



Le journalisme civique veut faire face à ses responsabilités

© Article de J.-S. Stehli paru dans *La Lettre d'Utopies* en 2000

***Refusant tout à la fois le cynisme et l'objectivité de leurs confrères,
un nombre croissant de journaux américains invitent leurs lecteurs à agir.***

Des générations de journalistes doivent se retourner dans leur tombe. Ils auraient parfois quelque mal à reconnaître leurs journaux. Fini le journalisme d'investigation et son côté macho. Un nombre croissant de rédactions à travers les Etats-Unis commencent en effet à se convertir à une nouvelle idée du journalisme. Son nom: "public journalism" - journalisme public, au sens de "bien public" - ou encore : "journalisme civique". Le but de ces croisés d'une forme radicalement nouvelle de journalisme, las des dérapages et du cynisme des journalistes qui semble empirer depuis plusieurs années : redéfinir le rôle de la presse dans la vie publique. *"Le bon journalisme exige bien plus que des bons reporters,"* explique Jay Rosen, professeur à la New York University, et co-"inventeur" de ce concept. *"Il nécessite plus qu'un patronat éclairé, plus que la protection de la Constitution et plus qu'une base économique solide,"* affirme-t-il. *"En effet, sans des citoyens engagés et concernés, même les journaux dont le sens civique est le plus développé ne peuvent pas faire leur travail."* L'objectif de Rosen et de son collègue, Buzz Merritt, rédacteur en chef du Wichita Eagle, est ambitieux : faire des journaux les sages-femmes de la citoyenneté. En clair : désormais, il n'est plus suffisant d'informer. Il faut encore que ce qui remplit les colonnes des journaux donne envie aux citoyens de participer à la vie de leur communauté. Quand les lecteurs, de plus en plus nombreux, réclament dans les études de lectorat, des "bonnes nouvelles", il ne s'agit pas de trains qui arrivent à l'heure ou de belles histoires sur la vie des princesses, expliquent les apôtres du Public Journalism. *"Une raison d'espérer - voilà tout ce que les gens attendent de la presse, et ce n'est pas une exigence déraisonnable,"* affirme Jay Rosen. *"L'importance de l'information vient des possibilités d'action qu'elle crée,"* renchérit Davis Merritt. La vie publique, c'est-à-dire le mécanisme qui met la théorie de la démocratie en pratique, exige une information partagée et une place où celle-ci est discutée et transformée en action. La presse est censée fournir ces éléments et aider au bon fonctionnement de la vie civique. Un programme à la fois simple et ambitieux. *"Je préfère augmenter de 10% la participation électorale que gagner le prix Pulitzer,"* lance même Sandra Mims Rowe, ex-rédactrice en chef du Portland Oregonian, et l'une des adeptes influentes du journalisme civique.

Le Wichita Eagle, dans le Kansas, dont la diffusion par semaine est de 120.000 exemplaires, a ainsi lancé, il y a quelques années, le "People Project", sous-titré "S'en sortir nous-mêmes". Son but : amener les habitants de la région à chercher des solutions aux problèmes que le gouvernement semble



incapable de résoudre -écoles en mauvais état, délinquance, gangs, difficulté pour les parents de concilier travail et famille. Le Wichita Eagle a commencé par définir, avec l'aide de chercheurs de la Wichita State University, quels étaient les problèmes sociaux qui préoccupaient les électeurs. Près de 200 personnes ont ainsi été interviewées à fond. *"Les habitants ressentent un fossé profond entre la politique et leurs propres soucis, et ils expriment très peu de confiance dans le gouvernement traditionnel,"* raconte Lisa Austin, une des responsables du "Project on Public Life" de Jay Rosen. *"Les gens affirmaient vouloir agir, mais ils n'avaient pas la moindre idée de ce qu'un citoyen moyen pouvait faire."* Le Wichita Eagle a ensuite traité en profondeur chacun des thèmes ainsi défini, fournissant même les noms et les adresses d'organisations travaillant sur ces questions, et invitant les lecteurs à écrire, téléphoner ou faxer leurs idées. Le quotidien a fait également le portrait de personnes ayant réellement contribué à changer les choses par leur action. Le travail ne s'arrête pas là. Le journal organise des rencontres entre citoyens qui souhaitent agir, et les aide même à trouver les ressources financières pour cela. Pendant neuf semaines, le Eagle et ses deux partenaires, KSNW-TV et KNSS radio, ont consacré le temps et l'espace nécessaires pour lancer une conversation publique sur les problèmes critiques de la communauté, d'où sortiraient des idées mais aussi l'engagement nécessaire pour mettre en œuvre ces solutions. Pendant deux mois, ces sujets ont occupé la "une" du quotidien. Il est encore trop tôt pour évaluer l'impact de ce travail, mais dans les semaines qui ont suivi, le volontariat dans les lycées a augmenté de plus de 30% , affirme Merritt. Une enquête indique également que la satisfaction des lecteurs du Eagle a progressé de 12%.

