléspectateur qui ne connaît rien de l'histoire avant d'écouter ton reportage, est-ce que tu vas laisser des questions sans réponse dans sa tête après avoir écouté ça ? Ça t'amène à faire les vérifications que tu dois faire, même si ce n'est pas dans le reportage, il faut être capable d'y répondre si jamais tu as une plainte ou une poursuite, il faut que tu sois blindée au niveau des réponses que tu peux apporter sur des questions que ton reportage peut soulever même s'il n'y répond pas. Dans la foulée des histoires de *#MeToo*, à un moment donné, on a eu un reportage qui a été très controversé sur Gilbert Sicotte, après ça, je peux te dire qu'il fallait que tu te lèves de bonne heure pour mettre un topo *#MeToo* en ondes avec des plaintes. Il fallait que les filles soient blindées, qu'elles ne se soient pas parlé, ça en prenait des témoignages qui disaient la même affaire qui se corroboraient parce que c'était devenu hypersensible à cause de ce reportage qui était très, très, controversé. Ça a à peu près tué la couverture de *#MeToo* de Radio-Canada télé cette affaire-là. » (Sophie Langlois)

⁸ Le 15 novembre 2017, Radio-Canada diffusait un reportage de Louis-Philippe Ouimet sur des allégations d'harcèlement psychologique de la part du comédien Gilbert Sicotte à l'endroit de quelques-uns des étudiants du Conservatoire d'art dramatique de Montréal. Ce reportage a soulevé de nombreuses critiques et commentaires négatifs de la part du public et de plusieurs chroniqueurs dans les médias. Plusieurs plaintes ont été déposées à l'ombudsman de Radio-Canada qui après enquête a conclu que le reportage répondait aux normes et pratiques journalistiques bien qu'un encadrement éditorial défaillant ait « faussé la perception de nombreux téléspectateurs quant aux motivations du journaliste, à la crédibilité du reportage et à l'intérêt public du sujet ».

<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1067337/gilbert-sicotte-suspendu-professeur-conservatoire-montreal-abus-harcèlement-psychologique>.

<https://cbc.radio-canada.ca/fr/ombudsman/revisions/2017-12-13-fr>

Les exigences de corroborations sont effectivement, pratique courante dans les salles de rédaction et elles sont parfois excessives comme le montrent les cas auxquels fait référence Sophie Langlois. La peur des plaintes et des poursuites peut avoir un effet paralysant sur l'ensemble d'une salle de nouvelles lorsque survient une diffusion controversée ou mal encadrée par les rédactions en chef. On observe ici que l'objectivité cède le terrain à la censure. Mais en général, les exigences de corroboration ne conduisent pas à une telle paralysie fonctionnelle. Elles sont, la plupart du temps — même si elles ne vont pas toutes en ondes — une façon de valider ce qui sera diffusé.

« En étant sur place par exemple, lors d'une manifestation prodémocratie à Hong Kong, on s'aperçoit que ce qu'une personne nous dit vient corroborer les mêmes doléances qu'on entend d'autres personnes. Avec plus de nuances parfois. On essaye de corroborer avec la recherche. Quand on dit, il n'y a pas de démocratie, de quoi parle-t-on ? J'avais par exemple, des libraires de Hong Kong dont les publications déplaisaient à Xi Jinping qui disparaissent, j'en ai rencontré. Ça demande beaucoup de recherche, on ne peut pas tout mettre à l'antenne, mais ta recherche aide à valider les clips que tu mets à l'antenne. Tu peux expliquer pourquoi tu as choisi ce clip qui est représentatif de ce que tu entends. » (Anyck Béraud)

6.3.2.3 *Les citations*

Le commentaire d'Anyck Béraud nous amène à la troisième stratégie rituelle identifiée par Tuchman (1972), celle de l'utilisation des citations. Dans son étude des stratégies journalistiques pour atteindre l'objectivité, la sociologue identifie l'utilisation des citations comme une façon de consolider le contenu d'un reportage. C'est aussi selon elle, une manière pour les journalistes de laisser parler les faits :

« The newsmen view quotations of other people's opinions as a form of supporting evidence. By interjecting someone else's opinion, they believe they are removing themselves from participation in the story, and they are letting the 'facts' speak ».

Les journalistes interviewés attachent une grande importance aux citations. Ils confirment les observations de Tuchman (1972) voulant que les citations appuient le propos, mais ils vont plus loin en affirmant que les extraits d'entrevues qu'ils choisissent d'insérer dans leurs reportages constituent le matériau principal avec lequel ils travaillent. Le journaliste Jean-François Bélanger en parle comme de la « matière première » du reportage, à la fois comme d'un élément de crédibilité objective, mais aussi d'esthétique. Le soin apporté au choix des citations est très important :

« C'est fondamental. J'aime bien donner la parole à ceux qui n'en ont pas. C'est souvent frustrant parce que quand on fait des entrevues dans une langue étrangère, je trouve dommage d'être obligé de les doubler, j'aime entendre la musique d'une langue, j'aime entendre l'émotion dans la voix de quelqu'un, j'ai toujours été favorable aux sous-titres, mais je sais qu'il y a plusieurs écoles de pensée là-dedans. J'ai toujours trouvé que c'est important de laisser les téléspectateurs entendre la voix, l'émotion, la musique d'une langue ; ukrainien, catalan, etc. C'est aussi une question de crédibilité, ceux qui comprennent une langue peuvent entendre la source originale, ils n'ont pas l'impression qu'on essaye de leur bloquer quelque chose [...] C'est subjectif, le choix. Pendant une entrevue, on entend tout de suite. J'entends quelqu'un parler et tout de suite dans ma tête ça fait ding, ding ; on reconnaît parce que c'est une formule qui est forte, qui résume en peu de mots, ou alors parce qu'il y a de l'émotion. J'ai un détecteur à clip qui sonne dans ma tête au moment de l'entrevue. Après, j'en parle au rédacteur en chef, je lui raconte ce qu'on m'a dit, et souvent c'est ça qui reste, c'est la substantifique moelle, les choses qui m'ont marqué, parce

qu'il y a de l'émotion, soit parce que c'est dit avec grande sincérité, c'est bien résumé, c'est une belle formule. Après ça, ça doit entrer en résonnance avec d'autres entrevues dans un même contenant, un *Tuperware* qui est un topo où la place n'est pas infinie et où il y a plusieurs personnages. Souvent, on va être forcé d'aller vers la deuxième ou troisième meilleure citation parce qu'elle entre en résonnance avec les autres, soit parce qu'elle complète ou vient contredire ce qu'a dit quelqu'un d'autre. Après ça, on doit trouver l'équilibre entre ce que l'on choisit de l'un et de l'autre. Des fois, c'est un peu frustrant parce on se dit, ça, c'est un bon extrait, mais je n'arrive pas à le placer. C'est vrai qu'en bout de ligne au moment de raconter l'histoire — et pour moi le *storytelling* est vraiment la partie essentielle du boulot — ces citations-là sont des briques qui nous servent à construire l'édifice qui est l'histoire qu'on essaye de raconter. C'est une matière première, donc on écoute, on recueille, on ramasse nos briques à gauche à droite ou nos pierres dans un champ, après on prend du recul et on se dit voilà, à la lumière de ce que j'ai recueilli, c'est quoi l'histoire que je pense qu'on doit raconter, comment la raconter pour qu'elle soit facilement assimilable par des téléspectateurs qui sont loin de cette réalité. On doit prendre le téléspectateur ou l'auditeur par la main pour lui raconter l'histoire, et c'est ça qui détermine le plan de la maison qu'on construit avec telle et telle brique, telle et telle pierre ; donc oui, les citations sont la matière première du reportage. »
(Jean-François Bélanger)

Contrairement à ce que soutient Tuchman (1972), les journalistes n'utilisent pas toujours les citations comme « *supporting evidence* » pour renforcer le propos. Les citations constituent la « matière première du reportage », ce sont les blocs avec lesquels les journalistes bâtissent leur représentation de la réalité. Les citations peuvent très bien contredire le propos au lieu de le renforcer comme l'explique Joyce Napier, mais Tuchman voit juste lorsqu'elle écrit que l'utilisation de citations permet aux journalistes d'affirmer qu'ils ne font pas partie de l'histoire qu'ils racontent. « *They*

believe they are removing themselves from participation in the story » (Tuchman, 1972, p.668).

« J'accorde une grande importance aux citations, parce que ce n'est pas moi qui le dis. Surtout si la citation est éloquente ; elles ne sont pas toujours éloquentes. Si je parle du premier ministre qui annonce 75 millions de dollars pour tel projet, je vais mettre une citation du PM qui va dire ce projet nous permettra de... Donc la citation vient renforcer le propos, ou le contredire ça dépend. » (Joyce Napier)

Les commentaires de Raymond Saint-Pierre vont dans le même sens. Les journalistes utilisent des citations dans leurs reportages parce qu'elles sont représentatives de plusieurs autres, mais elles n'excluent pas les points de vue contraires :

« C'est essentiel. Les citations vont montrer qu'il y a des gens qui pensent autrement ou qui ont accepté de témoigner. Cela montre que notre reportage n'est pas basé seulement sur des ouï-dire, sur des opinions lues quelque part, et qu'on a vraiment rencontré des gens. C'est vraiment la base. Il faut avoir ce genre de témoignages pour bâtir une histoire. En général, quand on met une citation c'est qu'on en a plusieurs et que l'une représente plusieurs personnes à qui on a parlé. Par exemple à Moscou dans les derniers mois, il y avait beaucoup de manifestations, beaucoup de jeunes d'ailleurs, ce qui nous a surpris et qui a surpris le pouvoir aussi, ces jeunes qui n'avaient connu d'autre pouvoir que celui de Poutine. Dans la manifestation, on interrogeait plusieurs personnes, "pourquoi vous êtes là, pourquoi c'est important pour vous, ce n'est pas dangereux pour vous ?" Dans un reportage de deux minutes dix ou deux minutes vingt, on en montrait une ou deux de ces opinions, mais on en avait au moins une douzaine. Ce qu'on montrait, c'était un échantillon de ce qu'était l'opinion de bien d'autres personnes qui manifestaient. Et oui, on montrait aussi

s'il y en avait, des gens qui étaient contre la manifestation ou des gens du pouvoir qui étaient contre les manifestants pour bien montrer que ces manifestations ne représentent pas nécessairement la grande majorité des citoyens, mais qu'ils ont quand même un poids dans l'opinion, et qu'ils représentent quelque chose parce qu'ils remettent en question le pouvoir existant qui lui ne se prétend pas menacé du tout, et prétend représenter l'opinion générale de ce qui se passe dans le pays. » (Raymond Saint-Pierre)

Les journalistes prennent soin de choisir les citations en fonction de leur pertinence et de leur impact. Dans la construction du reportage, ils vont retenir les citations qui sont fortes émotivement et qui ont une vibrante charge symbolique, comme une déclaration qui illustre la lutte pour la démocratie à Hong Kong ou une autre qui présente bien la problématique en jeu dans un reportage. Une certaine dimension esthétique entre aussi en ligne de compte dans le choix des citations. Sonorité, inflexions de la voix, émotions sont des facteurs qui sont généralement retenus par les journalistes qui ont développé une sorte de sixième sens pour les reconnaître. C'est ce qu'expliquent Anyck Béraud et Sylvain Desjardins :

« Quand tu réécoutes une entrevue que tu as faite, tu vois tout de suite ce qui est le plus accrocheur. C'est évident qu'on va aller vers ces extraits-là, et en général, si on s'est préparé correctement avant, les réponses qui sont les plus accrocheuses vont dans le sens du sujet qu'on veut développer. On n'est pas à côté, on est dedans. Il y a des trucs qui sont évidents pour moi. Je sors d'une entrevue, je sais que quand il m'a dit ça, c'est clair, ça va en ondes, je le voyais déjà, je l'entendais déjà. Ça, c'est le fait que la personne qu'on choisit pour incarner l'enjeu de l'histoire va refléter une profondeur de réflexion, une pertinence, mettons, mais en même temps, qu'elle va le faire d'une manière qui va être aussi accrocheuse sur le plan peut-être des émotions, et qu'humainement parlant ça va être fort. Je ne cherche pas à tout prix l'émotion, parfois ça

convient, parfois moins, mais quand tu sens l'engagement, la ferveur dans l'entrevue ou un moment qui est plus croustillant, c'est sûr que ça fait partie des éléments qu'on recherche et qui vont faire que ça va être un succès. » (Sylvain Desjardins)

Anyck Béraud :

« J'accorde assez d'importance aux citations, parce qu'on entend les gens le dire, mais il faut mettre ça dans le contexte. J'ai beaucoup de difficulté à faire passer les citations en mandarin, en cantonnais, en thaï ou en coréen. On me dit que ça passe mal, même si on met une voix traduite, on le fait beaucoup à la radio, mais même à la télévision, à RDI, je me le fais dire. Alors que quand tu entends la personne, dans le ton, tu l'entends si c'est dur ou s'il y a de la frayeur et tout ça. Les gens n'aiment pas les sous-titres, mais c'est important d'entendre ce que les gens ont à dire — sans pour autant leur donner le micro, on n'est pas leur porte-parole, tu ne peux pas non plus donner la place à un discours de haine sans l'encadrer. Les citations c'est important pour entendre la voix des gens. À Hong Kong, quand on a fait le topo sur les gens qui manifestaient, on voulait que les gens entendent les clips — c'était plus facile parce que tout le monde parlait anglais, on avait fini le topo sur un clip, ce qu'on fait rarement, et le type disait, "ce scrutin c'est un message à Pékin pour dire *get used to democracy!*" Si moi je paraphrase ça, le punch vient de tomber. » (Anyck Béraud)

Les journalistes vont chercher à laisser parler les gens. Ce sont eux qui vivent l'histoire et les mieux placés pour la raconter. Aux yeux des journalistes, la meilleure façon de faire un récit objectif, c'est en intervenant le moins possible. En s'absentant autant que possible de l'histoire, ils laissent toute la place à ceux et celles qui la vivent. Ils créent ainsi un sentiment d'objectivité dans l'esprit du public (Tuchman, 1972). Les citations

sont alors le principal reflet de la réalité et deviennent littéralement la structure de base, le squelette du reportage, ce qu'expliquent Akli Aït Abdallah et Sophie Langlois :

« Les citations sont essentielles. Clairement. Dans mes reportages, il y a très peu de propos qui m'appartiennent, les seuls propos qui m'appartiennent c'est "André habite au bord de la rivière Richelieu, il a ouvert son camping en 2004, la rivière est venue envahir son petit paradis", et même le mot paradis, il l'avait dit parce qu'il y a neuf ans, il avait dit on s'était bâti un "petit paradis". C'est devenu un petit enfer, donc, j'ai enlevé pour faire court, et je le dis. Si quelqu'un me dit tu es malhonnête, tu as utilisé le mot paradis, j'ai le clip où il dit "c'est notre petit paradis, c'est devenu un enfer". Transpose ça à la question israélo-palestinienne maintenant, c'est la même chose. Ça, c'est de lui. Franchement la citation, c'est tout, surtout dans le long reportage, même dans le court, il faut se permettre de laisser les gens parler. Moi dans mes topos, je mets très peu de chiffres, très peu de théories, mais ça aussi ça dépend du journaliste. » (Akli Aït Abdallah)

Sophie Langlois,

« Je construis mon reportage d'abord dans ma recherche, je fais des pré-entrevues très exhaustives et déjà je commence dans ma tête à construire mon reportage avec les citations que les gens m'ont données en pré-entrevues et je vais tourner en fonction de cette histoire qui m'intéresse dans ce qu'ils m'ont donné comme matériel en pré-entrevue. J'écoute mes entrevues au complet, je n'arrête pas parce que j'ai deux bons clips et le reste je n'aurais pas besoin de l'écouter, non j'écoute mes entrevues au complet et je fais des transcriptions quand même assez exhaustives parce que des fois un clip qui n'est pas intéressant, mais qui est descriptif, peut être utilisé, et après je construis mon reportage avec les clips. Mes textes, c'est le moins possible et ça va être ce que

je suis obligée de dire pour comprendre ce que mes invités ne disent pas, pour faire des liens, des transitions, un petit peu d'historique, je veux le plus possible que mes invités se racontent et mes invités racontent ce qu'ils ont à dire. Le squelette de mon reportage c'est les sons de mes entrevues, des extraits d'entrevues, des pleins sons parce que j'écoute aussi tout ce qu'on tourne comme séquences visuelles, on garde tout le temps le micro de l'invité et s'il y a des échanges intéressants j'écoute tout ça aussi, j'écoute vraiment tous mes tournages du début à la fin. Le son pour moi c'est hyper important. Quand je fais mon plan, j'indique ces pleins sons et il y a bien des réalisateurs qui n'aiment pas ça parce qu'ils ont l'impression que je ne leur laisse pas de marge, je leur dis, c'est une indication de la façon dont je vois la fluidité de l'histoire, comment je la vois se dérouler. J'écris avec ça en tête, ça peut être autre chose, la beauté de la télé, c'est qu'on travaille en équipe et le clash des idées fait que le produit est meilleur. J'écoute tout, c'est long c'est sûr, mais une fois que tout est fait, écrire mon texte, c'est hyper rapide. Un topo de sept minutes, je peux l'écrire en une heure, mais je prends deux jours pour le visionner comme il faut. » (Sophie Langlois)

L'une des questions soulevées par l'utilisation des citations selon Tuchman, est la possibilité que le reporter s'en serve pour faire passer indirectement son opinion, qu'il choisisse la citation pour faire passer un message, témoigner d'une certaine sympathie à l'endroit d'une cause. Voici ce qu'en dit Raymond Saint-Pierre :

« Si on couvre une manifestation contre Poutine, c'est sûr que c'est parce qu'on trouve que c'est important que des gens osent défier le pouvoir de Poutine, donc si on met un extrait sonore d'une personne qui conteste le pouvoir, oui c'est parce qu'on juge que c'est important, et c'est important que les gens sachent à Montréal ou à travers le Canada qu'il y a cet événement, et qu'il a un poids social important. Je ne sais pas si on peut parler de sympathie.

