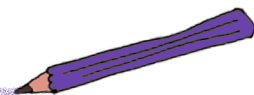







TRAITS D'HUMOUR

DOSSIER PÉDAGOGIQUE

Une analyse drôle et (im)pertinente
sur le récit médiatique des attentats de janvier 2015.



-  Pédagogique
-  Itinérante
-  Collective
-  Participative
-  Gratuite



Une initiative du GSARA avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

UNE RÉFLEXION ILLUSTRÉE ET SATIRIQUE SUR LE DISCOURS MÉDIATIQUE

Depuis les attentats perpétrés contre Charlie Hebdo au mois de janvier, lutter pour la liberté d'expression et le respect du débat démocratique s'impose plus que jamais. Comprendre, analyser les médias et décoder leur rôle constituent un objectif éducatif essentiel pour ne pas tomber dans le piège de l'amalgame et de la stigmatisation. En collaboration avec 3 dessinateurs de talent, le GSARA a imaginé une exposition pédagogique pour nous faire rire et réfléchir sur le traitement médiatique de ces questions aussi sensibles que cruciales.

Il s'agit d'une exposition :

– Légère

L'exposition est composée de 15 dessins en couleurs, format A3, sans cadre.

– Pédagogique

Par le biais du rire et de la caricature, l'exposition a pour finalité de rendre chaque citoyen – à partir de 16 ans – actif, autonome et critique envers tout document ou dispositif médiatique. Cette exposition décrypte les logiques médiatiques et explore des pistes d'échanges et de discussions.

– Collective

Trois dessinateurs - Yakana, Titom et MickoMix - se sont munis de leur crayon et nous offrent leur regard humoristique et (im)pertinent

– Participative

Vous pourrez aussi prendre votre plume (des dessins supplémentaires sont prévus à cet effet), ajouter des commentaires, remplir les bulles vides et laisser libre court à vos idées et à votre créativité.

– Itinérante et gratuite

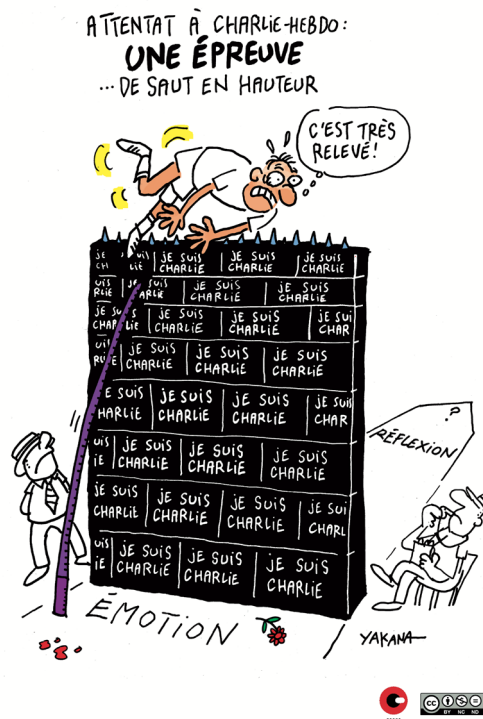
En tant qu'enseignant, animateur, éducateur, programmeur, vous souhaitez accueillir l'exposition chez vous ?

Rien de plus simple, il vous suffit d'envoyer un e-mail à julie.vanderkar@gsara.be ou d'appeler le 02/250.13.29. Nous serons ravis de vous l'envoyer.

L'exposition et le dossier sont aussi téléchargeables en ligne !

Le blog : www.gsara.tv/caricatures

UNE ÉPREUVE DE SAUT EN HAUTEUR



CONTEXTE

#JeSuisCharlie : c'est avec ce mot-clé que des dizaines de milliers d'internautes ont exprimé leur soutien à Charlie Hebdo. Dans le contexte de vives émotions, est-il possible de conserver son esprit critique ? Quand Nathalie Saint-Cricq, responsable du service politique de France 2, lance au JT de 13h le 12 janvier qu'il faut «repérer, traiter, intégrer ou réintégrer dans la communauté nationale» ceux qui ne sont pas Charlie, ce n'est rien moins que la liberté d'opinion qui est mise à mal. Après l'émotion vient le moment de la réflexion, des débats, de l'action, de l'éducation auquel les médias se doivent de contribuer. Certains médias privilégient trop souvent l'émotion au raisonnement car ils obéissent aux lois du marché. Le sociologue Pierre Bourdieu parlait d'un journalisme de news (faits divers, ...) et d'un journalisme de views (analyses, opinions, ...). Nous pourrions parler aujourd'hui d'un journalisme de show. Prendre d'emblée du recul pour mieux sauter, n'est-ce pas là la clé ?

