

## La critique des médias ... ... une démarche à placer dans le débat démocratique

Les médias (radios, télévisions, presse écrite, web...) sont omniprésents dans nos vies et constituent l'un des premiers lieux propices au débat public, indispensable à tout projet démocratique. Par conséquent, une réflexion critique est elle-même primordiale : si la liberté de s'informer et d'informer est fondamentale, la liberté d'informer sur l'information elle-même, et sur ses conditions de production, l'est tout autant.

### La critique des médias par les médias

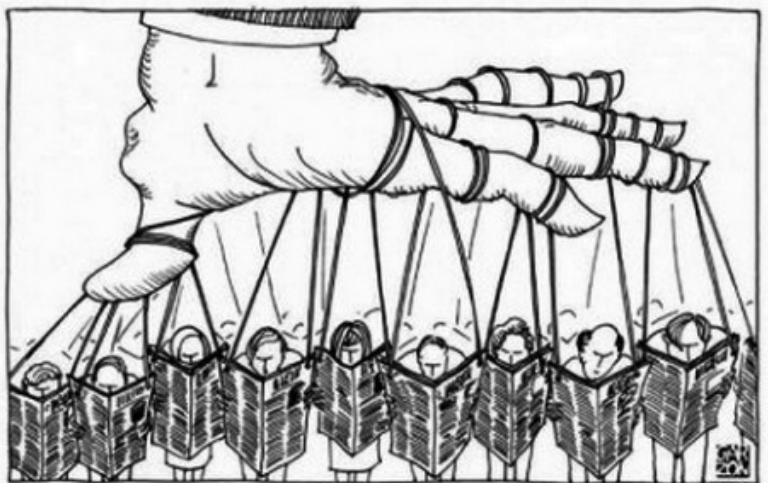
Depuis plusieurs années, la critique des médias par les médias eux-mêmes est florissante : les émissions de décryptage sont monnaie courante dans les grands médias (*Medialog* sur la Une, *Médias le Mag* sur France 5 précédé jusqu'en 2007 par *Arrêt sur Images*, *Le Petit Journal* sur Canal +, *Le grand direct des médias* sur Europe 1...). La RTBF a développé depuis 2014 son Plan Stratégique d'éducation aux médias, puisque l'une de ses missions est de « développer l'esprit critique du public, de l'informer, d'écouter ses avis et de l'aider à agir dans la société »<sup>1</sup>.

Finalement, le monde médiatique lui-même détient un quasi-monopole de l'information sur l'information, ce qui n'est pas sans poser un certain nombre de questions. Comme le dénonce Henri Maler, fondateur et animateur de l'association Acrimed depuis 1996<sup>2</sup>, il n'y a pas de raisons pour que le droit de critiquer les médias soit monopolisé par une profession particulière, et plus précisément par ceux qui occupent le sommet de la hiérarchie de cette même profession. Ceux-ci considèrent d'ailleurs le plus souvent que la critique des médias est un danger pour la démocratie lorsqu'elle ne vient pas d'eux-mêmes.

Un exemple parmi d'autres : Laurent Joffrin, actuel directeur de la rédaction de *Libération*, affirme que la critique des médias est le plus souvent inspirée par le ressentiment de quelques-uns qui véhiculent des idées reçues, fausses et caricaturales<sup>3</sup>. Pour lui et d'autres, en s'attaquant à l'un des piliers de la démocratie, c'est à cette dernière que l'on s'attaque. Les partisans d'une critique radicale des médias opposent à cette sorte de chantage que la critique est la contrepartie indispensable à la place prépondérante que les médias occupent dans notre société. Elle permet également de contrer certains discours malfaisants sur les médias, notamment en provenance de l'extrême-droite pour qui les journalistes sont « tous pourris », à l'heure où la crédibilité des médias et des journalistes est au plus bas auprès d'une bonne part du public.

### La critique des médias par les mouvements associatifs et citoyens

Il semble donc que la critique radicale, plurielle et indépendante des médias ne puisse se faire qu'en dehors d'eux-mêmes. Il ne s'agit pas uniquement de dénoncer leurs éventuels dérapages. Il s'agit encore moins de délégitimer les journalistes et leur travail. Il s'agit d'examiner de manière critique « les formes d'appropriation des médias, les logiques économiques, politiques et sociales dont ils dépendent et dont dépendent les conditions de travail des journalistes, mais aussi les formes et la hiérarchie de l'information, les modalités du débat médiatique... »<sup>4</sup>.



Critiquer les médias signifie donc combattre pour une meilleure information et défendre le métier des journalistes face aux contraintes marchandes qui les pressent de plus en plus. Il faut toutefois aller au-delà de la description des dysfonctionnements du système médiatique en proposant une réappropriation démocratique des médias, notamment par les mouvements associatifs, syndicaux et citoyens. Ceux-ci sont en mesure de poser « les questions de l'information, du divertissement et de la culture comme des questions démocratiques et politiques essentielles et de contester, proposer et mobiliser en conséquence »<sup>5</sup>. L'information doit être traitée « comme elle le mérite à savoir comme un bien commun, un bien démocratique essentiel »<sup>6</sup>.

1. Voir [http://www.rtf.be/entreprise/education-aux-medias/detail\\_education-aux-medias-c-est-quoi?id=8933532](http://www.rtf.be/entreprise/education-aux-medias/detail_education-aux-medias-c-est-quoi?id=8933532).

2. <http://www.acrimed.org>. 3. L. JOFFRIN, *Media paranoia*, Paris, 2009.

