

Roy PINKER, *Faire Sensation. De l'enlèvement du bébé Lindbergh au barnum médiatique*

Marseille, Éd. Agone, coll. Contre-feux, 2017, 232 pages

Érik Neveu



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/20461>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.20461

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2019

Pagination : 437-139

ISBN : 9782814305540

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Érik Neveu, « Roy PINKER, *Faire Sensation. De l'enlèvement du bébé Lindbergh au barnum médiatique* », *Questions de communication* [En ligne], 35 | 2019, mis en ligne le 01 octobre 2019, consulté le 07 mars 2024. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/20461> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.20461>



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

forme qui emprunte à la fois à la figure du chroniqueur (subjectivité), à celle du journaliste (interrogation sur la déontologie) sans pouvoir être réduite à l'une ou l'autre.

Expliquant à juste titre que la profession de journaliste et/ou critique gastronomique est toujours en quête de stabilisation, de légitimation et de reconnaissance par les professionnels de l'information comme par le grand public, l'auteur de l'ouvrage *Des mots à la bouche. Le journalisme gastronomique en France* explique que le plus souvent, ce sont des rhétoriques identitaires qui sont à l'œuvre qui déterminent les bonnes manières de travailler. Dans la conclusion de l'ouvrage, Sidonie Naulin rappelle fort à propos que le journalisme gastronomique – né au XIX^e siècle au moment où la haute cuisine devient un bien marchand avec l'apparition des restaurants – remplit une double fonction d'orientation et d'éducation des nouveaux consommateurs : « Il se présente d'emblée dans sa double fonction de dispositif d'intermédiation marchande (orientation de consommateurs face à des biens singuliers) et culturelle (définition, par la qualification et la labellisation de la singularité des biens) » (pp. 299-300). La critique gastronomique pose la question de la performativité du travail journalistique car une bonne critique, une bonne recommandation sur un guide ou un site tel Trip Advisor ou La Fourchette orientent considérablement les pratiques de consommation des futurs clients et déterminent la réputation des bonnes tables et des restaurants à fréquenter. Ou la preuve s'il en fallait une de l'alliance efficace entre information et économie.

Par la solidité de son ancrage théorique, par la pertinence de son approche méthodologique (enquête au long cours mêlée d'entretiens, d'observations participantes, d'études d'archives et d'analyse de données quantitatives) et par le point de vue sociologique pénétrant qu'il développe, l'ouvrage de Sidonie Naulin, remarquable de clarté et de profondeur historique, constitue à n'en pas douter une lecture savoureuse, gourmande, incarnée, qui ravira tous les chercheurs qui s'intéressent à la gastronomie sous l'angle innovant du discours journalistique spécialisé.

Alexandre Eyries

Cimeos, université de Bourgogne Franche-Comté,
F-21000

Roy PINKER, *Faire Sensation. De l'enlèvement du bébé Lindbergh au barnum médiatique*
Marseille, Éd. Agone, coll. Contre-feux 2017, 232 pages

Roy Pinker était le nom que le magazine *Détective* avait donné à son imaginaire envoyé spécial couvrant

« l'affaire Lindbergh », soit le célèbre enlèvement du bébé de l'aviateur américain Charles Lindbergh en 1932. Il sert ici de pseudonyme à un collectif d'une trentaine d'universitaires belges, canadiens et français qui se penchent sur la couverture de ce qui fut l'un des premiers faits divers qu'on pourrait dire – anachroniquement ? – mondialisé, dans la presse de leurs pays respectifs. Le volume reprend d'ailleurs, de façon très utile, un ensemble de reproductions de Unes, de clichés parus dans la presse de l'époque.