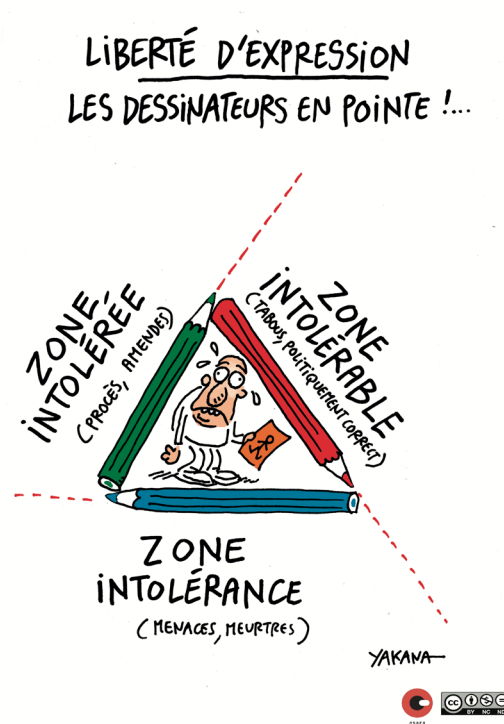
PISTES DE DÉBATS

- L'émotion est-elle obligatoirement l'ennemi de la réflexion ?
- L'émotion favorise-t-elle le sentiment d'impuissance face à l'actualité ?
- L'information est-elle une marchandise comme une autre ?
- Avez-vous le sentiment d'être influencé par des techniques de marketing émotionnel ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- François Jost, [Pragmatique des émotions télévisuelles](#), Grotius, Février 2011
- Jean-François Tétu, *L'émotion dans les médias : dispositifs, formes et figures*, [Mots. Les langages du politique](#), n°75, 2004
- Pierre Le Coz, *Le gouvernement des émotions*, Albin Michel, 2014, 208 pages.
- Sébastien Bohler, *150 petites expériences de psychologie des médias*, Dunod, 2008, 238 pages.
- [La démocratie en mal d'information](#), Vivre-ensemble, 2013

LES DESSINATEURS EN POINTE



CONTEXTE

Les attentats à Charlie Hebdo ont été une atteinte à la liberté d'expression qui s'est vu offrir le titre de plus grande valeur à défendre dans une démocratie. La liberté d'expression est une liberté fondamentale mais non absolue. Elle doit coexister avec d'autres libertés fondamentales, comme le droit au respect des convictions d'autrui. Ce cadre légal interdit l'insulte, la diffamation, l'incitation à la discrimination, à la haine ou à la violence, ... Quant à la presse en Belgique, elle est relativement libre (la Belgique occupe la quinzième place dans le classement mondial de la liberté de la presse établi en 2015 par Reporters sans Frontières). Si, théoriquement, il n'y a pas de censure, les journalistes pratiquent parfois l'auto-censure, que ce soit pour satisfaire les investisseurs, être conformes à l'ordre établi, ou encore pour ne pas offenser certaines sensibilités.

PISTES DE DÉBATS

- Existe-t-il des sujets médiatiquement sensibles voire tabous ?
- Quels sont vos sujets tabous ?
- La presse peut-elle / doit-elle parler de tout ?
- Quel rôle les caricaturistes doivent-ils occuper dans une démocratie ?
- Le devoir d'informer peut-il se heurter à certaines contraintes ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Julien Vlass, [*Liberté d'expression: quelles sont les limites ? Que dit la loi ?*](#), RTBF, Janvier 2015
- Jean-Pierre Borloo, [*Les recommandations en matière de liberté d'expression*](#), AJP, Juillet 2013
- Stéphanie Valloatto, *Caricaturistes – Fantassins de la démocratie*, 2014, 105 min.
- Sylvia Preuss-Laussinotte, *La liberté d'expression*, Ellipses Marketing, 2014, 144 pages.

HUMOUR OU INCITATION À LA HAINE



CONTEXTE

Humour ou incitation à la haine ? Les cas de Dieudonné, de Zéon, de Charlie Hebdo posent la question de l'humour et de ses limites. Pour avoir déclaré qu'il se sentait « Charlie Coulibaly », Dieudonné a fait l'objet d'une enquête pour « apologie du terrorisme ». Si Dieudonné a déjà été condamné à plusieurs reprises pour injure, incitation à la haine et à la discrimination raciale, Charlie Hebdo n'a jamais été jugé coupable de tels faits. Comment expliquer cette situation que certains estiment de « deux poids, deux mesures » ? La loi européenne n'interdit pas de se moquer d'une religion mais elle interdit d'appeler à la haine contre les croyants d'une religion ou de faire l'apologie de crimes contre l'humanité. Il ne faut pas confondre la liberté d'opinion et droit de critique avec le racisme, l'antisémitisme, le négationnisme ou l'apologie du terrorisme, qui sont des délits. Si Charlie Hebdo peut choquer, blesser, il se défend de ne pas se moquer d'une population, mais des croyances et des dogmes. Les avis sont partagés. Qui plus est, peut-on régler la question des limites à la liberté d'expression à partir d'interdictions strictement juridiques ?

