PluriCité

Le bimestre de Carrefour des Cultures Numéro 21

RELIRE LES MÉDIAS

DOSSIER
MÉDIAS - QUEL ÉVEIL CITOYEN ?

TRIBUNE LIBRE
MUSÉE DU CAPITALISME

ZOOM
FORUM DES MÉDIAS
ACTIVITÉS CDC

SOMMAIRE

Edito 3

Dossier 5

Médias - quel éveil citoyen ? 5

Médias alternatifs : regards et approches croisées 18

Ils ont dit aussi... 22

Forum des médias 46

Tribune libre 48

Focus sur le musée du Capitalisme 48

Zoom 56

Remerciements 58

PluriCité est diffusé par Carrefour des Cultures asbl • Éditeurs responsables : Khalil NEJJAR et Richard SAKA SAPU • Conception et rédaction : Khalil NEJJAR, Daniel ZINK, Mikaël DOULSON • Interviews : Mikaël DOULSON • Retranscription et rédaction : Cécile Dethier, Anne-Sophie VAN LIPPEVELDE, Mikaël DOULSON • Graphisme : Jennifer GILLES • Relecture : Nadia EL HALFI • Contact : avenue Cardinal Mercier, 40, 5000 Namur, Belgique ; info@carrefourdescultures.org ; tél. : 081/41.27.51

EDITO

Lorsqu'il a pris la parole à la conférence de presse annonçant le lancement du journal Libération, le 4 janvier 1973, le philosophe français Jean-Paul Sartre a déclaré : « La première chose sur laquelle on fait beaucoup d'erreurs, c'est qu'on croit que la liberté d'information, le droit à la liberté de la presse, c'est un droit du journaliste. Mais pas du tout, c'est un droit du lecteur du journal. C'est-à-dire que ce sont les gens, les gens dans la rue, les gens qui achètent le journal, qui ont le droit d'être informés. Ce sont les gens qui travaillent dans une entreprise, dans un chantier, dans un bureau qui ont le droit de savoir ce qu'il se passe et d'en tirer les conséquences. »

Le constat qui a présidé à la création de Libération est toujours d'actualité aujourd'hui. Le droit de savoir est un droit aussi fondamental que celui de s'exprimer, car l'information forge l'opinion et, partant, influence le destin politique d'une nation. Ce droit n'est pas un acquis définitif, il s'obtient et se défend par la lutte permanente, comme toutes les libertés fondamentales. L'objet de ce numéro est d'interroger l'état des médias dits classiques, dominants ou mainstream, et de questionner le rôle des médias alternatifs, libres, citoyens, indépendants, communautaires, etc. dans les sphères médiatiques belge et internationale.

Qui contrôle les médias ? Qui décide du contenu et de l'orientation des articles ? L'information produite dans les « grands médias » est-elle neutre ? Les médias méprisent-ils les mouvements sociaux ? Les médias alternatifs sont-ils les porte-voix des sans-voix ? Comment garantir l'indépendance financière des médias et empêcher la dictature publicitaire ? Bref, comment éviter que « la main qui donne » devienne « la main qui ordonne » ? Toutes ces questions sont abordées sans tabous dans ce numéro.

Pour apporter un éclairage pluriel sur ces thématiques, nous avons donné la parole à de nombreux acteurs des médias alternatifs belges et français, des mouvements sociaux, des mouvements de jeunesse et d'analyse des médias, mais aussi à une coopérative de médias indépendants en Espagne et à une agence de presse internationale.

Nous avons également mis un coup de projecteur sur une initiative belge engagée radicalement dans la lutte sociale : le Musée du Capitalisme.

EDITO

Enfin, nous présentons le Forum des Médias, un événement qui se tiendra le 17 novembre à Namur, et qui sera dédié au renforcement d'un réseau de médias alternatifs en Belgique. Ce réseau pourra s'appuyer sur un manifeste des médias alternatifs et des alternatives médiatiques, qui vise à ancrer les campagnes d'actions des médias alternatifs dans une vision et un élan communs.