Je sais qu'il y a des gens par exemple qui ont accepté de nous parler, des gens qui vivaient des difficultés économiques très graves qui ne projetaient pas une image idéale du pouvoir, que ce soit en Russie ou dans d'autres endroits. S'ils nous parlent de leurs difficultés à garder leur appartement, à nourrir leurs enfants, ce n'est pas nécessairement de la sympathie, c'est juste de dire, cela existe aussi, au-delà du discours officiel du pouvoir, au-delà des défilés de l'armée et tout ça, il y a autre chose, il y a une autre voix dans le public et cette voix-là, dans les médias officiels de ce pays, on ne l'entend pas, mais nous, c'est notre devoir de la faire entendre. Sympathie, je n'oserais pas dire ça. C'est sûr qu'on développe à un moment donné dans certaines crises où les gens vivent des malheurs absolument incroyables, on n'est pas fait de bois, mais en même temps notre rôle c'est de décrire cette situation que les gens vivent, pas nécessairement de montrer notre sympathie envers ces gens-là, mais montrer qu'ils existent, et oui, on a choisi de leur donner une voix. » (Raymond Saint-Pierre)

L'utilisation des citations pose un problème particulier dans le cadre de l'enquête journalistique. Il arrive souvent qu'une citation soit envoyée aux journalistes à la dernière minute rendant pratiquement impossible toute contre-vérification. Le problème des citations rejoint ici la première stratégie d'objectivité identifiée par Tuchman, celle de la présentation de points de vue opposés. L'une des parties peut ainsi tenter de déjouer la démarche objective des journalistes en faisant parvenir son point de vue (sa citation par courriel) au dernier moment avant la mise en ondes. Malgré cette tactique déstabilisante, le recours aux citations reste incontournable.

« Ça peut amener plus de précisions. C'est plus précis surtout si ce sont des propos litigieux, c'est plus équitable. Ça nous arrive, souvent de plus en plus, les gens vont éviter de nous donner des entrevues et vont nous envoyer des courriels, et répondre longuement sur des pages et des pages, mais on ne peut

pas tout mettre ça en ondes, alors là c'est une question de choisir les citations et s'assurer que ça représente bien l'ensemble de la réponse quand même, et que ce n'est pas déséquilibré par rapport au reportage. Ce problème de citations, ça devient de plus en plus lourd à l'émission (*Enquête*) parce que ça nous arrive souvent à la dernière minute et on n'a pas le temps de contre-vérifier, alors on est obligé de mettre ça, comme ça sans avoir pu chercher, si ça arrive la veille au soir. » (Chantal Lavigne)

6.3.2.4 *La structure du récit*

Outre la vérification des faits, la façon de raconter une histoire, la manière de structurer le récit journalistique est la quatrième stratégie par laquelle les journalistes peuvent prétendre à l'objectivité selon la sociologue Gaye Tuchman (1972). C'est aussi la moins évidente de ses observations. Les trois premières stratégies que sont la présentation de points de vue contradictoires, la présentation de faits qui se corroborent, et l'utilisation de citations sont des procédés mesurables et facilement vérifiables dans les textes des journalistes, mais quand il est question de la structure du récit, on comprend moins facilement en quoi elle permettrait aux journalistes de se dire objectifs. Tuchman reconnaît que pour les journalistes c'est là l'aspect formel « le plus problématique » de l'objectivité. La sociologue écrit qu'à cette étape, le journaliste doit exercer son jugement éditorial (*news judgment*) pour choisir de présenter dans son texte les éléments les plus importants. L'auteure définit le jugement éditorial comme la capacité de choisir objectivement les faits les plus pertinents : « *'news judgment' is the ability to choose 'objectively' between and among competing 'facts,' to decide which 'facts' are more 'important' or 'interesting'* » (Tuchman, 1972, p.670). Ce serait donc la présentation des faits les plus importants et les plus intéressants dans un ordre particulier qui définirait l'objectivité.

Ceci n'est-il valable seulement que pour la presse écrite ? En presse écrite, la formule d'écriture classique est celle de la pyramide inversée, une pratique héritée des agences de presse, qui permet au chef de pupitre de couper le texte par la fin en fonction

de l'espace papier disponible, les principaux éléments d'information de la nouvelle se trouvant au début (Sormany, 2011). En presse électronique, la structure d'un reportage est tout aussi fondamentale, mais elle est différente. En télévision, elle emprunte aux procédés du récit cinématographique. Il ne s'agit plus d'une structure rectiligne et analytique, mais plutôt d'une structure de type dramatique (Sormany, 2011). Selon les journalistes interviewés, il s'agit alors de construire le reportage pour capter l'attention de l'auditoire et soutenir son intérêt au moyen d'un agencement efficace des informations obtenues, ce qu'on appelle le *storytelling*, l'art de raconter. Si on suit le raisonnement de Tuchman et qu'on l'applique à la presse électronique (radio et télévision), l'objectivité journalistique se trouverait dans la capacité des reporters de présenter les faits les plus importants et les plus pertinents dans un ordre qui permet à l'auditoire de suivre le récit du début à la fin sans perdre l'attention. L'auditeur ou le téléspectateur aurait alors le sentiment d'avoir été bien informé de façon complète et objective. On peut penser que la structure du récit, si elle est bien faite, permet de générer ce sentiment chez le téléspectateur et que c'est là précisément que loge l'objectivité. Il y a cinquante ans, Tuchman ne pouvait pas prévoir l'évolution des modes narratifs ni les bouleversements que connaît aujourd'hui l'univers journalistique et médiatique. La volonté de soutenir l'intérêt du téléspectateur, de l'auditeur ou du lecteur reste toutefois bien présente dans le travail du reporter, parce qu'elle contribue dans l'esprit des journalistes à créer un sentiment d'adhésion du public à l'histoire qu'ils racontent et par là même à consolider (ou non) l'impression d'assister à un récit objectif de la réalité. Mais alors, comment font les journalistes pour arriver à créer ce sentiment d'objectivité dans l'esprit du téléspectateur ou de l'auditeur, pour sélectionner les faits les plus pertinents et les agencer de sorte à donner du sens afin que l'auditoire reste présent tout au long du récit ? Voici ce qu'en dit Jean-François Bélanger :

« Des fois, c'est au fil de la journée que l'histoire se construit dans ma tête. Ça dépend toujours de l'échéance, c'est différent si on fait un reportage pour la

fin de la journée ou si on fait quelque chose pour une diffusion dans quelques semaines. Pour la journée, au fur et à mesure qu'on recueille, ça prend forme et dans la voiture en rentrant, j'essaie de voir comment construire le truc. Ce n'est jamais de la même façon. Souvent aussi une histoire va se construire en fonction d'une image forte, je sais que c'est la première image, on n'a pas le choix de commencer par ça et ça détermine le reste. Parfois, le cameraman nous fait une super image, un coucher de soleil ou quelque chose comme ça, et ça inspire le reste, et alors les morceaux se mettent en place en fonction de ce qu'on essaye de raconter. J'aime bien qu'une histoire ait un sens, un début, un milieu et une fin, je n'aime pas que ce soit juste : «telle personne a dit telle chose, telle personne a dit telle chose, telle personne a dit telle chose. Jean-François Bélanger, Radio-Canada, à tel endroit.» Dans ce temps-là, c'est comme si le journaliste se désengage totalement, c'est comme une renonciation du journaliste qui dit, on peut dire que c'est objectif, je vous garroche les faits, débrouillez-vous avec. Moi je pense que notre rôle est de donner du sens, donner du contexte, de l'analyse aussi, mais vraiment prendre le téléspectateur ou l'auditeur par la main, lui dire voici. Oui, c'est subjectif la façon de raconter l'histoire, mais c'est ça la valeur ajoutée qu'on peut apporter, c'est de donner du sens à ce que l'on a vu. » (Jean-François Bélanger)

L'objectivité commande donc de donner du sens à l'histoire. Le journaliste s'efforce de « prendre le téléspectateur par la main », de l'intéresser à un sujet qu'il ne connaît peut-être pas. Paradoxalement, pour ce faire, le journaliste pourra laisser entrer un peu de sa propre subjectivité dans l'architecture de son reportage, particulièrement dans le choix qu'il doit faire des images les plus symboliquement fortes. Les journalistes doivent surtout, même si les circonstances ne s'y prêtent pas, se donner le temps de la réflexion, évaluer les contenus qu'ils ont sous la main et tenir compte de leurs images, en particulier des plans d'ouverture.

« C'est souvent une image forte, une image-symbole qui résume beaucoup de choses. Si par exemple on parle d'un village qui a été bombardé, la première image, ça peut être des immeubles en accordéon complètement détruits, ça peut être aussi un gros plan d'une mère dans un cimetière qui est en train de pleurer sur la tombe de son fils, ça donne le ton à tout le reste, mais c'est une image forte. On prend du recul, j'en discute avec le cameraman, j'ai eu la chance de travailler avec d'excellents cameramen qui ne sont pas juste des pousse-boutons, Sergio Santos ou Alexey Sergeev qui s'investissent dans le sujet et qui vont chercher les images fortes, les images-symbole, on en discute souvent et on se met d'accord sur telle et telle image. Très souvent, ça s'impose, on ne peut pas commencer autrement, c'est l'image forte du début. [...] Oui des fois, ça va vite, mais même si ça va vite, on ne peut pas faire l'économie de la réflexion. Moi je sais que même si je suis pressé après avoir fini de visionner, je vais souvent faire une pause, prendre un café, marcher un peu, ça peut être deux minutes et c'est là que ça vient, la première phrase vient. On parle d'image, mais parfois aussi c'est une phrase, une formule qui nous vient, et qui en quelques mots résume bien le truc, et qui va capter l'attention du téléspectateur, et qui va déterminer tout le reste. Après, c'est un fil ça, il suffit de tirer sur le fil et le reste vient. Il faut que ça coule, c'est comme ça que ça marche. Les gens ne connaissent pas les règles cinématographiques, ne savent pas que l'histoire est toujours en trois actes, qu'il y a un personnage, qu'il y a une quête, les gens ne savent pas ça. Ils vont savoir si l'histoire marche ou ne marche pas. Ils vont savoir s'ils s'identifient, s'ils sont intéressés à un sujet ou non. Et je pense que la façon de raconter fait toute la différence. Les gens ne vont pas savoir pourquoi ils aiment tel reportage ou pourquoi ils n'aiment pas tel autre, donc ton rôle à toi c'est de raconter de façon organique pour que les gens se rendent compte que "Oh ! Je ne l'ai pas vu passer", ça dure cinq minutes et ils ont l'impression que c'est deux minutes, dans ce temps-là on a réussi. Et là, on est au-delà du journalisme, on est dans le *storytelling*. Si on réussit à amener les gens quelque

part en leur prenant la main et qu'on les intéresse à un sujet, à des vérités qu'ils ne connaissent pas à la base, on leur parle d'une contrée lointaine et ils n'ont pas l'impression que c'est ardu, je pense bien qu'on a atteint notre but, mais ça demande un effort de la part du journaliste, il faut se casser la tête pour savoir comment raconter l'histoire. » (Jean-François Bélanger)

Il arrive que pour atteindre ce but, le journaliste doive faire confiance à son instinct et accepter que son travail soit un « work in progress » comprenant une certaine dose d'incertitudes. Sophie Langlois :

« Moi, c'est des histoires que je raconte. Quand je commence ma rédaction, j'écris le gros des clips que je pense qu'il faut mettre, soit parce qu'elles sont hyper pertinentes en contenu ou qu'elles sont colorées, émotives, et tout ça. Et j'écris les informations qu'il faut mettre et comment je raconte l'histoire. Je sais qu'un clip va répondre à l'autre, c'est des histoires, il y a une construction scénique je dirais, tu présentes les personnages, les faits, il y a une histoire et il y a une conclusion, la conclusion des fois, je la trouve en écrivant l'histoire, parfois, je ne la connais pas en partant. Je regarde ce que j'ai et je m'inspire de ce qu'on a trouvé sur le terrain. Le plus dur c'est le début et une fois que le début est fait, il y a comme une logique qui s'installe. Quand tu écoutes un invité, et il y a trois ou quatre thèmes, tu dis, je vais les mettre dans cet ordre-là parce que c'est logique comme ça, mais je ne connais pas la fin d'avance, non. Je sais ce qu'il faut dire, je sais ce que je veux dire, mais je ne sais pas dans quel ordre, pas encore. C'est un *work in progress* et souvent ça peut changer à la fin. — Et le début ?

Quand je travaille avec un cameraman et que je reviens d'un tournage, j'ai l'habitude — des fois quand t'es en mode nouvelle, ça va vite — je demande à mon cameraman, toi dans ta tête c'est quoi la plus forte image que tu as tournée aujourd'hui ? Si t'as pas un contenu qui est évident, ça peut être une image, un

plein son qui va accrocher. Dans les topos d'affaires publiques, j'essaye de déstabiliser un peu. La semaine dernière, j'avais tout un casse-tête. Je faisais le portrait de Nicholas Johnson, un jeune noir montréalais qui est le premier à être nommé major de sa promotion à l'Université Princeton. Tout ce qu'on avait, c'était deux entrevues Skype pourries, des photos et zéro archive, le gars a 22 ans. On avait un peu de visuels d'Outremont, là où il a grandi et de son école primaire, pas de plan de coupe, rien, pas de visuel de lui. Je me suis dit, ce qui va intéresser notre monde ici, c'est qu'il est né en Gaspésie. Je savais que j'avais d'un tournage précédent de superbes images de la Gaspésie en hiver et je me suis dit, je vais commencer avec la mère qui me parle de son bébé de la Gaspésie. Je n'aurais jamais pensé que j'allais commencer en Gaspésie avec la mère. Le début a fait que le reste s'est enclenché. Je n'avais aucune idée comment j'allais commencer ni comment j'allais finir cette histoire-là, mais à force de regarder mes clips, j'ai eu un flash. » (Sophie Langlois)

Les journalistes se soucient de la forme que prendra le récit parce que c'est objectivement leur principal moyen de véhiculer l'information. Ils s'efforcent de générer ce sentiment d'objectivité chez le téléspectateur ou l'auditeur, de trouver la bonne façon de raconter pour capter l'attention du public, et en télévision pour ce faire, le premier pas est la première image.

« En télévision, c'est sûr que le début c'est une image qui va attirer le regard, pas nécessairement des explosions, c'est une image qui fait que les gens vont arrêter et regarder, c'est sûr. Ça peut être parfois une vieille dame qui regarde une manifestation au lieu d'avoir des gens qui se tapent sur la tête, ça va attirer le regard. Je me souviens d'un reportage sur la mer d'Aral, j'ai commencé par une scène bien ordinaire de gens qui sont à la pêche, mais l'histoire, c'est que c'est spectaculaire, c'est historique que ces gens soient à la pêche parce que la mer dans laquelle ils flottent était morte, et ils essayent de la faire revivre. La

première image doit vraiment attirer l'attention du téléspectateur, ou de l'auditeur ou du lecteur et faire en sorte qu'il se demande, c'est quoi cette histoire ? Dans un article, il y a bien des paragraphes où on peut finir par avoir la bonne histoire, nous en télévision, on n'a pas le choix, on a très peu de minutes, et il faut que le téléspectateur nous suive tout le long. Donc le récit doit être vraiment bien construit et pas trop complexe, pas trop de retour en arrière, que ce soit un récit vraiment linéaire parce qu'ils n'ont qu'une chance de nous suivre. Donc l'image du début est toujours extrêmement importante, qu'elle soit écrite, dite ou montrée. » (Raymond Saint-Pierre)

Chantal Lavigne explique que la structure narrative utilisée pour les reportages longs s'inspire du cinéma. Transposée sur papier, cette ligne narrative épouse la silhouette stylisée d'une baleine avec un début accrocheur, une mise en situation, une montée dramatique, un point de non-retour et une conclusion forte (Sormany, 2011, p.160).