Le journal a ensuite poursuivi son effort. Il a développé une "charte de l'opinion" qui a permis d'identifier les quartiers de Wichita dans lesquels, en général, les problèmes auxquels aura à faire face la ville pointent d'abord le bout de leur nez. Le but est de faire en sorte que les journalistes réagissent au quart de tour et commencent à couvrir ces sujets dès qu'ils commencent à apparaître. Ils suivent également attentivement les efforts faits pour résoudre les différents problèmes dans les quartiers.

Toutes les initiatives de journalisme civique ne se ressemblent pas. Ainsi, le Dayton Daily News, dans l'Ohio (diffusion 180.000 exemplaires), décide de s'attaquer à la violence des jeunes, à la suite d'une série de meurtres commis par des adolescents, avec un projet baptisé "Kids in Chaos". Le Daily News organise plus de 400 tables rondes de familles, par petits groupes de six personnes maximum, alléchées par les pizzas offertes par le journal. Il fait également intervenir 120 experts sur la délinquance juvénile. Le but, selon Max Jennings, le responsable de ce projet : établir un réseau, implanté dans chaque quartier, afin de "sauver les gosses".

Mais il n'y a pas un moule unique. *"Nous essayons juste de redéfinir la relations entre les citoyens, la vie publique et le journalisme. Tout le reste est ouvert,"* explique Rosen. Ainsi, à côté d'expériences comme celle de Wichita, on trouve le Bremerton Sun (40.000 exemplaires), dans l'Etat de Washington. Celui-ci a organisé les citoyens et formé 150 volontaires, pour préserver 300 hectares de forêt qui allaient être vendus à des promoteurs. Le Sun a pesé de tout son poids pour que la constitution d'un fonds de 70 millions de dollars - qui aurait permis l'achat de la forêt - soit mise au vote. D'après Lisa Austin, qui tient la comptabilité des projets de journalisme civique à travers le pays, on recense au moins une centaine d'initiatives, et 200 quotidiens sont intéressés.



Pas mal pour un concept qui a à peine quelques années d'existence. L'idée est née après l'élection de 1988 dont la couverture médiatique avait été unanimement reconnue comme l'un des ratés du journalisme U.S. Les journaux et les chaînes de télévision ne s'étaient préoccupés que de la course entre les candidats et des coups bas d'une campagne présidentielle particulièrement vicieuse, entre George Bush et Michael Dukakis. Dans la bagarre, on avait complètement oublié les questions qui préoccupaient les électeurs et affectaient directement leur vie. *"A la fin de la campagne de 88,"* note Marvin Kalb, ancien du célèbre magazine de la chaîne CBS, 60 Minutes, et directeur du Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, à Harvard, *"tout le monde avait l'impression de s'être fait rouler. Les gens commençaient à se désintéresser complètement du processus politique."* Le taux de participation reflétait cette désaffection : à peine plus de 40% des électeurs américains se sont déplacés pour voter lors de la dernière élection présidentielle de 1992. En 1960, ils étaient près de 65% .

Reflet de ce "déficit de citoyenneté", la presse U.S. traverse depuis plusieurs années une sacrée crise de conscience. La crédibilité des journalistes a rarement été aussi malmenée. *"Ce qui se passe dans la presse comporte beaucoup de similarités avec l'armée U.S. après le Vietnam,"* constate James Fallows, ex-rédacteur en chef de l'hebdomadaire U.S. News & World Report, et l'un des journalistes américains les plus admirés. *"L'armée avait subi une défaite objective, celle de la presse est subjective, mais celle-ci doit, elle aussi, faire son examen de conscience si elle veut évoluer."* *"Les journalistes et le public,"* a récemment fait remarquer un journaliste, *"sont comme un couple mal assorti dans lequel les deux partenaires se parlent à peine."*

En 1976, juste après le scandale du Watergate, six Américains sur dix affirmaient que les reporters de la télévision agissaient principalement dans l'intérêt du public. Aujourd'hui, *"le sentiment du public à l'égard des journalistes est tombé presque aussi bas que celui développé à l'égard des politiciens,"* note un récent rapport de Roper Starch Worldwide, un institut qui analyse depuis 25 ans les humeurs des Américains. *"Moins de la moitié des Américains estiment ainsi que les journalistes des journaux et de la télévision agissent principalement dans l'intérêt public. Autant considèrent que les journalistes mettent leur propre intérêt avant celui du bien public,"* constate le rapport. La chute est brutale. D'ailleurs, la désaffection est également grande dans les rangs de la presse. Selon une étude menée en 1992, un journaliste sur cinq affirme qu'il entend changer de carrière dans les cinq ans - deux fois plus qu'en 1982.