Il vous reste la responsabilité à vous, lecteurs, lectrices, de défendre avec détermination et persévérance votre droit de savoir, d'avoir un accès démocratique et inconditionnel à la connaissance, bref, à votre droit d'être informés, comme le rappelait Sartre. À nous de nous saisir des outils nous permettant de mettre en branle la pensée émancipatrice et l'irrépressible moteur de la libération des peuples. Les médias sont à cet égard une pièce de choix, âprement disputée dans la lutte pour l'orientation de l'imaginaire collectif et de l'idéologie dominante. Là aussi, le rapport de force fait force de loi.

A l'instar des autres instruments de la pensée humaine, les médias seront ce que nous en ferons, comme l'évoque le slogan d'Indymedia[1] : « Don't hate the media, be the media ! ». Ce slogan provocateur épouse à merveille la conclusion de Sartre lors de son allocution de 1973 : « Quel est le moyen d'informer le peuple ? C'est de l'informer par le peuple. L'objectivité, c'est une situation vraie telle qu'elle est exprimée par la pensée populaire. Ce sont des gens qui pensent sur une situation qui est la leur. […] Le journaliste ne doit pas faire l'histoire, il ne doit pas l'interpréter. Il doit recueillir l'événement et le donner dans le journal à ceux du peuple qui n'ont pas été intéressés à l'événement en question ou qui n'en ont pas été mis au courant. Donc, il faut essentiellement que le peuple discute avec le peuple.» ■

Mikaël Doulson Alberca

[1] Indymedia (ou IMC pour Independent Media Center) est une plateforme de médias alternatifs créée aux Etats-Unis en 1999 pour couvrir les contre-manifestations de Seattle, lors de la réunion de l'OMC et du FMI. Le Centre Médias a permis à des journalistes d'échanger et d'envoyer en temps réel des renseignements, articles, photos, bandes audio et vidéo, via son site Internet. Indymedia est aujourd'hui un réseau international, qui rassemble environ 175 médias internet autonomes dans une soixantaine de pays. Cette plateforme se définit comme antisexiste, antifasciste et anticapitaliste, et développe un regard militant engagé aux côtés des mouvements sociaux. Liens : Indymedia international : https://www.indymedia.org/or/index.shtml et Indymedia belgique : https://bxl.indymedia.org/

MÉDIAS - QUEL ÉVEIL CITOYEN ?

Dans le cadre de la préparation du quatrième Forum des Médias, nous avons entrepris plusieurs démarches auprès des acteurs médiatiques – entretiens collectifs et individuels, enquêtes qualitatives, etc. Ansi, nous avons choisi de consacrer ce PluriCité aux médias, une manière de voir et de développer une information et une réflexion. Nous avons donc constitué un dossier regroupant des apports d'un ensemble d'acteurs médiatiques, chacun s'exprimant avec son style et son humeur, autour du rôle et de la définition des outils et sources d'information. De l'éducation à l'indépendance, de la neutralité à l'engagement, des synergies à la reconnaissance, une collection d'opinions, de convictions et de propositions en débat.

Un projet média pour une vraie représentation et une diversité de regards

Recueil à partir d'un entretien réalisé avec trois acteurs de Zin TV (Anne-Sophie Guillaume, Ronnie Ramirez et Maxime Kouvaras)

Zin TV est une WebTV collaborative, accessible sur www.zintv.org. Ses activités se déploient de la formation de citoyens-journalistes à la production et la diffusion de reportages vidéos, en passant par la réflexion critique. L'équipe de bénévoles couvre l'actualité nationale et internationale, en mettant l'accent sur les luttes sociales.

En tant que média citoyen, Zin TV se situe donc à l'intersection des médias alternatifs et des mouvements sociaux. Zin TV souhaite incarner un porte-voix audiovisuel démocratique et populaire mis à disposition des citoyens engagés et du monde associatif. Dans ce sens, il a développé un modèle de communication de participation citoyenne.

En parallèle de ce travail de terrain, Zin TV développe une réflexion continue sur l'indépendance des médias, sur le rôle des médias dans la société, et sur les leviers de transformation sociale par l'action citoyenne.

