

Variante/ Suggestions

Les élèves peuvent choisir un autre mode de communication de la revue de presse (site Web, page Facebook, etc.) en tenant compte de la spécificité de chacun de ces moyens de communication. Le travail peut être effectué sur des médias différents par chaque sous-groupe.

Passer à l'enregistrement de la revue de presse, en donnant aux élèves quelques trucs et astuces pour la prise de son : le technicien lance le départ de l'enregistrement, il s'assure qu'aucun bruit parasite ne perturbe la prise de son (port du casque). Il installe le micro à bonne distance du lecteur et s'assure du bon volume d'enregistrement. Le lecteur évite les gestes de nervosité (triturer le fil du micro, tapoter avec les mains sur la table, froisser la feuille de papier, toucher le micro, etc.). Le casque permet une meilleure concentration.

Pour aller plus loin

Les questions suivantes peuvent prolonger la discussion amorcée lors de l'activité de questionnements sur les critères de sélection de l'information : La presse et les médias d'information en général usent-ils d'autres principes pour intéresser le lecteur ? Sensationnalisme ? Iconographie ? Mise en page ? L'image est-elle un élément qui suscite davantage de l'intérêt pour un sujet ? La presse régionale fédère-t-elle les gens autour d'intérêts communs ? Si oui, en quoi peut-elle favoriser la participation démocratique dans mon quartier, ma ville, ma commune, etc. ?



PROPOSITIONS DE RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

- AGNÈS, Y. 2004. *Écrire pour le journal, Guides Repères*. Paris : Éditions La Découverte.
- CHENEVEZ, O. et le CLEMI. 1991. *Faire son journal au lycée et au collège*. Paris : Éditions du CFPJ, diffusion La Découverte.
- HERR, N. 1994. *100 fiches pratiques pour exploiter la presse en classe*. Paris : Éditions Retz.
- REPORTERS SOLIDAIRES. 2012. *Les rubriques du journalisme, Décrypter, organiser et traiter l'actualité*. Grenoble : Presse Universitaires de Grenoble.
- BEGE, J.-F. 2007. *Manuel de la rédaction, Les techniques journalistiques de base*. Paris : Éditions CFPJ.
- MARTIN-LAGARDETTE, J.-L. 2005. *Le guide l'écriture journalistique*. Paris : Éditions La Découverte.

Analyser l'**émotion**
dans les **médias**

L'ÉMOTION DANS L'INFORMATION MÉDIATIQUE

Le journalisme a depuis longtemps un rapport à l'émotion très compliqué. Les journalistes et les organisations pour lesquelles ils travaillent sont très attachés à l'idée que la subjectivité et l'émotion devraient être exclues, ou confinées au journalisme qui propose des opinions et des commentaires. Ce point de vue est lié à l'approche du rôle du journalisme dans une société démocratique : dans beaucoup de démocraties occidentales, les organisations médiatiques sont vues comme un « quatrième État » qui agit comme un garde-fou contre les concentrations du pouvoir, notamment par les gouvernements. Cela implique que la légitimité des médias découle de leur indépendance politique, qui est souvent mise en pratique lors de ce que le sociologue Gaye Tuchman a nommé le « rituel stratégique de l'objectivité ». Celui-ci renvoie à un ensemble de pratiques que le journaliste met en place pour paraître objectif et éviter les sanctions des éditeurs ainsi que les autres risques liés à la profession, telles que les poursuites en diffamation.

La forte préférence pour une exclusion des émotions au sein des récits médiatiques est en lien étroit avec une longue histoire de suspicion à l'égard de l'émotion en théorie politique. Aujourd'hui, la façon la plus commune de comprendre la démocratie dans les sociétés occidentales renvoie généralement à la démocratie libérale, à la suite du siècle des Lumières et en référence aux points de vue de penseurs incluant Jean-Jacques Rousseau, Emmanuel Kant ou John Stuart Mill. Cette tendance était solidement basée sur la croyance en la rationalité des citoyens et en une peur de l'émotion comme menace contre la

démocratie – qui se manifeste, par exemple, dans la peur de l'irrationalité et de la colère que peuvent engendrer les foules.

