



L'objectivité en journalisme :
mythe ou réalité ?

L'objectivité en journalisme : mythe ou réalité ?

Emmanuel DABO¹

¹ Doctorant en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC),
Consultant en communication, Rédacteur web et Blogueur

En journalisme, l'objectivité est une notion qui continue de faire débat. Tant au niveau des journalistes eux-mêmes qu'au niveau de leurs publics (lecteurs, téléspectateurs, auditeurs, internautes). Il est recommandé aux journalistes d'être objectifs afin de ne point induire leurs publics en erreur et surtout, pour ne servir nulle autre mission que celle d'« apporter aux citoyens l'information dont ils ont besoin pour être libres et autonomes.² » Cela semble facile à dire mais à la réalité, une question se pose : est-il réellement possible d'être objectif ?

ESSAI DE DEFINITION

Le Lexique d'information communication définit l'objectivité comme étant la « Nature de ce qui rend très fidèlement et exactement compte de la réalité des faits, tels qu'ils se sont produits, sans déformation due notamment à des préférences ou préoccupations personnelles politiques, partisans, commerciales...³ » Autrement dit, l'objectivité c'est la : «

- Qualité de ce qui donne la représentation fidèle d'un objet ;
- Qualité de ce qui est exempt de partialité, de subjectivité, de préjugés ;
- Attitude d'une personne objective, impartiale.⁴ »

L'objectivité a pour contraire la subjectivité. Celle-ci renvoie à l'« état, attitude de celui qui considère les choses en donnant la primauté à ses états de conscience⁵ ».

DE L'IMPOSSIBLE OBJECTIVITE

« L'objectivité n'existe pas⁶ ». Tranche ainsi Claude Jean Devirieux, un ancien reporter à Radio Canada. Pour lui, 5 raisons justifient la non-existence de l'objectivité. Ce sont :

² Bill Kovach et Tom Rosenstiel, Principes du journalisme, Paris, Nouveaux Horizons, 2004, p. 12

³ Francis Balle, Lexique d'information communication, Paris, Dalloz, 2006, p. 285

⁴ Claude Jean Devirieux, Manifeste pour la liberté de l'information, Montréal, Editions du jour, 1971, p. 67

⁵ Ibidem, p. 68

⁶ Ibidem

1) L'absence de la liberté d'information

Du point de vue de Devirieux, la liberté est la condition première de l'objectivité. « Il n'y a pas d'objectivité possible sans la liberté⁷ », assène-t-il. En dehors des tentatives de violation de la liberté de presse par les pouvoirs politiques et financiers, l'une des premières entraves à la liberté du journaliste, est la ligne éditoriale. Celle-ci, conditionne le journaliste au point de vue de sa rédaction. Point de vue qui peut d'ailleurs être celui d'un mouvement politique et par conséquent, partial et partisan.

2) Le don d'ubiquité n'existe pas

Malgré sa bonne volonté, le journaliste ne peut pas être partout à la fois. Aussi, à l'intérieur d'un même endroit, le journaliste ne peut pas tout voir. Il se doit bien de faire un choix.

3) L'obligation de faire un choix

C'est une question d'espace et de temps. Le journaliste même s'il a tout vu, est limité par l'espace (le nombre de signes et de colonnes) à consacrer à son article ou se trouve contraint de réduire les informations en sa possession afin qu'elles puissent être diffusées en 90 secondes, 15 minutes, etc. Cela nécessite de faire un choix. A ce sujet, les critères de choix peuvent relever du jugement personnel du journaliste ou de sa ligne éditoriale.

4) La subjectivité est inévitable

« On est toujours subjectif. L'homme qui agit est, par définition, un sujet. Or, ce sont des hommes et des femmes qui font l'information, (...) qui la constatent, (...) qui la transmettent, (...) qui la reçoivent et ils le font en fonction de leur intelligence, de leur instruction, de leur éducation, de leurs états d'âme et de conscience.⁸ »

⁷ Claude Jean Devirieux, Op. cit, p. 69

⁸ Ibidem, p. 71

5) L'objectivité est une qualité

L'objectivité n'est pas mesurable. C'est une notion abstraite. Il s'agit d'une qualité au même titre que l'honnêteté, la bonté, etc. Ce sont des qualités qui ne connaissent pas d'absolu mais plutôt des degrés. Ce qui rend le jugement de l'objectivité d'un article de presse difficile.

A ces 5 raisons évoquées par Claude Jean Devirieux pour prouver l'impossibilité de l'objectivité, peut s'ajouter, « la dépendance de l'information par rapport à la communication⁹ ».

Oui, l'information est dépendante de la communication en ce sens qu'elle met en relation deux entités. La première détient un savoir qu'elle se doit de communiquer à la seconde. Les journalistes vont à la recherche de l'information, entre en sa possession et ont pour devoir de la transmettre aux citoyens. A ce sujet, « aucune information ne peut prétendre, par définition, à la transparence ou à la neutralité. Car toute information est dépendante d'un double traitement (celui de l'informateur et celui de l'informé) et d'une double construction de sens. Ce qui implique que le contenu d'une information est par nature toujours subjectif ou, pour reprendre l'étymologie du terme, l'information est toujours une mise en forme du monde c'est-à-dire une double construction et interprétation du réel en situation qui dépend, d'un côté comme de l'autre, de l'expérience sociale, culturelle ou individuelle des interlocuteurs.¹⁰ » En somme, l'information ne peut pas être objective car, elle est tributaire d'un double traitement. Celui du journaliste et de son public.