Contact : contact@zintv.org

Zin TV est un projet de média, qui passe par la participation citoyenne notamment, ainsi que par l'accompagnement académique des citoyens qui ont des choses à dire. Nous ne nous définissons pas comme médias alternatifs. Car en règle générale, tous les adjectifs qu'on ajoute au mot médias sont faits pour disqualifier l'autre. Nous ne sommes pas non plus un nouveau média, ni un petit média, etc. Nous voulons construire une télévision que nous allons réinventer à notre façon, avec notre propre identité, en tenant compte de choses importantes pour nous, comme la participation citoyenne. Par exemple, la jeunesse aimerait bénéficier d'un effet miroir, pouvoir se reconnaître non pas comme un consommateur, mais comme un acteur ; les femmes aimeraient pouvoir se reconnaître non pas comme des objets ou des personnes dominées, mais comme des actrices. Donc, nous travaillons avec une série de communautés, de collectivités et d'associations qui désirent être actrices dans la société et qui, pour toutes sortes de raisons, ne se retrouvent pas dans les médias mainstream ou traditionnels ; ou qui, lorsqu'ils s'y retrouvent, y sont folklorisées, ridiculisées, voire criminalisées, comme le sont par exemple les syndicats. Nous

travaillons parfois avec des syndicats, en mettant en avant leurs revendications plutôt qu'en les montrant comme des problèmes pour les usagers des transports publics, par exemple.

Nous sommes partis d'un groupe de personnes qui avaient envie de travailler sur le terrain, avec des mouvements sociaux, des organisations de jeunesse et d'autres associations. Chacun avait ses propres expériences dans le domaine des médias ou des mouvements ; Ronnie, par exemple, avait notamment une expérience avec des médias communautaires au Venezuela. On a créé ce collectif avec la volonté de mutualiser toutes ces énergies et forces. Ça part de Bruxelles, mais il y a de plus en plus de connexions ailleurs, les collaborations s'élargissent. Nous avons entre autres mis en place tout un axe de couverture de l'actualité des mouvements sociaux; c'est quelque chose de nécessaire, pour nous. Nous développons aussi des films documentaires et, depuis peu, nous essayons de créer des émissions ; avec, toujours, l'envie de faire exister un autre regard, une diversité de regards ; c'est ça qui nous définit, la pensée hétérodoxe, sans se déterminer en opposition à d'autres médias. On ne se sent pas alternatifs. On offre un autre regard, que nous considérons comme étant plus libre, moins contrôlé que dans les médias dominants, parce qu'on ne dépend pas d'intérêts liés à des financements. Bien sûr, l'enjeu du financement nous concerne aussi, mais on cherche des voies pour garantir notre indépendance.

Ronnie Ramirez

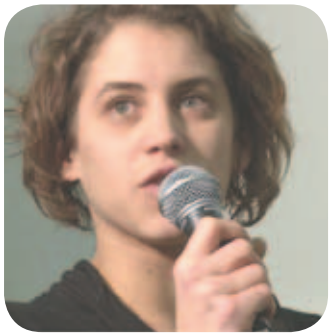
Un média de service public

Zin TV a la vocation d'être un média de service public. Car un tel média doit créer des intersections et travailler à donner une image intelligente de notre société ; non pas une image lamentable, comme on peut le voir lorsqu'on allume la télé, notamment quand y sont traités les femmes ou les immigrés. Pour nous un média de service public doit par nature travailler avec l'intelligence collective et valoriser des patrimoines intellectuels et politiques de nos communautés.