4. Voir l'article de J. SALINGUE à ce propos : *Critiquer les médias pour les transformer : un enjeu démocratique essentiel* (<http://blogs.mediapart.fr/edition/la-revue-du-projet/article/280215/critiquer-les-media-pour-les-transformer-un-enjeu-democratique-essentiel>).

5. J. SALINGUE (voir la note précédente). 6. H. MALER (voir la note 2).

## L'animation « Médias » du Ciep Luxembourg

C'est dans ce contexte que le Ciep Luxembourg propose un outil de critique et d'éducation aux médias. Cette animation s'adresse à tout groupe d'adultes constitué (en insertion socio-professionnelle, membres de groupes associatifs et citoyens, étudiants des écoles supérieures...). En tant qu'outil d'éducation permanente, elle est construite sur une approche participative et interactive. Elle se décline en cinq chapitres.

### Chapitre 1. La consommation des médias

L'animateur effectue avec le groupe en présence un tour d'horizon sur sa consommation des médias : qui regarde, écoute ou lit quoi, et pourquoi ? Une vue d'ensemble est construite sur base des habitudes et des préférences du groupe lorsqu'il regarde la télévision, surfe sur le net, partage sur les réseaux sociaux, lit la presse... Ce tour d'horizon est confronté à quelques statistiques quant à l'utilisation des différents médias en Belgique francophone.

### Chapitre 2. Le traitement de l'information

Ce chapitre décrypte, en plusieurs étapes, la manière dont l'information est communiquée. L'analyse comparative des journaux télévisés des deux grandes chaînes de télévision belge permet de mettre en évidence les points communs et les différences entre leurs lignes éditoriales, ce qui pose la question du langage : à quels mots les journalistes, les politiques et les communicants qui les conseillent ont-ils recours ? Et avec quels résultats pour le public en matière de représentations du monde ?

L'animation se poursuit par l'étude des sites d'informations sur internet qui permet une communication ultra-rapide et une interaction permanente entre les utilisateurs (Web 2.0, social, participatif et intelligent). Mais il y a un revers à la médaille : il faut être attentif aux risques de mésinformation et de désinformation, pour pouvoir l'utiliser à bon escient et de manière critique. Ce chapitre aborde aussi le phénomène du buzz, qui naît sur internet puis « contamine » les médias classiques; ceci permet de comprendre ce qui, aujourd'hui, attire l'attention d'un très large public en un temps record et de manière éphémère.

### Chapitre 3. Le divertissement : la télé-réalité

En plus d'informer, les médias permettent au public de se divertir. Parmi les émissions de divertissement, le Ciep a choisi de décortiquer la télé-réalité, omniprésente sur nos écrans, pour en comprendre les « ingrédients », « les trucs et ficelles ».

### Chapitre 4. La publicité

Ce chapitre a pour objectif de replacer les différents réflexions et constats soulevés au fil de l'animation dans un trio inséparable : « Média – Audimat – Publicité ». La mise en évidence des liens qui unissent étroitement ces trois pôles permet de mieux appréhender l'évolution actuelle des contenus, qu'ils soient informatifs ou de divertissement.

### Conclusions et Alternatives

Quel monde les médias nous montrent-ils à voir ? Comment et pourquoi en est-on arrivés là ? Il ne s'agit pas de s'arrêter aux seuls constats. Si, par cette prise de conscience, les participants veulent être informés autrement et compléter leurs sources d'informations, différentes pistes sont lancées en découvrant quelques exemples de médias alternatifs.

**Les médias ne sont pas une fenêtre sur le monde, mais une vision du monde que l'on nous donne.**

**Quelle vision exactement ?**

Renseignements et réservation de l'animation : Philippe Jungers  
063/21 87 33 ou  
p.jungers@mocluxembourg.be

#### La machine à abrutir

Si les médias des régimes totalitaires parviennent, dans une certaine mesure, à enchaîner les pensées, ceux du capitalisme triomphant les battent à plate couture. Et tout cela, bien entendu, grâce à la liberté. C'est pour offrir des cerveaux humains à Coca-Cola que nous aurions conquis la liberté d'expression (...).

Il paraît qu'en plus d'être divertis, nous sommes informés. Informés sur quoi ? Comment vit-on en Ethiopie ? Sous quel régime ? Où en sont les Indiens du Chiapas ? Quels sont les problèmes d'un petit éleveur de montagne ? Qui nous informe et qui maîtrise l'information ? On s'en fout (...). Dès qu'il y a une manifestation, une grève, un mouvement social, quels que soient ses motifs, les problèmes réels, pêcheurs, enseignants, routiers, c'est une « grogne ». Pas une protestation, une colère, un mécontentement, non, une grogne. La France grogne. Ça, c'est de l'information. Nous sommes informés sur ce qu'il y a eu à la télévision hier, sur les amours du président, la garde-robe ou le dernier disque de la présidente, les accidents de voiture de Britney Spears... La plupart des citoyens ne connaissent ni la loi, ni le fonctionnement de la justice, des institutions, de leurs universités, ni la Constitution de leur Etat, ni la géographie du monde qui les entoure, ni le passé de leur pays, en dehors de quelques images d'Epinal (...). Cela, c'est 95 % de l'information, même sur les chaînes publiques (...) c'est-à-dire l'anéantissement de la réflexion critique...

Extraits du texte de Pierre JOURDE, *La machine à abrutir*, paru en août 2008 dans *Le Monde diplomatique*.