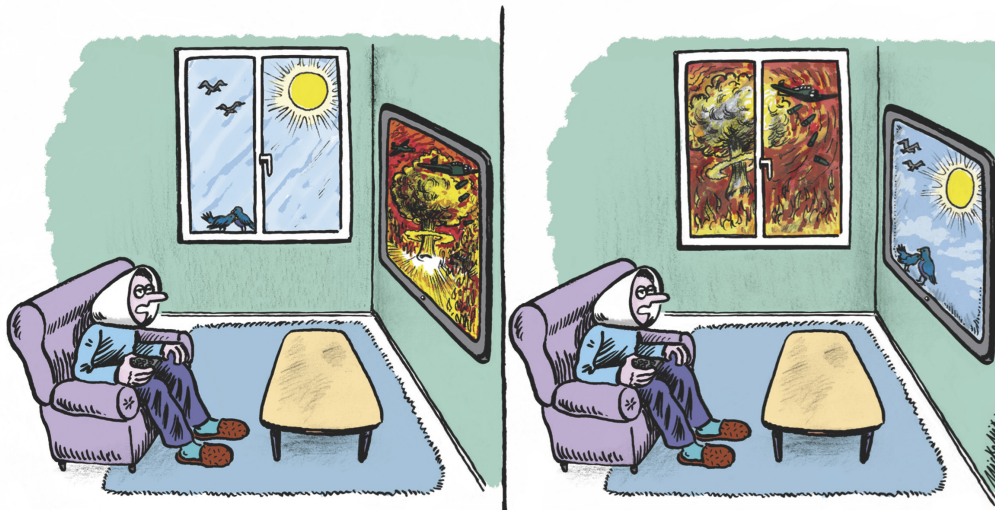
PISTES DE DÉBATS

- La liberté d'expression est-elle sélective ?
- Quand l'humour est-il injurieux, diffamatoire ou discriminatoire ?
- Peut-on régler la question des limites à la liberté d'expression à partir d'interdictions strictement juridiques ?
- Charlie ou Charlot ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- [A-t-on le droit de blasphémer ?](#), La Libre, Septembre 2012
- Bruno Gaccio, Dieudonné, *Peut-on tout dire ?*, Editions Mordicus, 2010, 102 pages.
- Raoul Vaneigem, *Rien n'est sacré, tout peut se dire : Réflexions sur la liberté d'expression*, La Découverte, coll. Sur le vif, 2008, 93 pages.

LA PLUIE ET LE BEAU TEMPS



CONTEXTE

Comme dans la caverne de Platon, nous ne percevons des événements que leur ombre portée par médias interposés. Ces derniers façonnent et construisent notre représentation du monde tout en se présentant bien souvent sous l'étiquette de « fenêtre neutre sur l'extérieur ». Pourtant, les journalistes sont, comme nous tous, subjectifs. Notre origine sociale, nos premières expériences, notre trajectoire de vie, forment, souvent inconsciemment, des inclinaisons à penser, percevoir, agir que nous intériorisons et incorporons de façon durable. C'est ce que le sociologue Pierre Bourdieu appelle un habitus. Être conscient que les médias ne sont ni neutres ni objectifs nous permet de garder un esprit critique et une distanciation réflexive vis-à-vis de ces dispositifs.

PISTES DE DÉBATS

- Comment les médias forment et déforment notre réalité ?
- Quand peut-on parler de désinformation, de mésinformation, de surinformation ou de malinformation ?
- Quelles sont les limites de la neutralité et de l'objectivité journalistiques ?
- Tout citoyen peut-il être journaliste ou producteur de contenu ? Parle-t-il plus librement et sincèrement pour autant ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Cyrille Frank, [*Désinformation, manipulations... le public est-il son propre bourreau ?*](#), Média culture, 22 avril 2013
- Mark Achbar et Peter Wintonick, *Chomsky, les médias et les illusions nécessaires*, 1992, 167 min.
- Pierre Mellet, [*Comment la structure rituelle du Journal télévisé formate nos esprits*](#), Réseau Voltaire International, Septembre 2007
- Mario Zunino, *Quand le JT de TF1 fait son cinéma*, L'Harmattan, 2014, 150 pages.

INFOS : L'ANGOISSE



CONTEXTE

« La peur est rentable. » Ce slogan est bien connu des psychologues, des publicitaires... et des journalistes. Le poids des mots et le choc des images peuvent parfois distiller un climat ambiant tout aussi anxiogène qu'irrationnel. Pourtant, les médias ne se privent pas d'en user et d'en abuser. Dictée par la course à l'audimat (sans compter que les "études d'audience" ne mesurent pas les demandes du public mais seulement des réactions à l'offre), cette surenchère médiatique suscite un sentiment d'insécurité et une psychose individuelle et collective. Faute de problématisation, l'actualité prend la forme d'un alignement de faits sans lien, sans prise sur le monde. Et moins le public se sent acteur de changements, plus il ressent le besoin de compenser et de consommer des médias de "consolation".

PISTES DE DÉBATS

- Les médias se contentent-ils de refléter les peurs ou créent-ils les psychoses collectives ?
- Vivons-nous dans une société de "mise en scène de la peur" comme le prétend le philosophe Michel Serres ?
- L'entretien de la peur dans les médias est-il une forme de contrôle politique ?
- Le spectateur a-t-il une part de responsabilité et comment peut-il réagir ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Marc Sinnaeve, [*Rituels médiatiques, empathie et torpeur sociale*](#), APC
- Brooke Gladstone, Josh Neufeld, *La machine à influencer : Une histoire des médias*, Éditions Ça et Là, 2014, 183 pages.
- Michael Winterbottom, Mat Whitecross, *La stratégie du choc*, 2008, 79 min. (d'après le livre de Naomi Klein « La stratégie du choc ».)
- Mariette Darrigrand, *Comment les médias nous parlent (mal)*, *Contre le pessimisme médiatique et ses effets politiques*, Editions François Bourin, janvier 2014, 77 pages.

LA PLUS GRANDE PRISE D'OTAGES



CONTEXTE

Pourfendant quiconque qui n'était pas Charlie, la classe médiatico-politique a presque littéralement pris en otage les citoyens. Au nom d'une « unité nationale » ou d'un « recueillement » quasi obligatoire, – il fallait être Charlie au nom aussi de... la liberté d'expression et d'opinion.

Pour éviter « la fabrication du consentement », ne faut-il pas préserver et créer des espaces de liberté, d'expérimentation, de créativité; des médias qui échappent au formatage du langage et des formats audiovisuels, au « prêt à penser », des médias qui permettent une appropriation citoyenne et une éducation critique des médias. Les médias du tiers secteur (associatif et non-marchand) constituent par là une alternative réelle.