Cela implique aussi une responsabilité. Nous construisons une relation de confiance, avec les organisations avec qui nous travaillons. Nous avons déjà eu l'occasion de « faire le buzz », par rapport à certains sujets, et d'avoir une visibilité incroyable ; mais pour des raisons éthiques, on a refusé d'en profiter, car on a estimé qu'il

●●●

fallait respecter la personne filmée. Par exemple, concernant l'attentat de Paris en novembre 2015, nous avons un réseau de bénévoles pour la couverture de l'actualité des mouvements sociaux et notamment ; et une de ces bénévoles avait filmé la mère d'un des jeunes kamikazes mort à Paris. C'est une interview que tous les médias désiraient. Mais nous avons estimé que ce n'était pas diffusable en l'état, pour différentes raisons. C'est par rapport à de telles choses et de telles manières qu'on doit construire des garde-fous, garder le cap.


Anne-Sophie Guillaume

Il y a une dialectique, dans notre travail ; nous y sommes sans cesse en mouvement. La question, c'est de savoir dans quelle direction. Nous essayons systématiquement et continuellement de nouvelles choses, de nouvelles formes, puisque nous travaillons en interaction avec la société civile qui, elle aussi, est en mouvement, pleine d'initiatives, avec lesquelles nous nous articulons. L'agenda des mouvements sociaux, c'est notre agenda. Par exemple, si demain, il y a une grève, nous serons contactés par les syndicalistes, pour que nous puissions les aider à visibiliser leur action. Le rôle d'un média de service public, c'est de se mettre au service du public. Dans le même sens, un média est un intermède entre les différents acteurs de la société. Et dans ce rôle d'intermède et de service au public, nous assumons notre subjectivité, notre parti pris.

Il s'agit aussi, dans cet esprit, d'être un relai pour la parole de toutes les personnes concernées. On peut aussi noter que, si quelqu'un filme, on verra à travers son regard. Le cadre raconte ; et, au sujet de cette subjectivité assumée, on n'essaie pas de parler d'un équilibre et d'une objectivité journalistique qui serait atteinte par le simple fait de donner la parole à deux partis. La subjectivité, c'est que chacun a une individualité et ira sur le terrain avec sa manière de voir les choses – en étant à l'écoute du terrain, évidemment ; c'est une démarche documentaire.

C'est évident que lorsqu'on parle de média citoyen, on ne parle pas de tous les citoyens ; nous avons des affinités, des envies ; nous souhaitons être un moteur de transformation de la société. En stimulant et en faisant exister, en donnant une fenêtre pour que les organisations et mouvements sociaux puissent être connus et entendus. Et c'est vrai que nous opérons un choix, au niveau de ces acteurs, nous choisissons ceux qui construisent une société qu'on estime progressiste. Il y a donc un choix, au niveau des personnes à qui nous donnons la parole, et dans la manière dont on va construire cette parole.

Maxime Kouvaras

La question de l'information et du choix des sources

Sur notre site internet, il y a une rubrique qui propose une série de médias citoyens, qui sont tous l'œuvre de militants sociaux, de gens qui cherchent des solutions, du secteur progressiste. C'est ça, notre source d'information, c'est en général là qu'on puise des articles magnifiques, qu'on publie sur notre site internet ; avec cette source, que je consulte toujours en priorité, j'estime être l'homme le plus informé du monde... On lit de temps en temps la Libre Belgique ou le Soir, mais ce n'est pas notre tasse de thé. On essaie de construire notre imaginaire à partir de l'initiative de la population, des quartiers populaires,…

Ce que peut faire le citoyen, c'est de s'armer en méthodes de décryptage ; beaucoup de choses existent, pour ça ; sur le site de Zin TV, par exemple, il y a un grand nombre de sources qui peuvent servir dans ce sens. Le principe du recoupement des informations, aussi, est important. C'est en fait un travail de journaliste, mais c'est ce que nous demandons au citoyen, qu'il devienne lui-même journaliste, en quelque sorte.

Nous regardons aussi des films. Nous essayons de constituer une bibliothèque et d'échanger nos références – c'est très important, de construire des références communes ; on a tous nos propres imaginaires – par exemple, Ronnie est chilien et je suis grec. On a tous des sujets favoris ; on partage donc tout ça, et ça permet des découvertes.