« On a ce qu'on appelle la baleine, une structure de récit qui vient du monde cinématographique. C'est une façon de raconter une histoire pour capter l'attention des gens, les garder et construire un récit avec des tensions, des rebondissements, des obstacles. On essaye de partir du point de vue d'un personnage principal et il y a des gens qui contrecarrent son objectif et d'autres qui l'aident dans sa quête. On s'inspire beaucoup de ça pour construire le reportage, mais ça dépend des reportages. C'est comme ça qu'on décide de le construire ; on va vraiment avoir un moment où il y a un climax, un paroxysme et un point tournant, toutes sortes de choses comme ça qui sont inspirées du monde cinématographique, mais en même temps qui ne nous empêche pas d'avoir des faits et de la rigueur. C'est très complexe notre construction de reportage parce qu'on se retrouve avec des faits, tellement de matériel, souvent, on a besoin de grands tableaux, de murs pratiquement pour construire ça. On débarque dans nos bureaux, on a des murs tapissés de gribouillis de dos de

baleine. C'est un long processus, ce n'est pas comme un reportage de nouvelle. La recherche est tellement faite à ce moment-là et vérifiée qu'on garde le meilleur. Le reste de la recherche, c'est pour de la preuve, ou si on a des problèmes.

— Tout ça dans le but de rendre l'histoire captivante ?

Oui, il faut qu'il y ait une tension, il faut qu'il y ait une progression, qu'on ait envie de rester.

— Comment choisit-on de mettre tel élément avant tel autre ?

On y va souvent de façon chronologique. On commence à raconter l'histoire, on met la table, et plus ça va, plus ça va s'accumuler, plus ça va être difficile, tendu, plus on va vers la conclusion un peu plus dramatique. C'est comme ça, je ne sais pas comment le dire, on prend tous nos éléments, on y va chronologiquement, quelle est l'histoire qu'on veut raconter, puis quel personnage va amener ça.

— Dans le but d'arriver à la conclusion qu'on a déjà en tête ?

Oui, rendu là, on sait où on va. Au début, c'est une hypothèse, c'est une question. C'est pour ça que je dis que le processus doit être très rigoureux pour pouvoir la contrecarrer pendant la recherche. Rendu là, on est censé avoir quelque chose de solide. Il faut qu'il y ait un but dans ce reportage, une idée qu'on veut étayer, quelqu'un qui fait quelque chose parce que... ou une situation parce que... Il faut l'avoir la réponse, après des mois de recherche. »

(Chantal Lavigne)

Joyce Napier :

« C'est l'expérience qui détermine la structure d'un reportage, la logique, l'instinct, mais moi je consulte beaucoup aussi les autres, même si j'ai mon idée. Peut-être parce que je suis cheffe de bureau et il y a des jeunes brillants, j'essaye de les stimuler aussi, donc je leur dis, tiens, voilà tel sujet, comment est-ce que

vous traiteriez ce sujet ; si on a besoin d'un économiste, à qui tu penses, ou est-ce qu'on a besoin d'un ancien parlementaire, etc. Je pense que c'est un peu l'instinct, c'est les années de métier, la logique que tu suis. » (Joyce Napier)

Les journalistes cherchent à communiquer au téléspectateur ou à l'auditeur un sentiment de réalité dans leurs reportages. Ils cherchent à créer et transmettre une objectivation du réel qui est conforme à ce qu'ils ont vu et expérimenté sur le terrain. Cela se fait au moyen des meilleures images que l'on retiendra au montage avec, dès le départ, une image forte susceptible de capter l'attention du public. Cela se fait aussi en radio au moyen du son. La journaliste Anyck Béraud explique que la radio peut « transporter les gens sur les lieux » de l'action. Pour elle, la sonorisation d'un reportage est essentielle.

« J'essaye de faire en sorte pour la radio de transporter les gens sur les lieux. J'aime beaucoup sonoriser mes reportages, décrire ce qui se passe, donner la parole des deux côtés, que les gens ferment les yeux et qu'ils soient dans l'endroit. À la télévision, c'est construit différemment, on essaye d'avoir une image forte au début. À Hong Kong, quand ils ont remporté les élections locales, on avait commencé avec une image des nouveaux élus et on disait, voici les nouveaux visages de la démocratie et on avait fini avec la citation "*Get used to democracy!*" C'était le reportage parfait, je pense que j'ai écrit dix lignes au maximum pour mettre en contexte. Des fois, la matière s'écrit toute seule et j'ai trop de matière, tu dis, il faut que je rende justice à ça, quelquefois, je suis tellement angoissée, j'ai peur de passer à côté. Dans ce temps-là, j'en discute, c'est pour ça que je fais beaucoup de transcription, je dis voilà ce que j'ai, mais ils ont dit ça aussi. Alors, comment l'amener en respectant tout ça ? » (Anyck Béraud)

Sylvain Desjardins :

« Souvent, je l'écris sur le terrain dans ma tête le reportage à mesure que je fais ma cueillette. Ce qui est sûr c'est que dans ma cueillette je suis toujours à la recherche d'un élément fort qui va servir d'ouverture, que ce soit par un témoignage, que ce soit par la démonstration de quelque chose, du sujet, avec une image forte pour capter l'attention. Donc, l'idée c'est d'avoir un impact dès le départ pour capter l'attention, ce qui va me permettre après d'amener progressivement les éléments pour exposer le sujet avec ses tenants et aboutissants, les pour, les contres, faire évoluer la réflexion dans ce sens-là, mais toujours en référence à l'image de départ. Et dans un monde idéal, boucler cette boucle-là avec le sujet. Les sujets ne nous permettent pas tous de boucler la boucle parce que des fois, c'est un élément dans un continuum et on vient témoigner de ça, on ne fait pas le tour de la question, on n'a pas le temps souvent, mais au moins d'être capable de présenter un élément avec une logique qui se tient pour que les gens sachent ce qu'on leur a raconté de A à Z. Le sujet est grand comme ça, mais dans ça, moi je vous ai pris par la main de là à là, et je vous ai expliqué pourquoi. Alors, si je vous présente un problème avec une accroche très, très, forte, je m'arrange pour qu'elle soit résolue en quelque sorte à la fin de mon reportage pour ne pas laisser les choses en plan avec une patte en l'air. » (Sylvain Desjardins)

Akli Aït Abdallah :

« Moi, je vais tout écouter et couper tout ce qui m'intéresse, si bien que je me retrouve pour un topo dans lequel il va y avoir dix clips, parfois avec cent-vingt clips qui peuvent fonctionner, tu le sais que c'est de la folie, c'est trop, sauf qu'après, ça va pour les liens, les enchaînements, pour la fluidité du reportage, pour avoir le sentiment qu'il y a des gens qui se répondent, qui se parlent, alors que tu ne l'as pas compris comme ça et c'est comme ça que

l'histoire se déroule. Pour commencer mon reportage, je regarde mon ordinateur et je me dis tiens, tiens, par quoi je pourrais commencer ? Puis je trouve un début, et puis hier, c'était le gars qui disait : "Il y a même plus de poisson cette année, c'est une année de merde, y a rien qui marche cette année". Ç'aurait pu être autre chose, j'avais de quoi faire autre chose, ç'aurait pu être quand il tape son bois : "Tu vois, je coupe du bois en attendant qu'il y ait un été", ça aurait marché aussi, et puis après, tu racontes, lui il s'appelle comme ça, et dans ce qu'il me dit, c'est quoi qui est intéressant et ça se construit comme ça, comme un château de cartes qui ne s'effondre pas à la fin ou un lego, une construction que tu fais.

— Et pour le début ?

Au début, ça dépend, ça peut être une image, ça peut être une ambiance, ça peut être un mot très fort aussi qui donne le ton, ça peut être juste quelque chose qui définit la personne qui va parler, un mot d'humour, ça peut être quelqu'un qui dit j'arrose mes fleurs, l'image où tu ramènes quelqu'un parce qu'on est dans un jardin, ce qui te permet de dire qu'on est dans le jardin de Mme Tremblay. Ça dépend de chaque situation. Évidemment quand tu as du temps, c'est plus facile, quand c'est un topo d'une minute trente c'est plus compliqué. Je me rappelle, j'ai fait un topo de nouvelles à Bethléem, c'était Noël à Bethléem, j'y étais, et dans la ville, il y avait des pères Noël en peluche et en plastique qui étaient partout dans les magasins, il y avait les chants de Noël qu'on connaît tous, mais chantés en arabe, tu reconnaissais l'air de *Jingle Bell*, mais chanté par Fayruz et j'avais commencé par ça. Pour moi, ça évoquait on est ailleurs, mais chez les chrétiens d'ailleurs, chez les chrétiens du Moyen-Orient. Et, parce que c'était un peu trop long, la personne au montage à Montréal a coupé tout le son du début ! Toute la narration du début était complètement ridicule, tout était basé là-dessus, je disais oui, on peut être chrétien dans cette région du monde, ce que je voulais raconter, c'était, regardez, c'est les mêmes gens que vous, regardez, ils chantent les mêmes chants que vous en ce moment, ils le font dans

une autre langue, et puis la réalité géopolitique est différente de la vôtre, on va vous la raconter, on va vous l'expliquer parce que l'armée est aux portes de Bethléem. C'était l'année où Arafat n'avait pas pu venir fêter Noël à Bethléem pour la première fois depuis qu'il était rentré en Palestine, les gens avaient mis son keffieh sur sa chaise dans l'église de la Nativité, j'avais passé toute la nuit là-bas. Donc le début d'un reportage, ça dépend de ce que tu as, des fois c'est évident, tu dis, je vais commencer avec ça ou je vais finir avec ça. Hier matin, c'était quand le gars chantait, je me suis dit que ce serait la fin parce que c'est sympa, mais aussi parce que c'est de la musique et c'est très pratique pour faire des annonces ou des transitions, des fois c'est aussi trivial que ça.

— Tu te fis à ton instinct ?

À ce qui me touche. Très souvent, je me fie à ce qui me touche. Parce que l'histoire des gens, ça peut paraître cucu de dire ça, l'histoire des gens ne m'est pas indifférente, ce n'est pas que de la matière, c'est l'histoire des gens et ma hantise, ma grande peur quand j'ai fini un reportage, c'est que les gens m'appellent pour me dire Akli je t'ai fait confiance et tu m'as trahi. Je vais préférer l'autocensure à la tentative de faire quelque chose de *punché*, etc. Ça ne m'intéresse pas. Je sais qu'avec le temps, avec le métier, il n'y a rien de plus éphémère qu'un reportage, on ne change pas le monde. Peut-être que collectivement tous les médias, mais ton reportage, à moins d'être Carl Bernstein et de découvrir le Watergate et des histoires comme ça, on n'est pas beaucoup à changer le monde. Mais tu changes les choses autour de toi, peut-être, peut-être. Quand tu mets ton reportage sur ta page Facebook, il y a des tas de gens qui sont sensibles à ce qu'ils ont entendu, des fois, il y a des sujets qui se prêtent à ceci, à cela, t'es quand même content, on est content aussi de cette forme de reconnaissance, mais si les gens me disent Akli ton reportage était super, toujours, toujours, c'est les gens, c'est leur histoire, c'est leur histoire. Ton reportage, il n'est bon que parce qu'il y a les gens. Heureusement qu'au bout de trente ans t'es capable de faire un montage qui a de l'allure et d'écrire

deux ou trois textes qui ont de l'allure, mais ça, les plombiers aussi savent remplacer les tuyaux après trente ans, mais ils n'inventent pas l'eau, ils la mettent dans les tuyaux, nous on met dans les tuyaux ! (rires) » (Akli Aït Abdalah)

6.3.3 Résumé de la discussion

La fabrication d'un reportage se fait en deux temps. La première étape consiste en la cueillette des informations et la deuxième en leur livraison au public. Les journalistes doivent aborder la réalité avec certaines compétences spécifiques qui définissent l'objectivité à savoir la neutralité, l'impartialité, l'équilibre et l'honnêteté et ils composent leurs comptes-rendus en s'assurant qu'ils respectent les faits, qu'ils sont exacts, vrais et complets (Chalaby, 1998). S'ajoute à ces compétences la capacité d'empathie qui confère aux journalistes une meilleure sensibilité, une meilleure perception et un meilleur compte-rendu du réel (Abdallah ; Béraud).

La fabrication d'un reportage s'appuie également sur un certain nombre de procédés comme la présentation de points de vue contradictoires, l'ajout de faits qui se corroborent, l'utilisation de citations, et une structure narrative présentant les faits les plus pertinents dans un ordre choisi, ce sont ces procédés qui permettraient aux journalistes de dire qu'ils sont objectifs (Tuchman, 1972). Les entrevues des journalistes montrent que ces derniers connaissent très bien ces procédés et qu'ils les utilisent. Ils vont cependant plus loin que les observations de la sociologue en insistant sur la nécessité de devoir vérifier le contenu d'une affirmation avant de la publier (Desjardins ; Saint-Pierre ; Béraud), en insistant sur la nécessité de se donner le temps de la réflexion (Bélanger ; Desjardins), et de ne pas se laisser influencer par la concurrence (Béraud). Est-ce une caractéristique de la presse électronique, les citations prennent une place prépondérante dans leurs reportages, autant en radio qu'en télévision. Les journalistes vont chercher le plus souvent à s'absenter du récit pour laisser le plus d'espace possible aux gens qui vivent l'histoire (Langlois ; Abdallah). Et contrairement à ce que laisse entendre Tuchman, le recours aux citations ne sert pas de

couverture aux journalistes pour faire passer leurs propres opinions (Saint-Pierre). Les journalistes accordent un soin particulier à la structure de leurs reportages, ils vont chercher à recréer une vraisemblance, une objectivation du réel en laissant parler les gens et en construisant l'histoire de telle sorte qu'elle soit captivante et facile à suivre pour l'auditeur ou le téléspectateur, pour que celui-ci soit en quelque sorte « transporté sur les lieux » (Béraud), ce qui « n'empêche pas d'avoir des faits et de la rigueur » (Lavigne).

6.4 LE JOURNALISTE « OBJECTIF » EN SOCIÉTÉ

6.4.1 La démocratie

« The link between journalism and democracy is not a recent supposition [...] hints of journalism's instrumentality for democracy are embedded in the story of the establishment of the American republic and in the many Europeans writings that inspired its evolution over time. » (Zelizer, 2017, p.64)

S'il est un concept qui est conjugué presque naturellement avec le journalisme, c'est bien celui de démocratie. Les journalistes interviewés pour ce mémoire diront que le journalisme « joue un grand rôle en démocratie, un rôle primordial » (Napier), qu'il est « un des piliers de nos démocraties » (Langlois), que « le rôle social du journaliste c'est d'être le chien de garde de la démocratie » (Desjardins). Les journalistes ont-ils raison de le penser ? L'objectivité est-elle le prérequis que le public attend des journalistes pour qu'ils jouent ce rôle adéquatement ?

Zelizer (2017) associe la naissance du mariage entre démocratie et journalisme à la naissance même de l'idée républicaine de démocratie. Elle fait référence aux Pères fondateurs de la République américaine, en particulier Thomas Jefferson, célèbre pour la formule qui lui est attribuée : « *information is the currency of democracy* » (Zelizer, 2017). On retrouve cette idée d'un lien entre journalisme et démocratie chez des théoriciens de la communication comme James Carey : « *journalism as a practice is*

unthinkable except in the context of democracy; in fact, journalism is usefully understood as another name for democracy » (cité par Schudson 2011, p. 189). L'idée d'un lien étroit entre démocratie et journalisme est aussi présente chez Habermas ⁹ qui y voit une condition essentielle à la « légitimation démocratique de l'activité de l'État » en stimulant la circulation d'informations et d'opinions qui forcent à leur tour le « système politique à la transparence et à l'adaptation ».

Toutefois, l'idée d'un lien naturel entre démocratie et journalisme ne fait pas l'unanimité. L'association entre médias et démocratie peut être fondée sur un malentendu (Gingras, 2012), sur l'idée que les médias sont le quatrième pouvoir chargé de surveiller les trois autres, l'exécutif, le législatif et le judiciaire. Pour Gingras, cette idée est fautive parce qu'elle « suppose une étanchéité parfaite entre les médias et les élites politiques, ce qu'un regard même fort sommaire suffit à nier » (Gingras, 2012, p.9).