PISTES DE DÉBATS

- Les médias dominants contribuent-ils suffisamment au débat démocratique ?
- Peut-on condamner les attentats contre Charlie Hebdo tout en gardant son libre arbitre ?
- Comment « la fabrication du consentement » rend-elle compte aujourd'hui des luttes sociales et de la diversité ?
- La mise en forme implique-t-elle une mise en norme ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Geoffrey Geuens, *L'information sous contrôle. Médias et pouvoir économique en Belgique*, Labor/Espace de liberté, 2002, 95 pages.
- Jean-François Kahn, *L'horreur médiatique*, janvier 2014, Ed. Plon, 177 pages
- [*Des avocats refusent de défendre des prévenus d'apologie du terrorisme*](#), Les-crisis, Février 2015
- [*Dessin posté sur Facebook : un lycéen de 16 ans arrêté pour apologie de terrorisme*](#), E&R, Janvier 2005

CHAMPS / HORS CHAMPS



CONTEXTE

Les médias nous imposent leur ordre du jour (leur agenda) et la façon de poser les questions. Ils prétendent vouloir raconter le monde « tel qu'il est » mais il n'est qu'une sélection non objective de l'actualité : il sélectionne (Gatekeeping) avec parfois un double poids deux mesures, il hiérarchise, il traite et met en scène. Cette mise en forme de l'information a un impact important sur notre réception de l'information et in fine sur notre prise sur le monde. En matière de criminalité par exemple, il est démontré que les opinions du public reflètent beaucoup plus les représentations que se font les médias que la réalité elle-même. Alors que nous devrions nous demander pourquoi des casseurs n'ont plus rien à perdre, il semble plus important et opportun pour les médias de surjouer le choc émotionnel, de négliger la distanciation des sciences sociales en porte-à-faux avec les présupposés idéologiques des journalistes et leurs réflexes professionnels.

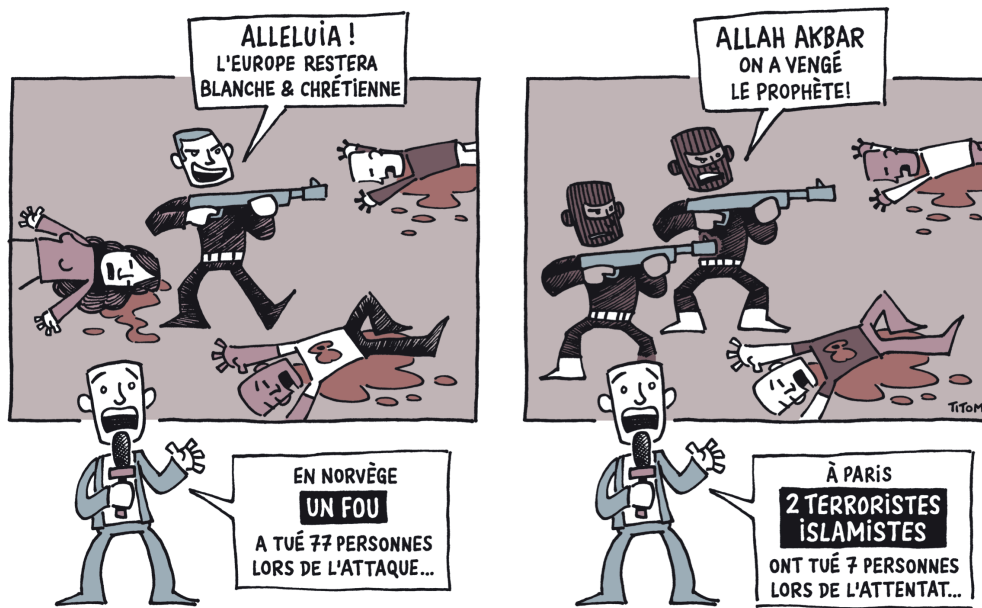
PISTES DE DÉBATS

- Quels sont les champs (ce qui est montré) et les hors-champs (ce qui est occulté) médiatiques ?
- Peut-on parler de "manipulation médiatique" voire de "domination médiatique" ?
- Les médias dominants jouent-ils suffisamment un rôle de contre-pouvoir ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Florence Aubenas, Miguel Benasayag, *La fabrication de l'information*, La découverte, coll. Sur le vif, 2007, 112 pages.
- Laurent Mucchielli : [*La délinquance des mineurs n'est pas en augmentation*](#), Le Monde, novembre 2010
- Hugues Le Paige, [*Le casseur ou l'image manipulée*](#), Politique, Septembre-Octobre 2014 (n°86)
- Alex Oscar Achi, [*Le journaliste peut-il être objectif ?*](#), Avril 2013, atelier RFI

CHOC DES IMAGES, CHOIX DES MOTS



CONTEXTE

Fou vs Terroriste; Activiste vs Résistant; Émeutes vs Révoltes; Insurgés vs Rebelles; Politique de rigueur vs Politique d'austérité; Bombardements vs Frappes chirurgicales; Colonie vs Implantation,... Outre la guerre des images, la bataille sémantique fait rage dans les médias. Pour une raison ou non, que l'on en soit conscient ou non, l'usage des mots n'est jamais neutre (idéologiquement et/ou politiquement). Il reflète d'ailleurs souvent la partialité du journaliste, implicitement ou explicitement.

