

SYNTHÈSE DE DOCUMENTS

Thème « Faire voir » - BTS

Document 1 : « La Terrible Vérité sur le vrai rôle des médias », *Réflexions personnelles*, Alain Lefebvre, Jeudi 12 février 2007

Document 2 : « Message du Saint Père pour la 37^{ème} journée mondiale des communications sociales », discours du 24 janvier 2003, en la Fête de Saint François de Sales, JEAN-PAUL II

Document 3 : « Cacher en montrant », *Sur la télévision*, Pierre BOURDIEU

Document 4 : Sondages sur les médias, publié sur le site internet <http://www.generationvote.net>

Question 1 : synthèse de documents

Vous ferez des documents proposés, et qui abordent la question de la vérité à travers les médias, une synthèse ordonnées, concise et objective.

Question 2 : écriture personnelle

Vous répondrez de manière structurée et argumentée, en vous appuyant sur vos connaissances personnelles, à la question :

« Les médias : miroir ou reflet déformé de la réalité ? ».

Document 1 :

En écoutant la radio, en regardant la télé ou en lisant les journaux, vous vous êtes souvent interrogés sur le choix des sujets mis en avant par les médias de masse.

Un seul exemple : l'affaire Juppé méritait-elle vraiment une telle couverture ?

Evidemment non. Alors, pourquoi font-ils cela ?

Les plus raisonnables vont vous expliquer que tous les médias s'alimentent aux mêmes sources (les agences de presse) et donc, inévitablement, une certaine uniformisation en découle. Vrai mais insuffisant pour expliquer la vérité, la terrible vérité.

En réalité, les médias nous abreuvent de nouvelles insignifiantes, absurdes voire fausses dans un but précis : nous tester.

Nous sommes en permanence sous le microscope des gouvernants qui épient ainsi nos réactions aux flux d'informations que les médias complices fabriquent et diffusent. Rien de tout cela n'est innocent, tout est prémédité.

Un exemple flagrant : la question des armes de destructions massives. L'argument a, dans un premier temps, été utilisé non pour justifier la guerre contre l'Irak mais pour mesurer si la raison était suffisante pour faire accepter l'intervention à l'opinion publique... Résultat positif, vous pouvez y aller boys, la ménagère et le supporter de football s'estiment bien menacés par les terrifiantes armes de Saddam. Bon, mais ensuite ?

Ensuite, l'argument peut encore servir mon bon ami, on n'a pas épuisé le filon ! Maintenant, il s'agit de déterminer si l'opinion publique (encore elle mais j'aurais pu écrire "l'inconscient collectif", c'est pareil...) est d'accord pour accepter le fait, qu'en vérité, il n'y a jamais

eu "d'armes de destructions massives". Et oui, la valse-hésitation actuelle sur le sujet n'est pas une polémique, pas une affaire sensationnelle révélée, c'est un test ! Un test à grande échelle avec des enjeux importants : que faut-il faire pour conditionner toute une population à accepter une guerre ?

La réponse à cette question représente gros, croyez-moi...

Toutes les manipulations médiatiques ne tendent pas vers cet unique but (savoir comment convaincre les gens d'accepter une guerre lointaine) car les tests en cours sont très nombreux et portent sur des sujets variés. Pourtant la surveillance est bien là, omniprésente, de plus en plus précise, de plus en plus efficace. Les sondeurs, les analystes, les statisticiens et les "spin doctors" (ceux qui imaginent comment influencer l'opinion) ne sont que l'autre facette de cette énorme machine médiatique.

Il n'y a pas de quoi s'étonner, les médias ont toujours été un instrument de propagande. Aujourd'hui, les moyens techniques permettent simplement de mieux mesurer leurs effets afin d'ajuster (quasiment du jour au lendemain) le dosage des nouvelles et des sujets en fonction des résultats désirés.

Certains (toujours les mêmes raisonnables...) vous objecteront qu'il est impossible de manipuler l'opinion via les médias, ces derniers étant trop nombreux et trop diversifiés. Objection votre honneur !