Au sujet de l'idée que le citoyen devrait devenir journaliste, je trouve que c'est quelque chose d'essentiel ; et j'ajouterais que nous n'estimons pas que le journaliste soit un être supérieur, capable de l'absolue vérité, et d'être le seul communicateur sur les réalités. Les gens les vivent, alors pourquoi ne pourraient-ils pas communiquer ce qu'ils vivent ?

Rapports et synergies avec les acteurs médiatiques ou sociaux

Au sujet de nos relations avec les médias dits alternatifs, il y a une reconnaissance entre nous. Nous sommes très contents d'être reconnus par les associations de base, avec lesquelles nous faisons un travail de fond ; ces gens, ce sont les citoyens organisés, pas le citoyen comme figure abstraite ; ce sont des gens qui ont eux aussi pris l'initiative d'alimenter l'imaginaire collectif et ses actions et recherches de solutions. Nous nous mettons en réseau avec des médias avec lesquels nous nous reconnaissons, c'est-à-dire avec qui nous trouvons des points communs.

La mise en commun fonctionne bien pour la presse écrite. Concernant la télévision, nous avons tenté des alliances avec des structures de télévisons communautaires, mais les choses ne sont pas faciles, nous ne voulons pas perdre notre identité – sans vouloir l'imposer. Notre démarche n'est pas hégémonique. Certes, on voudrait bien qu'il y ait beaucoup d'autres Zin TV, autour de nous. Nous avons aidé d'autres à exister, en leur prêtant nos infrastructures – on l'a fait avec Sans papier TV et Campesina

•••

TV. Nous faisons aussi des formations avec d'autres communicateurs. Nous travaillons même à l'occasion avec des journalistes du monde institutionnel qui voient parfois en nous un espace de liberté et d'expression.

Je pense que c'est important, aussi, de parler des enjeux liés à l'enseignement ; l'éducation aux médias devrait en faire partie. Nous développons ce travail avec des associations, des organisations de jeunesses mais petit à petit, nous nous connectons aussi avec les écoles ; c'est vraiment une priorité. L'intégration de l'éducation aux médias dans l'enseignement devrait constituer une revendication importante dans tout plaidoyer en rapport avec la thématique.

Modes de financement et indépendance

Concernant notre modèle économique, nous redistribuons l'argent qui rentre entre l'ensemble des permanents, à parts égales, et non en fonction de leurs prestations. Il y a différentes sources de recettes, dont un subside emploi via l'éducation permanente – en ce qui me concerne, ça m'a permis d'être engagée à mi-temps.

Zin TV est aussi un lieu d'activités et de rencontre et de rassemblement pour les acteurs des mouvements sociaux, les jeunes, ou encore des chercheurs. Nous organisons notamment des projections-débats. Nous recevons aussi un subventionnement de la cohésion sociale, qui nous permet de développer des ateliers vidéos ; c'est ça aussi qui a motivé la création de Zin TV, le fait de pouvoir disposer d'un moyen de diffusion des productions de ces ateliers, dont on pense qu'elles amènent d'autres regards, sur toutes sortes de choses. Nous réalisons aussi des documentaires financés par des associations, ce qui contribue aussi à faire vivre le projet.

Tout financement entraîne des risques. Mais heureusement, nous n'avons pas une obligation de diffuser 24 heures sur 24, de sortir x actualités par jour. Nous pouvons donc prendre le temps, et nous voulons pouvoir continuer à le faire, pour pouvoir traiter les sujets sérieusement.