Les inquiétudes formulées par ces penseurs d'avant-garde se reflètent toujours dans les points de vue contemporains, notamment en raison des preuves qui suggèrent que les émotions – tant positives que négatives – jouent un rôle significatif dans la construction de la participation des individus à la vie politique et civile. Les citoyens qui participent apparaissent comme nourris par la passion et par des émotions allant de l'amour à la haine et passant par le dégoût, la peur, la compassion et l'attention pour l'autre. Toutes ces émotions sont largement suscitées par les contenus médiatiques, qui fournissent la plupart des informations qui conditionnent les points de vue des citoyens sur le monde. Dans cette perspective, il est important de réfléchir aux rôles et responsabilités majeurs des médias dans une société démocratique. Premièrement, les médias remplissent un rôle *informationnel* : nous attendons des médias qu'ils transforment les consommateurs en citoyens en leur fournissant l'information nécessaire pour opérer des choix rationnels lors des élections. Deuxièmement, les médias sont également vus comme *intégratifs*, créant ce que l'historien Benedict Anderson appelle les « communautés imaginées » au sein de leurs publics : ils devraient nous permettre de comprendre l'expérience d'autres personnes distantes de nous et dont nous ne pourrions pas connaître les vies et les points de vue sans l'intermédiaire des médias. En retour, cette connaissance pourrait permettre

au public de mieux apprécier la diversité de la société et par conséquent de développer la tolérance et l'empathie

envers les autres qui peuvent être très différents de nous.

L'ÉMOTION DANS LE CONTENU MÉDIATIQUE : LE JOURNALISME SUR LES FAITS DE SOCIÉTÉ ET L'EMPATHIE

Malgré une approche de l'émotion en tant qu'ennemie de la rationalité et de l'objectivité en théorie politique en général et en information médiatique en particulier, cela ne veut pas dire que l'émotion soit complètement absente du traitement de l'actualité. Elle est plutôt présentée de manières soigneusement organisées, et peut également apparaître dans différentes formes en fonction des types de médias, des plateformes et des genres.

Par exemple, le journalisme d'intérêt humain aura plus tendance à contenir des histoires à propos des vies et des expériences d'individus spécifiques – souvent en termes très émotionnels – et cherchera souvent à générer de l'empathie auprès du public. Par l'intermédiaire d'histoires d'intérêt humain, nous pouvons mieux comprendre l'expérience de personnes qui peuvent nous être très distantes, mais qui vivent des émotions et des combats auxquels nous pouvons nous identifier. Partager les histoires des survivants de l'épidémie d'Ebola, des

victimes du tremblement de terre à Haïti, et des enfants vivant dans des camps de réfugiés en Syrie, par exemple, est souvent considéré comme une façon de rendre ces événements vivants pour les publics. De nombreux reporters à qui sont décernés les prix journalistiques les plus prestigieux, comme le prix Albert Londres en France et le prix Pulitzer aux États-Unis, utilisent précisément ce type de mise en récit personnalisée afin de dramatiser les sujets souvent très complexes qu'ils couvrent, comme les problèmes et enjeux des guerres civiles, des découvertes médicales et des changements dans l'industrie de la pêche mondiale. Certains chercheurs ont suggéré que ce type de mise en récit peut engendrer de la solidarité qui nous aidera à devenir plus cosmopolites – c'est-à-dire davantage capables de comprendre notre propre identité en tant que membres d'une communauté mondiale. Dans ce cas, les allégeances dépasseraient l'État-nation dont nous sommes citoyens.

LA TECHNOLOGIE ET LE RÔLE DE L'ÉMOTION EN CHANGEMENT

L'importance de raconter des histoires qui font appel et qui suscitent l'émotion s'est accélérée avec l'émergence des médias sociaux et de ce qui est souvent appelé le journalisme citoyen ou le contenu généré par l'utilisateur. Ces contributeurs sont en général des amateurs qui se trouvaient, par hasard, sur les lieux de l'événement en cours – ce que Stuart Allan (2013) a appelé les « journalistes accidentels ». Ceux-ci n'ont pas été formés à la couverture

objective de l'actualité ; leurs images sont prises et leurs histoires sont racontées à la première personne. Elles proposent un point de vue fortement incarné qui défie le reportage objectif d'un journaliste professionnel et sont souvent bien plus émotionnelles. Par exemple, les premières images des événements du tsunami asiatique en 2004 ou du marathon de Boston en 2013 provenaient de personnes ordinaires qui ont filmé les événements

au moyen d'appareils photo et de téléphones portables. Certaines recherches émettent l'hypothèse selon laquelle les membres du public ont tendance à réagir positivement au style du contenu amateur, le trouvant plus authentique, plus immédiat et auquel il est plus facile de s'identifier, comparé au style objectif du journalisme professionnel qu'ils jugent distant et impersonnel. Cette hypothèse suggère que les publics pourraient préférer des formes de contenu médiatique plus émotionnelles car elles leur permettent de comprendre les histoires et de développer de l'empathie pour les personnes qui les vivent.