L'autre manipulation ne réside pas seulement dans la nature des flux d'informations qui est envoyée aux masses mais bien dans le volume. Le volume d'informations devient tel de nos jours que tout est noyé. L'indifférence des braves gens face aux scandales révélés en est un premier effet. Inutile de cacher une information gênante, il suffit de la diluer dans un flot d'informations insignifiantes et le tour est joué.

Maintenant, écoutez, regardez, lisez les nouvelles en ayant en tête qu'on vous teste et cela vous apparaîtra clairement...

La Terrible Vérité sur le vrai rôle des médias, « Réflexions personnelles », Alain Lefebvre, Jeudi 12 février 2007

Document 2

MESSAGE DU SAINT PÈRE POUR LA 37^{ème} JOURNÉE MONDIALE DES COMMUNICATIONS SOCIALES,

Médias et vérité. L'exigence morale fondamentale de toute communication est le respect envers la vérité et le service à cette même vérité. La liberté de chercher et de dire ce qui est vrai est essentielle à la communication humaine, pas seulement en relation aux faits et à l'information mais aussi, et surtout, concernant la nature et le destin de la personne humaine, concernant la société et le bien commun, concernant notre rapport avec Dieu. Les mass-media ont une responsabilité inéluctable en ce sens, car ils constituent le forum moderne où les idées sont partagées et où les gens peuvent mûrir en compréhension mutuelle et en solidarité. C'est pourquoi le Pape Jean XXIII a défendu le droit "à la liberté d'enquêter au sujet de la vérité et, dans les limites de l'ordre moral et du bien commun, à liberté de parole et de publication" comme conditions nécessaires pour la paix sociale (*Pacem in Terris*, 12).

En fait, les médias rendent souvent un service courageux à la vérité; mais quelquefois ils fonctionnent comme agents de propagande et de désinformation au service d'intérêts restreints, ou de préjugés nationaux, ethniques, raciaux, et religieux, ou de l'avidité matérielle et des idéologies

mensongères des plusieurs types. Il est impératif que les pressions exercées en ce sens sur les médias pour les amener à se leurrer ainsi soient contrastées avant tout par les hommes et les femmes des médias eux-mêmes, mais aussi par l'Église et les autres groupes concernés.

Médias et liberté. La liberté est une condition préalable de vraie paix aussi bien qu'un de ses fruits les plus précieux. Les médias servent la liberté en servant la vérité: ils font obstacle à la liberté dans la mesure où ils se dissocient de ce qui est vrai en disséminant des mensonges ou en créant un climat de réaction émotive malsaine face aux événements. Seulement s'ils ont un libre accès à l'information vraie et suffisante les gens pourront rechercher le bien commun et tenir les autorités publiques pour responsables de celui-ci.

Si les médias sont appelés à servir la liberté, ils doivent être libres et doivent utiliser correctement cette liberté. Leur situation privilégiée oblige les médias à s'élever au-dessus d'intérêts purement commerciaux et à servir les vrais besoins et le vrai bien être de la société. Bien qu'une certaine réglementation publique des médias concernant les intérêts du bien commun soit appropriée, le contrôle gouvernemental ne l'est pas. Les journalistes et en particulier les commentateurs ont le grave devoir de suivre les impératifs de leur conscience morale et de résister aux pressions pour "adapter" la vérité en vue de satisfaire les exigences des riches ou du pouvoir politique.

Concrètement, il faut non seulement trouver des modalités pour donner aux couches plus faibles de la société un accès à l'information dont ils ont besoin pour leur développement individuel et social, mais aussi pour assurer qu'ils ne soient pas exclus de leur rôle efficace et responsable à décider des contenus médiatiques et à déterminer les structures et les politiques des communications sociales.

