

30 - LES PARTIS PRIS DES MÉDIAS

Niveau 3 - Thèmes I, M & A

Voici une activité excitante, de grande envergure, qui permettra à un groupe de travailler sur le rôle des médias, s'agissant de véhiculer ou de contrer les stéréotypes, les préjugés et les partis pris.

Thèmes abordés

- Les stéréotypes et les préjugés : Comment se multiplient-ils et se répandent-ils dans la société ?
- La quantité, la qualité et le volume d'information : manipulation, parti pris, abus et manque d'information, etc.
- Les images des personnes et des groupes « différents » issues des stéréotypes et des généralisations.
- Les difficultés que nous rencontrons pour changer nos images et nos perceptions des autres.
- Le mécanisme du « bouc émissaire » au sein de la société : la tendance à blâmer les « autres » de certains problèmes sociaux, sans en analyser les causes.

Objectifs de l'activité

- Permettre aux participants d'explorer les images de la société majoritaire à propos des autres cultures ou origines, des minorités, etc.
- Constater que toutes les cultures différentes des nôtres n'ont pas une image négative.
- Analyser le rôle des médias de masse dans la création et le développement de stéréotypes et de préjugés sociaux.

Durée

Partie A : 2h30

Partie B : 1 semaine

Partie C : 2h30

Taille du groupe

Un minimum de 10 personnes et un maximum de 25

Les participants doivent avoir plus de 13-14 ans.

Préparation

Partie A

Un tableau, un marqueur

Partie B

Selon les ressources disponibles. Le matériel utilisable dans ce type d'activité est très varié : journaux, magazines, enregistrements vidéo de programmes télévisés et radiophoniques, etc. Il est cependant possible de n'utiliser que des journaux et des magazines que les participants peuvent amener pour travailler au sein de leurs groupes.

Partie C

Pour la plénière, un grand tableau, noir ou de papier, ainsi que des craies et des marqueurs

Instructions

Cette activité se déroule en trois phases :

Partie A : Préparation

1. Répartissez les participants en groupes de 4-6 personnes.
2. Expliquez-leur que, durant la semaine prochaine, ils vont devoir analyser les différents médias de masse : télévision, radio et, plus particulièrement, presse écrite, afin de découvrir la façon dont elle dépeint les étrangers, ou les personnes « différentes ».
3. Expliquez-leur avec précision ce qu'ils vont devoir rechercher et à quoi ils vont devoir veiller : par exemple, au langage employé (combattants de la liberté ou terroristes ?), le temps ou la place accordée à ces articles, leur rang de priorité (grand titre ou note de bas de page) et la façon dont les gens sont décrits selon leur origine, le type de photos et les autres images utilisées, etc.
4. Faites la liste des médias sur lesquelles vous allez travailler et répartissez le travail aux groupes. Selon les membres du groupe et votre connaissance de la question à l'étude, vous pourrez décider soit de confier l'ensemble du travail à tous les groupes, soit de demander à chacun de se consacrer à un média spécifique : un groupe travaillera sur les quotidiens, un autre sur les hebdomadaires, un autre sur la télévision, un autre sur la radio, etc.

Partie B : Travail sur le terrain

Donnez aux groupes une semaine pour mener à bien leurs recherches et leurs tâches.

Partie C : Conclusions

1. En plénière, demandez à chaque groupe de présenter les résultats de ses recherches et de son travail de documentation. Donnez 20 minutes à chaque groupe.
2. Notez les principales conclusions de chaque groupe sur le tableau.

Compte rendu et évaluation

Après la mise en commun des résultats, faites une brève synthèse des informations rapportées par chaque groupe. Tentez de souligner les conclusions les plus communes et celles qui peuvent apparaître contradictoires.

La discussion peut commencer avec des questions telles :

- Quelles sont les principales caractéristiques des portraits des groupes minoritaires par les médias ?
- Y-a-t-il des minorités ou des groupes d'étrangers présentés de manière positive ? Certains le sont-ils de manière négative ?
- Les images données par les médias sont-elles basées sur des faits et des données, ou sur des suppositions et des jugements personnels ?
- Comment ces images voient-elles le jour, à partir de connaissances réelles, ou à partir de stéréotypes et d'informations manipulées ?

Conseils pour l'animateur

Partie A : Les deux options présentent des intérêts et des inconvénients. Demander aux groupes de couvrir la question dans son ensemble exige un plus grand effort d'organisation du travail. Par contre, demander à chaque groupe de se concentrer de manière spécifique sur un média nuit à la vision globale de chacun, mais est plus simple à organiser et permet en outre aux participants une étude plus en profondeur.

La majeure partie de cette activité se déroulant sur une semaine, introduisez l'activité (Partie A) à la fin d'une session, mais prévoyez une session complète pour la mise en commun des résultats (Partie C).

Nous vous recommandons de faire cette activité avec des personnes qui se connaissent déjà et possèdent une expérience du travail en groupe, par exemple avec les membres d'un club ou d'une organisation.

Selon votre connaissance des participants et la situation, vous pouvez changer les données indiquées pour la durée de l'activité. Par exemple, si l'activité se déroule pendant des congés scolaires, le temps nécessaire au travail sur le terrain sera réduit à trois jours ; de la même façon, il pourra être rallongé si les circonstances l'exigent.

Suggestions de suivi

Selon le travail effectué par les équipes, vous pouvez leur proposer la création d'un « groupe de surveillance » qui passe régulièrement en revue les exemples de discrimination à l'égard des minorités (mauvais compte rendu ou déformation des faits). Ces observations pourraient être suivies par la rédaction de lettres communes aux journaux, aux chaînes de télévision ou aux stations de radio concernés.

L'activité « 11 - Cultionary » constitue une façon amusante de poursuivre l'analyse des relations entre les idées, les mots et les images. Sinon, vous pouvez aussi essayer le jeu

de société « 06 - Le chemin du développement » qui soulève nombre des questions sociales, économiques et politiques régulièrement couvertes par les médias.