Il a également été démontré que l'importance grandissante du journalisme citoyen change les façons dont les

journalistes *professionnels* couvrent l'actualité, les orientant vers un style plus personnel et plus émotionnel. Cette observation est souvent illustrée par les reportages réalisés au cœur de catastrophes ou de crises en cours. Par exemple, les reporters qui ont couvert les histoires de la récente épidémie d'Ebola en Afrique de l'Ouest ou du tremblement de terre à Haïti en 2010 ont montré leur réponse émotionnelle aux événements en réconfortant les victimes et en versant des larmes. Ces tendances vers un déplacement stylistique de la couverture médiatique sont encouragées par l'augmentation de formes plus personnelles et plus subjectives de reportage, notamment celles facilitées par les blogs et les médias sociaux comme *Twitter*.

LE JOURNALISME SENSATIONNEL ET « PLEURNICHARD »

Cela étant, certains observateurs sont préoccupés par l'impact du journalisme émotionnel excessif. En 2006, la reporter Stephanie Shapiro a dénoncé l'impact de ce qu'elle appelle le journalisme « pleurnichard » (« sob-sister »), exemplifié par les types d'histoires qui remportent fréquemment des prix grâce à leur focalisation sur les expériences déchirantes de malades souffrant de maladies mystérieuses, de victimes de circonstances malheureuses dans leur vie ou sur la capacité des individus à vaincre l'adversité contre toute attente. D'autres sont inquiets face au sensationnalisme du contenu des médias populaires, notamment des *talkshows* télévisuels et des journaux à scandale, qui se focalisent souvent sur des détails choquants et alarmistes. L'idée même de « sensationnalisme » suggère une accentuation des sensations, plutôt que de la raison. Dans le même ordre d'idées, le traitement par les médias populaires de sujets sérieux, comme l'immigration ou le suicide, a été accusé

de « niveler par le bas » le contenu médiatique et de céder aux désirs d'émotion des publics, au lieu de leur fournir l'information qui leur permettrait de comprendre ces problèmes. D'un autre côté, on peut aussi considérer que de tels contenus engagent les publics qui, sinon, n'auraient pas été intéressés par ces nouvelles, et permettent de générer de nouveaux espaces de discussion et de nouvelles opportunités d'engagement. Par exemple, les *talkshows* télévisuels, bien que souvent accusés d'être des « foires aux monstres » sensationnalistes qui étalent les vies privées en public, ont été plébiscités par des chercheurs féministes. Pour ceux-ci, ces *talkshows* créent de nouveaux espaces de discussion pour aborder des sujets qui autrement resteraient tabous et emprisonnés dans la sphère privée. Ces thématiques concernent par exemple la violence domestique, le viol et la sexualité. Indubitablement, le contenu des médias populaires tend à attirer un public large, comme le montrent les chiffres en

matière d'audimat et de popularité.

LES DANGERS DE L'ÉMOTION DANS LE CONTENU MÉDIATIQUE

Cependant, il est important de ne pas plébisciter l'émotion dans le contenu médiatique de façon non critique. Si nous prenons le rôle démocratique des médias au sérieux, nous devons plutôt distinguer avec soin le contenu auquel un traitement émotionnel serait profitable et celui pour lequel cela aurait des *conséquences* dommageables. Comme je l'ai suggéré précédemment, un contenu médiatique plus émotionnel pourrait faire avancer les sentiments d'empathie parmi les membres du public, leur permettant de s'identifier de façon positive à des individus distants, qui peuvent vivre des réalités très différentes des leurs. Les histoires pourraient aussi nous rappeler la capacité de l'être humain à faire preuve d'amour, d'attention et de dévouement face à l'adversité. D'un autre côté, cependant, le contenu médiatique peut également provoquer l'effet inverse, générant des réponses émotionnelles négatives parmi le public. La tragédie à l'encontre de *Charlie Hebdo* en France constitue un exemple extrême de la façon dont la liberté d'expression d'idées, qui peuvent sembler offensantes pour certains membres du public, peut générer des réponses émotionnelles très fortes. La valeur de la liberté d'expression existe dans un rapport tendu avec les problèmes relatifs à l'évitement d'offenses, de colère et de violence ; de vifs débats sont toujours en cours sur les décisions à prendre pour gérer ces problèmes controversés, précisément à cause du contenu émotionnel et des réactions émotionnelles envers le contenu publié et diffusé par les organisations médiatiques. Ces dernières années, la façon de gérer

