Bill KOVACH, Tom ROSENSTIEL, *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*

Trad. de l'américain par Monique Berry, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2014 [2001], 384 pages

Alexandre Eyries

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10265>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.10265

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2015

Pagination : 365-367

ISBN : 9782814302716

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Alexandre Eyries, « Bill KOVACH, TOM ROSENSTIEL, *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger* », *Questions de communication* [En ligne], 28 | 2015, mis en ligne le 31 décembre 2015, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10265> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10265>

transversaux entre des textes éclatés et de valeur inégale où le stimulant côtoie le fade.

Suggérons peut être une de ces pistes. Un des fils d'Ariane possibles du livre serait la relative rupture entre un temps où des autorités – souvent celles de la télévision publique – revendiquent sans complexe à la fois une connaissance de ce qu'est la qualité et le droit et l'obligation morale d'offrir à un public sans grand discernement autonome cette qualité. C'est le moment « populiculteur », marqué par une vision de la qualité comme liée à des genres proches de la culture légitime, à des desseins pédagogiques, où même le récréatif ne doit pas glisser dans la facilité. Un demi-siècle plus tard, il est aussi facile que tentant d'en brocarder le paternalisme et la condescendance... en oubliant peut-être de re-contextualiser ces visions et politiques dans un monde où le capital culturel avait un statut symbolique, un pouvoir de promotion sociale qu'il a en bonne part perdu. Les deux très pertinentes contributions du volume dédiées à Home Box Office (HBO) peuvent suggérer la révolution symbolique qui s'est opérée à partir des années 80. La télévision de qualité serait aujourd'hui (en particulier) HBO et donc la légitimation de genres spécifiquement télévisuels, produits avec des moyens importants, mais revendiquant aussi une sophistication, qu'elle soit dans la qualité de l'image et des arcs narratifs, dans une réelle complexité des intrigues. Bref, les professionnels de la télévision se seraient émancipés de la tutelle pesante des professeurs, hauts fonctionnaires et autorités de contrôle, consacrant une définition en quelque sorte indigène de la qualité, donnant aussi à la télévision le prestige d'une forme culturelle produisant des Œuvres à majuscule. L'intérêt du volume est alors de faire contrepoids à cette lecture tentante par deux fortes mises en garde. Et si la réussite la plus singulière d'HBO avait été d'enrôler une bonne part des spécialistes de « television studies » et les publics intellectuels comme ses hérauts et vrp... ce qui, tout en le relativisant, ne défait pas totalement le rôle de poseurs de normes issus des groupes à fort capital culturel ? L'apparente consécration de la télévision comme art, la réappropriation d'un pouvoir de consécration par les professionnels du média masquerait alors en partie une continuité dans le pouvoir détenu par des intellectuels et agents extérieurs à la création télévisée d'en définir l'excellence. Et si le fait de polariser le débat sur les produits HBO avait aussi comme effet de pérenniser l'existence d'une « télévision invisible », celle des *talk shows*, des feuilletons rediffusés *ad nauseam*, des jeux... Beaucoup restent tenus pour assez ignobles, ce qui invite à ne pas y perdre son temps et à ne pas alimenter un débat sur une qualité qui leur serait manifestement étrangère. On voit aussi là l'intérêt de la contribution

finale de Virginie Spies sur les commentaires relatifs à la qualité *via Twitter*. Il y a là une porte possible vers une ouverture sur des discours profanes, sur une autre parole concernant la qualité que celle des importants et des savants.

Érik Neveu

Crape, IEP de Rennes, F-35700
erik.leteureur@wanadoo.fr

Bill Kovach, Tom Rosenstiel, *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*

Trad. de l'américain par Monique Berry, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2014 [2001], 384 pages

Dans les sociétés postmodernes, dites sociétés de l'information (et de la communication), l'accélération constante du flux de l'information, la montée en puissance des dispositifs sociotechniques numériques de communication et la multiplication des affaires politico-financières réaffirment avec force et vigueur la nécessité d'un journalisme en phase, non pas avec les pressions financières et politiques, mais avec les attentes de citoyens de plus en plus lassés par les duperies et les mystifications qu'ils subissent et doutant de plus en plus fréquemment de la véracité des informations qui leur sont présentées : la couverture médiatique – étant allée jusqu'à de la désinformation – à propos de faux charniers qui auraient été découverts en 1989 à Timisoara en Roumanie lors de la Révolution ayant abouti à la chute du dictateur Nicolae Ceaucescu.