L'idée du couple journalisme/démocratie peut sous-estimer d'autre part, le fait que l'information est davantage une marchandise qu'un service public, les nouvelles sont un produit de consommation destiné à accroître la clientèle des entreprises de presse et qui fait l'objet d'une « concurrence féroce et constante » (Laplante, 1991 ; Picard 1985, cités par Saint-Jean, 2002, p.60). Il n'est plus question de démocratie, mais de commerce.

Par ailleurs, l'information et les organes de presse peuvent très bien exister en l'absence de la démocratie : « *The press by itself is not democracy and does not create democracy. It has coexisted decade after decade with undemocratic, authoritarian, and repressive regimes* » (Schudson, 2011, p.189). Même dans les régimes autoritaires et les dictatures, le pouvoir a intérêt à faire circuler de l'information, la sienne.

Ce qui est en jeu ici, c'est la pratique du journalisme telle que nous la connaissons dans les démocraties avancées. Même si le lien entre journalisme et démocratie peut être

⁹ Jürgen Habermas, publié dans le *Süddeutsche Zeitung*, le 16 mai 2007

remis en cause, on doit constater que l'idée persiste. On la retrouve chez Dennis (1984) pour qui la presse représente les yeux et les oreilles du peuple. Les journalistes, écrit-il, ont le devoir d'offrir des reportages « *intelligent and understandable* » qui donneront aux citoyens une image juste et représentative de leur société. C'est une forme de contrat implicite entre les journalistes et le public.

« Un contrat social déléguant aux journalistes le rôle de représentant du public auprès des détenteurs de pouvoirs divers (politique, économique, culturel, religieux, etc.) afin que ces derniers rendent des comptes relatifs à l'accomplissement des devoirs et des responsabilités conférés par la communauté et ses institutions ou qu'ils se sont eux-mêmes attribués » (Bernier, 2014, p.10).

Ce contrat tacite entre le public et les journalistes impose des responsabilités particulières aux représentants de la presse à l'égard de la démocratie. Selon Bernier « le journaliste a le devoir premier d'assurer la vitalité démocratique de la société en informant ses concitoyens des faits pertinents à la conduite générale et autonome de leur vie » (Bernier, 2014, p.10)

Les journalistes interviewés pour cette recherche ont le sentiment de devoir assumer pleinement ce rôle de chien de garde. Pour Raymond Saint-Pierre, être objectif c'est défendre la démocratie. Le modèle démocratique, tel que nous le connaissons, doit servir de référence, de « grille d'interprétation » pour le reporter, particulièrement lorsqu'il travaille dans des régions où la démocratie est inexistante ou « extrêmement limitée ».

« Notre travail, c'est de défendre la démocratie. Ça, c'est être objectif. Ça, c'est un choix. Je pense que pour être journaliste, il faut croire à une forme de démocratie, la forme la plus idéaliste de la démocratie, évidemment ce ne sera jamais parfait et ce ne sera jamais complet, mais on doit toujours aborder les

politiciens, les machines politiques, les structures politiques à l'aune, à la mesure de l'idéal démocratique. Quand on travaille dans des milieux où la démocratie prétend exister, mais est extrêmement limitée comme en Chine, comme en Russie, il faut garder, nous, comme critère de lecture la grille d'interprétation de ce qu'est la démocratie, et, à partir de là, décrire ce qu'on voit avec cette grille-là, avec ce jugement parce que ces gens prétendent l'être, démocratique, ou en tout cas avoir une forme de démocratie, et donc on peut les juger à partir de ça. »

L'expérience de Raymond Saint-Pierre lui a enseigné que la démocratie est un rêve partagé par bien des populations du globe, que les soulèvements populaires sont souvent des réactions inévitables contre la répression et les tentatives des dictatures de « frauder le rêve de démocratie des populations ». L'objectivité journalistique consiste alors à enquêter pour dénoncer ces manœuvres des pouvoirs autoritaires, financiers ou politiques contre l'idéal démocratique des peuples. Saint-Pierre, situe d'ailleurs la démocratie et les responsabilités des journalistes dans un contexte géopolitique mondial.

« La démocratie, c'est le droit de parler, le droit d'être informé, le droit de penser autrement, le droit de dissidence, le droit d'expression, le droit d'opinion, c'est le droit de rêver de la société idéale et le droit de pouvoir défendre ces idéaux sachant très bien que ça va être limité, que ce soit des limites idéologiques, des limites d'argent, des limites d'honnêteté justement, mais que dans tout ça, nous, c'est de croire que tout le monde adhère à ce rêve de la démocratie, aux idéaux de la démocratie et notre travail sera toujours de démonter les mécanismes qui seront utilisés, toujours, pour essayer de contourner la démocratie, de l'utiliser à des fins égoïstes ou à des fins partisans. On le voit avec des émissions comme *Enquête* ou le Consortium international des journalistes d'investigation, c'est ce qu'ils font, ils démontent

tout le temps les mécaniques qui sont utilisées pour contourner la démocratie, frauder la démocratie, frauder le rêve de démocratie des populations. La démocratie c'est le pire des systèmes, mais c'est le seul qu'on a, le seul qui marche aussi. Bien des choses ont été essayées, on a rêvé de bien des choses, mais il y a toujours dans tous les systèmes une forme de droit d'expression et c'est comme ça que ça marche, les gens vont toujours rêver de pouvoir s'exprimer, c'est la base de l'humanité, c'est la base de l'être humain, et dans tous les systèmes à un moment donné, ça va craquer parce qu'on va toujours tenter de réprimer cette expression-là. Partout. J'ai vécu la chute du communisme, j'ai vécu les dernières années du communisme que ce soit en Russie ou dans plusieurs pays de l'Est, et les peuples finissent toujours par se soulever quand on les empêche de parler, quand on les empêche de s'exprimer, quand on les utilise prétendument pour défendre un idéal, alors qu'en fait, c'est pour la défense des gens au pouvoir, la défense du pouvoir pour le pouvoir. En Chine, le Parti communiste ne vise pas le partage du bien commun pour atteindre l'égalité des citoyens à l'intérieur d'un système qui ferait la promotion de l'égalité, du partage et tout ça, le Parti communiste est un monopole qui défend une clique qui fonctionne très bien, en fait, c'est un parti qui défend la caricature du capitalisme, c'est-à-dire le monopole absolu. Les Tsars en Russie, ce n'était pas exactement la démocratie, c'était la dictature et les héritiers des Tsars russes qui ont gardé les mêmes structures de contrôle de l'opinion, les mêmes structures de contrôle des populations, les mêmes structures d'isolation des gens qui remettent en question le pouvoir, c'était hérité des Tsars, et ça continue, encore aujourd'hui. Ça ne change pas beaucoup, l'être humain ne change pas beaucoup, la bête n'est jamais bien loin, le désir de s'en mettre plein les poches, le désir de contrôler l'opinion publique, de l'orienter, de lui mentir de façon systématique est toujours là, et on le voit encore aujourd'hui.» (Raymond Saint-Pierre)

Pour Sophie Langlois, l'objectivité est la clé qui permet de dire que le journalisme est essentiel à la démocratie. C'est par souci d'objectivité, presque par réflexe, que les journalistes recherchent la vérité, qu'ils vérifient et rapportent les faits, qu'ils « démontent », comme le dit son collègue, « les mécaniques qui sont utilisées pour contourner la démocratie. »

« Le journalisme est vraiment un des piliers de nos démocraties. Essentiel. Très fragile, on le voit avec ce qui se passe aux États-Unis. Fragilisé par les réseaux sociaux, mais en même temps, on est fort dans cette fragilité, parce qu'on a — on revient à l'objectivité — on a justement cette pratique qui est ancrée en nous de vérifier les faits, et qui fait en sorte que malgré tous les reproches que les consommateurs d'information peuvent nous faire, ils le font parce qu'ils nous regardent encore, et qu'ils nous lisent encore et ça, moi quelque part ça me rassure. » (Sophie Langlois)

La vision du journalisme se chargeant de surveiller les institutions et les pouvoirs en place par un travail de recherche de la vérité est aussi partagée par la journaliste Chantal Lavigne et son collègue Sylvain Desjardins. Il s'agit de poser les bonnes questions, mais aussi de s'assurer que l'information diffusée est exacte, complète et susceptible de nourrir la réflexion.

« C'est de poser des questions, de surveiller les institutions, de protéger les plus vulnérables contre des individus crapuleux ou des entreprises. C'est porter un éclairage sur ce qu'on vit comme société, notre rôle c'est de poser des questions. C'est sûr que ça va déranger souvent, mais je pense qu'on a un rôle vraiment important à jouer. On dit souvent un rôle de chien de garde, mais c'est vrai, c'est de s'assurer que ceux qui sont en autorité répondent à des questions, qu'ils rendent des comptes. » (Chantal Lavigne)

Sylvain Desjardins,

« D’abord et avant tout, le rôle social du journaliste c’est d’être le chien de garde de la démocratie, au sens de s’assurer qu’il y a une liberté d’expression, et puis qu’on surveille les autorités surtout publiques, mais aussi les dirigeants de compagnies privées, etc. La plupart des gens ne prennent pas conscience de ça, ou vont critiquer les journalistes ou les complimenter sans trop réfléchir. Il y a des gens qui sont pour les journalistes sans être assez critiques et d’autres à l’inverse anti-journalistes pour une raison qui des fois, est un peu fanatique. Là, avec la crise de la COVID-19, on a une occasion de comprendre le rôle des journalistes parce que toute l’information est centralisée à la conférence de presse quotidienne de Legault. On ne doute pas de la bonne foi et des bonnes intentions ni de la très bonne capacité de communiquer de ces trois personnes¹⁰, mais c’est évident, les gens qui critiquent après chacun de ces points de presse, ils sont devenus des vedettes ces journalistes-là. Tout le monde connaît leur nom, leur média maintenant, et sans les voir, le gars de Cogeco a posé une question qui était *rough* une fois, tout le monde se souvient de ça, ou le gars de TVA, etc. En plus, les gens ont plus de temps que jamais pour regarder un point de presse et se rendre compte du travail d’un journaliste. Ce n’est pas d’aller contre les informations officielles, mais c’est de ne pas permettre que ce soit la seule information qui soit livrée, de s’assurer de montrer les autres angles qui ne sont pas nécessairement abordés — pas par malhonnêteté, mais parce que c’est inconfortable ou que c’est incomplet et on n’aime mieux pas trop en parler, on ne veut pas se compromettre, ou on ne veut pas se mettre les pieds dans les plats ou parce qu’on a quelque chose à cacher aussi. Nous, on est là pour

¹⁰ Il s’agit du premier ministre du Québec, M. François Legault, de la ministre de la Santé, Mme Danielle McCann (remplacée le 22 juin 2020 par M. Christian Dubé) et du directeur national de la santé publique, le Dr Horacio Arruda.

défendre l'intérêt public, et c'est une belle occasion pour les gens de prendre conscience du rôle qu'on joue. En plus, le rôle social du journalisme dans la défense de la démocratie c'est aussi d'insuffler des réflexions, de pousser les gens à aller plus loin que les idées reçues, convenues et s'assurer qu'on ajoute du bois dans le poêle, du charbon dans le moteur pour stimuler la réflexion sociale. » (Sylvain Desjardins)

Pour le journaliste Akli Aït Abdallah qui a vécu l'expérience de pratiquer le journalisme sous un régime autoritaire, définir le rôle du journalisme en démocratie dépasse les interprétations théoriques qu'on peut en faire. « Pour rester démocratique, dit-il, il faut que la presse soit libre. » Abdallah parle de journalisme honnête, l'honnêteté est une des valeurs sœurs de l'objectivité et l'une de ses caractéristiques (Chalaby, 1998). Pour le reporter, le journalisme en démocratie est un « produit d'utilité publique » à la condition qu'il soit honnête et bien pratiqué, donc qu'il réponde aux caractéristiques de l'objectivité que nous avons déjà vues.

« Franchement, je n'ai jamais su répondre à cette question parce que c'est très théorique. En même temps, je viens d'un pays où j'ai été journaliste dans un contexte de parti unique, de journaux contrôlés par le pouvoir, je sais ce que c'est le journalisme en *non-démocratie*. C'est un journalisme qui ne te permet pas d'aller où tu veux, c'est un journalisme très, très, autoritaire, qui peut être un journalisme de commande, qui est souvent un journalisme biaisé, un journalisme dont les grandes lignes sont édictées par qui tu sais, par les pouvoirs, par des rédacteurs en chef et des directeurs qui eux sont surveillés par leur tutelle et des ministères de l'information qui n'existent pas dans les démocraties. Le ministère de l'information, c'est super important, et avant de partir en reportage dans une région militaire, il fallait passer au ministère de la Défense pour se faire dire quoi dire. Je sais toute la différence. Moi ici, on ne m'a jamais interdit de faire un reportage, on ne m'a jamais dit non, si ce n'est

pour des questions de fric ou d'angle de traitement, ce qui est inhérent au journalisme. Et je me dis que dans une démocratie, le journalisme c'est ça, c'est être encore une fois dans le type de journalisme que je fais et encore là, je suis incapable d'avoir une réponse cohérente, qu'est-ce que le journalisme en démocratie ? Je n'ai pas envie d'entrer dans les réponses bâton du style, "oui, le pouvoir, à côté du pouvoir, les journalistes sont là, sont des garde-fous de la démocratie", il peut y avoir du journalisme pourri en démocratie, il y en a. Mais du journalisme honnête dans une démocratie, c'est un produit d'utilité publique, c'est un lieu d'éducation, c'est un lieu d'apprentissage, c'est un lieu de sensibilisation aux dérives de la dictature par exemple. Raconter ce qui se passe en Lybie du temps de Khadafi ou l'Irak de Saddam, tu as envie de dire plus jamais ça. Raconter les horreurs de la guerre à des enfants d'ici, c'est peut-être les former avec d'autres à dire, nous, ce n'est pas la voie qu'on empruntera, on va privilégier le dialogue, le discours, c'est vraiment s'instruire d'ailleurs, et puis là, je parle de politique internationale, mais pas toujours, ça peut être chez les autochtones aussi, la question des aînés, etc., donc oui, dans une démocratie, c'est à côté de l'école, à côté des médias culturels, le journalisme, ça doit faire partie de l'arsenal des citoyens en démocratie. Il faut être informé, il faut être bien informé, il ne faut pas être désinformé. Si ce n'était pas si important que ça le journalisme en démocratie, on ne se battrait pas autant contre les *fake news*, contre la désinformation. La désinformation peut nous mener à des comportements autoritaires, regarde en Hongrie, ici aussi quand tu as des médias qui disent les migrants nous amènent la COVID, travailler dans un média qui fait la preuve que non, les migrants ne sont pas plus responsables que d'autres de la propagation de la COVID, c'est participer au maintien de la démocratie dans ce pays-là, empêcher justement des petits fascistes de se servir de ce prétexte pour aller casser la gueule à des migrants et puis fermer les frontières. Peut-être que ce petit exemple est en partie la réponse à ce que j'aimerais dire. Le journalisme lorsqu'il est bien pratiqué peut empêcher les

dérives qui sont celles de sociétés non démocratiques. En Algérie, dans un pays totalitaire, un journal peut détruire la réputation de n'importe qui en trois secondes, c'est terrible. Une presse pourrie peut faire n'importe quoi. Ce n'est pas la presse qui est importante pour la démocratie, c'est la presse libre. Pour rester démocratique, il faut que la presse soit libre. Ici, elle l'est, elle est aussi libre de dire des conneries, malheureusement, mais il y a quand même un Conseil de presse, il y a un système de justice qui fait que tu peux te défendre, mais on est loin des sociétés pourries auxquelles on pense.» (Akli Aït Abdallah)

Pour son collègue Jean-François Bélanger, le vrai pouvoir du journalisme en démocratie, est celui de sonneur d'alarme. Sa force est de braquer les projecteurs sur une réalité et amener le public et les pouvoirs à réfléchir et à se positionner.