les discours de haine est une problématique très préoccupante, particulièrement dans les contextes où ils peuvent mener à nuire directement à des individus ou des groupes particuliers. Par exemple, la législation française interdit l'incitation à la discrimination, à la haine ou à la nuisance, d'une personne ou d'un groupe. Lors du génocide rwandais en 1994, on a pu voir que la *Radio Télévision Libre des Mille Collines* a joué un rôle central en encourageant l'hostilité raciale qui a permis au génocide de se produire. Elle prêchait la haine contre le groupe Ethnique des Tutsis, les décrivant comme des « cafards » et préconisant la violence à leur encontre. Le *Tribunal Pénal International* ultérieur a reconnu les leaders de la *Radio Télévision* coupables de génocide, d'incitation au génocide et de crimes contre l'Humanité. Le cas rwandais met en évidence le fait que les médias sont puissants, notamment en raison de leur capacité à inciter des sentiments forts auprès du public, et ce pouvoir doit être exercé de façon responsable.

Enfin, il est important de prendre en compte dans quelle mesure les différents types de médias et les différentes plateformes permettant le contenu émotionnel dépendent de différences significatives selon les nations, les régions et les époques. Par exemple, les journaux français sont connus pour leur tradition d'un journalisme d'opinion et d'interprétation, qui contraste avec la domination d'une approche objective du reportage dans le journalisme anglo-américain. Pareillement, dans une comparaison des styles télévisuels français et allemand, le chercheur

Kevin Grieves a fait remarquer que la télévision française développe souvent un style plus émotionnel et personnel, qui cible l'attraction visuelle et la création de connexions avec le public, tandis que le style allemand est plus distancié et sérieux.

Pour conclure, je terminerai en rappelant que cet article a tenté de montrer que l'émotion a toujours joué un rôle central dans le contenu médiatique, même si la relation entre l'émotion et le journalisme est une relation problématique de façon systématique, en regard de l'engagement du journaliste professionnel à fournir une couverture des événements objective et impartiale. D'un autre côté, l'engagement émotionnel est central pour motiver les individus à s'intéresser aux sujets publics et à participer à la vie politique.

Cet article a tracé les points de débat principaux concernant le rôle de l'émotion dans le contenu médiatique, allant des inquiétudes face au sensationnalisme et aux discours de haine jusqu'à l'intérêt pour le potentiel de la mise en récit journalistique comme génératrice d'empathie et de compréhension d'expériences de personnes vivant loin de nos univers quotidiens.

Analyser l'émotion dans les médias

Enjeu Objectifs

Analyser et réagir à l'émotion au sein des médias d'information

1. Comprendre les différents angles d'un fait et de la hiérarchisation des différents faits
2. Appréhender l'empathie dans la presse
3. Distinguer information et sensationnalisme
4. Construire une ligne éditoriale pour susciter l'engagement

4x50 min.

Documents-élèves

Durée Matériel

Ce module a pour but de concevoir l'émotion dans les médias. Dans cette idée, les médias d'information ont un double rôle au sein d'une société démocratique (voir article-support) :

1. une fonction d'information
2. une fonction d'intégration

L'émotion se trouve à différents niveaux : celui du producteur de média (la personne peut être touchée par un sujet et le fait savoir), celui du sujet (une actualité peut être touchante de par sa nature) et celui du récepteur du média (le public reçoit le message et est touché par celui-ci). Les différentes activités aborderont ces trois niveaux.

ACTIVITÉ

1

Tes émotions au cœur des médias (25 min.)

Document-élève : activité 1

Demander aux élèves d'expliquer les derniers faits d'actualité qui les ont marqués (en positif et en négatif) et pourquoi cela les a marqués (quel traitement médiatique). Écrire les idées au tableau à l'aide d'un *mindmap* en commençant par le plus général (le traitement médiatique) vers le particulier (sujet). Le but de l'activité est d'identifier ce qui touche le public en partant des expériences des jeunes. Par là, le professeur explique le principe de proximité.

Pour mieux comprendre, jouer :

Dessiner à la craie une cible au sol. Expliquer les différents espaces : le cœur de la cible représente symboliquement l'information qui nous touche beaucoup, plus on s'éloigne, moins celle-ci nous touche. Expliquer une situation aux élèves et leur demander de se placer en fonction de leurs émotions, si cela les touche fort ou pas. Leur demander de justifier leur choix.