L'ouvrage se structure en quatre parties. La première évoque « un héros médiatique » et vient situer combien Charles Lindbergh est l'une des premières incarnations d'une culture de la célébrité, née de sa traversée inaugurale de l'Atlantique, mais aussi de l'essor de la forme *interview* dans les colonnes de la presse. L'homme peut d'ailleurs être abordé aussi comme un cas d'école des situations précoces de gestion d'image. En effet, il cultive une célébrité médiatique tout en étant attentif à en poser des limites, pour la défense de son intimité, le refus de certaines propositions – comme celle de faire du cinéma. D'ailleurs, un incident (pp. 20-22) qui le voit, alors qu'il est accueilli par une foule enthousiaste lors d'un atterrissage, répéter par deux fois le curieux geste d'accélérer à proximité de ses admirateurs – non sans les couvrir de boue – puis de redécoller, donne lieu à une bataille d'image. Faut-il y voir, comme le suggère *The New Yorker*, la manifestation de l'arrogance du personnage ou, comme le proposent ses avocats, la maladresse d'un homme assiégé par des admirateurs envahissants ? L'enlèvement de son fils bouleversera cette image car, dès lors, la préservation d'un Lindbergh intime et familial n'est plus possible. Deux heures après l'annonce de l'enlèvement, un troupeau de reporters stationne déjà devant sa maison, dans un « degré zéro » (p. 26) de l'information – dont BFM TV s'est faite la continuatrice –, puisque le seul élément palpable du propos journalistique tient à signifier qu'on est sur place, les collègues aussi, à faire parler des témoins qui n'ont souvent rien vu ou rien de pertinent, à se faire l'écho des rumeurs, puis – dans le cas Lindbergh, lors de la phase du procès de Bruno Hauptman – à surenchérir dans la condamnation *a priori* du suspect. L'affaire Lindbergh – et cela fait charnière avec la seconde partie – peut alors être pensée comme un site d'observation du duo mis en évidence par Michael S. Schudson (*Discovering the News. A Social History of American Newspapers*, New York, Basic, 1978, chap. 3) entre une écriture « *story* », narrative, colorée, émotionnelle qui scénarise – feuilletonise ici – l'actualité en valorisant le fait divers et le scandale et une écriture « *information* », plus

distanciée, analytique et explicative, polarisée sur des objets sérieux comme les affaires ou la politique (sur la mise en discussion des limites de cette typologie, voir Érik Neveu « Revisiting the "Story" vs "Information" model », *Journalism Studies*, 18 (10), 2017, pp. 1293-1306 avec la réponse de Michael S. Schudson dans la même livraison dans « Second Thoughts », pp. 1334-1342, spécialement pp. 1337-1338). La décision de la famille Lindbergh de quitter les États-Unis à l'issue de l'affaire est alors mise en discussion au sein même du monde journalistique comme une illustration des méfaits de la « presse jaune », immorale et tyrannique. Bon marché et souvent friande de scandales, cette « Penny Press » se développe aux États-Unis à partir des années 1840, plus encore 1880, et est souvent imprimée sur un papier jaune bon marché (humide, il colore ce(ux) qu'il touche, d'où une publicité pincée et à double sens du *New York Times* qui, lui, « ne tâche pas la nappe du petit-déjeuner »).

Un deuxième corps de développements se fixe sur le « traitement journalistique de l'affaire » *stricto sensu*. Il situe (p. 53) l'affaire Lindbergh comme un épisode charnière où les médias joueront de l'intervention active, de l'intrusion même dans le déroulement de l'enquête. L'épisode est aussi – et c'est l'un des apports du livre – un point d'observation clinique des mécanismes de reprises à l'échelon internationale. La presse française en particulier fait grand usage du coupé-collé de dépêches ou d'articles venus des États-Unis. Déjà la logique du *scoop* manifeste ses effets délétères sur la vérification d'informations, publiées puis tôt démenties. Des formes diverses de bidonnage se déploient. Roy Pinker, l'imaginaire correspondant de *Détective* se met en scène dans une proximité fabulée à un Lindbergh qui lui ferait ses confidences. Si l'affaire s'essouffle narrativement, on lui trouve des possibles latéraux : ainsi au Québec, un autre fait divers, plus léger, la naissance de quintuplés dans la famille Dionne (p. 84) permet de s'alarmer dans un contexte familial compliqué des menaces qui pèseraient sur les bébés de subir le sort du petit Lindbergh. Les jeux de reprise et de miroir permettent aussi d'observer une situation assez banale, celle où la presse française blâme vertueusement la légèreté et le peu de déontologie de la *Yellow press*, tout en reprenant les logiques.