PISTES DE DÉBATS

- Quels mots ont une couleur politique ?
- A quel point le choix des mots influence-t-il notre représentation du monde ?
- Quelle différence de connotation faites-vous entre, par exemple, militant, activiste, résistant, rebelle, terroriste ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Tueurs de Charlie Hebdo : [Ne les appelez pas «terroristes» dit la BBC...](#), France-Irak actualité, Janvier 2015
- Le choix des mots : [immigrés illégaux ou sans-papiers ?](#), American Barrio, Octobre 2012
- Anne Morelli, *Principes élémentaires de propagande de guerre*, Aden, 2010, 222 pages.
- Pascal Durand, *Les nouveaux mots du pouvoir : Abécédaire critique*, Aden, 2007, 465 pages.
- Guy Achard, *La com' au pouvoir : le nouveau langage des politiques et des médias enfin décrypté!*, Fyp, 2011, 221 pages.

DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE

DÉONTOLOGIE



CONTEXTE

Que ce soit en Syrie, à Gaza ou au Yémen, certains journalistes, reporters de guerre, risquent parfois leur vie pour rendre compte des dures réalités dont ils sont les témoins. Le journaliste est alors la conscience morale de l'opinion publique en exposant des faits susceptibles d'aider le public à accéder à la vérité. Si les médias sont garants d'un droit fondamental, à savoir le droit à l'information, il convient aussi de l'exercer avec responsabilité. Selon le code de déontologie journalistique, les journalistes se doivent de diffuser des informations vérifiées ; recueillir et diffuser les informations de manière indépendante ; agir loyalement ; respecter les droits des personnes.

Toutefois, le droit à l'information peut parfois rimer avec imprudence, comme en témoigne la couverture des récents attentats. BFMTV, entre autres, s'est vu reprocher d'avoir évoqué à l'antenne la présence d'une femme cachée dans la chambre froide du magasin de l'Hyper Cacher, alors que la prise d'otages était encore en cours. Le CSA français s'est emparé de ces dérives déontologiques.

PISTES DE DÉBATS

- Est-ce parfois le rôle des médias d'être des auxiliaires de police ?
- Y a-t-il des exceptions qui autoriseraient à déroger à la déontologie journalistique ?
- Comment sanctionner les manquements à la déontologie journalistique ?
- Quels risques peuvent/doivent prendre les journalistes pour eux-mêmes et pour les autres ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Dossier : [Attentats, les enfants gâtés de l'info en continu](#), OJIM, Mars 2015
- [Conseil de Déontologie Journalistique](#) (CDJ)
- Bill Kovach, Tom Rosenstiel, *Principes du journalisme: Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, Folio, 2015, 384 pages.
- Eric Rohde, *L'éthique du journalisme*, Coll. Que sais-je ?, 2010, 128 pages.



CONTEXTE

Avec les attentats de Paris, les spectateurs ont vécu au rythme des chaînes d'information en continu et des dépêches en ligne. En raison de calculs de rentabilité, de rapidité de fabrication, de mise en circulation et de facilité de consommation, les contenus s'appauvrissent et se vident de leur complexité. Ce qui n'empêche pas certaines chaînes de poursuivre sur cette voie vu les records d'audience qu'elles font. Mais d'autres formes de journalisme existent. Nés de la frustration de journalistes et de lecteurs, de plus en plus de médias entendent redonner de la valeur à l'information. Le slow journalisme rompt ainsi avec la dictature de l'instantanéité et prend le temps d'aller au fond des choses.

PISTES DE DÉBATS

- Trop d'information tue-t-elle l'information ?
- Faut-il décélérer pour mieux informer ?
- Avons-nous besoin d'être informés constamment en direct ?
- Le slow journalisme est-il l'ennemi ou le complément de l'info en continu ?
- Sachant que le travail d'analyse et d'investigation exige une rémunération juste, seriez-vous prêt à payer plus cher pour une information de qualité ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Pascal Beria, [La tyrannie de l'urgence](#), Le site du contenu, 2013
- Alain Accardo, *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*, Agone, 2007, 896 pages
- [Le manifeste des slow media](#) (traduction : fr), OWNi, Août 2010
- François Ruffin, *Les Petits Soldats du journalisme*, Les Arènes, 2003, 271 pages.

INSTANTANÉITÉ DE L'INFO



CONTEXTE

Les réseaux sociaux sont devenus un choix de prédilection pour les politiques, les citoyens et les journalistes où ils peuvent se bâtir très rapidement une e-reputation. D'ailleurs, l'achat de followers et de fans sur Twitter et Facebook est de plus en plus répandu. Mais, ne sommes-nous pas dans le règne de l'entre-soi quand tout le monde pioche dans le même flux général de l'information? L'information ne serait-elle pas circulaire à partir du moment où elle est constamment reproduite à coup de retweet ? Une des limites de l'enthousiasme actuel pour les médias sociaux est peut-être la nature des débats auto-définis, auto-référencés. Par contre, dans ce grand réseau d'échanges, les citoyens ont acquis des moyens de contrôler en quelques clics (fact checking) la véracité des propos des politiques et journalistes.

