

LES CLÉS DES MÉDIAS

# Médias et vérité/Objectivité

- La hiérarchie de l'info
- Les journalistes sont-ils objectifs ?
- La loi de proximité
- Les journalistes disent-ils tous la même chose ?
- Le pluralisme des médias
- Le coût de l'information
- La publicité dans les médias

**MOTS - CLÉS**

Médias, information, objectivité, hiérarchisation, critique, démocratie.

**CONTEXTE**

« Les clés des médias » est une série de courtes séquences animées produite par France Télévision et destinée aux jeunes pour appréhender les médias.

Comment les informations sont-elles hiérarchisées ? Les journalistes sont-ils objectifs ? Les journalistes disent-ils tous la même chose ? etc. Autant de questions, de mots, de concepts qu'il convient de définir pour pouvoir amener les élèves à une pratique raisonnée autour des écrans, de l'information, du métier de journaliste.

## PISTE 1 : COMMENT LIRE UNE INFORMATION ?

**CYCLE ET NIVEAU**

Lycée/Première (toutes séries), EMC: Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information.

**OBJECTIFS**

- Développer l'argumentation et l'esprit critique en décryptant l'actualité et la manière dont celle-ci est exploitée par les médias.
- Comprendre et expliquer les notions de subjectivité et de point de vue.
- Faire réfléchir les élèves aux liens entre société démocratique et société de l'information.

**MISE EN ŒUVRE PÉDAGOGIQUE**

**Activité : 60 minutes.**

1. Projeter au tableau la « une » du site internet d'un grand quotidien national (*Le Monde, Libération, Le Figaro...*) et celle du site internet d'un quotidien régional (*La Provence, L'Est Républicain, Ouest-France...*).
2. Remplir le tableau suivant (**10 min**) :

	QUOTIDIEN NATIONAL	QUOTIDIEN RÉGIONAL
QUELLE INFORMATION EST MISE EN VALEUR ?		
CITER DEUX INFORMATIONS SECONDAIRES		
QUELLE EST LA PLACE DE L'IMAGE ?		

3. Visionnage collectif de la séquence vidéo « La hiérarchie de l'info » (**2 min**).
4. Question 1 (**5 min**) : quels sont les critères retenus par les médias pour classer et hiérarchiser l'information ? *Importance de l'information, public ciblé, originalité de l'information, nombre de ventes.*

5. Visionnage collectif de la séquence vidéo « La loi de proximité » (2 min 10 s).

6. Répondre aux questions suivantes (10 min) :

- Question 2: définir la loi de proximité (ou « mort kilométrique »). Principe suivant lequel les informations ont plus ou moins d'importance suivant leur proximité par rapport au lecteur.
- Question 3: cette pratique vous paraît-elle injuste ?

7. Visionnage collectif des séquences vidéo « Les journalistes disent-ils tous la même chose ? » (2 min 10 s) et « Les journalistes sont-ils objectifs ? » (2 min 13 s).

8. Remplir le tableau suivant (10 min) :

LES JOURNALISTES DISENT-ILS LA MÊME CHOSE ?	LES JOURNALISTES SONT-ILS OBJECTIFS ?	QUELLES SOLUTIONS ?
Effet de masse, manque de nuance, effet pervers de la concurrence.	Subjectivité, point de vue, choix, regard, angle différent.	Lutter contre le délit de connivence, contre le conformisme, nécessaire diversité de la presse, devoir d'honnêteté.

9. Engager un débat sur le manque d'objectivité et le conformisme de certains médias, en insistant sur les solutions à apporter pour améliorer la qualité de l'information (20 min).

### RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

- De nombreuses ressources sur le site du Centre pour l'éducation aux médias et à l'information : <http://www.cleml.fr/fr/>
- Le point sur les enjeux du traitement de l'information aujourd'hui : <https://www.reseau-canope.fr/je-dessine/le-traitement-mediatique-devenements-phare-de-lactualite.html>
- Un dossier pour étudier les évolutions de la liberté d'expression et de la liberté de la presse dans une société de l'information : <https://www.reseau-canope.fr/je-dessine/liberte-dexpression.html>

## PISTE 2 : MÉDIAS ET LIBERTÉ D'EXPRESSION

### CYCLE ET NIVEAU

Lycée/Première (toutes séries), EMC: Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information.

### OBJECTIFS

- Développer l'expression personnelle, l'argumentation et le sens critique à l'égard des différents médias.
- Faire réfléchir les élèves aux liens entre société démocratique et société de l'information.
- Comprendre et expliquer le processus de création médiatique, les principes juridiques, les enjeux citoyens et les dérives possibles.

### MISE EN ŒUVRE PÉDAGOGIQUE

**Activité : 60 minutes.**

1. Visionnage collectif de la séquence vidéo « Le pluralisme des médias » (2 min 26 s).

2. Répondre aux questions (10 min) :

- Question 1: définir le pluralisme des médias. L'objectif du pluralisme est de garantir que les citoyens disposent d'une information diversifiée qui ne les prive pas de la capacité d'exercer leur liberté d'opinion.

– Question 2: qu'est-ce que la ligne éditoriale d'un journal? Lorsque le propriétaire et les rédacteurs en chef trouvent un compromis pour définir la ligne morale et éthique du journal.

3. Aller sur le lien suivant (site du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) :  
<http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/Le-pluralisme-politique-et-les-campagnes-electorales/Qu-est-ce-que-le-pluralisme>

4. Répondre aux questions suivantes (**10 min**) :

- Question 3 : quelle est la mission du CSA ? *Garantir l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle en France.*
- Question 4 : quel lien peut-on faire entre pluralisme des médias et démocratie ? *Le Conseil constitutionnel estime que « le respect du pluralisme est une des conditions de la démocratie ». Il permet le débat démocratique.*

5. Visionnage collectif des séquences vidéo « Le coût de l'information » (**2 min 15 s**) et « La publicité dans les médias » (**2 min 06 s**).

6. Répondre aux questions suivantes (**10 min**) :

- Question 5 : pourquoi informer coûte-t-il cher ? *Il faut du matériel, du temps et du personnel.*
- Question 6 : en quoi le financement des médias pas la publicité pose-t-il un problème ? *Dilemme entre le financement des médias par la publicité et la liberté d'expression (exemple : un journaliste peut-il critiquer un PDG dont l'entreprise finance le journal dans lequel il travaille?).*

7. Les élèves peuvent se mettre en binôme et réfléchir à des propositions concrètes de financement des médias (**10 min**). Exemples : *augmentation de la participation de l'État, création de coopératives par les salariés, financement participatif (« crowdfunding »)...*

8. Ils proposent ensuite au reste de la classe leurs propositions. Celles-ci peuvent donner lieu à des discussions et des débats (intérêt et limites de chaque proposition).

#### RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

- De nombreuses ressources sur le site du Centre pour l'éducation aux médias et à l'information : <http://www.cleml.fr/fr/>
- Le point sur les enjeux du traitement de l'information aujourd'hui : <https://www.reseau-canope.fr/je-dessine/le-traitement-mediatique-devenements-phare-de-lactualite.html>
- Un dossier pour étudier les évolutions de la liberté d'expression et de la liberté de la presse dans une société de l'information : <https://www.reseau-canope.fr/je-dessine/liberte-dexpression.html>