DU SENS PERDU DE L'OBJECTIVITE

Bill Kovach et Tom Rosenstiel estiment qu'en ce qui concerne l'objectivité, « le sens originel est aujourd'hui mal interprété et même largement perdu¹¹ ».

⁹ Valérie Sacriste, Communication et médias, Sociologie de l'espace médiatique, Vanves, Editions Foucher, 2007, p. 33

¹⁰ La communication est comprise ici, comme un processus de mise en relation de 2 entités. Une émettrice d'un message et l'autre, destinataire de ce message.

¹¹ Valérie Sacriste, Op. cit, p. 35

Les deux auteurs situent la genèse du concept d'objectivité en ces mots : « Le concept d'objectivité ne signifiait pas, à l'origine, que le journaliste devait être dépourvu de toute conviction personnelle, bien au contraire. Le terme a fait son apparition, dans son acceptation journalistique, au tout début du siècle dernier, notamment au cours des années 1920, quand l'évidence s'est fait jour que les journalistes débordaient d'idées préconçues, souvent inconsciemment. Le devoir d'objectivité demandait aux journalistes de mettre au point une méthode cohérente de vérification de l'information – une approche des preuves matérielles dépourvue de toute ambiguïté – pour faire précisément en sorte que leurs préjugés personnels et culturels ne compromettent pas la rigueur de leur travail.¹² »

Au fond, ce n'est pas le journaliste qui se doit d'être objectif mais plutôt la méthode de collecte d'information qu'il utilise. « Dans le concept originel, c'est la méthode qui est objective, et non le journaliste. L'élément crucial n'est pas l'objectif que poursuit le journalisme, mais la discipline professionnelle qu'il s'impose pour l'atteindre.¹³ »

DE LA QUETE D'OBJECTIVITE

Certes, l'information et par ricochet le journaliste, ne peuvent prétendre à l'objectivité, mais ils se doivent de chercher « à faire en sorte d'être crédible, de fournir des gages de sérieux et de véracité.¹⁴ » Pour y arriver, le journaliste doit : «

- essayer d'être partout, de tout voir, de tout entendre, de tout noter (...)
- essayer de tout dire (...)
- essayer de bien juger et de bien choisir (...)
- essayer de convaincre¹⁵ »

Ce, avec des preuves à l'appui. Tout ce cheminement répond à un principe : le principe de véridiction. « Ce principe éthique de véridiction, explique Valérie Sacriste, conduit l'information à s'instituer dans une problématique de la preuve c'est-à-dire à présenter et à valider les faits rapportés. Elle se rapproche ainsi

¹² Bill Kovach et Tom Rosenstiel, Op. cit, p. 75

¹³ Ibidem

¹⁴ Ibidem, p. 75-76

¹⁵ Ibidem, p. 76

du discours scientifique et didactique mais s'en distingue par ses procédés. L'information prouve quelque chose par la désignation et la figuration (l'ordre du constat, du témoignage, du récit de reconstitution des faits...) et non par le raisonnement démonstratif technique ni par l'explication pédagogique explicite. »

En somme, l'objectivité en journalisme est un mythe s'il est cherché dans la personne du journaliste et dans l'information que celui-ci livre. Par contre, l'objectivité devient une réalité quand elle se fonde sur les méthodes de collecte, de recoupement et de vérification de l'information. Surtout, quand ces méthodes obéissent au principe de véridiction.

BIBLIOGRAPHIE

BALLE Francis, Lexique d'information communication, Paris, Dalloz, 2006

CHARAUDEAU Patrick, Le discours d'information médiatique, Paris, Nathan, 1997

DEVIRIEUX Claude Jean, Manifeste pour la liberté de l'information, Montréal, Editions du jour, 1971

KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom, Principes du journalisme, Paris, Nouveaux Horizons, 2004

SACRISTE Valérie, Communication et medias, Sociologie de l'espace médiatique, Vanves, Editions Foucher, 2007

Si vous avez aimé, merci de désigner l'auteur de cet e-book comme étant le meilleur blogueur de Côte d'Ivoire en cliquant ici <http://eba.ci/le-blog-demmanuel-dabo/> puis sur «J'aime».



Emmanuel Dabo est doctorant en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) à l'Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest - Unité Universitaire d'Abidjan (UCAO-UUA). Tant bien même qu'il ait une passion pour la communication, Emmanuel a exercé comme journaliste et pigiste pour des médias comme la Radio Nationale Catholique de Côte d'Ivoire, lessentiel.ci et ivoirejustice.net. Ce, avant de se consacrer entièrement au métier de chargé de communication pour des institutions dont les activités dépassent les frontières de la sous-région ouest-africaine.

Dans cet e-book, Emmanuel pose le débat de l'objectivité en journalisme. Selon lui, l'objectivité recherchée ne se trouve pas dans la personne du journaliste mais plutôt dans sa méthode de travail.

Retrouvez l'auteur sur :

- son blog : www.emmanueldabo.com
- sa page Facebook : Le blog d'Emmanuel DABO
- LinkedIn : Emmanuel DABO
- Twitter : @EmmanuelDAB

E-mail : emmanuel@emmanueldabo.com

[Licence](#)
[Creative Commons](#)
[Attribution - Pas](#)
[d'Utilisation](#)
[Commerciale - Partage](#)
[dans les Mêmes](#)
[Conditions 4.0](#)
[International](#)