Retrouvez les documents-élèves personnalisables sur www.csem.be/vivreensemble

Gestion du *mindmap*

Écrire « émotions dans les médias » au centre du tableau, l'entourer. Dès qu'une nouvelle idée est énoncée, tracer une branche de la bulle « émotion » et écrire l'idée sur cette ligne. À chaque nouvelle idée, une nouvelle branche. Si une idée complète un mot déjà indiqué, segmenter la ligne en plusieurs sous-branches et ainsi de suite.



Exemples de traitement médiatique

- J'ai été marqué par la fille handicapée qui s'est fait harceler par deux plus grandes. Ça m'a touché parce que la fille est plus jeune et seule face à deux autres. (« proximité des valeurs »)
- Moi, j'ai été bouleversé par le départ en Syrie d'un jeune de mon âge. Ça m'a touché parce que le jeune est un peu comme moi, même âge, même ville, même situation, etc. (« proximité de l'âge »)
- Je suis dégoûté par la politique qui n'a rien fait pour ces familles qui sont obligées de dormir dehors. Ça m'a touché parce je les ai vues en passant par le parc. (« proximité géographique »)

Propositions de situations « à jouer »

Une voisine est élue bourgmestre de la commune, une soirée est organisée dans le quartier voisin, une entreprise connue (proche de chez vous, 30 minutes en voiture) prend feu, une Américaine découvre un os dans un hamburger du McDo, une personne condamnée à la peine de mort est innocentée, les magasins de la capitale ouvrent le dimanche.



LE PRINCIPE DE PROXIMITÉ

Ce concept explique entre autres le choix des journalistes à médiatiser ou non un sujet. En fonction du profil établi de son lectorat, les rédactions estiment l'intérêt du public :

Proximité géographique : plus l'événement est proche du public, plus cela va le toucher.

Proximité temporelle : un événement aura plus d'impact sur le public s'il est proche de lui.

Proximité affective : le public sera touché davantage par ce qui le préoccupe particulièrement.

Proximité sociale : l'information l'intéressera davantage si elle se rapproche de son travail et réseau social.

Ces critères ne sont pas exhaustifs (cf. fiche sur les critères de sélection de l'information).

ACTIVITÉ

2

L'émotion du journaliste au regard des genres journalistiques Document-élève : activité 2

Le journaliste dispose de différents outils pour écrire ses articles. Découvrir les genres avec les élèves et chercher pour chaque genre à connotation subjective un exemple.

Terminer l'activité en expliquant que le débat objectivité et subjectivité est toujours d'actualité au sein des journalistes. La majorité des journalistes tend à expliquer qu'il n'existe pas d'objectivité, mais leur travail tend vers une forme la plus objective possible.



LES GENRES JOURNALISTIQUES

Plus de détails sur <https://comstudies.files.wordpress.com/2007/05/genres.pdf> ou <http://fabien.christian.free.fr/classe-relais/pedagogie/genres.htm>.

Information rapportée

- **Brève** (ou nouvelle) : texte avec les informations essentielles (5W+H : Les 5 W répondent aux 5 questions de base : qui, quoi, quand, où, comment et pourquoi)
- **Reportage** : rapport du contexte et de la situation d'un événement depuis le lieu en question
- **Compte rendu** : rapport d'éléments importants d'un événement
- **Interview** : interrogation d'une personne sur un fait, une analyse, etc.
- **Portrait** : mise en avant d'une personne

Information expliquée

- **Analyse** : présentation de tous les pans d'un événement

- **Enquête** : texte qui tend à répondre à une question posée par le journaliste

Information commentée (perçue comme un genre subjectif)

- **Éditorial** : texte d'opinion et d'argumentation autour de la Une
- **Chronique** : texte sur un sujet, librement interprété
- **Critique** : article qui met en avant le point de vue du journaliste quant à un sujet
- **Billet** : article court sur un événement, traité avec humour ou sarcasme
- **Caricature** : représentation graphique d'un événement librement interprété
- **Commentaire** : texte d'opinion autour d'un sujet en particulier

ACTIVITÉ

3

Posture du journaliste : l'information au service de l'émotion Document-élève : activité 3

Regarder ces trois reportages.