La troisième partie du volume (« Cette étrange Amérique ») se fixe sur les représentations des États-Unis que portent les comptes rendus de presse. Si l'Amérique est pour partie « comme nous » dans les émotions et l'indignation partagée que suscite le rapt et le meurtre d'un bébé, elle est plus encore dépeinte comme différente, incompréhensible, peut-

être alarmante. Singulier monde que celui où un héros national en vient à solliciter l'aide de gangsters qui ont pignon sur rue pour pallier une police inefficace, où l'insécurité semble endémique. Monde technologique aussi où l'on enregistre et filme les procès. Monde un peu infantile encore où les publics seraient prêts à croire les bobards les plus grossiers. On entrevoit l'écho des thèmes systématisés deux ans avant la publication des *Scènes de la vie future* (Paris, Éd. Le Seuil, 2018 [1930]) de Georges Duhamel, qui restera durablement comme le diapason d'un antiaméricanisme conservateur, stigmatisant les méfaits du règne de la technique et de la rationalité sur le lien social, l'écrasement de l'individualité et du sens moral dans une société robotisée, massifiée.

Plus imprévisible, une dernière partie (« Bébé Milou et autres produits dérivés ») explore la manière dont l'affaire engendre un flux de reprises et commentaires, inspire des formes parfois surprenantes de créativité et d'intertextualité. Les Unes sont prosaïques quand, lors du procès du kidnappeur, un restaurant, qui accueille une part des journalistes, rebaptise les plats de sa carte du nom de protagonistes de l'affaire, ou quand se vendent des échelles, copies de celle qui a servi à se glisser dans la chambre du bébé Lindbergh. De façon plus surprenante, les auteurs donnent une lecture inédite et convaincante (p. 185) de l'épisode de l'enlèvement du chien Milou dans *Tintin en Amérique* (1932) comme inspiré de l'affaire. Ils rappellent en quoi l'affaire Lindbergh a aussi alimenté un développement du fameux *Crime de l'Orient Express* (Londres, Collins Crime Club, 1934) d'Agatha Christie... et bien entendu un roman de Philip Roth (*Le Complot contre l'Amérique*, Paris, Gallimard, 2006 [2004]), qui imagine Lindbergh – dont les positions antisémites et pro-Allemagne nazie étaient sans équivoque – élu président des États-Unis en battant Roosevelt en 1940. Ils exhument aussi une soirée pendant laquelle Gala Dali est apparue avec un accoutrement évoquant l'affaire (p. 191).

Faire Sensation offre donc une étude de cas remarquablement documentée et pédagogiquement efficace sur l'ancienneté des phénomènes d'emballlement médiatique, de circulation de thèmes, de clichés et mythes, d'angles de couverture que la triple comparaison internationale rend spécialement riche et argumentée. Celle-ci rend aussi intelligible combien les situations où demi-vérités, faux et visions complotistes envahissent l'espace public (p. 211) ne sont pas nées avec l'élection de Donald Trump. C'est aussi dans cette force de démonstration qu'on peut discerner l'une des limites du livre. Le risque est grand qu'il soit lu sur le mode « rien de neuf sous le soleil » ou les *sunlights* des

médias. Tel n'est assurément pas la volonté du collectif Roy Pinker, mais une conclusion s'attachant à souligner les variations et ruptures dans l'écologie du système médiatique, les modes de (re)diffusion des nouvelles, les évolutions dans la configuration des divers publics médiatiques aurait utilement enrichi le bilan de cette étude à la fois plaisante à lire et stimulante pour la réflexion. D'ailleurs, le collectif ponctue son deuxième chapitre avec une interrogation sur « Lire le journal en 1930 » (pp. 117-120) qui pose – en convenant de son incapacité à la résoudre – la question de ce qu'étaient les réflexes, l'outillage cognitif et les habitudes médiatiques des lecteurs de 1932. On a là l'indication d'un prolongement possible, sur les traces de Michael Baxandall (*L'Œil du Quattrocento. L'usage de la peinture dans l'Italie de la Renaissance*, trad. de l'anglais par Y. Delsaut, Paris, Éd. Le Seuil, 1985) montrant admirablement comment les (pas encore) Italiens du *Quattrocento* ne voyaient pas les tableaux d'alors comme le visiteur contemporain du musée des Offices, ou l'exploration des modes de lecture des romans feuilletons de la Belle Époque par Anne-Marie Thiesse (*Le Roman du Quotidien. Lecteurs et lectures populaires à la Belle Époque*, Paris, Éd. Seuil, 2000).