Le livre *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger* a été co-écrit par les journalistes américains Bill Kovach – ancien conservateur de la Nieman Foundation for Journalism à Harvard et président du Committee of Concerned Journalists – et Tom Rosenstiel – ancien responsable de la critique des médias au *Los Angeles Times* et actuel directeur du Project for Excellence in Journalism.

Dans cet ouvrage stimulant structuré autour de dix chapitres – consacrés à la fonction du journalisme (pp. 23-60), au goût de la vérité (pp. 61-85), au rapport des journalistes avec le public (pp. 86-123), à la nécessité de vérifier les faits (pp. 124-168), à l'importance de l'indépendance d'esprit (pp. 169-199), à la dimension citoyenne et politique (pp. 200-235) du journalisme perçu comme une véritable *agora* (pp. 236-261), à la nécessité de mobiliser le public sur des sujets importants (pp. 262-290), à l'importance d'un traitement identique de tous les sujets (pp. 291-321) et enfin au nécessaire devoir de conscience des journalistes (pp. 322-351) –

les auteurs exposent les principes qui leur semblent à la source même de toute pratique journalistique pensée en adéquation avec les attentes légitimes des citoyens.

Dans l'introduction (pp. 11-21), Bill Kovach et Tom Rosenstiel écrivent : « Nous avons besoin de l'information pour vivre notre vie, pour nous protéger, pour tisser des liens avec autrui, identifier nos amis et nos ennemis. Le journalisme n'est autre que le système que les sociétés mettent en place pour apporter cette information » (p. 13). À propos de la genèse de leur livre, les auteurs expliquent qu'il faut remonter à juin 1997 et la réunion du Harvard Faculty Club avec un parterre de journalistes célèbres, d'auteurs et de professeurs de journalisme réunis autour d'une commune conscience de la dégradation de l'image de la profession et la nécessité d'apporter à la culture quelque chose d'essentiel et d'unique : « Une information indépendante, fiable, précise et générale qui seule peut assurer la liberté du citoyen » (p. 15). L'ensemble des membres de ce groupe de travail s'est consacré à l'examen rigoureux de ce qu'est censé être le journalisme afin d'inciter les journalistes à définir les valeurs d'une presse indépendante, et les citoyens à exiger un journalisme respectant les principes d'une presse libre.

Le premier chapitre (pp. 23-60) s'interroge sur l'utilité du journalisme dans son acception professionnelle à l'ère des transformations induites par l'essor des technologies numériques et de ce que l'on a un temps appelé le « journalisme participatif ». Il donne à voir l'importance des progrès technologiques suscitant l'avènement d'une nouvelle organisation économique des médias dans laquelle les règles du journalisme sont bousculées, redéfinies, et parfois abandonnées » (p. 27). Pourtant, indépendamment de ces progrès technologiques, le rôle du journalisme est beaucoup plus essentiel, il concerne le rôle que joue l'information dans la vie des citoyens.

Dans le deuxième chapitre (pp. 61-85), les auteurs soulignent fort à propos que si tous les journalistes convergent vers la nécessité de dire la vérité, ils sont en revanche beaucoup moins enclins à trouver une définition commune de ce qu'est la vérité journalistique. Le désir de vérité, consubstantiel à l'humanité elle-même, est battu en brèche par la multiplication des sources d'information qui rendent encore beaucoup plus cruciales les stratégies et les procédures de synthèse, de recoupement, de vérification et de validation des informations, d'authentification des sources dans une perspective d'objectivité maximale.