PISTES DE DÉBATS

- Les réseaux sociaux créent-ils des moutons sans réflexion ?
- Avoir beaucoup de followers aujourd'hui est-il un gage de crédibilité ?
- Comment les élus, les journalistes et les citoyens doivent-ils agir dans cet environnement où le temps de réflexion est de plus en plus court ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Natalie MAROUN, [*Twitter et la communication politique en période sensible*](#), Magazine de la Communication de crise sensible, 2011
- Ignacio Ramonet, *L'Explosion du journalisme. Des médias de masse à la masse de médias*, Éditions Galilée, Paris, 2011
- Seth Stevenson, [*Je me suis acheté 27.000 followers sur Twitter*](#), Slate.fr, Octobre 2012
- Les décodeurs, [*De l'utilité de ce blog et de quelques règles élémentaires*](#), Le Monde, Mars 2012

CONCENTRÉ DE PLURALISME



CONTEXTE

Si l'attentat qui a frappé la rédaction de Charlie Hebdo a placé la liberté d'expression au centre des débats, il a également mis en lumière l'importance des médias pluriels, libres et indépendants comme outils démocratiques. Le grand nombre de titres de presse écrite, de chaînes de télévision, d'éditeurs de livres masque l'ampleur de la concentration dans les médias. En France, les médias sont en majorité intégrés à des groupes industriels (Lagardère, Bouygues, Dassault, Drai, ...). Le pluralisme des médias ne se réduit pas seulement à une question de concurrence, il permet aussi au citoyen de se forger librement sa propre opinion. Les institutions européennes ne devraient-elles pas protéger notre droit à des médias indépendants et pluralistes, comme le stipule l'article 11 de la Charte des Droits fondamentaux de l'Union européenne ?

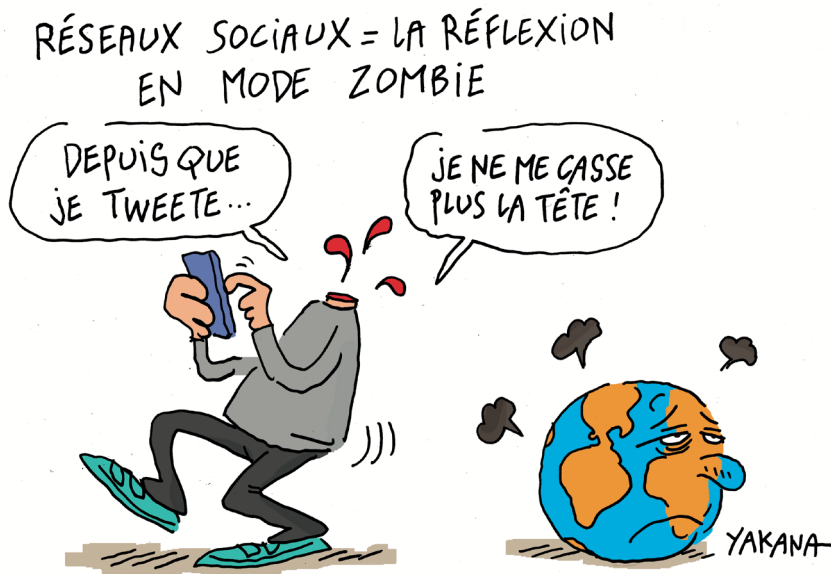
PISTES DE DÉBATS

- La concentration des médias mène-t-elle nécessairement à une uniformisation de l'information ?
- Comment garantir le pluralisme des médias ?
- Faut-il légiférer pour limiter la concentration des médias ?
- La Belgique est-elle moins menacée par la concentration médiatique que la France ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- [Citizens for Europe](#) (Citoyens pour l'Europe) : Initiative européenne pour le pluralisme des médias mise sur pied par des citoyens et une centaine de médias, qui a pour ambition d'initier des changements concrets dans la législation européenne et les pratiques des médias
- Gilles Balbastre, Yannick Kergoat, *Les Nouveaux Chiens de garde*, 2012, 104 min.
- Eléonore Yasri-Labrique, Ksenija Djordjevic Léonard, *Médias et Pluralisme. La diversité à l'épreuve*, Ed. des archives contemporaines, 2014, 325 pages.
- Le [Moniteur pour le pluralisme des médias 2014](#) (MPM2014)

RÉFLEXION EN MODE ZOMBIE



CONTEXTE

Internet et les réseaux sociaux sont devenus des espaces d'expression pour des millions d'internautes. Merveilleux outils de veille et d'alerte, il apparaît néanmoins périlleux de les utiliser comme source d'information fiable. Par exemple, avec ses messages (posts) limités à 140 caractères, Twitter peut parfois être un moteur de propagation de rumeurs et de fausses informations. En témoigne une étude que viennent de mener des chercheurs de l'IBM Research Labs de Delhi sur 8 millions des tweets relatifs aux attentats du Marathon de Boston et qui concluait que 29% des messages les plus populaires et viraux contenaient des informations fausses ou du spam.

PISTES DE DÉBATS

- Je tweet donc je suis ?
- Peut-on se fier aux informations postées sur les réseaux sociaux ?
- Un post de 140 caractères (Twitter) permet-il de résumer des enjeux complexes ?
- Les réseaux sociaux sont-ils des outils indispensables aujourd'hui pour les journalistes ?
- Quelle frontière entre informer et communiquer ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Jérôme Deiss, [*La manipulation de l'information à l'ère des médias sociaux*](#), veille-digitale, Décembre 2014
- Antoine Dubuquoy, Nico Prat, *Twittus politicus : décryptage d'un média explosif*, Éditions Fetjaine, 2013, 175 pages.
- Dominique Wolton, *Informer n'est pas communiquer*, CNRS Éditions, 2009, 140 pages.
- Jeremy Stahl, [*Comment Twitter devrait être utilisé par les médias lors d'événements comme le marathon de Boston*](#)¹, Slate, Avril 2013

ECHANTILLON REPRÉSENTATIF



CONTEXTE

La réalité des quartiers populaires et de leurs habitants est souvent présentée dans les médias dominants de manière partielle et partielle. Dissimulation et stigmatisation sont légion. Cette vision strictement territoriale centrée sur les « quartiers », les « cités » et autres « violences urbaines » est source de préjugés et de stéréotypes. Ce discours médiatique participe également à une dépolitisation de la question sociale.