«Le jeune journaliste idéaliste que j'étais en sortant de l'école de journalisme avait l'impression qu'on pouvait changer le monde, qu'on était le quatrième pouvoir. Je suis beaucoup plus modeste maintenant, je me rends compte qu'on a assez peu de pouvoir dans les faits. S'il y a un rôle quand même auquel je continue de croire, c'est le rôle de tireur de sonnette d'alarme même si notre rôle est marginal. Je vais prendre un exemple très concret : à l'été et l'automne 2015, on a beaucoup parlé de la crise des migrants, j'ai fait huit pays en Europe, Turquie, Autriche, Allemagne, Hongrie, Suède, Grèce, etc. C'était un marathon, le matin on se levait et on ne savait pas où on allait coucher le soir, c'était en fonction des déplacements des migrants, et bizarrement, ça s'est passé alors qu'on était en campagne électorale au Canada. Par expérience, je me disais, on ne va pas en faire beaucoup parce que les Canadiens vont se retourner, traditionnellement quand il y a une campagne électorale les gens se retournent sur eux-mêmes, et si ce n'est le téléspectateur qui est nombriliste, en tout cas nos rédacteurs en chef pensent qu'il l'est, et on ne lui sert que de la

soupe politique faite maison, alors que là, bizarrement, en pleine campagne électorale fédérale, nos reportages ouvraient le Téléjournal, encore et encore, et cette crise lointaine, étrangère est devenue un thème de campagne central qui a forcé les chefs à se positionner en fonction de ça. Trudeau se positionnait pour l'accueil des migrants et en face, on disait oui, mais un peu moins. C'est devenu central et je pense qu'on a eu une influence à ce niveau. Cela a forcé les téléspectateurs et les électeurs à se positionner eux aussi, à réfléchir au rôle d'une société, est-ce qu'on doit accueillir ou non des gens comme ça, est-ce qu'on doit leur tendre la main comme l'a fait par exemple l'Allemagne, est-ce qu'on doit faire comme la Hongrie, ériger une clôture à la frontière et déployer l'armée pour empêcher ces gens de venir. Les gens et les politiciens ont dû se positionner et je pense qu'on a eu une influence sur la campagne électorale de 2015. Pas parce qu'on le voulait, mais par le simple fait qu'on raconte cette histoire. Et on a vu la suite. Trudeau qui a été élu, un des premiers gestes qu'il a faits après l'élection ça a été d'ouvrir les portes aux réfugiés, ça a été parmi les gestes forts qu'il a faits dès le début pour marquer la différence par rapport au gouvernement conservateur qui le précédait. Notre but était de raconter la crise des migrants en Europe, on a mis le projecteur sur une situation, après ça les décideurs en font ce qu'ils veulent. » (Jean-François Bélanger)

Les journalistes entretiennent une conception de la culture démocratique que leur métier nourrirait. L'objectivité journalistique implique que les reportages soient exacts, honnêtes, complets, qu'ils soient le fruit d'une authentique recherche de la vérité. C'est à cette condition que le journalisme trouve sa justification sociale, ce qui lui a permis de survivre depuis près de deux siècles. Le contraire serait une subversion de la culture démocratique selon Kovach et Rosenstiel, (2014) :

« Journalism survived because it provided something unique to a culture: independent, reliable, accurate and comprehensive information that citizens

require in order to make sense of the world around them. A journalism that provides something other than that subverts democratic culture. »

L'objectivité journalistique avec ce qu'elle exige d'honnêteté, de recherche de la vérité, d'impartialité, d'exactitude et de complétude (Chalaby 1998), apparaît donc à nouveau comme un idéal à atteindre. Il s'agit pour les journalistes, non seulement d'un idéal moral comme nous l'avons vu plus haut, mais encore d'un idéal social, indissociable de la notion de démocratie.

6.4.2 Confiance et crédibilité

Le professeur Marc-François Bernier (2014) établit un rapport entre la crédibilité des journalistes, la qualité de l'information qu'ils produisent et leur légitimité professionnelle, c'est un contrat tacite passé entre le public et les journalistes :

« La légitimité sociale du journalisme comme activité professionnelle est étroitement associée à la crédibilité des individus que sont les journalistes, tout comme elle repose sur les orientations éditoriales prises par les dirigeants des médias d'information. Cette crédibilité est pour sa part reliée aux attentes légitimes du public en ce qui concerne la qualité de l'information qui lui est transmise. » (Bernier, 2014. p.31)

Or la qualité de l'information qui est transmise au public dépend largement de l'objectivité des journalistes, de leur capacité à être objectifs, dans leur démarche d'abord, et ensuite dans la production de leurs reportages. L'objectivité dont ils sont capables devient alors le premier critère qui fait des journalistes des acteurs crédibles. C'est en vertu de cette compétence professionnelle que le public accordera sa confiance aux journalistes. Les journalistes interviewés se montrent conscients de ces enjeux au point de placer leur crédibilité personnelle et la confiance du public tout en haut de la liste de leurs priorités.

« Oui, c'est la confiance. Le seul lien qu'on a avec l'auditeur c'est le lien de confiance. Si la confiance n'est pas là, si la crédibilité n'est pas là, il va aller écouter ailleurs, ou il va fermer la télé, ça ne marchera pas. C'est énorme, et j'ai toujours dit à mes patrons, c'est la chose que je vais toujours protéger peu importe la boîte où je travaille, c'est le lien de confiance avec les téléspectateurs, c'est comme ça qu'on devient un vieux journaliste en fait, quand on arrive à maintenir cette confiance, et c'est pour ça qu'il y a beaucoup de gens qui quittent le journalisme parce qu'ils n'arrivent pas à créer ce lien ou ils ne se comportent pas de façon à établir un lien de confiance avec l'auditeur. »
(Raymond Saint-Pierre)

Sophie Langlois :

« Le public est intelligent. Je déplore qu'on ne comprenne pas toujours notre métier, mais je fais beaucoup confiance à l'intelligence du public, les gens voient et sont capables de décoder qu'un reporter a traité de façon déséquilibrée un sujet, tandis qu'un autre reporter l'a fait en bonne foi avec les éléments qu'il avait. L'objectivité et l'équilibre parfait ça n'existe pas, mais que tous les efforts aient été mis pour présenter le plus de points de vue possible, ou en tout cas qu'il y ait une recherche de l'équilibre, je pense que ça, c'est essentiel. On a des cotes d'écoute au Téléjournal comme jamais en ce moment à cause de la COVID-19. Quand il y a des mégacrises, ou que les gens se sentent menacés ou ont vraiment besoin de comprendre, ils reviennent chez nous, aux médias de masse traditionnels. » (Sophie Langlois)

La journaliste Chantal Lavigne croit elle aussi que l'objectivité est garante de la confiance du public, mais elle émet quelques réserves :

« Oui, sauf que je crois que le public y croit de moins en moins parce que tout le monde donne son opinion, parce que justement le commentaire, l'éditorial prennent de plus en plus de place par rapport au reportage dans les médias. Il y a les *fake news*. Le public souvent ne comprend pas quand on essaye d'être objectif ou en tout cas de poser d'autres questions. Ils disent : "ben, ils sont pas fins". On l'a vu pendant les conférences de presse avec Legault, toutes les réactions : "sont donc ben pas fins de poser des questions, il fait son possible." Mais, il n'y a pas d'opposition, c'est sûr que quelqu'un doit les poser les questions difficiles, les gens ne comprennent pas encore bien ça, même de nos jours. On le voit aussi, il y a des gens qui sont de plus en plus imperméables à ce travail objectif comme aux États-Unis où, quel que soit le scandale qu'on révèle sur Trump, les gens n'y croiront pas ou ne voudront pas le voir. Ils vont s'attaquer aux médias traditionnels. C'est rendu très difficile pour le journalisme en ce moment. C'est pour ça que c'est important qu'il y ait du journalisme de plus en plus approfondi et d'enquête, parce que c'est là que ça fait la différence dans cette mer d'opinions qui viennent de partout. » (Chantal Lavigne)

Pour son collègue Sylvain Desjardins, l'objectivité est synonyme de crédibilité dans l'esprit du public, et ultimement, c'est la seule valeur dont dispose le journaliste.

« D'une manière générale, les gens s'entendent pour dire "tu es objectif ou tu ne l'es pas", moi j'interprète ça comme : "tu es crédible ou tu ne l'es pas." C'est plutôt ça : "tu m'as donné assez d'informations pour que je comprenne que tu n'as pas de parti-pris, que tu n'as pas essayé d'influencer mon jugement et que tu m'as donné une variété d'opinions qui me permettent de me faire une tête, de réfléchir, de progresser idéalement dans ma réflexion". Ça, pour moi c'est l'objectif, c'est pour ça que je te dis que tout ce qu'on a comme journaliste, quand on parle d'éthique, etc., tout ce qu'on a comme journaliste, c'est que

notre nom est associé à une crédibilité ou pas. Ça, c'est non négociable. Si tu n'as pas la crédibilité, tu perds ton temps, change de job ! Si tu es associé à une cause ou si tu es associé à une opinion ou si on a le moyen de savoir que tu as déjà eu un parti-pris dans un sujet, tu es fragile. Tu peux toujours te faire reprocher de ne pas dire la vérité ou de ne pas tendre à informer les gens correctement, ou à être tendancieux, à vouloir les influencer, ça, c'est la pire chose. Si tu veux éliminer tous ces risques, pour moi ce n'est pas de dire j'essaye d'être objectif au sens où je suis une espèce d'eunuque qui n'a pas de vie et qui n'a pas d'identité, non, c'est d'être quelqu'un qui est honnête et qui ne fait pas de compromis sur sa crédibilité pour raconter. » (Sylvain Desjardins)

6.4.3 Le devoir de réserve

Lorsqu'il est question de journalisme d'information par opposition au journalisme d'opinions ou de chroniques, la valeur d'objectivité journalistique, entendue au sens d'impartialité, se trouve mise en jeu plus directement. Les journalistes doivent alors préserver non seulement leur indépendance, mais aussi l'apparence d'indépendance, ils doivent exercer une sorte de devoir de réserve par rapport à la vie de leur société, ce que Chalaby nomme *retraitism*.

« *Retraitism refers to the reluctance and sometimes the impossibility for journalists of intervening as opinionated persons in the public sphere and for the media organizations to be directly involved in the political process.* » (Chalaby, 1998, p.132).

Cette norme, explique le chercheur, découle du désengagement progressif des journaux britanniques vis-à-vis des partis politiques à partir de la deuxième moitié du XIX^e siècle et elle a été renforcée par diverses législations avec le développement de la presse électronique obligeant les chaînes de télévision et de radio à présenter une couverture équilibrée et non-partisane de la politique. Peu à peu, ce désengagement s'est étendu

de la sphère politique à l'ensemble des enjeux socio-économiques. Le journaliste doit-il alors être désengagé socialement ?

« Non, le journaliste est obligé d'exister, il est obligé d'avoir une formation, une éducation qui va le mener à avoir des opinions, des jugements, des rôles même dans la société. C'est bien obligé sinon on est complètement décalé et on ne sert à rien. Comme personne, il faut avoir de très fortes bases, des opinions et une façon de voir le monde, très précise, mais au niveau du métier, notre devoir c'est de mettre ça de côté, ou plutôt s'en servir pour atteindre à ce qu'on appelle l'objectivité, l'honnêteté. [...] On a le droit d'avoir des bases, d'avoir des idées, on est obligé de faire un journalisme qui reste très présent dans la société, qui juge aussi, qui a la mission d'être un quatrième pouvoir — je n'aime pas trop cette expression — mais qui doit quand même être au-dessus de la mêlée, qui regarde aller les choses, qui décrit ce qu'il voit, et qui alerte aussi, c'est un rôle d'alerte. » (Raymond Saint-Pierre)

Sylvain Desjardins :

« Je dirais idéalement oui, dans le sens de ne pas être impliqué dans des causes, des mouvements, des groupes de pression, etc. Ça va de soi, pour moi c'est non. Dans ma pratique c'est ça, je connais des collègues qui ne pensent pas nécessairement comme moi, mais pour me permettre d'être absolument irréprochable au niveau de la crédibilité, pour moi c'est non, pas d'engagement politique. Par ailleurs, la nuance que j'apporterais, c'est de dire, je ne me coupe pas de mes réflexions sur la société. Je suis capable de comprendre que certains groupes ou certains individus vont s'engager socialement pour une cause qui peut faire assez large consensus. Ma façon de le vivre sur le plan journalistique ne serait pas d'insister pour leur donner raison davantage, mais je serais à l'aise pour faire un reportage qui aurait un point de vue qui serait prédominant

provenant d'un groupe comme ça, parce que je pense qu'il y a un large consensus sur les objectifs sociaux, quelque chose qui n'est pas controversé, une bonne cause on va dire. » (Sylvain Desjardins)

Chantal Lavigne, Jean-François Bélanger et leurs collègues sont très stricts sur cette question. Il y va de la sauvegarde de leur objectivité journalistique dans l'œil du public. Comme sur le terrain politique, l'apparence de conflit d'intérêts devient pour les journalistes l'équivalent d'un réel conflit d'intérêts aux yeux de l'opinion, et donc un flagrant délit de non-objectivité. Chantal Lavigne reconnaît toutefois une certaine légitimité au journalisme militant dans la mesure où il respecte les normes d'objectivité.

« Il y a des journalistes qui vont se spécialiser dans certains secteurs qui les passionnent, des journalistes un peu militants. C'est possible si tu choisis tes sujets de cette façon-là, mais encore une fois, il faut que ce soit des faits, ça ne te permet pas d'échapper à ça. Tu peux être militant dans le sens où tu choisis tes sujets selon tes causes, mais il faut que ton produit soit complètement rigoureux et appuyé sur des faits. Ceci dit, moi je ne pense pas que je peux m'engager, embrasser des causes comme journaliste, aller à des manifestations. Moi-même, je suis assez *straight* là-dessus, je pense qu'il faut avoir l'apparence de l'équité, de l'honnêteté, de la neutralité, de l'objectivité, même si on pense que ça n'affectera pas notre façon de couvrir les événements, c'est l'apparence de conflit d'intérêts, c'est un peu comme en politique. Je ne me vois pas embrasser une cause demain matin. Mais il y a des journalistes militants qui peuvent faire du très bon travail quand même, et très rigoureux.

— Des exemples ?

Il y a du journalisme d'enquête spécialisé en environnement. C'est du journalisme d'enquête qui peut subir l'épreuve des faits. Dans ce sens-là, ils ont une cause, mais ils l'étayent de façon aussi rigoureuse que s'ils étaient dans un

média plus *mainstream*. Par exemple, *Inside Climate News*, ils ont gagné un Pulitzer, ils sont spécialisés en environnement, c'est leur cause, c'est du militantisme si on veut, parce qu'ils ont décidé d'enquêter sur ces sujets-là plus précisément. Je pense qu'il y a moyen de le faire, mais dans le cadre de mon travail, je ne fais pas de militantisme, je n'y crois pas. » (Chantal Lavigne)

Jean-François Bélanger :

« Il y a une crise de confiance actuellement envers la presse en général, une crise de confiance qui est là, qui est bien réelle. C'est très difficile de garder le respect de la population comme journaliste et ça impose de s'astreindre à être très carré par rapport à beaucoup de choses. Un journaliste qui irait manifester contre les violences policières, c'est inacceptable à mes yeux, mais au-delà de ça, je ne peux pas m'imaginer avoir une carte de parti, je ne peux pas m'imaginer être un jour attaché de presse de tel ou tel ministre, et après ça, être à nouveau journaliste et ce n'est pas parce que c'est dans les normes et pratiques journalistiques, mais c'est parce qu'on tue la confiance des gens. C'est fragile la confiance de la population, et ça a été écorné beaucoup dernièrement, et c'est très difficile de ramener ça. Alors je ne me verrais pas m'afficher en participant à une manifestation ou avec une carte de parti, mais au-delà de ça, il ne suffit pas de ne pas avoir une carte du parti libéral ou du parti québécois ou du parti conservateur, il faut aussi être inattaquable, ça n'empêche pas qu'un journaliste va voter et qu'il a ses opinions, mais il faut vraiment s'astreindre à une discipline pour que ça ne paraisse pas, non seulement dans sa vie de tous les jours, mais que ça ne paraisse pas dans ses écrits non plus. » (Jean-François Bélanger)

Anyck Béraud souligne qu'il y a un lien direct entre une prise de position publique de la part des journalistes et la remise en question de leur objectivité. Cela implique par

exemple toute contribution qu'elle pourrait faire à des ONG et tout ce qu'elle peut écrire sur son compte Facebook :

« Je crois que je dois faire attention. Je ne contribue pas à Oxfam, ni Amnistie internationale ou d'autres groupes que je pourrais être amenée à interviewer. Même sur les réseaux sociaux, je ne peux pas faire un "j'aime" à une publication parce qu'après ça, je sais que certains gouvernements me surveillent, donc ils peuvent très bien retracer que tu as aimé telle publication. Même la lutte contre le SIDA, je ne pourrais pas parce qu'en Chine, c'est considéré comme une maladie qui vient de l'extérieur, et les Chinois vont dire "tu contribues à ça, c'est sûr que tu vas nous taper dessus à propos de notre politique du SIDA". Il faut faire attention parce qu'on est des personnalités publiques qui sont suivies. J'ai un compte Facebook, mais je fais très attention. C'est ton objectivité qui va être remise en question, et ça donne une prise à ceux qui peuvent venir te critiquer après en disant, tu n'as pas été objective. » (Anyck Béraud)

Le journaliste Akli Aït Abdallah estime que les normes et pratiques journalistiques qui définissent l'objectivité et obligent les journalistes à respecter la règle du désengagement social sont nécessaires, mais il les juge parfois trop sévères et estime qu'elles ne doivent pas empêcher le journaliste d'être « citoyen ».