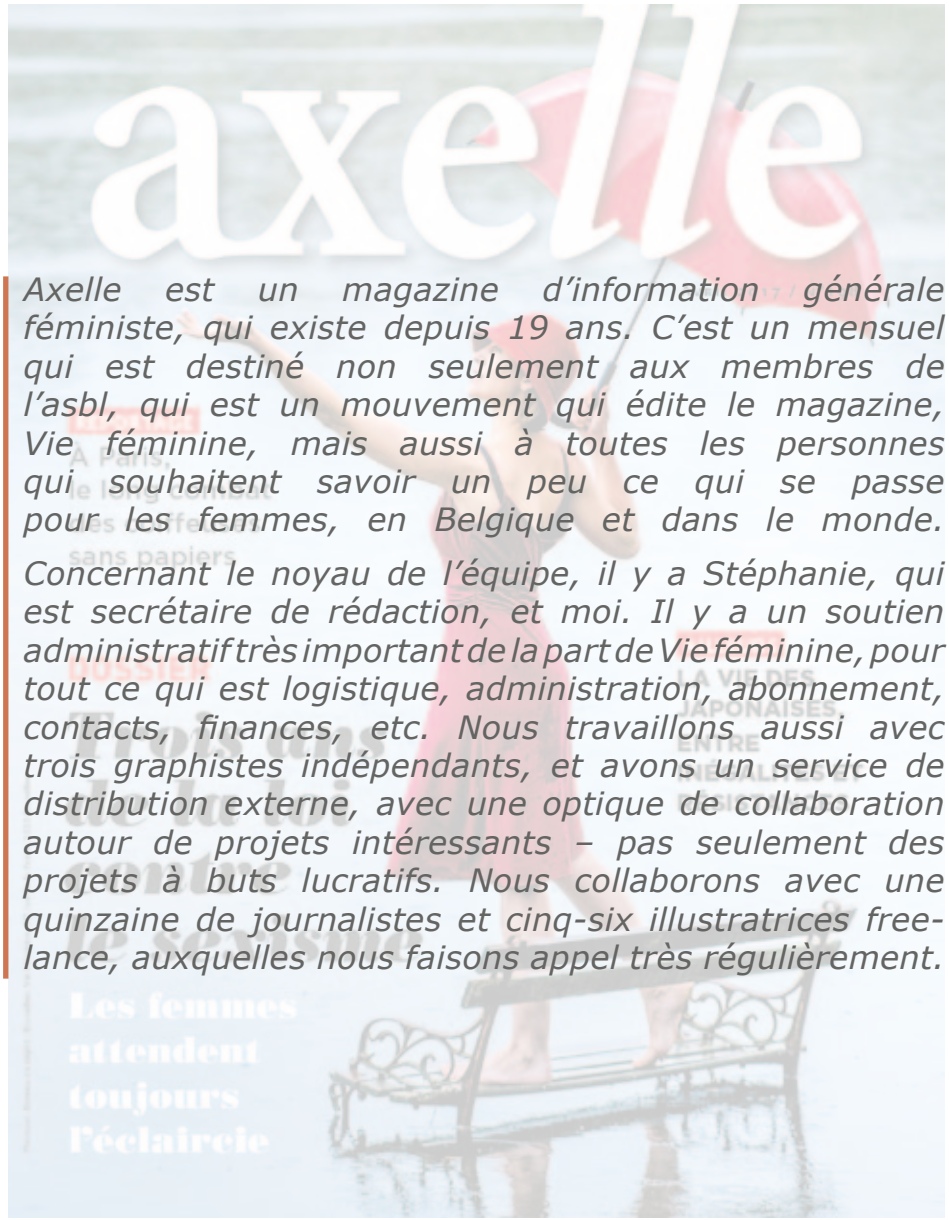
Il est clair que nous voulons être un média autonome ; et c'est la disparité et la diversité des rentrées financières qui font que, finalement, on tient sur nos deux pattes. On peut nous retirer un subside, on aura toujours par ailleurs des rentrées à travers des productions, des activités ou d'autres subventions.

Bien sûr, les financements peuvent amener leur part de contraintes, surtout si ce sont des subsides – même si nous estimons que, actuellement, ils nous laissent notre liberté ; nous sommes prêts à continuer sans eux, puisque nous sommes engagés, mais ce n'est pas tenable à long terme. Nous cherchons donc à nous financer autant que possible à d'autres sources, comme les productions. Plus généralement, nous avons toute une réflexion sur ces questions, sur des modes de fonctionnement, des garde-fous qui permettent de conserver l'éthique, de ne pas se laisser rattraper par l'argent. C'est-à-dire des assemblées générales où nos activités sont abordées de manière critique, où on s'assure de la transparence des comptes ; ou encore, notre charte, qui nous interdit par exemple de nous allier à un parti politique. Nous sommes donc indépendants, mais avec une subjectivité assumée ; nous mettons clairement en valeur un autre modèle de société, et d'autres penseurs, philosophes, économistes, etc. On invite par exemple Pierre Carles. Pourquoi ne parle-t-on pas de Correa, ici ? Parce qu'il n'y a pas une envie de changer le système économique ; nous, nous ne sommes pas pour ce modèle.

