

Selfie

Un nouveau journalisme En scène !

Daniel Cornu, Genève
journaliste et théologien, médiateur romand au sein
du groupe de presse *Tamedia*

MÉDIAS

Depuis une douzaine d'années, tous les médias se rallient à l'image. Avec cet impératif : attester la réalité qu'elle montre en étant « dessus ». Sinon, autant renoncer à exister.

Ancien rédacteur en chef de la *Tribune de Genève* et enseignant de l'éthique du journalisme dans les Universités de Genève, Neuchâtel et Zurich, Daniel Cornu a écrit plusieurs ouvrages sur la question, dont *Tous connectés ! Internet et les nouvelles frontières de l'info*, Genève, Labor et Fides 2013, 216 p. (recensé in *choisir* n° 650, février 2014. À lire sur www.cedofor.ch)

À la longue, la phrase imprimée fatigue. Sans attendre, la parole s'envole. L'image, elle, percute. Même banale, même confuse. Avec le développement du Web 2.0, qui a vu s'installer les réseaux sociaux, rien d'autre ne semble aussi digne d'attention dans les médias. Pour le meilleur, que sont les reportages photographiques ou de télévision, depuis des décennies. Pour le pire, qui tient à cette manie nouvelle de l'image de soi à tout bout de champ, comme substitut – ses adeptes disent *complément* – aux moyens de communication traditionnels.

Les journaux et les magazines ne se contentent plus d'écrire des articles ou

de rédiger des interviews. Ils chargent les journalistes de raconter leur histoire devant une webcam ou enregistrent les entretiens, aussitôt mis en ligne sur *Facebook* ou ailleurs. Résultat le plus commun : des images frontales, guindées, dénuées d'attrait. Même pas la télévision à l'heure de ses premiers balbutiements !

Les radios, qui semblaient dévolues à la voix, se croient désormais tenues de filmer leurs propres prestations. Sous l'œil d'une caméra, une chronique enlevée comme peut l'être celle de Charline Vanhoenacker, sur *France Inter*, se transforme en un exercice pathétique : la jeune femme, les yeux baissés, s'accroche à son texte et gesticule quand elle donne de la voix.

La télévision a livré le modèle. Via les agences de presse, elle dispose à profusion d'images et d'informations sur les événements du jour ; tant qu'elle doit même trier et sélectionner. Mais cela ne suffit pas. Au cours d'un journal télévisé, il lui faut encore montrer au téléspectateur qu'elle est bien là où les choses se passent. Depuis des lustres, la télévision donne ainsi un avant-goût de « l'esprit selfie ».

Le rituel est rodé. À l'énoncé des faits, à la diffusion des images (les mêmes chez la concurrence), la chaîne ajoute sa propre marque, un témoignage « perso ». Le présentateur du journal télévisé établit la liaison avec un correspondant sur place ou un envoyé spécial. La séquence n'est pas forcément substantielle : l'interlocuteur se contente trop souvent de redire ce que l'on vient d'entendre. Son ministère est celui de la confirmation plutôt que de l'information. Avez-vous remarqué à quel point la première réponse vise la plupart du temps à renforcer le discours du présentateur ? « En effet, David... » « C'est bien cela, Darius... »

La preuve par neuf

S'ils ne vont pas rechercher des réactions, des récits inédits, des images différentes, à quoi servent donc ces observateurs sur le terrain ? Même dépourvues de sens et de contenu, leurs interventions jouent un rôle majeur : produire un effet de réel, garantir aux yeux du téléspectateur l'authenticité des faits rapportés. Dans un monde médiatique plus d'une fois secoué par des accusations de simulacres, fondées ou non, c'est une manière d'assurance contre les théories du complot.

Pour bien ficeler l'affaire, il paraît d'ailleurs judicieux de montrer l'observateur, à un moment quelconque de son passage à l'écran, en pied et non seulement en cap. Preuve qu'il est bien « sur le terrain ». La télé vous parle-t-elle d'une inondation ? Vous contemplez l'envoyé spécial de la chaîne dans l'eau jusqu'à mi-bottes. Vous êtes sur place, vous n'en doutez pas.

Résultat le plus commun : des images frontales, guidées, dénuées d'attrait. Même pas la télévision à l'heure de ses premiers balbutiements !

Les bonnes intentions et les précautions n'excluent pas les couacs de la part de reporters peu expérimentés. Sur les lieux d'un séisme, en août 2016 : « Si vous me suivez [il ne bouge pas], vous verriez derrière moi... Vous ne voyez peut-être pas... » En effet, on n'aperçoit rien ... sinon un tas de gravats sur la droite de l'écran. Ne propose pas de l'image qui veut. La prestation était assurée pour le site internet d'un quotidien, non pour une chaîne de télévision. Si la démonstration par l'image tient lieu sur l'écran de la preuve par neuf en arithmétique, elle est aussi l'indice d'un autre phénomène : l'exaspération de soi comme attestation de la réalité.