« Radio-Canada a réglé le problème pour nous, on n'a pas le droit. On n'a pas le droit de s'engager. Des fois, c'est difficile. Par exemple, les manifestations devant le consulat algérien, on n'a pas le droit d'y aller, parce que les normes ne tiennent pas compte de qui tu es. Mais parfois, je le fais à ma façon, je poste un soutien aux journalistes algériens. Ce n'est pas grand-chose une petite publication, mais ça compte pour eux. L'objectivité, ça ne doit pas faire de moi un lâche. [...] Il faut une interdiction, mais il faut du discernement,

dire non à la torture ce n'est pas violer des normes, dire non au viol des enfants ce n'est pas violer des normes, dire non à l'arrestation de personnes parce qu'elles ont brandi un drapeau berbère en Algérie, ce n'est pas violer des normes, surtout quand tu viens de ce pays-là, quitte à te dire "tu ne couvres pas l'Algérie". Donc je pense qu'il y a un moment où les normes doivent pouvoir permettre au journaliste d'être citoyen, il faut qu'il soit citoyen pour avoir un regard aussi sur les choses. Il ne faut pas qu'il soit déconnecté de ce qu'il couvre, de ce qu'il parcourt, de ce qu'il voit, etc. Il faut qu'il s'intéresse au monde, il faut qu'il ait une opinion. Et puis après, l'écueil justement c'est de trancher entre ce qui est une bonne opinion et une mauvaise opinion. » (Akli Aït Abdallah)

Le devoir de réserve sauvegarde l'objectivité et la crédibilité des journalistes face au public, mais il faut faire la différence entre le non-engagement dans la sphère publique pour la défense d'une cause en particulier, politique ou autre, et la neutralité de la démarche journalistique dans la fabrication d'un reportage. Nous avons vu que la recherche de la vérité est une valeur chère aux journalistes tout comme l'empathie qui peut les amener à mieux sentir et percevoir la réalité qu'ils couvrent et mieux en rendre compte.

Au-delà de ces compétences, de nombreux journalistes restent animés par l'espoir que leur travail contribue à créer une meilleure société, un monde plus juste, que leur démarche de recherche de la vérité contribue à donner une voix aux sans-voix et permette une lecture des réalités à l'aune des valeurs démocratiques dont ils se réclament (Saint-Pierre). L'idéal de l'objectivité journalistique conduisant à un monde meilleur n'est pas très loin.

« Oui, c'est un truc qui m'anime, c'est clair. Quand on va au Darfour et qu'on rencontre des familles qui nous racontent comment elles étaient la proie des milices Janjawid, si on ne tend pas le micro c'est un drame qui n'existe pas.

L'arbre qui tombe au milieu de la forêt, s'il n'y a personne pour l'entendre et le voir... Donc c'est notre rôle d'être là et de le montrer sinon on ne sert à rien. Donc, montrer quelque chose qui serait autrement caché, et forcément donner la voix aux victimes. Je pense que le rôle du journaliste, oui, c'est de tendre le micro, pointer l'objectif sur celui qui n'a pas les moyens de se faire entendre autrement, surtout quand il y a déséquilibre flagrant dans un conflit, quand il y a un état organisé et en face, juste un peuple opprimé, forcément on a tendance à aller davantage du côté de la victime. C'est subjectif de faire ce choix, mais dans la démarche globale, ça vient rétablir l'équilibre, donc on s'approche de l'objectivité si on peut ainsi donner une voix à des sans-voix. » (Jean-François Bélanger)

6.4.4 Le rapport au public

« *The press is the surrogate of the people in our society—it represents them as their eyes and ears* » (Dennis, 1984, p.118).

Le contrat social tacite dont parle Marc-François Bernier (2014) entre les journalistes et le public fait de chaque journaliste un « représentant des citoyens », et en même temps, un défenseur des pratiques morales qui sous-tendent l'exercice de la démocratie comme « dénoncer le mensonge, valoriser l'honnêteté et démasquer imposteurs et charlatans » (Bernier 2014, p.17). C'est du public que les journalistes tirent leur légitimité, à la condition bien évidemment qu'ils respectent les valeurs déontologiques professionnelles qui définissent l'objectivité journalistique.

Or qu'en est-il de ce deuxième partenaire au contrat ? Comment les journalistes perçoivent-ils le public et leurs responsabilités face à lui ?

Les journalistes interviewés ont le sentiment de travailler pour le public et ils manifestent un respect évident dans leurs interviews pour celles et ceux à qui ils s'adressent.

« Des fois, je n'arrive pas à vendre mes sujets de reportage, alors le jour où je ne peux pas vendre mon sujet de reportage à mon pupitre, je trouve que je travaille pour mon pupitre, et quand je réussis à vendre mon sujet, je travaille pour le public. Mais je pense qu'en fait, quand je prépare un reportage, je ne pense pas à mon rédacteur en chef, j'ai dans ma tête plusieurs personnes imaginaires qui regardent mes reportages, alors j'ai une dame qui est à Nanaimo en Colombie-Britannique, fouille-moi pourquoi, j'ai un monsieur à Montréal, j'essaye d'imaginer un monsieur tout le monde, mais je ne les imagine pas cons. Des fois, quand tu fais *vetter* (vérifier) ton texte, le rédacteur en chef voudrait que tu écrives pour le plus petit commun dénominateur, alors oui, je me dois d'expliquer et de contextualiser mon reportage, je ne vais pas tenir pour acquis que les gens savent exactement ce qui s'est passé avant-hier, mais en même temps, je ne vais pas les prendre pour des cons, et je n'écrirai pas pour des gens qui ont sept ans. J'ai trop de respect pour mon public, donc j'essaye d'écrire un reportage intelligent et en même temps que tout le monde pourra comprendre. Mon public imaginaire, il a un quotient intellectuel qui est solide, pas nécessairement au-dessus de la moyenne, mais solide. On ne va pas écrire pour des cons, alors moi, les reportages gnangnan, je trouve que c'est insultant et je n'insulterai pas mon public, donc je vais essayer de faire le reportage le plus intelligent et le plus intéressant. » (Joyce Napier)

Anyck Béraud :

« Je travaille pour l'auditoire. Je suis là pour être les yeux et les oreilles de l'auditoire. J'ai le souci d'expliquer ce qui se passe, j'ai le privilège d'être là. Je me souviens des funérailles de Nelson Mandela, j'ai pleuré et je me disais, il faut décrire ça aux Canadiens ce qui se passe ici. Plusieurs Sud-Africains avaient marché des jours pour assister aux funérailles de leur président et ils

campaient à l'extérieur parce qu'il n'y avait plus de place. On est là pour ceux qui ne peuvent pas être là. Je suis dans un média où j'ai la chance de faire du terrain, parce qu'il y en a de moins en moins de terrain. Et il faut aller sur le terrain pour vérifier. » (Anyck Béraud)

Sylvain Desjardins :

« C'est sûr que je suis identifié à ma boîte, des fois ça me sert, des fois ça me nuit. De manière générale, je suis très confortable dans la chaise où je suis parce que je défends une philosophie qui est proche de celle des médias publics. C'est plus facile à défendre quand on travaille pour un diffuseur public qui a un mandat général qui s'apparente à ça, plutôt que de travailler à l'autre bout du spectre pour un hebdo régional qui est financé par un des entrepreneurs ou un des membres de la Chambre de commerce locale qui veut avoir sa place dans les pages du journal et qui n'a pas intérêt à ce que le Conseil municipal soit nécessairement couvert toutes les semaines parce que ça va à l'encontre de ses propres intérêts financiers. Entre les deux, je pense que de manière générale, il faut que les journalistes pensent de manière indépendante pour faire leur travail correctement, et s'ils travaillent pour un média privé, ça ne change absolument rien, ils peuvent être tout à fait crédibles dans la recherche de la bonne information. Le journaliste doit travailler d'abord pour le public, mais il ne peut pas se soustraire non plus à l'identité qu'il a en travaillant pour tel ou tel média. Je suis conscient que je suis modelé par la boîte dans laquelle j'ai travaillé si longtemps, je suis très à l'aise avec ça, c'est un type de journalisme particulier qui est lié au mandat de la boîte. Je ne peux pas m'en dissocier, mais je ne porte pas l'étiquette radio-canadienne tout le temps, je ne me sens pas comme un représentant de ma boîte, je me sens comme un représentant du rôle social du journalisme. » (Sylvain Desjardins)

Chantal Lavigne :

« J'ai le sentiment de travailler d'abord pour le public, mais j'essaye aussi de bâtir et protéger la crédibilité, dans ce sens je travaille aussi pour l'entreprise. Je veux aussi travailler pour une entreprise dont je suis fière. Mais le but premier c'est de communiquer des choses pour le public. [...] Tu sais, passer des mois sur un sujet d'enquête, je ne sais pas qui a les moyens encore de faire ça, même du côté du réseau anglais de Radio-Canada, il y en a beaucoup moins. On est vraiment privilégiés de ce côté-là, c'est unique. » (Chantal Lavigne)

Akli Aït Abdallah :

« Je travaille pour le reportage, franchement. Dire je travaille pour le public, ça revient un peu au même. Moi je ne dirais jamais, j'ai du bon matériel — oui on le dit comme ça par acquis de langage, mais ce n'est pas de la matière — j'aime raconter aux gens pour qu'ils entendent des choses que moi, j'ai eu du plaisir ou de la peine à entendre. C'est vraiment avoir envie de partager quelque chose. Le journalisme, c'est partager des choses avec le public. Aussi, le journalisme en démocratie, c'est admettre que les opinions peuvent être différentes, c'est aussi ça travailler en démocratie, c'est respecter les opinions. » (Akli Aït Abdallah)

Même si leur loyauté première est à l'égard du public, les journalistes n'échappent pas aux mutations de leur environnement. Les repères traditionnels qui permettaient au public de reconnaître un journaliste deviennent de plus en plus flous au fur et à mesure que l'espace médiatique se divise en une infinité de bulles et qu'apparaissent de nouvelles formes de communication qui s'apparentent elles aussi au journalisme et parfois même s'en réclament (Youtubeurs, blogueurs, journalisme citoyen, etc.). Ce que résume le questionnement de Michael Schudson :

« *What is a journalist? Someone who gets a paycheck from a news organization for producing news stories? Or anyone with a cell phone camera or a Facebook account? What is a news story? Can a tweet, a blog post, a magazine piece, or a book based on reporting all be 'news'?* » (Schudson, 2011, p.205)

Bernier écrit que ces facteurs contribuent à faire en sorte que « dans plusieurs sociétés, on assiste à l'érosion des conditions favorables à un journalisme responsable, respectueux de l'éthique et de la déontologie » (Bernier, 2014, p.3). Les journalistes voient très bien ces changements et déplorent la confusion qu'ils suscitent, avec la multiplication des opinions, de la chronique et du journalisme d'humeur, autant de mélanges des genres qui peuvent désorienter le public et contribuer à alimenter la suspicion vis-à-vis des médias en laissant sans réponse la question de savoir qui dans tout ça est objectif.

« À force de répéter *fake news, fake news*, je ne suis pas sûr que les gens vont spontanément associer le mot objectivité au journalisme maintenant. D'autant plus que la frontière est de plus en plus floue parce que tout le monde touche à tout maintenant. Avant, l'information était entre les mains des journalistes, point. Maintenant, on regarde les shows de fin de soirée sur les chaînes américaines que ce soit John Oliver, Trevor Noah ou chez nous *Infoman* qui parfois d'ailleurs font œuvre utile de journalisme sous le couvert de l'humour. Je pense à Oliver ou à *Infoman* qui vont sortir des choses que personne d'autre ne sort, il y a de la vraie information, utile, importante. Est-ce que c'est du journalisme ? C'est de l'information. Maintenant, l'information n'est plus l'apanage du journaliste, donc tout le monde va faire de l'information de façon directe ou indirecte. Un blogueur, est-ce que c'est un journaliste ? Non, est-ce qu'il peut faire de l'information ? Certains d'entre eux en font de façon

honnête et assez proche des règles que l'on applique nous. C'est une drôle d'époque où les lignes sont floutées. Je comprends très bien les téléspectateurs d'être un peu mélangés là-dedans. Il n'y a plus rien de clair, il n'y a plus de réalité simple, établie et non changeante. » (Jean-François Bélanger)

Raymond Saint-Pierre :

« Je trouve que dans la presse écrite ces dernières années, on a donné beaucoup de place au journalisme d'humeur et aux chroniques, et il y a beaucoup de jeunes qui ont trouvé ça prestigieux, je ne sais pas, peut-être parce qu'il y a la photo du journaliste au début de l'article, et qu'ils ont voulu faire ça, au lieu de faire le B-A, BA d'abord, la recherche, le terrain, comprendre une situation, au lieu de la commenter avant même de l'avoir vu, et ça nous a nui beaucoup, je pense. Cela a beaucoup nui, cette espèce de journalisme d'humeur. Ça prend du contenu, à un moment donné, ça prend des faits. Plus on va vers le numérique, plus on crée beaucoup de médias, mais on s'occupe très peu du contenu et de la formation de ceux qui vont faire le contenu. Je pense que l'avenir du journalisme va être là. » (Raymond Saint-Pierre)

6.4.5 Résumé de la discussion

Le rapport entre journalisme et démocratie semble évident pour les journalistes. Ils assument parfaitement le fait de se voir en défenseurs de la démocratie, l'un de ses « piliers », son « chien de garde ». Être objectif, diront-ils, c'est défendre la démocratie. Ils rejoignent en cela les préoccupations de chercheurs qui s'inquiètent de voir la démocratie menacée par d'éventuels manquements des journalistes à l'égard de l'objectivité et de leurs règles déontologiques (Bernier, 2014 ; Habermas, 2007 ; Kovach & Rosenstiel, 2014 ; Carey, 1997 ; Dennis, 1984). En défendant leur profession, les journalistes diront que dans le cadre d'une société démocratique, le journalisme est un « produit d'utilité publique » parce qu'il contribue à la diversité et

au respect des opinions, mais le journalisme peut réussir à une condition, c'est qu'il soit objectif, c'est-à-dire que les reportages qu'il produit sont le résultat d'une recherche de la vérité, qu'ils sont honnêtes, exacts, impartiaux et complets, en somme qu'ils répondent aux normes déontologiques dont s'est dotée leur profession. C'est à cette condition qu'ils maintiendront aux yeux du public une « crédibilité non-négociable » et le lien de confiance qui légitime leur travail. Les journalistes savent d'ailleurs que le public peut très bien décoder les reportages et détecter un manque d'objectivité.

Les journalistes s'imposent un devoir de réserve, un non-engagement dans la sphère publique, la norme de « *retraitism* » de Chalaby (1998). Ils vont s'abstenir de tout investissement dans des causes et surveilleront leurs écrits sur les réseaux sociaux, ce qui ne veut pas dire toutefois qu'ils ferment les yeux sur leur société et le monde, bien au contraire, ils sentent le besoin d'être pleinement « citoyen », d'avoir des opinions, des « bases fortes » pour leur permettre de mieux interpréter le monde et de rencontrer ainsi leur idéal d'objectivité et d'honnêteté. Ils se voient comme les yeux et les oreilles du public qu'ils disent respecter. Ils s'inquiètent du danger que représentent les mutations qui affectent l'univers médiatique et le journalisme. La perte des repères qui permettaient au public de distinguer un journaliste d'un influenceur, d'un blogueur ou d'un Youtubeur, la surabondance d'opinions, l'omniprésence du journalisme d'humeur et des chroniques font que « les lignes sont floutées », cela nuit au journalisme d'information et on se demande si le public va continuer de croire à l'objectivité journalistique. Le journaliste Raymond Saint-Pierre conclut en disant : « Ça prend du contenu, à un moment donné, ça prend des faits ! »

CONCLUSION

Je résume dans cette section les principales conclusions que l'on peut tirer des interviews.