Dans le cinquième chapitre (pp. 169-100), Bill Kovach et Tom Rosenstiel proposent une stimulante réflexion sur

ce qu'est (ou plus exactement sur ce que devrait être) le journalisme d'opinion qui consiste en une « observation vigilante de la société et de l'action de ceux qui la dirigent et [entendent] offrir un forum au débat public » (p. 171). Il ressort de cette analyse que, plutôt que la neutralité et l'objectivité (qui sont nécessaires à toute forme de journalisme), c'est l'indépendance d'esprit et le recul critique qui doivent prévaloir. Il s'agit d'un principe pragmatique, moins théorique qu'opérationnel, qui concerne l'indépendance du journaliste par rapport aux milieux économiques, politiques et aux différents lobbies et groupes de pression.

Le sixième chapitre (pp. 200-235) prend pour objet les problématiques sous-tendant une conception du journalisme comme véritable contre-pouvoir et comme tribune offerte à ceux qui, habituellement, n'ont pas voix au chapitre. Évoquant la figure célèbre du prix Pulitzer venant récompenser des articles ressortissant au journalisme d'investigation, les auteurs revendiquent une « mission militante, réformatrice et dénonciatrice de la presse » (pp. 200-201). Le journalisme d'investigation, et les deux auteurs le montrent très bien, ne consiste pas systématiquement à contrer le pouvoir en place. En revanche, le journaliste peut très bien et doit même s'efforcer d'être un *watchdog*, un chien de garde, une sentinelle se consacrant à communiquer au public les informations cruciales pour sa compréhension du monde et pour sa vie de tous les jours. « Donnant à la fois la parole aux sans-voix et démasquant les escrocs bien cachés » (p. 206), les journalistes d'investigation constituent un rempart de la démocratie même s'il ne faut bien sûr pas exagérer leur importance, ni minimiser les nombreuses zones de rencontre entre les intérêts financiers et politiques et les collusions de toutes sortes. Les principes d'indépendance et de neutralité que l'on prête au journalisme font également partie d'une puissante mythologie (aux représentations souvent erronées et aux fantasmes persistants).

Dans le dixième et dernier chapitre de l'ouvrage (pp. 322-351), Bill Kovach et Tom Rosenstiel soulignent l'aporie existentielle de tout journalisme, « l'inévitable tension entre, d'une part, le service de l'intérêt public – cet aspect du travail qui justifie la curiosité tous azimuts du journaliste – et, d'autre part, l'impératif commercial qui assure la viabilité financière de l'entreprise » (p. 325).

Dans la mesure où le journalisme n'est soumis à aucune loi, aucune règle officielle, où son exercice ne requiert aucune habilitation professionnelle (ou plus exactement une seule, la carte de presse), on comprend aisément qu'une lourde responsabilité, en matière d'éthique et

de jugement, pèse sur le journaliste et sur l'organe de presse. Le devoir de conscience constitue la véritable plus-value identitaire et symbolique de la profession : le journaliste doit avoir un sens personnel de l'éthique et de la responsabilité, une boussole morale guidant la moindre de ses actions : « Il a, de plus, l'obligation de faire entendre haut et fort la voix de sa conscience et de permettre à ceux qui l'entourent de faire de même » (p. 326).

Par la multiplicité des questionnements qu'il porte, par la richesse de ses approches et les nombreuses implications sociales, politiques et éthiques qu'il recèle, cet ouvrage représentera à coup sûr une lecture des plus stimulantes pour tous ceux qui s'intéressent aux rapports entre espace public, technologies numériques et société de l'information.