1. « En direct de la côte belge » (http://www.rtb.be/video/detail_en-direct-de-la-cote-a-knokke?id=2027504)
2. Eldin Reporter : politique honnête (<http://www.canalplus.fr/c-emissions/c-le-supplement/pid7648-eldin-reporter.html>)
3. Un reportage « un dirigeant terroriste présumé a quitté la prison » de RTL TVI (<https://www.youtube.com/watch?v=z4ZIEDwIUBw>)

Demander aux élèves de décrire la présence du journaliste dans les reportages, le type d'information traitée, le ton, la relation avec l'interviewé et le discours.

L'objectif de cet exercice est de montrer qu'aujourd'hui, le public s'informe souvent à partir d'une source journalistique subjective, sans toujours comprendre le réel impact de sa présence.

Exemple de gestion de l'information

Reportage	Knokke	Eldin reporter	Prison
Présence ou absence du journaliste			
Type d'information (enquête, interview, commentaire, etc.)			
Ton			
Relation à l'interviewé			
Discours (pronom, construction des phrases, etc.)			



LES POSTURES DU JOURNALISTE

Le face-caméra Le journaliste fait un direct. Ce « face-cam » présente un double intérêt : d'un côté, le journaliste est sur place, au plus près de l'information et de l'autre, cela permet de varier le rythme du journal télévisé (voir premier reportage proposé).

Le « journalisme gonzo » Cette approche journalistique met en scène le journaliste qui prend le téléspectateur par la main et lui explique le fait d'actualité. Il présente et assume son point de vue à travers un discours subjectif.

À travers une démarche de transparence, il explique en direct ce qu'il fait et ce qu'il vit (voir deuxième reportage proposé).

La voix off Le journaliste montre des images et vise une certaine objectivité. Sa subjectivité se transmet à travers le choix de l'angle, des mots du commentaire, des images, du choix de l'interviewé et des extraits de l'interview (voir troisième reportage proposé).



L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE

L'écriture journalistique cherche à présenter l'information sans mettre en avant le journaliste. L'écriture journalistique est destinée à mettre en avant l'information et non son auteur. Bien au contraire, ce dernier est tenu de s'effacer devant l'information à transmettre. Il n'écrit jamais pour se mettre en valeur, mais pour élever le niveau de connaissance de ses lecteurs (http://www.ifres.ulg.ac.be/colloque12/wp-content/uploads/2012/01/At3_Vanesse_Marc.pdf). Pourtant, on observe qu'actuellement de plus

en plus de journalistes ont tendance à se montrer tout en présentant l'information, une manière de toucher davantage son public. On peut, par exemple, citer le « *Petit Journal* » comme illustration.

ACTIVITÉ

4

Le journalisme immersif (25 min.)

Document-élève : activité 4

Demander aux élèves de lire l'interview sur Florence Aubenas, journaliste qui s'est fait passer pendant six mois pour une femme de ménage (<http://blogs.rue89.nouvelobs.com/cabinet-de-lecture/2010/02/21/florence-aubenas-pratique-de-limmersion-en-temps-de-crise-139696>).

variante : Faire lire « Le Quai de Ouistreham »

Demander aux élèves s'il faut passer par l'immersion pour encourager l'empathie chez le lecteur. Alimenter le débat avec de nouveaux arguments :

- John Howard Griffin, « dans la peau d'un noir », a fait la même expérience d'immersion : il s'est transformé en « noir » le temps d'une enquête (1961).
- Aujourd'hui, avec les masques à réalité virtuelle, l'internaute se glisse dans la peau du journaliste

ACTIVITÉ

5

Journaliste sans règle professionnelle (30 min.)

Document-élève : activité 5

Expliquer aux élèves l'arrivée de nouveaux journalistes dans la presse (voir page suivante).

Demander aux élèves de personnaliser chaque récit selon les trois profils (journaliste classique, journaliste accidentel, journaliste citoyen). Mettre un tableau à leur disposition (voir page suivante).

Propositions de récits

1. Un jeune homosexuel vient d'être élu président de la jeunesse du quartier
2. Une nouvelle loi interdit le port des pulls à capuche dans les écoles
3. Karyn, 6 ans, élue au concours mini-miss

LES NOUVEAUX JOURNALISTES

On parle aujourd’hui de :

Journaliste « classique » chercher l’information à travers les 5 W +H

Journaliste « accidentel » informer d’un fait, généralement via les réseaux sociaux au travers de ce que l’auteur voit

et entend (exemple : photo de l’incendie, vidéo d’une manifestation qui a mal tourné, etc.)

Journaliste « citoyen » traiter l’information sans forcément s’enfermer dans une approche journalistique enseignée dans les écoles (par exemple : une personne qui tient un blog, etc.)