La problématique de départ de cette recherche posait le paradoxe de la neutralité journalistique comme antagonisme de la recherche de la vérité. Des journalistes et des chercheurs américains ont accusé les médias d'avoir invoqué la règle de neutralité pour accorder une égale visibilité médiatique en 2016 aux deux principaux candidats à la présidence créant ainsi de fausses équivalences entre les candidats dans l'esprit des électeurs. Le vrai travail journalistique aurait consisté à faire connaître les enjeux de l'élection, les programmes électoraux et dénoncer les travers et les errements du candidat Trump aussi bien que de la candidate Clinton. Bien sûr, d'autres facteurs ont joué dans cette élection notamment le fait que Trump a simplement contourné les médias en utilisant les réseaux sociaux numériques, créant ainsi son propre média pour inonder le paysage médiatique de ses opinions les plus diverses sur les immigrants, les Mexicains, les musulmans, la presse, etc. Ce faisant, chacun de ses tweets étant relayé non seulement par ses partisans, mais aussi par les médias, il a pu créer l'impression que ses opinions étaient des faits avérés. Ce qui nous ramène à la définition de l'objectivité dans le reportage comme étant la capacité pour le journaliste d'établir une distinction entre les faits et ses propres valeurs et opinions. L'effort que fait le journaliste pour établir cette distinction et s'en tenir aux faits constitue une part fondamentale et essentielle de son travail. Les journalistes interviewés y voient une condition incontournable de leur objectivité. On peut conclure aisément à la suite de leurs témoignages et de leurs expériences que la véracité des faits qu'ils débusquent,

analysent et rapportent constitue un meilleur fondement rationnel au débat démocratique qu'un énoncé d'opinion, fut-il celui d'un chroniqueur, d'une influenceuse ou d'un chef d'État. En soi, une opinion est un point de vue sur la réalité — celui de Trump par exemple sur les Mexicains ou les femmes, mais cette opinion n'est porteuse que d'une seule vérité vue à travers le prisme des conditionnements de celui qui l'a formulée. Elle n'est objective que pour elle-même. Un reportage dispose d'une base d'objectivité nettement plus large puisqu'il est constitué d'éléments du réel validés, vérifiés et contre-vérifiés par une démarche journalistique éprouvée et normée.

7.1 L'OBJECTIVITÉ IRREPLAÇABLE

La recherche d'une définition de l'objectivité est une œuvre inachevée. Sans doute, ne sera-t-il jamais possible d'arrêter une définition précise et définitive de ce concept polysémique soumis à de multiples mises en cause (Gauthier 1991).

Les questions de recherche posées dans ce mémoire étaient les suivantes :

- *Quelle place occupe l'objectivité journalistique dans l'éthique professionnelle des journalistes et quelle définition en donnent-ils ?*
- *De quelles façons opérationnalisent-ils concrètement cette notion dans leur travail ?*
- *Les journalistes remplacent-ils l'objectivité par d'autres valeurs ?*
- *De quelles façons opérationnalisent-ils concrètement ces autres valeurs dans leur travail ?*

Les réponses qu'elles suggèrent après cette recherche sont les suivantes :

- *L'objectivité occupe une place essentielle dans l'éthique des journalistes même si les définitions sont variables. L'objectivité est un idéal à atteindre, bien que souvent jugée impossible.*

- *Les journalistes opérationnalisent cette notion en se donnant les balises de base que l'on retrouve dans les guides de déontologie de la profession, mais d'autres valeurs viennent s'insérer dans leur travail pour les guider dans leur marche vers l'objectivité.*
- *Le concept d'objectivité n'est pas remplacé par d'autres valeurs. Il reste essentiel pour les journalistes. Par contre, différentes valeurs sœurs de l'objectivité viennent l'actualiser et lui donner forme. Ce sont notamment les valeurs d'honnêteté, de recherche de la vérité, d'impartialité, de neutralité, de transparence et d'empathie. Ces valeurs modulent l'attitude et le comportement des journalistes. Elles deviennent pour eux des méthodes de travail et sont plus précises, mieux définies et plus facilement applicables.*
- *Les journalistes opérationnalisent ces autres notions ou valeurs en ayant développé une capacité personnelle d'autocritique. Les journalistes sont capables de s'observer et d'analyser leurs sentiments et les émotions qu'éveille en eux la confrontation aux réalités dont ils ont vocation à rendre compte. Cette capacité d'autocritique, ce travail de conscience de ce que doit être le reporter apparaît comme le régulateur de l'ensemble de ces compétences dans leur travail.*

7.2 L'EMPATHIE, UNE ÉMOTION MESURÉE

Le cadre théorique qui m'a servi de point de départ était constitué des textes de référence classiques sur l'objectivité journalistique. Les observations de la sociologue Gaye Tuchman (1972) et les travaux de Jean K. Chalaby (1998) entre autres, sont toujours valides et se sont avérés fort utiles dans l'élaboration de cette recherche. Les expériences pratiques des journalistes interviewés ont validé une large part des compétences et des procédures décrites par ces chercheurs pour qualifier et définir l'objectivité qui nous apparaît maintenant sous un jour plus précis.

Toutefois, la richesse des expériences terrain dont les journalistes témoignent dans les interviews nous permet de constater que leur opérationnalisation du concept d'objectivité journalistique dépasse les théorisations mentionnées.

On constate que les normes d'honnêteté, de neutralité, d'équilibre et d'impartialité décrites par le sociologue Jean K. Chalaby (1998) font effectivement partie des attitudes quotidiennes avec lesquelles les journalistes partent à la cueillette d'information, tandis que celles de véracité, d'exactitude, de respect des faits et de complétude gouvernent la livraison de leurs contenus, c'est-à-dire la rédaction de leur reportage.

Mais les journalistes ajoutent à ces attitudes et ces pratiques d'autres compétences, en particulier *l'empathie* qui leur permet de capter des dimensions du réel qui demandent davantage de finesse et de sensibilité et enrichissent d'autant leur reportage. « Le reporter raconte ce qu'il voit sur le terrain et plus ce qu'il voit est ressenti, mieux ça peut être raconté » (Abdallah).

Ces constatations font écho aux rares travaux de recherche sur le rôle du corps du journaliste dans son travail (Francoeur, 2020). Cette piste « ethnologique » mérite d'être explorée plus à fond parce qu'elle jette un éclairage sur la *première source* d'information du journaliste, son propre corps (Saint-Pierre). Cette recherche trouverait avantage à mobiliser d'autres champs scientifiques tels que la psychologie, la psychanalyse et les neurosciences.

Les qualités d'empathie et d'ouverture à l'autre qui permettent aux reporters de « ne pas être blindés » (Béraud) sont cependant régulées par le souci de la neutralité journalistique qu'ils s'imposent en restant conscients de leur rôle.

La faculté d'autocritique et l'analyse de leurs propres émotions que les journalistes ont développées leur permettent d'identifier et de gérer les mouvements d'empathie qu'ils peuvent ressentir face aux tragédies humaines dont ils doivent témoigner. Cela leur permet d'éviter de jouer le rôle du « juge » ou du « thérapeute » (Béraud). Leur attitude ressemble alors à celle du « médecin qui va poser un diagnostic » (Langlois).

En ce sens, les journalistes interviewés restent en équilibre entre la surenchère empathique ou le surplus d'émotions et une certaine retenue ou prudence scientifique dans leur approche du réel, comme si leur manière de travailler prenait en compte la dimension émotive de l'humain tout en sachant en mesurer l'usage.

Ils pratiquent un journalisme classique et mesuré qui se distingue de certaines formes d'expérimentation journalistiques voulant miser principalement sur l'émotion, voire l'émotivité dans le seul souci commercial d'augmenter les cotes d'écoute et les abonnements.

7.3 LA FABRICATION DES REPORTAGES

Les stratégies de fabrication du reportage qui définissent l'objectivité journalistique selon Tuchman (1972) à savoir la présentation de points de vue contradictoires, la présentation de faits qui se corroborent, l'utilisation de citations et la structuration du récit sont des procédés que connaissent les journalistes et qu'ils utilisent. Toutefois, ils les développent à leur façon.

Ainsi, ils vont s'opposer à la publication précipitée de déclarations dont ils n'auraient pas eu le temps de valider la véracité. Ils rejoignent en cela la philosophie de la BBC pour qui la véracité des faits doit l'emporter sur la rapidité de diffusion¹¹. Se contenter de présenter deux points de vue contradictoires peut être perçu comme un piège et une façon d'éviter d'aller plus loin dans la recherche (Lavigne) ou encore une forme de désengagement du journaliste devant sa responsabilité de donner du sens (Bélanger). Vérifier le contenu d'une affirmation avant de la publier implique cependant pour les journalistes de lutter contre deux contraintes qui menacent chaque jour cette approche : le temps disponible et la pression de la concurrence (Béraud).

Dans la stratégie d'objectivité que représente l'utilisation des citations (Tuchman, 1972), les journalistes de la presse électronique voient les extraits d'entrevue comme la base de leur reportage. Les citations se répondent et s'enchaînent en formant le

¹¹ <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/accuracy/guidelines>

« squelette » à partir duquel ils vont raconter l'histoire (Langlois). Aussi bien en radio qu'en télévision, ils vont chercher à s'absenter le plus possible du récit pour laisser toute la place à leurs intervenants. « C'est les gens, c'est leur histoire » (Abdallah). Ils vont d'autre part s'assurer que les citations qu'ils utilisent sont représentatives de plusieurs points de vue qu'ils ont entendus (Saint-Pierre).

L'exercice de structuration du récit par les journalistes interviewés dépasse l'examen que faisait Tuchman en 1972. Les observations de la sociologue à ce sujet ne s'attardaient d'ailleurs qu'à la presse écrite. Il reste que les principes de base sont les mêmes : présenter les faits les plus importants et structurer le récit d'une manière logique qui soutient l'attention de l'auditoire. Dans la presse électronique, la structuration du récit passe par le choix des propos et des images les plus symboliques et les plus évocatrices. En radio, les journalistes vont chercher à transporter le public sur les lieux au moyen de la sonorisation de leur reportage (Béraud). Le but qu'ils visent est de produire une objectivation vraisemblable de la réalité dont ils ont été témoins et de présenter le tout de manière captivante pour que le public les suive tout le long du reportage (Saint-Pierre). Cet exercice d'objectivation du contenu est parfois difficile, c'est un « *work in progress* » (Langlois) qui doit répondre aux principes d'une structure dramatique et dynamique que les journalistes appellent le « *storytelling* », l'art de raconter (Bélanger), tout en s'en tenant aux faits avec rigueur (Lavigne). C'est à ces conditions que les journalistes considéreront leur reportage comme étant complet et objectif.

7.4 LE LIEN AVEC LE PUBLIC

Les journalistes intègrent un devoir de transparence dans leur travail. Leur sentiment d'honnêteté les oblige à dire dans quelles circonstances ils ont dû travailler et ainsi dénoncer la censure à laquelle ils ont pu être soumis (Saint-Pierre).

Aux yeux des journalistes, l'objectivité journalistique est au cœur du lien qui les unit au public dans le cadre d'une société démocratique. Ils voient le journalisme comme « un des piliers de nos démocraties » (Langlois), son « chien de garde » (Lavigne). Ils

diront que défendre la démocratie c'est être objectif, au point que l'idéal démocratique doit servir de « grille de lecture », en particulier lorsque les journalistes sont en couverture dans des pays où la démocratie est extrêmement limitée ou inexistante (Saint-Pierre).

Les reporters placent leur objectivité au premier plan des attentes légitimes du public à leur endroit. Ils savent que la confiance du public et leur crédibilité dépendent de leur objectivité et de ses valeurs sœurs (honnêteté, impartialité, intégrité, etc.), ce qui rejoint les analyses de Marc-François Bernier (2014). Ils vont affirmer que leur crédibilité est une valeur « non négociable » (Desjardins) et que le lien de confiance avec les téléspectateurs sera toujours la chose qu'ils vont protéger (Saint-Pierre).

Les journalistes s'obligent à un devoir de réserve, de non-engagement dans la sphère publique, ce qui correspond à la norme de « *retraitism* » énoncée par Chalaby (1998) et que l'on retrouve édictée dans plusieurs codes de déontologie journalistique. Les journalistes vont renoncer à toute participation et à tout investissement dans la sphère publique qui pourrait être de nature à remettre en cause leur objectivité aux yeux de l'opinion. Cela ne veut pas dire qu'ils renoncent pour autant à être des citoyens avec « des bases solides, des opinions et des jugements ». Ils ne laisseront pas transparaître ces acquis dans leurs reportages, mais ils vont « s'en servir pour atteindre à ce qu'on appelle l'objectivité » (Saint-Pierre).

7.5 VÉRITÉ OU NEUTRALITÉ ?

Aux yeux des journalistes, la recherche de la vérité apparaît comme une valeur fondamentale de l'objectivité journalistique. Ils ne sont pas insensibles aux critiques formulées par des journalistes comme Glenn Greenwald ou Christiane Amanpour déplorant que la presse américaine ait privilégié la neutralité journalistique aux dépens de la recherche de la vérité pendant les primaires de 2016 et l'élection présidentielle qui allaient conduire le magnat de l'immobilier Donald Trump à la Maison-Blanche. Ils savent très bien que la neutralité journalistique peut créer de fausses équivalences, et qu'à la limite, elle peut conduire au syndrome du « pigeon voyageur » (Langlois)

transformant les journalistes en simples transmetteurs d'informations du pouvoir vers le peuple. L'objectivité journalistique apparaît comme une affaire d'équilibre entre la recherche de la vérité et la neutralité. Solutionner le dilemme entre la recherche de la vérité et la neutralité journalistique implique de considérer la première comme un objectif et la seconde comme une méthode (Langlois). Rester neutre devient alors pour les journalistes le meilleur moyen de « raconter la vérité de chacun » (Abdallah).

Certains journalistes interviewés s'inscrivent davantage dans la tradition européenne du journalisme que dans la tradition anglo-américaine. L'approche européenne met davantage l'accent sur la recherche de la véracité des faits et leur mise en perspective plutôt que sur leur simple transmission comme le veut le modèle anglo-américain (Donsbach & Klett, 1993).

Plusieurs journalistes sont animés par l'idée que la recherche de la vérité permet de construire un monde meilleur, en harmonie avec les valeurs démocratiques dont ils se réclament (Saint-Pierre). Parfois, défendre la veuve et l'orphelin, « dans la démarche globale, ça vient rétablir l'équilibre, donc on s'approche de l'objectivité si on peut donner une voix aux sans-voix. » (Bélanger)

À la lumière des entrevues de cette recherche, on peut formuler l'hypothèse que la recherche de la vérité est la véritable gardienne de l'objectivité journalistique et la raison d'être du journalisme dans une société démocratique — aussi bien que dans le cœur des journalistes rencontrés. Cela implique de privilégier les deux pratiques essentielles du journalisme que sont le reportage terrain et l'enquête parce que ces deux procédés utilisent au mieux la recherche des faits et leur examen minutieux comme moyens de s'approcher de la vérité. Je dis bien de s'en approcher, avec cette humilité perceptible dans les entretiens, et non de prétendre la représenter dans son entièreté.

7.6 POUR LA SUITE

Au-delà des recherches en sciences humaines et dans le champ des communications sur les développements technologiques des médias et les perturbations des paysages

socio-politico-médiatiques par les technologies numériques, il y a une parole que la recherche semble négliger : celle des principaux artisans de l'information, les journalistes eux-mêmes.

Leur parole est porteuse de vérité et de sagesse. Il n'y a pas de médias d'information sans journalistes et il importe de comprendre que les intérêts fondamentaux des uns et des autres ne sont pas les mêmes. Les médias sont des entreprises commerciales qui travaillent pour les profits de leurs propriétaires et de leurs actionnaires tandis que les journalistes se doivent d'être fidèles au public qu'ils informent puisque leur crédibilité en dépend (Desjardins, Saint-Pierre). Il y a parfois conjugaison de ces intérêts, parfois non. Il serait intéressant de poursuivre la recherche dans cette voie en individualisant la pratique du journalisme pour la détacher de celle des médias.

Les journalistes que j'ai choisi d'interviewer travaillent ou ont tous travaillé pour le radiodiffuseur public, Radio-Canada/CBC. Les normes et pratiques journalistiques de ce média et sa longue tradition de journalisme qui remonte à Judith Jasmin, René Lévesque, Fernand Séguin, Andréanne Lafond, Bernard Derome ou Pierre Nadeau en font une institution phare dans le paysage journalistique canadien de langue française. Il serait intéressant pour la suite des choses de poursuivre cette enquête auprès de journalistes œuvrant pour des conglomérats privés.

D'autre part, en référence à l'enquête de Donsbach et Klett (1993) sur l'objectivité, le même genre d'exercice devrait être tenté au Canada, ne serait-ce que pour tester à titre d'exemple quelques-unes des questions suivantes :

- Existe-t-il différentes perceptions de l'objectivité au Canada selon les groupes linguistiques, anglophones / francophones ?
- Les journalistes canadiens se voient-ils comme des « *common carriers* », des transmetteurs publics entre les différents groupes d'intérêts, les politiciens et les citoyens ?

- Les journalistes canadiens ont-ils une perception de l'objectivité différente de celle de leurs collègues américains ou s'inscrivent-ils dans la tradition européenne du journalisme ?
- Existe-t-il des différences de perception de l'objectivité entre la presse écrite, la presse électronique et le web ?