De l'opinion à la communication

Dans des temps plus anciens, la fiabilité d'une information ou d'une opinion se fondait pour l'essentiel sur l'exactitude des faits ou sur la pertinence des jugements. Des genres spécifiques de journalisme étaient reconnaissables sous deux étiquettes : *journalisme d'opinion*, dominant jusqu'à la fin du XIX^e siècle ; *journalisme d'information*, prépondérant durant tout le siècle dernier. L'un n'a pas chassé l'autre, l'un et l'autre ont cohabité, ni l'un ni l'autre ne sont encore enfouis dans les poubelles de l'histoire. Mais une pratique émerge au seuil de notre siècle et vient les concurrencer : le journalisme de communication. Elle constitue un nouveau paradigme.

Sans attendre, on peut écarter la tentation immédiate de ranger sous cette appellation la banale et envahissante communication qui sert les intérêts de pouvoirs ou de particuliers – *la Com'* –, distincte de l'information journalistique répondant à un intérêt général. Il ne s'agit là ni de publicité ni de relations publiques.

Deux chercheurs de l'Université Laval (Québec), Jean Charron et Jean de Bonville,¹ ont développé depuis les années 90 un concept de journalisme de communication d'une tout autre ampleur. Ils l'articulent sur les fonctions du langage mises au jour par le linguiste Roman Jakobson, au début des années 60.

Aux fonctions classiques, attachées dans la presse et les médias à l'information et à l'opinion, s'en ajoutent d'autres. Celles-ci ont pris une importance croissante dans les années qui ont précédé l'apparition du réseau internet. Les derniers développements des réseaux sociaux leur apportent une consécration. L'évolution récente suppose un retour sur l'avant-scène du journaliste comme individu, qui tendait auparavant à s'effacer derrière son média.

Ainsi la fonction dite *phatique*, qui vise à maintenir le courant de la communi-

Selfie

Un nouveau journalisme En scène !

cation, a pour effet de conduire le journaliste à développer des compétences que l'on a qualifiées de *conversationnelles*: discuter et faire discuter certes, mais d'abord retenir en ligne, par sa présence, un public naturellement voyage.

Ainsi la fonction *conative*, qui relève de l'ordre, du commandement, du mode impératif. Non qu'il s'agisse de restaurer une autorité perdue du métier. L'enjeu est plutôt de modifier le statut même du journaliste: d'observateur, la fonction conative tend à le transformer en acteur. Au nom des causes qu'il défend, il mène des actions concrètes, qui débordent la simple expression de son opinion. Aux États-Unis, l'une de ses applications a pris le nom de *public journalism*.

Ainsi encore la fonction joliment dite poétique, qui relève de l'esthétique. Elle pare la prestation journalistique des séductions de la forme, ce qui n'est pas nouveau; elle participe d'une mise en scène, ce qui l'est davantage.

Cette troisième fonction renvoie à un aspect constitutif du discours journalistique. Le registre de la narration, en effet, est partie prenante de la recherche de la vérité – devoir premier selon la déontologie du métier. Il est doté de la même légitimité que celui de l'observation (la relation des faits) et de l'interprétation (l'énoncé des opinions). Son domaine est le récit. C'est à ce registre-là que se rapportent directement les pratiques actuelles du journalisme.

Moi, je...

La narration souffre aujourd'hui d'une hypertrophie de l'égotisme. Tout se passe comme si le journalisme contemporain tournait d'abord à une mise en scène de soi-même.

Autrefois, aux États-Unis, on baptisa *anchorman* (l'homme ancre) le présentateur du journal télévisé. L'idée était que l'on pouvait s'accrocher au spectacle du monde proposé par lui, et s'y fier. Tels étaient, sur *CBS Evening News*, Walter Cronkite, durant près de vingt ans, puis son successeur Dan Rather, à la longévité encore plus remarquable. L'expression est restée. Dans le monde francophone, l'apparence a prévalu sur le sens symbolique. On parlait des *hommes troncs* – avant que des femmes n'occupent la place au pupitre de l'actualité.

La confiance accordée par le public à ces présentateurs donne la mesure de leur responsabilité. Ce sont eux qui, chaque soir, « disent le monde ». Ils sont, plus que d'autres, exposés à la dérive propre au registre de la narration: un narcissisme qui conduit le journaliste trop complaisant envers lui-même à se considérer, du seul fait de sa position éminente, comme le dépositaire, et surtout le garant, d'une information crédible et d'une juste compréhension du monde. Sa propre image sur l'écran est une manière d'attester ainsi la véracité du tableau offert de l'information du jour.

La posture fait partout des émules. La présence physique et le discours personnel, avatars médiatiques des selfies si souvent, semblent désormais destinés à occuper le premier rang, même dans les situations où rien ne les justifie. Affaire d'images? Pas seulement. La presse écrite n'est pas exempte non plus des « Moi, je », qui valent bien quelques selfies. ■

¹ Cf. notamment **Colette Brin, Jean Charron et Jean De Bonville**, *Nature et transformations du journalisme. Théories et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université Laval 2004. (n.d.l.r.)