Personnalisez chaque récit selon les trois profils (journaliste classique, journaliste accidentel, journaliste citoyen)

	Posture de journaliste « classique »	Posture de journaliste « accidentel »	Posture de journaliste « citoyen »
	Il présente les faits en faisant attention à répondre aux 5 W +Q.	Il est par hasard sur le lieu de l’événement et relate ce qu’il voit.	Il présente les faits comme il le souhaite sans tenir compte des règles journalistiques.
Exemple : Une personne meurt dans un accident de voiture.	Hier soir, à la sortie Sambreville sur l’E42 en direction de Liège, un homme de 24 ans est décédé dans un accident. Il a embouti la berme centrale.	Voici à quoi ressemble la voiture de Bernard, 24 ans, après avoir percuté la berne centrale.	Bernard, 24 ans, fort investi dans le hip hop sambrevillois, père de 2 enfants, a trouvé la mort dans un terrible accident de voiture hier, en revenant d’une fête de famille.
La fête intervillage s’organise le week-end prochain.	Le we prochain, dans la province de Luxembourg, Tellin et Wellin s’affrontent aux grands jeux intervillages.	Ambiance garantie à Wellin pour les jeux intervillages. John, représentant de Wellin, mène les jeux au tir à l’arc.	Je découvre les jeux intervillages à Wellin ce week-end. Petit souvenir de mon adolescence où l’événement était l’occasion de clouer le bec au village d’à côté, et surtout de faire la fête.

	Posture de journaliste classique	Posture de journaliste « accidentel »	Posture de journaliste « citoyen »
Un tsunami vient d’arriver à Taiwan	Ce matin à 9 heures, heure locale, une vague de 10 mètres de haut a ravagé le sud-est de Taiwan. On compte des centaines de morts et de blessés.	Du jamais vu : une vague énorme qui emporte tout sur son passage. Ici ce qu’il reste d’une maison de pêcheurs !	Un bus de mon école a été emporté par le tsunami. Il se rendait dans le sud pour une excursion. On recherche toujours les victimes.
Un groupe extrémiste vient de lancer l’assaut dans un pays d’Afrique du Nord	À Rabat, capitale du Maroc, une bombe a explosé au marché couvert. 19 personnes sont légèrement blessées. Un groupe d’extrémistes revendiquent l’attentat.	Des étales renversées sur mon passage. L’attentat dans le marché couvert a tout détruit. Une vingtaine de personnes sont blessées.	Je me rendais à mon magasin quand j’ai entendu une explosion. Je me suis directement jeté sous une table. Le marché ne ressemblait plus à rien. J’ai porté secours à quelques blessés.

ACTIVITÉ 6

L’angle personnifié (30 min.)
Document-élève : activité 6

Demander aux élèves de lire l’un des récits et d’analyser le sujet et l’angle journalistique :

- « J’ai failli mourir quelque part entre la Somalie et Lampedusa. » — <http://www.vice.com/fr/read/immigrant-voyage-somalie-lampedusa> (l’immigration-point de vue d’un migrant et de son vécu).
- « Ce jeune gay a une terrible angoisse de son futur ! Vous allez être vraiment touché lorsque vous comprendrez pourquoi... » — <http://www.demotivateur.fr/article-buzz/la-photo-de-ce-petit-garcon-emeut-les-etats-unis-parce-qu-il-est-homosexuel-la-reaction-des-gens-est-incroyable--2831> (l’homosexualité — l’inquiétude relationnelle quant au futur de ce jeune homosexuel).

Expliquer que ce journaliste a choisi une personne pour raconter son récit. Il parle d’un thème général sous l’angle du particulier. Cette façon de raconter une histoire encourage l’émotion.

Demander aux élèves de réécrire un article au choix en prenant l’angle d’une personne.

Analyser l'émotion dans les médias

ACTIVITÉ

7

À la limite du sensationnalisme (25 min.)

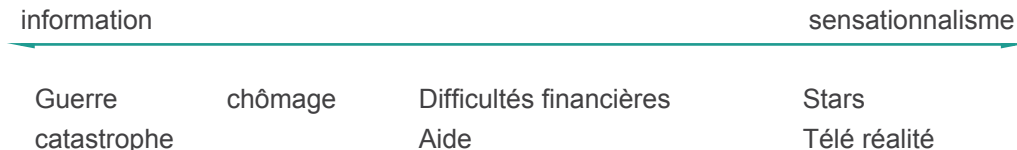
Document-élève : activité 7

Demander aux élèves de choisir un article dans un journal et de transformer le sujet de l'article dans une approche sensationnaliste à outrance, en jouant sur la personnalisation de la thématique et en encourageant le pathos.