7.7 L'IMPORTANCE DU TERRAIN

Sur une note plus personnelle, je m'en voudrais en terminant ce mémoire de ne pas dire un mot de l'importance du reportage pour le journalisme. Ces dernières années, le paysage médiatique s'est transformé en un vaste plateau d'opinions et de chroniques. Or la recherche de la vérité est une démarche active, elle commande d'aller sur le terrain voir ce qui s'y passe, d'être curieux, de rencontrer les gens, d'être sensible à leur réalité. Il faut aussi savoir prendre son temps. Le recours à l'opinion pour les médias est une solution mercantile facile et bon marché. Asseoir quelques commentateurs ou chroniqueurs sur un plateau de télévision ou dans un studio de radio pour entendre leurs opinions coûte beaucoup moins cher que d'envoyer des équipes de reportage sur le terrain. Il est légitime de se demander si cette surabondance d'opinions n'éloigne pas le journalisme de sa fonction première qui est de rapporter des faits pour alimenter la dimension rationnelle de la discussion publique en démocratie. Comment distinguer alors l'opinion vraie fondée sur des faits exacts de celle qui s'appuie simplement sur une émotion négative ou positive dont la principale valeur aura été d'être répercutée de façon exponentielle par les médias sociaux numériques ?

Le terrain demande du temps. Le grand défi du journalisme, c'est d'arriver à l'heure avec l'information exacte. À cause de la concurrence, les médias ont souvent forcé leurs journalistes à choisir la rapidité avant l'exactitude. C'est une erreur que de plus en plus de médias, la BBC en tête, reconnaissent maintenant. Il n'est peut-être pas trop tard pour revenir à un journalisme du présent, un journalisme qui préfère la véracité des faits à la précipitation ou à la facilité.

Je laisse le mot de la fin à mes anciens collègues Akli Aït Abdallah et Raymond Saint-Pierre :

« Ça semble évident ce que je dis, mais il y a des gens dans le métier qui ne comprennent pas ça : il faut d’abord insister pour être *sur le terrain*, parler de ce qu’on a vu, citer des gens qu’on a rencontrés vraiment, et vraiment se limiter à ça. Je pense que les reportages les plus forts les plus aimés et les plus utiles, en général c’est quand on se plonge dans l’événement et qu’on a l’honnêteté de dire à la fois le contexte dans lequel on a travaillé et de dire “ça, c’est ce que j’ai vu, je peux témoigner de ça, personne ne peut contester ça”. Il y a des dossiers en journalisme qui sont toujours très difficiles à couvrir, on parle du Moyen-Orient, on parle de pays qui sont très actifs dans la propagande [...] je pense que nous, le vrai métier qui rend inattaquable ce qu’on fait parce que c’est vrai, c’est de découvrir, de montrer ce qu’on a vu, ce qu’on a traité, ce qu’on a fait cette journée-là comme couverture de l’événement. Je peux donner l’exemple de la guerre au Liban en 2006, tous les reportages qu’on faisait étaient très analysés, très critiqués, dès qu’on touche à la situation au Proche-Orient d’un côté comme de l’autre, c’est toujours extrêmement compliqué et je pense que la meilleure défense la meilleure protection qu’on peut avoir, l’attitude la plus correcte et la plus importante c’est de toujours dire “moi, c’est ça que j’ai vu et ce que je vous montre c’est exactement ce que j’ai vu”, et c’est ça qui est très important parce qu’à ce moment-là — et c’est ce que les gens, les téléspectateurs, l’auditoire en général aiment bien — c’est qu’ils vivent avec nous ce qu’on a vécu et ils voient qu’il n’y a pas d’artifice, on n’est pas là pour défendre un côté, un aspect, c’est ce qu’on a vécu avec les gens qui le vivent ; partager la crise, le conflit, les effets de la crise, les effets du conflit avec les gens qui sont sur le terrain et qui le vivent, et moi je trouve que c’est ce qu’il y a de plus solide et ce qui fait que nos reportages sont les plus parlants, les plus évocateurs, les plus forts, les plus blindés aussi » (Raymond Saint-Pierre).

Akli Aït Abdallah :

« Quand tu arrives à Bagdad et que tu vois quelqu'un qui fait des brochettes, tu te dis, ça m'intéresse, tu sais aussi d'instinct que c'est des moments importants, des moments que personne ne voit, que personne ne pourra jamais voir à Montréal, à moins qu'il y ait une caméra qui traîne dans le coin, que jamais personne ne pourra raconter parce que quand on appelle au téléphone, on n'appelle pas le petit vendeur de brochettes, on ne le connaît pas, on ne sait pas qu'il existe, on va appeler le journaliste de l'AFP qui est sur place, on va appeler le ministre de l'information si on y a accès, à Bagdad ou ailleurs, on va appeler un journaliste en poste, on ne parlera pas à la femme qui fabrique des fours en argile parce que l'électricité va partir à Bagdad et on sait que les centrales électriques vont être bombardées. On s'est arrêté une fois, on avait vu une femme qui fabriquait des fours avec ses filles et on a fait un reportage là-dessus. Ça en dit aussi long que toutes les analyses sur la guerre.

Et puis, t'arrives et tu prends le temps aussi. Faut prendre le temps. Moi je n'arrive pas pour dire aux gens, vite livrez-moi vos trois phrases, vos trois clips et puis je m'en vais. On prend le temps quand on peut. À Bagdad, il y a huit heures de décalage horaire ça aide, mais c'est aussi ça, moi je prends le temps de parler aux gens. Je ne parle pas beaucoup aux gens en pré-entrevue au téléphone. Des fois, en deux mots ça confirme que la personne en a gros sur le cœur et va te raconter des choses, ou alors qu'elle a quelque chose à dire. On n'est pas toujours dans le drame et la souffrance. C'est un peu ça choisir. Derrière chaque personne, il y a une histoire, il y a une vie, il y a quelque chose, faut savoir le trouver, et ça, c'est le temps, tu ne peux pas le trouver en deux minutes, tu établis un lien, tu prends le temps. Moi j'aime bien m'asseoir, discuter, à la limite prendre un café avec les gens. Et puis, j'ai toujours comme principe que les gens ne sont pas obligés de livrer leur histoire, d'abord parce que quand tu insistes les gens se livrent à contrecœur, mais quand ils sont d'accord, qu'ils se sentent en confiance, les gens te parlent, tu vois. Mais sans

faire de calcul, tu ne t'assois pas avec quelqu'un parce que "ah ouais, je vais rester un petit peu, une demi-heure avec lui, comme ça il va me cracher toute son histoire". Ce n'est pas du tout ça, il faut avoir envie de paresser un petit peu, de prendre un café avec les gens, faut être comme ça » (Akli Aït Abdallah).

*

BIBLIOGRAPHIE

Amanpour, Christiane. 2016. Discours d'acceptation du Prix Burton Benjamin Memorial. <https://cpj.org/awards/2016/christiane-amanpour.php>

Beauregard, Claude & Papineau, Claude. 2006. La Presse canadienne, *Guide de rédaction, 5^e édition*. La Presse canadienne. Montréal.

Bernier, Marc-François. 2014. *Éthique et déontologie du journalisme*, Presses de l'Université Laval, Québec.

Bonneville, Luc. Grosjean, Sylvie & Lagacé, Martine. 2007. *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Gaëtan Morin Éditeur. Montréal.

Boutin, Gérald. 1997. *L'entretien de recherche qualitatif*. Presses de l'Université du Québec, Québec.

Chalaby, Jean K. 1998. *The Invention of Journalism*, Macmillan Press, Londres

Charron J. & de Bonville J. 2002. « De la théorie au terrain. Modèle explicatif de l'évolution du journal télévisé au Québec ». *Études de communication publique*. No.18.

Charron, Jean & de Bonville, Jean. 2004. *Nature et transformation du journalisme*. Les Presses de l'Université Laval. Québec.

Charon, Jean-Marie & Mercier, Arnaud. 2004. *Armes de communication massive. Information de guerre en Irak : 1991-2003*. CNRS Éditions, Paris.

Delforce, Bernard. 1996. « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens. » In: *Les Cahiers du journalisme*, No.2. pp.16-32.

Dennis, Everette E. 1984. « Journalistic objectivity is possible. » In: *Basic Issues in Mass Communication*, Macmillan Publishing, New York. p.111-119

Deslauriers, Jean-Pierre & Kérisit, Michèle. 1997. « Le devis de recherche qualitative ». In: *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Dir. Poupart, Jean. Gaëtan Morin Éditeur, Montréal.

Donsbach, Wolfgang. 1995. "Lapdogs, Watchdogs and Junk Yard Dogs". *Media Studies Journal* 9 (Automne). pp. 17-30

Donsbach, Wolfgang & Klett, Bettina. 1993. "Subjective Objectivity. How Journalists in Four Countries Define a Key Term of Their Profession". *Gazette* 51. pp.51-83

Dumez, Hervé. 2011. « Qu'est-ce que la recherche qualitative ? » *Le Libellio d'AEGIS*, 7 (4— Hiver), pp.47-58

Ferenczi, Thomas. 1996. *L'invention du journalisme en France*, Éditions Payot & Rivages, Paris.

Ferenczi, Thomas. 2007. « Grands reporters en temps de guerre ». Dans : Thomas Ferenczi éd., *Le journalisme* (pp. 55-70). Paris cedex 14, France : Presses universitaires de France.

Francoeur, Chantal, 2020. « Le corps du journaliste : un outil capteur, transducteur et dépositaire au service de la démarche journalistique ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. [En ligne] <https://uqam-bib.on.worldcat.org/search?queryString=le%20corps%20du%20journaliste#/oclc/8610445322>

Gauthier, Gilles. 1991. « La mise en cause de l'objectivité journalistique. » In: *Communication. Information Médias Théories*, volume 12 n° 2, automne 1991. pp. 80-115.

Gauthier, Gilles. 2016. « Un point de vue néoréaliste en épistémologie du journalisme. » In: *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 5. No 2 – 2016.

Glasser, Theodore L. 1984. "Objectivity Precludes Responsibility." *The Quill*, 72 (2) 1-20

Grawitz, M. 2001. *Méthodes en sciences sociales*. 11^e édition. Dalloz. Paris.

Greenwald, Glenn. 2016. *The Rise of Trump Shows the Danger and Sham of Compelled Journalistic "Neutrality"*. The Intercept. <https://theintercept.com/2016/03/14/the-rise-of-trump-shows-the-danger-and-sham-of-compelled-journalistic-neutrality/>

Hackett, Robert A. 1984. "Decline of paradigm ? Bias and Objectivity in News Studies". *Critical Studies in Mass Communication*, 1 (3) 229-59

Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom. 2014. *The Elements of Journalism*, Three Rivers Press, New York.

Lalande, André. 1962. *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*. Presses universitaires de France, Paris.

Larivée, S., Sénéchal, C., St-Onge, Z. & Sauvé, M-R. (2019). Le biais de confirmation en recherche. *Revue de psychoéducation*, 48 (1), 245–263.

<https://doi.org/10.7202/1060013ar>

Marmier, Jean « Honnête Homme », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 27 novembre 2020. URL : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/honnete-homme/>

Merril, John C. 1984. « Journalistic objectivity is *not* possible ». In: *Basic Issues in Mass Communication*, Macmillan Publishing, New York. p.104-110

Merril, John C. 1986. « Non au droit du public à l'information ! Oui à l'autonomie du journaliste ! » In: *Qu'est-ce que la liberté de presse ?* Prujiner, A. & Sauvageau, F. Les Éditions du Boréal, Montréal. (pp. 205-214)

Merril, John, C. 1990. *The Imperative of Freedom, A Philosophy of Journalistic Autonomy*. Freedom House, New York.

Novak, Michael, 1970. *The Experience of Nothingness*. Harper & Row, New York

Patterson, Thomas. 2016. *News coverage of the 2016 General Election: How the Press Failed the Voters*. Harvard Kennedy School. Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy. Boston. <https://shorensteincenter.org/news-coverage-2016-general-election/>

Pew Research Center. 2018. https://www.journalism.org/2018/09/25/democrats-and-republicans-remain-split-on-support-for-news-medias-watchdog-role/pj_2018-09-25_media-attitudes_0-04/

Pires, Alvaro. P. 1997. « Échantillonnage et recherche qualitative : essai théorique et méthodologique. » In : *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Dir. Poupart, Jean. Gaëtan Morin Éditeur, Montréal.

Poupart, Jean ; Deslauriers, Jean-Pierre ; Groulx, Lionel-Henri ; Laperrière, Anne ; Mayer, Robert & Pires, Alvaro P. 1997. *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Gaëtan Morin Éditeur, Montréal.

Rey, Alain Rey & Rey-Debove, Josette. 2019. Dir. *Le Petit Robert, dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Dictionnaires Le Robert. Paris.

Saint-Jean, Armande. 2002. *Éthique de l'information. Fondements et pratiques au Québec depuis 1960*. Les Presses de l'Université de Montréal. Montréal.

Savoie-Zajc, Lorraine. 2009. « L'entrevue semi-dirigée ». In: *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*. Dir. Benoit Gauthier. Presses de l'Université du Québec. Québec.

Savoie-Zajc, Lorraine & Anadon, Marta. 2009. « L'analyse qualitative des données ». In: *Recherches qualitatives*. Vol 28 (1) pp.1-7.

Savoie-Zajc, Lorraine. 2013. « Interrelations entre le singulier et l'universel : les propositions de la recherche qualitative. » In: *Recherches qualitatives — Hors Série — numéro 15* — pp.7-24.

Schudson, Michael. 1978. *Discovering the News*. Basic Books. New York,

Schudson, Michael. 2001. "The objectivity norm in American journalism". *Journalism*. Vol. 2 (2). Pp. 149-170.

Schudson, Michael. 2011. *The Sociology of News, 2nd Edition*. W.W. Norton & Company, Inc. New York.

Schudson, Michael & Downie, Leonard. 2009. "The reconstruction of American Journalism". *Columbia Journalism Review*.
https://archives.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php

Sormany, Pierre. 2011. *Le métier de journaliste*. Éditions du Boréal. Montréal

Supiot, Alain. 2015. « En quête de la machine à gouverner », in *La gouvernance par les nombres*. Cours au Collège de France (2012-2014) Paris, pp.29-50

Tuchman, Gaye. 1972. « Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity ». In: *The American Journal of Sociology*, Vol.77, No.4 pp.660-679.

Viner, Katharine. 2016. *The Guardian*. "How technology disrupted the Truth".
<https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>

Wolcott, H. F. 1994. *Transforming qualitative data: description, analysis and interpretation*. Thousand Oaks: Sage.

Zelizer, Barbie. 2017. *What Journalism Could Be*. Polity Press. Cambridge. UK.

CODES DE DÉONTOLOGIE

Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ)

<https://www.fpqj.org/fr/guide-de-deontologie>

BBC

<https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/bbc-editorial-values>

Le Monde

https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/11/03/la-charte-d-ethique-et-de-deontologie-du-groupe-le-monde_1434737_3236.html

CBC/Radio-Canada

<https://cbc.radio-canada.ca/fr/vision/gouvernance/normes-et-pratiques-journalistiques>

Radio France Internationale (RFI)

<http://mediateur.blogs.rfi.fr/page/charte-de-deontologie.html>

Associated Press

<https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/downloads/ap-news-values-and-principles.pdf>

New York Times

<https://www.nytimes.com/editorial-standards/ethical-journalism.html#>

ARTICLES DE PRESSE

<https://www.nytimes.com/2016/11/09/us/politics/hillary-clinton-donald-trump-president.html>

https://www.washingtonpost.com/politics/election-day-an-acrimonious-race-reaches-its-end-point/2016/11/08/32b96c72-a557-11e6-ba59-a7d93165c6d4_story.html?noredirect=on&utm_term=.a6a411c6e629

<https://www.foxnews.com/politics/trump-wins-presidency-defeats-clinton-in-historic-election-upset>

<https://www.theglobeandmail.com/news/world/us-politics/us-election-donald-trump-president/article32743519/>

<https://nationalpost.com/news/world/u-s-presidential-election-2016>

<https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/09/donald-trump-wins-us-election-news>

<https://www.theguardian.com/politics/2016/jun/24/britain-votes-for-brexit-eu-referendum-david-cameron>

https://www.lemonde.fr/referendum-sur-le-brexit/article/2016/06/24/brexit-le-jour-ou-le-royaume-uni-est-sorti-de-l-europe_4957826_4872498.html

<https://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/24/brexit-is-a-more-impressive-achievement-than-the-french-revoluti/>

<https://www.nytimes.com/2016/11/09/podcasts/election-analysis-run-up.html>

<https://www.bbc.com/news/uk-politics-eu-referendum-36616018>

<https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37952249>

<https://www.latimes.com/opinion/op-ed/la-oe-patterson-media-study-election-20161207-story.html>