

"Ils l'ont dit dans le journal !"

Amalgames, incitation à la haine...
Comment les déceler et les décoder dans la presse populaire ?



Public cible :

Tout public



Nombre idéal de participants :

Entre 5 et 15 personnes



Durée de l'animation :

1h30 environ



Matériel nécessaire :

- Schéma de l'actionnariat des médias francophones (annexe 1)
- La grille d'analyse à photocopier (annexe 2)
- Articles de la presse populaire et leurs commentaires en ligne (au choix de l'animateur : par exemple issus des journaux ou sites Internet de *La Meuse*, *La Capitale*, *la DH*, *7sur7.be*, etc.)

Les Equipes Populaires souhaitent être tenues au courant de vos travaux.

Dans le souci de donner écho aux paroles citoyennes, n'hésitez pas à nous communiquer le résultat de vos débats.

Objectifs

- Analyser le contenu d'un article ;
- Déceler les amalgames, les stéréotypes qui ouvrent la voie à des préjugés, à des commentaires haineux ou racistes ;
- Travailler les représentations que l'on a des journaux populaires ;
- Prendre de la distance par rapport à nos représentations et comparer, analyser et enfin de décoder les informations.

Introduction

« L'information a connu d'incroyables bouleversements technologiques qui se sont accélérés depuis les années 90 avec l'arrivée d'internet d'abord, des réseaux sociaux ensuite. Quelques années plus tard, c'est la marchandisation de l'information qui s'est invitée dans les salles de rédaction, avec des intérêts économiques énormes à la clé. Quelques années à peine ont suffi pour que trois grands groupes financiers se partagent le paysage médiatique francophone.

Ces bouleversements technologiques et économiques modifient profondément le métier de journaliste. Les journalistes sont devenus des « hommes d'orchestres » qui, en un temps de plus en plus record, doivent jongler simultanément avec de multiples formes de communication. Tout en essayant de ne pas courber l'échine devant les contraintes parfois surnoisées de la publicité ou de l'audience. Ces profondes mutations ont également un gigantesque impact sur le traitement et la diffusion de l'information. Citons notamment la rapidité - on pourrait même dire l'instantanéité - dans la transmission de l'info, ainsi que la course à l'audience et aux parts de marché qui ont tendance à privilégier la demande du public (« du sang, de la violence, du sexe... ») plutôt que l'offre des journalistes d'investigation (analyse des questions sociales, clés de compréhension des événements...). Face à ces défis, le tableau est bien sûr contrasté. Non, tous les journalistes ne sont pas des vendus. Non, le journalisme d'investigation n'est pas mort. Non, internet et les réseaux sociaux n'ont pas (encore) enterré la presse écrite et la télévision. Les évolutions technologiques sont une formidable opportunité pour qu'une information de qualité circule auprès du plus grand nombre. A condition de donner des clés pour pouvoir faire le tri... ».

(De Gutenberg à Zuckerberg, de Corelio à Tecteo, édito de Monique Van Dieren dans Contrastes : Médias, les défis du 4^e pouvoir, Septembre-Octobre 2013, n°158, p.2.)

Déroulement de l'animation

Etape 1 :

Tour de table (15')

Les participants sont invités à se placer autour d'une table. Pour débiter l'animation, l'animateur propose que chacun partage :

1. Le type de média qu'il utilise personnellement pour s'informer (presse, TV, radio, internet) et la raison de ce choix.
2. Ce qu'il cherche comme type d'information (faits divers, Belgique, régions, monde, politique, économie, immobilier, santé, sport, etc.).

L'animateur recueille sur un tableau (visible par tous les participants) les différents moyens de s'informer de chacun. Lorsque le tour de table est terminé, l'animateur amène le sujet de la presse populaire. Ce dernier explique la particularité de l'animation et l'importance de décoder certaines informations qui peuvent inciter à la haine et à la discrimination. Enfin, l'animateur distribue aux participants l'annexe 1. Il présente les 3 groupes de presse qui se répartissent le marché de la presse écrite quotidienne. Le groupe Sud Presse est à ce jour le leader de la presse francophone. Il édite actuellement 5 journaux régionaux : La Meuse, La nouvelle Gazette, La Province, La Capitale et Nord-Eclair. L'animateur propose donc de travailler à partir d'articles issus de ce groupe majoritaire (critère objectif).