Proposer à deux ou trois élèves de lire leur article. Demander leurs impressions. Construire avec les élèves les différents niveaux entre information et sensationnalisme avec les sujets qu'ils ont choisis.

Montrer par là que trop de sensationnalisme discrédite le sujet. Il faut équilibrer les deux approches.

Exemple



ACTIVITÉ

8

L'information au service de l'empathie (25 min.)

Document-élève : activité 8

Analyse de document : proposer aux élèves de lire un extrait de l'article-support (voir page suivante) et de montrer en quoi l'information peut être au service de l'empathie et, inversement, que l'empathie peut également être au service de l'information.

Exemples de ce que l'empathie peut susciter comme réactions auprès d'un public lors de la lecture de l'information

- Être plus tolérant à la différence
- Se montrer généreux
- Revoir son point de vue



L'ÉMOTION DANS L'INFORMATION MÉDIATIQUE (EXTRAIT DE L'ARTICLE-SUPPORT)

« Par exemple, le journalisme d'intérêt humain aura plus tendance à contenir des histoires à propos des vies et des expériences d'individus spécifiques – souvent en termes très émotionnels – et cherchera souvent à générer de l'empathie auprès du public. Par l'intermédiaire d'histoires d'intérêt humain, nous pouvons mieux comprendre l'expérience de personnes qui peuvent nous être très distantes, mais qui vivent des émotions et des combats auxquels nous pouvons nous identifier. Partager les histoires des survivants de l'épidémie d'Ebola, des victimes du tremblement de terre à Haïti, et des enfants vivant dans des camps de réfugiés en Syrie par exemple, est souvent considéré comme une façon de rendre ces événements vivants pour les publics. De nombreux reporters à qui sont décernés les prix journalistiques les

plus prestigieux, comme le prix Albert Londres en France et le prix Pulitzer aux États-Unis utilisent précisément ce type de mise en récit personnalisée afin de dramatiser les sujets souvent très complexes qu'ils couvrent, comme les problèmes et enjeux des guerres civiles, des découvertes médicales et des changements dans l'industrie de la pêche mondiale. Certains chercheurs ont suggéré que ce type de mise en récit peut engendrer de la solidarité qui nous aidera à devenir plus cosmopolites – c'est-à-dire davantage capables de comprendre notre propre identité en tant que membres d'une communauté mondiale. Dans ce cas, les allégeances dépasseraient l'État nation dont nous sommes citoyens. »

Source : article-support

ACTIVITÉ

9

S'exprimer dans les journaux pour émouvoir (30 min.)

Document-élève : activité 9

Demander aux élèves quels sujets les touchent et qui ne sont pas médiatisés (ou pas médiatisés comme ils le souhaiteraient). Par groupe de 3, rédiger soit un article d'opinion ou d'analyse (le lecteur s'exprime sur un sujet dans une page à son effigie) ou une lettre ouverte (le lecteur s'exprime dans un espace « libre »).

Pour aller plus loin Essayer de publier leur article en contactant un média ou un journaliste. Cela donne évidemment une réelle plus-value à l'exercice. Une diffusion en ligne peut également être envisagée.

ACTIVITÉ

10

L'information qui pousse à agir (15 min.)
Document-élève : activité 10

En fonction du premier brainstorming, demander aux élèves sur quel sujet ils ont envie d'agir et les pistes concrètes pour cette action. Pour cela, utiliser un tableau avec une première colonne « fait d'actualité », deuxième colonne « ressenti » et la troisième « action ».

Exemple de gestion de l'information

Fait d'actualité	Ressenti	Action
Ex. : Attentat <i>Charlie Hebdo</i>	Ex. : Injuste, tristesse, etc.	Ex. : Faire un atelier sur la liberté d'expression



PROPOSITIONS DE RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

- REVAULT D'ALLONNES, M. 1995. *Ce que l'homme fait à l'homme*. Paris : Seuil.
- LECOMTE J. 2012. *La Bonté humaine : Altruisme, empathie, générosité*. Paris : Odile Jacob.
- RIFKIN, J. 2011. *Une nouvelle conscience pour un monde en crise : Vers une civilisation de l'empathie*. Paris : Les liens qui libèrent.

Analyser la terreur
dans les médias