Érik Neveu

Arènes, université Rennes 1/EPHESP/CNRS/
Sciences Po Rennes, F-35700
erik.neveu[at]sciencespo-rennes.fr

Denis RUELLAN, *Reportères de guerre. Goût et coûts*

Paris, Presses des Mines, coll. Sciences sociales, 2018, 254 pages

Pour une part, le dernier livre de Denis Ruellan est la suite de l'ouvrage qu'il a écrit avec Florence Le Cam et que nous avons naguère recensé ici (*Émotions de journalistes. Sel et sens du métier*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2017, voir *Questions de communication* 33) et, pour une plus grande part, le résultat d'un ensemble de recherches qu'il mène depuis longtemps, comme en témoigne son entretien (2015) avec une grande résistante, devenue plus tard reportère de guerre, Madeleine Riffaud (née en 1924).

Depuis *Le Professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français* (Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1993), devenu un classique, Denis Ruellan ne cesse de s'interroger sur cette profession dont il explore ici la version féminine de la figure la plus mythique, le reporter de guerre. De quoi s'agit-il ? Pourquoi une femme devient-elle reportère de guerre ? Que cherche-t-elle ? En quoi cette profession, traditionnellement une affaire d'hommes (3,5 %

seulement des journalistes sont des femmes en 1920), est-elle affectée par les assignations de genre quand c'est une femme qui l'exerce ? À ces questions, et beaucoup d'autres qui leur sont associées, l'auteur apporte des réponses parfois très précises (leur nombre), parfois beaucoup plus nuancées et même paradoxales : voir la guerre pour apprendre à aimer la vie.

Denis Ruellan a la fort bonne idée de rapprocher d'emblée ces questions du débat renouvelé par la commémoration de l'armistice de 1918 sur la contrainte qui pesait sur les combattants, et la culture de guerre qu'ils assumaient. Il lit ce rapport à la guerre des journalistes comme biface : d'un côté, une origine faite d'engagement (la Résistance ou l'émancipation des colonisés pour les générations des années 1940 à 1970) et, de l'autre, un aboutissement, un attachement, sinon une passion. En effet, si la parité entre hommes et femmes est désormais inscrite dans les statistiques de la profession, la présence des femmes dans la guerre fait l'objet de beaucoup de fausses explications, par exemple l'idée que la concurrence entre les chaînes de télévision ou entre les magazines aurait favorisé la montée des effectifs féminins : c'est occulter le fait que des femmes ont voulu investir le reportage de guerre.

On peut considérer que, jusqu'à la guerre du Vietnam, les journalistes de guerre couvraient un camp, le leur (voir le reportage d'Albert Londres sur le bombardement de la cathédrale de Reims, *Le Matin*, 29/09/1914), à quelques exceptions près (la guerre d'Espagne) ; cela n'est plus vrai aujourd'hui. Après la guerre du Vietnam, qui marque le moindre intérêt pour les forces en présence, pour l'action militaire, en somme, et l'intérêt nouveau pour les victimes (civiles), le visage de la guerre a changé et le travail des journalistes en est transformé.

Pour comprendre cela, Denis Ruellan procède en deux temps. D'abord, une galerie de portraits de 15 femmes qui ont illustré le reportage de guerre sur un bon siècle, depuis Andrée Viollis, née en 1870, qui entre en journalisme en 1897 à *La Fronde* de Marguerite Durand avant de couvrir pour *Le Petit Parisien*, *Ce Soir* ou *L'Humanité*, l'Irlande de 1922, la Russie en 1926, l'Inde en 1930, etc., jusqu'à Manon Quéroil et Véronique de Viguerie, nées en 1980 et 1978. Ensuite, Denis Ruellan cherche des régularités dans l'évolution des effectifs, la mixité progressive et la transformation des attitudes, ou la relocalisation des expressions de la division sexuée du travail par une mise en évidence des ressources de genre chez les hommes comme chez les femmes. En effet, les perspectives de genre sont le fil conducteur de ce