Alexandre Eyries

Cimeos, université de Bourgogne, F-21000

alex.eyries@yahoo.fr

Mélanie LALLET, *Il était une fois... le genre. Le féminin dans les séries animées françaises*

Paris, Ina Éd., coll. Études et controverses, 2014, 152 pages

Mélanie Lallet est doctorante en sciences de l'information et de la communication à l'université Sorbonne Nouvelle – Paris 3, membre du laboratoire Communication, information, médias (Cim) et de l'équipe Médias, cultures et pratiques numériques (MCPN). Elle présente ici une étude qui s'interroge sur les identités de sexe et de genre dans les dessins animés français produits pour la télévision. Le corpus étudié regroupe des séries diffusées entre 1997 et 2012, dont le nom (*Les Zinzins de l'espace*, *Totally Spies !*, *Les Aventures de Petit Ours Brun*, *Il était une fois notre terre* ou *Les P'tites poules*) ne dira sans doute rien aux chercheurs en communication, fussent-ils spécialisés dans les programmes de télévision... à moins qu'ils n'aient eu, en tant que parents, à jeter un œil sur les séries que regardaient leurs enfants à ce moment. Objets délaissés (voire écartés des études des productions animées), du fait de leur faible ambition artistique (ce qui n'est pas le cas de l'ensemble de la production de dessins animés), « accablés d'indignités » comme le souligne l'auteure (p. 5), on a coutume lorsqu'on les mentionne de « pointer du doigt leur prétendue médiocrité et leurs effets standardisateurs » (*ibid.*). Les séries animées ne reviennent de temps à autre dans les analyses que pour se trouver « au cœur des débats sur les dangers de la télévision et la vulnérabilité des plus jeunes » (*ibid.*) comme des formes de distraction « commerciale et addictives » (*ibid.*). Le désintérêt pour cet objet est plus grand encore dès lors qu'il s'agit de procéder à une étude systématique de leur contenu

sous un angle des études de genre emprunté par l'auteure qui postule que, « comme tout autre objet culturel [ces séries] renseignent notre compréhension du monde, et notre créativité prolonge le rôle du jeu dans l'apprentissage et sont aussi le support de pratiques de sociabilité qui dépassent très largement le moment du visionnage » (*ibid.*). Mais, au-delà, les *animations studies* – dont l'approche renvoie plus globalement aux *cultural studies* – portent un regard mitigé sur ces productions : non exemptes de stéréotypes, elles sont aussi parfois ambivalentes par rapport aux oppositions classiques accédant parfois à « une politique de représentation réellement subversive » (p. 6). Ainsi les séries du corpus, analysées sous l'angle des rapports de genre, « se montrent[-t-elles] particulièrement ambivalentes » (*ibid.*).

Ce court ouvrage est structuré en trois parties. Intitulée « L'analyse des représentations sociales de genre dans l'animation » (pp. 11-54), la première pose le cadre méthodologique, l'histoire de l'objet (des premières représentations du mouvement aux séries animées et à l'industrialisation de la production) avec un détour par l'économie du secteur de l'animation et fait un rappel sur le croisement « femmes-médias » au-delà du sujet des séries animées. Les éléments de cette contextualisation sont utiles pour qui aurait, d'une part, peu de données sur l'évolution de ces séries et/ou qui aurait, d'autre part, besoin (mais l'histoire est mieux connue) d'un rappel de la construction progressive d'une « épistémologie féministe » (comme la nomme fort justement l'auteure, p. 7) permettant notamment de questionner les produits des médias et ici les séries animées françaises.

La deuxième partie (pp. 53-92) en vient plus précisément à l'étude du corpus et les conclusions sont dans le titre, « La seconde place. La subalternité du féminin dans les séries animées françaises ». En effet, l'étude du corpus montre une sous-représentation numérique et symbolique (du fait souvent de leur rôle) des personnages féminins (conforme à ce qui avait été constaté pour des productions audiovisuelles dans d'autres pays) avec, cependant, des transformations (le féminin est plus présent, mais dans des personnages secondaires) et des disparités importantes selon les séries. De même les ambitions pédagogiques et « subversives » (par rapport aux stéréotypes) varient énormément : une série comme *Il était une fois... notre terre* s'autorise à être didactique et militante pour la cause des femmes et, dans certains épisodes, se donne pour objectif de rendre compte des moments marquant d'une histoire des femmes à l'échelle de la planète prolongée par des informations sur leur situation contrastée dans le monde. Les « fictions », elles,