Du Vatican, le 24 janvier 2003, en la Fête de Saint François de Sales, JEAN-PAUL II

Document 3

CACHER EN MONTRANT

J'ai mis l'accent sur le plus visible. Je voudrais aller vers des choses légèrement moins visibles en montrant comment la télévision peut, paradoxalement, cacher en montrant, en montrant autre chose que ce qu'il faudrait montrer si on faisait ce que l'on est censé faire, c'est-à-dire informer ; ou encore en montrant ce qu'il faut montrer, mais de telle manière qu'on ne le montre pas ou qu'on le rend insignifiant, ou en le construisant de telle manière qu'il prend un sens qui ne correspond pas du tout à la réalité. [...]

Les journalistes ont des « lunettes » particulière à partir desquelles ils voient certaines choses et pas d'autres ; et voient d'une certaine manière les choses qu'ils voient. Ils opèrent une sélection et une construction de ce qui est sélectionné.






Le principe de sélection, c'est la recherche du sensationnel, du spectaculaire. La télévision appelle à la dramatisation, au double sens : elle met en scène, en images, un événement et elle en exagère l'importance, la gravité, et le caractère dramatique, tragique. Pour les banlieues, ce qui intéressa ce sont les émeutes. C'est déjà un grand mot... On fait le même travail sur les mots. Avec des mots ordinaires, on n'« épate pas le bourgeois », ni le « peuple ». Il faut des mots extraordinaires. En fait, paradoxalement, le monde de l'image est dominé par les mots. La photo n'est rien sans la légende qui dit ce qu'il faut lire. Nommer, on le sait, c'est faire voir, c'est créer, porter à l'existence. Et les mots peuvent faire des ravages : islam, islamique, islamiste, ... Le foulard est-il islamique, islamiste, ... ? Et s'il s'agissait simplement d'un fichu, sans plus ? Il m'arrive d'avoir envie de reprendre chaque mot des présentateurs qui parlent souvent à la légère, sans avoir la moindre idée de la difficulté et de la gravité de ce qu'il évoquent et des responsabilités qu'ils

encourent en les évoquant, devant des milliers de téléspectateurs, sans les comprendre et sans comprendre ce qu'ils ne comprennent pas. Ce qui peut être banal pour d'autres pourra être extraordinaire pour eux ou l'inverse. Ils s'intéressent à l'extraordinaire pour eux ou l'inverse. Ils s'intéressent à l'extra-ordinaire, à ce qui rompt avec l'ordinaire, à ce qui n'est pas quotidien (les quotidiens doivent offrir quotidiennement de l'extra-quotidien, ce n'est pas facile... D'où la place qu'ils accordent à l'extraordinaire ordinaire, c'est-à-dire prévu par les attentes ordinaires, incendies, inondations, assassinats, faits divers. Mais l'extra-ordinaire, c'est aussi et surtout ce qui n'est pas ordinaire par rapport aux autres journaux. C'est ce qui est différent de l'ordinaire et ce qui est différent de ce que les autres journaux disent de l'ordinaire, ou disent ordinairement. C'est une contrainte terrible : celle qu'impose la poursuite du scoop. Pour être le premier à voir et à faire voir quelque chose, on est prêt à peu près à n'importe quoi, et comme on se copie mutuellement en vue de devancer les autres, de faire les autres ou de faire autrement que les autres, on finit par faire tous la même chose, la recherche de l'exclusivité, qui, ailleurs, dans d'autres champs, produit l'originalité, la singularité, aboutit ici à l'uniformisation et à la banalisation.





Sur la télévision, Pierre BOURDIEU, Ed Le Seuil, 1996

Document 4




L'information la plus proche de la vérité, vous pensez la trouver...

à la télévision (14 votes)		3.95%
à la radio (26 votes)		7.34%
sur internet (83 votes)		23.45%
dans la presse (46 votes)		12.99%
en croisant les différentes sources (185 votes)		52.26%

En général, les médias représentent-ils l'opinion publique ?

Oui entièrement (128 votes)		40.25%
Un peu (75 votes)		23.58%
Non pas du tout (112 votes)		35.22%
Sans opinion (3 votes)		0.94%

Pensez-vous que les medias disent la vérité ?

OUI (12 votes)		9.45%
NON (104 votes)		81.89%
Sans opinion (11 votes)		8.66%

Sondages réalisés sur le site internet <http://www.generationvote.net>