Etape 2 :

Observation et analyse d'articles (30')

L'animateur dispose une série de titres d'articles sur la table. Il invite les participants à se rassembler en petits groupes de 3 à 4 personnes. Chaque groupe dispose d'une grille d'analyse (annexe 2). Celle-ci permettra de recueillir les analyses et les ressentis des participants. Les participants désignent dans leur groupe un rapporteur chargé de compléter la grille d'analyse.

1. Chaque groupe choisit un titre. Après avoir lu le titre, chacun exprime dans son groupe ce qu'il s'attend à lire dans l'article. Le rapporteur complète la première case de la grille.
2. Lorsque l'analyse du titre est terminée, l'animateur distribue à chaque groupe l'article qui correspond au titre analysé. Les participants relèvent en groupe les idées maîtresses de l'article. Ensuite, ils tentent de déceler les éléments qui incitent à la haine ou à la stigmatisation (vocabulaire utilisé, répétition de mots, style d'écriture...). Le rapporteur note les éléments dans la grille d'observation.
3. Analyse des commentaires des internautes : l'animateur distribue à chaque groupe les commentaires des internautes correspondant à l'article publié sur Internet. Les participants en discutent en groupe : les commentaires incitent-ils à la haine (vocabulaire utilisé, style d'écriture, y a-t-il une per-

sonne ou une population visée...) ? Cette partie permet de mettre en avant l'ambiguïté qui réside entre la liberté de la presse et la liberté d'expression.

4. Mise en commun : l'animateur invite ensuite les participants à partager les éléments les plus marquants identifiés en sous-groupes. Durant les analyses, l'animateur contextualisera les événements s'il le faut (date de publication de l'article, compléments d'information).

Etape 3 :

Pour terminer... (45')

L'animateur propose un tour de table en suggérant quelques questionnements : L'animation a-t-elle changé ma vision de la presse populaire ? Me donne-t-elle envie d'aller plus loin ?

Pour aller plus loin

Pour continuer l'animation, l'animateur peut proposer un visionnage complet ou partiel du documentaire Questions à la Une « La presse populaire : audacieuse ou racoleuse ? ». Ensuite, laisser place aux réactions des participants.

L'animateur peut également proposer aux participants de réécrire l'article de manière plus objective, complète et respectueuse (en évitant les propos stigmatisants). Les participants attribueront par la suite un nouveau titre à cet article reflétant son nouveau contenu.

Autres possibilités : comparer le traitement d'un même sujet par plusieurs quotidiens, présenter d'autres sources d'information, la presse alternative.

Ressources complémentaires

- La revue *Contrastes* n° 158, septembre-octobre 2013, *Médias, les défis du 4^{ème} pouvoir*, téléchargeable sur le site www.equipespopulaires.be.
- *Square* : La presse de demain, émission ARTE, 2014.

Associations :

- **Le C.A.V. Liège** (Centre Audiovisuel) est une ASBL reconnue comme centre de ressources en éducation aux médias.
<http://www.cavliege.be>. **Contact** : Rue Beeckman 51, 4000 Liège • 04/232.18.81
- **Média Animation ASBL** est un centre de ressources en éducation aux médias et multi-médias de l'enseignement libre de la Fédération Wallonie-Bruxelles. C'est aussi une association d'éducation permanente qui, à ce titre, développe un ensemble d'activités à destination d'un public adulte, du monde associatif et culturel.
<http://www.media-animation.be>.
Contact : Avenue E. Mounier, 100 (3^{ème} étage) 1200 Bruxelles • 02/256.72.33
info@media-animation.be