Dans ses interventions télévisées réalisées au lendemain des attentats contre Charlie Hebdo, Fox News parlait des banlieues de Paris comme des zones de non-droit où des franges de la population enseignent et appliquent la Charia. Ces propos, aujourd'hui incriminés, assimilaient ainsi l'ensemble des Musulmans des quartiers défavorisés aux terroristes. Et si nous commençons par lire/écouter/regarder autre chose que ce qui nous conforte dans nos propres préjugés ?

PISTES DE DÉBATS

- Dans quelle mesure les journalistes cherchent-ils ce qu'ils veulent trouver ?
- Quelles sont les caractéristiques principales de la figure du "Musulman" présentes dans les médias ?
- Jusqu'à quel degré un journaliste peut-il se dépâter de ses propres représentations/stéréotypes ?
- Co-produire d'autres images avec les habitants (via les ateliers d'expression citoyenne et d'éducation permanente) peut-il enrayer ce discours ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- [Après les tueries de Paris, questionner le traitement médiatique des quartiers populaires](#), Acrimed, Février 2015
- Edward W. Saïd, *L'Islam dans les médias*, Sindbad/ Actes Sud, Septembre 2011, 282 pages.
- Derville Grégory, [La stigmatisation des « jeunes de banlieue »](#) in Communication et langages. N°113, 3ème trimestre 1997, pp. 104-117
- Jérôme Berthaut, *La banlieue du 20 heures*, Agone, 2013, 432 pages.

(IN)DÉPENDANCE DES MÉDIAS



CONTEXTE

Même si les journalistes ont une conscience citoyenne et démocratique, ils sont souvent soumis à une forte précarité du métier et à un marketing éditorial. Les logiques économiques qui réduisent de plus en plus l'information à sa seule valeur marchande ne sont pas sans effet sur le rôle des médias et le traitement de l'information. Elles font aujourd'hui peser sur les rédactions de nouveaux critères, érigés en « dogmes médiatiques », sur ce que doit être une information pertinente au regard des objectifs de rentabilité, de concurrence et de profit : « faitdiversification », « l'infotainment » (information-spectacle), « peopolisation » des questions politiques, ...

PISTES DE DÉBATS

- Les médias ont-ils une influence politique ou est-ce les politiques qui ont une influence médiatique ?
- Les médias dominants remplissent-ils suffisamment leur fonction démocratique de contre-pouvoir ?
- Est-il possible (pour un média) d'accepter la publicité sans la subir ?
- Patrons de presse, monde politique, rédac chef, journalistes, public, à qui la faute ?
- Les médias du tiers secteur (associatif et non-marchand) constituent-ils une alternative réelle ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Benjamin Dormann, *Ils ont acheté la presse*, Jean Picollec, 2012, 344 pages.
- Serge Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, Liber, coll. Raison d'agir, 2005, 155 pages.
- Noam Chomsky, Edward Hermann, *La fabrication du consentement : De la propagande médiatique en démocratie*, Agone, coll. Contre-feux, 2008, 653 pages.
- [Réinventer les médias](#) – *L'industrie médiatique et ses alternatives*, Les renseignements généraux, Mars 2008

SELFIE EN TOUTES CIRCONSTANCES



CONTEXTE

Le cliché égocentré, ou selfie, n'aura jamais connu autant de succès depuis son émergence sur les réseaux sociaux. Cet engouement, complice d'une scénarisation de l'existence et d'un moyen d'affiliation à une communauté, peut atteindre des sommets de vacuité ou de mauvais goût. En témoigne par exemple le selfie injurieux devant le magasin Hyper Cacher, peu de temps après la prise d'otage.

Toutes les dérives sont possibles, jusqu'à ces clichés controversés avec des sans-abri (Selfies With Homeless People). Mais les selfies ont aussi inventé un langage. Ou peuvent servir de nobles causes comme par exemple la campagne de selfies « No Make Up Selfie » (mars 2014) incitant les femmes à se photographier sans artifice, et qui a permis à l'organisation américaine, Cancer Research, de lever 12,5 millions de dollars (10,7 millions €) pour lutter contre le cancer.

PISTES DE DÉBATS

- Une information est-elle toujours une mise en scène de la réalité ?
- A quel moment peut-on parler de dérive par rapport aux selfies ?
- Quand le selfie est-il un art ?
- En quoi le selfie est-il un nouveau langage photographique avec ses propres codes artistiques ?
- Comment peut-on analyser les mises en scène macabres des décapitations de journalistes internationaux filmées par Daech ?
- Si les selfies reposent sur nos penchants narcissiques, les mises en scène des décapitations de Daesh encouragent-elles nos penchants voyeuristes ?
- Quelle place donner à cette communication de Daech ?