Lors d'une récente conférence, le journaliste Paul Starobin du National Journal, parlait d'une "génération de vipères", en évoquant ses collègues dont le cynisme permanent contribue pour une bonne part à endommager le civisme des citoyens. *"Des informations qui, sans cesse et sans*

justification, définissent les politiciens comme dépourvus de sincérité et ineptes, alimentent la défiance dans le public, et font qu'il est plus difficile pour ceux qui sont à des postes d'autorité d'avoir le charisme nécessaire pour que le gouvernement fonctionne effectivement," écrit Thomas Patterson, professeur de sciences politiques à Syracuse University, dans son récent ouvrage, "Out of Order" (littéralement : en panne), qui analyse la couverture de la vie politique par la presse. Meilleur exemple de ce cynisme, la rubrique "Clinton Suck Up Watch", sorte de tableau d'honneur des "lèche-bottes", qui accueille les



journalistes accusés d'avoir écrit de manière trop favorable sur Bill Clinton. Quel reporter a envie de voir son nom figurer dans ce hit-parade ?

Autre exemple de ce cynisme, cité par Starobin: la presse a traité avec sarcasme le "Contract with America", le vaste programme de réformes promis par les Républicains en cas de victoire aux élections de novembre 1994. *"La presse a parlé du contrat comme une manœuvre partisane destinée à mettre les Démocrates dans l'embarras,"* analyse Starobin. Bien que les Républicains aient fourni à la presse un paquet d'informations de 3 kilos, qui incluait la copie des projets de loi, peu de journalistes ont pris la peine d'expliquer ce qu'il y avait dans ce contrat. *"Il y avait bien sur une dimension tactique dans cette histoire,"* constate Starobin, *mais ce n'était pas la chose la plus importante. Les Républicains proposaient une réforme radicale du gouvernement et les citoyens avaient besoin d'être informés sans a priori.* La "starification" des journalistes explique pour partie ce cynisme. *"Ces 15 ou 20 dernières années,"* analyse James Fallows, *"beaucoup de journalistes sont soudain devenus riches grâce aux talk-shows, aux émissions politiques à la télévision, et aux tournées de conférences sur les campus. Or, tous ces exercices réussissent particulièrement bien à ceux qui sont arrogants, provocateurs, cyniques."* L'outrancier paie. Ce cynisme à tous les échelons de la vie politique - à Washington aussi bien qu'au niveau local -, n'est pas particulièrement sain pour la démocratie. *"La plupart des gens qui sont entrés dans le journalisme au milieu du 20e siècle partageaient une vision commune,"* explique Davis Merritt du Wichita Eagle.

"Nous avons le sentiment que le journalisme avait un rôle, qu'il faisait partie du processus démocratique. Nous n'en faisons pas nécessairement une théorie articulée, mais nous le savions." Cette époque est bien révolue.

L'autre raison, suffisante à elle seule, pour justifier tout ce grattage de crâne, ce besoin urgent de repenser la fonction du journalisme, est tout simplement économique : les journaux sont en mauvaise santé. En 20 ans, plus de 200 quotidiens ont disparu et 22 millions de lecteurs se sont évaporés. Et la publicité, même pour les grands titres -New York Times, Washington Post, Chicago Tribune - se fait nettement plus rare. Il est plus que temps de redonner à la presse un sens pour les citoyens.

C'est en partant de cette constatation que Jay Rosen, professeur de journalisme à la New York University, a créé en 1993 le Project on Public Life and the Press. *"Son but principal est d'aider les journalistes à aller dans de nouvelles directions et d'avertir leurs collègues que quelque chose d'important est en train de se produire,"* expliquent les statuts du projet. *"Dans une crise comme celle-là, l'heure n'est plus à se contenter de retoucher la formule,"* explique Rosen, installé dans un café à deux pas de New York University, où il enseigne. Il faut revoir tout de fond en comble. *"Les journalistes doivent revenir vers ce qui a donné à la presse son importance : la vie publique et sa vitalité."*

Jusqu'à présent, la presse régionale a montré plus d'intérêt pour le débat que la presse nationale. *"Les journaux locaux ont une connexion directe avec leurs lecteurs, ce qui n'est pas le cas des journaux nationaux,"* explique James Fallows. Pas étonnant que les quotidiens nationaux soient également les plus critiques vis-à-vis du "Public Journalism". Ils voient dans ce rôle d'avocat un danger : celui de perdre l'indépendance qui permet à la presse d'assumer sa fonction de "chien de garde" de la démocratie. *"Quels que soient mes sentiments sur des événements, mon travail n'est pas d'influencer les résultats,"* explique



Leonard Downie Jr., rédacteur en chef du Washington Post. *"Je ne veux pas franchir cette ligne, quelles que soient les bonnes intentions."*

Pour d'autres critiques, le Public journalism a des relents de la presse du début du siècle quand leurs propriétaires, comme William Randolph Hearst -"Citizen Kane"- utilisaient leurs journaux pour avancer leurs causes et les candidats de leur choix.

Jay Rosen hausse les épaules. Pour lui, l'objectivité, qui est *"la plus importante contribution du journalisme américain au reste du monde,"* est une notion désormais dépassée. *"Le journalisme est un des arts les plus importants de la démocratie. Son but ultime n'est pas de faire des gros titres ou des réputations, mais simplement d'aider la démocratie à fonctionner."* Il s'agit peut-être d'un retour aux sources : à quoi sert la presse sinon à être l'aiguillon de la démocratie ? ▶