POUR ALLER PLUS LOIN

- Yves Collard, [Selfies, tous pour moi et moi pour tous](#), Média animation, Juillet 2014
- Serge Tisseron, *L'Intimité surexposée*, Hachette, coll. Pluriel, 2001, 180 pages.
- Arte, Daech, [Naissance d'un empire](#), 2015
- Mathieu Slama, [Etat islamique : la terreur par l'image](#), Hufftingtonpost, Février 2015

PRÉSENTATION DES DESSINATEURS

Yakana est dessinateur de presse dont la passion lui est venue enfant en regardant des dessins de Reiser, Sempé, Quino, Franquin. Il collabore à différentes parutions en France (*Le Ravi*, *l'Actu*, *Silence*, *Les Amis de la terre*) et en Belgique (*l'Agenda interculturel*, le site Culture de la RTBF où il s'inspire de l'actualité culturelle, et croque les arts, et les artistes). Il dessine aussi en direct dans des conférences et des débats, que ce soit lors de festivals (*Festival des Libertés*,..) ou sur des plateaux télé (28' sur Arte). Comme il aime le dire, il essaye de faire sérieusement ce travail pas sérieux.

Pourquoi a-t-il souhaité participer à cette expo ?

“Après les meurtres de dessinateurs satiriques le 7 janvier, il est plus urgent que jamais de se moquer du conformisme, qui semble surgir spontanément des médias dominants, sous prétexte d’émotion et d’unanimité. J’ai donc plaisir à participer à cette exposition critique sur le traitement de l’attentat à Charlie Hebdo”.

Mickomix est dessinateur de presse, auteur de BD et de textes, illustrateur et graphiste autodidacte. Installé à Bruxelles, il dessine régulièrement pour les mensuels satirique *Le Sans-Culotte 85* et participe à différents journaux satiriques, fanzines, magazines ou recueils graphiques dont le mensuel *Silence* (Écologie, Alternatives, Non-violence), *Casseurs de pub*, *Le Ravi* et les recueils *Juke Box*, *Alkom X*, *Capharnaüm* ou encore *Détachez vos ceintures!* (contre le projet d’aéroport de Dame-des-Landes). Il est également « Ambassadeur Officiel du Catch de Dessinateurs à Moustaches en Belgique » et micro-éditeur, avec Yakana, au sein de *Ukuléléditions*. Il dessine aussi en direct lors de colloques, forums ou concerts et collabore en qualité de graphiste avec des agences de communication, des associations et des entreprises sociales et culturelles. mickomix.blogspot.be

Pourquoi a-t-il souhaité participer à cette expo ?

« Les attentats parisiens de janvier 2015 ont été un choc violent pour beaucoup car les victimes ont une lourde portée symbolique dans l’imaginaire culturel collectif occidental. Mais leur traitement médiatique démesuré, au regard d’autres attentats plus meurtriers encore et tout aussi injustes, reste sujet à réflexion. Notre fonction en tant que « créateurs d’images » est de garder une distance critique et un décalage constant vis-à-vis du traitement médiatique des événements. En tant que dessinateur d’actualité, c’est tout naturellement que ma participation à cette exposition s’est imposée. »

Titom voit le jour dans une région industrielle sinistrée de Belgique et comme Jonas, il aura 25 ans en l'an 2000. Une fois attrapé quelques poils au menton, il monte sur Bruxelles pour y suivre des études d'illustration. Epris de justice et de liberté, c'est au sein du mouvement altermondialiste Attac que Titom commence à militer et à mettre ses crayons au service des luttes sociales et environnementales (*Kairos, Ensemble, La Décroissance, Moins, Angle d'Attac,...*). A la même époque, il découvre la sérigraphie et aménage un petit atelier avec quelques copains. Sérigraphie et politique ne tarderont pas de se rencontrer à travers la réalisation de nombreuses affiches. Et depuis, il n'a rien lâché, toujours actif sur de nombreux fronts, de la lutte des sans-papiers à la résistance à l'agression publicitaire.

www.titom.be

Ce que je pense de Charlie Hebdo ?

“Si je fus un lecteur assidu du journal bête et méchant pendant de nombreuses années et que celui-ci contribua sans doute à sa passion pour le dessin politique, il a fini par le délaisser peu à peu. La cause du divorce ? Le virage toujours plus à droite du journal et l'islamophobie galopante sous l'impulsion de son rédacteur en chef et copropriétaire, Philippe Val”

PRÉSENTATION DU GSARA

INITIATEUR DU PROJET

Le **GSARA** a pour vocation, par le biais de l'audiovisuel et des technologies de l'information et de la communication, d'agir en vue d'une plus grande participation citoyenne aux enjeux politiques, sociaux, économiques et culturels de la société civile. Reconnu comme mouvement d'éducation permanente, il a pour mission principale d'entretenir une réflexion sur l'image et les médias, l'éthique et les représentations qu'ils génèrent.

Ses activités :

Dans le champs de l'Éducation Permanente :

- Réalisation de programmes d'animation et de formation aux outils de la vidéo, de la radio, de la photo et de l'informatique.
- Réalisation de grandes campagnes d'information et de communication afin de sensibiliser le grand public aux sujets de société.
- Réalisation et production de films à caractère pédagogique, éducatif, social et politique en partenariat avec le monde associatif, culturel et social ainsi que des films documentaires de création.

Hors champs de l'Éducation Permanente :

- Organisation de festivals tels que « Filmer à tout prix » à Bruxelles.
- Soutien, via son Atelier de Production, aux documentaristes professionnels ou amateurs soucieux de faire partager un regard sur le monde et de nouvelles formes d'écritures cinématographiques.
- Organisation, en tant qu'organisme d'insertion socioprofessionnel (O.I.S.P), de formations orientées vers les métiers de la communication et de la bureautique