En ce qui me concerne, je pense que c'est important de pouvoir se consolider et échanger des pratiques. En France, Bastamag et d'autres médias ont trouvé des moyens de se financer. Nous avons certainement des choses à apprendre, de la part de ces coordinations de médias. Car nous restons dans des équilibres précaires. La priorité est de se consolider. Mais nous devons aussi nous connecter, nous mettre en réseaux, c'est comme ça que nous arriverons à faire des choses plus intéressantes.

Un média qui veut n'être la voix d'aucun maître

Sabine Panet, rédactrice en chef d'Axelle Mag



Axelle est un magazine d'information générale féministe, qui existe depuis 19 ans. C'est un mensuel qui est destiné non seulement aux membres de l'asbl, qui est un mouvement qui édite le magazine, Vie féminine, mais aussi à toutes les personnes qui souhaitent savoir un peu ce qui se passe pour les femmes, en Belgique et dans le monde.

Concernant le noyau de l'équipe, il y a Stéphanie, qui est secrétaire de rédaction, et moi. Il y a un soutien administratif très important de la part de Vie féminine, pour tout ce qui est logistique, administration, abonnement, contacts, finances, etc. Nous travaillons aussi avec trois graphistes indépendants, et avons un service de distribution externe, avec une optique de collaboration autour de projets intéressants – pas seulement des projets à buts lucratifs. Nous collaborons avec une quinzaine de journalistes et cinq-six illustratrices free-lance, auxquelles nous faisons appel très régulièrement.

Chez Axelle le financement se fait principalement dans le cadre de nos activités au sein de *vie féminine* – donc par l'éducation permanente. Il y a aussi des rentrées financières par nos abonnements, ainsi que par les rares publicités qui paraissent dans nos magazines. À propos de ce point complexe, comme beaucoup de médias en Belgique, nous avons une régie pub. C'est tout un débat. En ce moment, nous sommes particulièrement en réflexion, par rapport à ça. La régie pub nous fait des propositions, et c'est nous qui décidons si nous prenons ou non les publicités en question. Et quand on ne les prend pas, je fais toujours l'effort de leur expliquer pourquoi – que ce soit à cause d'aspects sexistes, racistes ou d'autres stéréotypes encore ; mais on reçoit rarement des retours ; et on se rend compte que cette régie pub a aussi un peu tendance à nous mettre dans une petite

•••

case. Et nous sommes vraiment en train de nous demander dans quelle mesure nous ne devrions pas réfléchir autrement, au sujet de ces questions. Il faut prendre le temps d'y penser. De toute façon, les recettes qui proviennent de cette source ont énormément baissé, ce qui correspond aussi à un mouvement général. On nous propose peu de publicités, et, parmi celles qu'on nous propose, il y en a peu qui nous conviennent – ce qui est évidemment en lien avec notre identité et notre ligne éditoriale.

En tout cas, personnellement, j'ai vraiment l'impression de travailler en toute indépendance, dans le sens où Vie féminine ne contrôle pas nos contenus. Il y a pour moi un énorme avantage à être un magazine d'info générale édité par un mouvement féministe, parce que ça nous met en lien avec ce que vivent les femmes en Belgique, d'une façon particulièrement riche. On a accès à des informations incroyables.

Me concernant, je travaille ici à peu près trois semaines par mois et, le reste du temps, en bouclage, je travaille à la maison. Quand je suis ici ou en déplacement, je reçois des coups de fil, des mails, des courriers, des lettres de femmes qui s'adressent à Axelle en pointant un sujet, une histoire, une information. Ou bien, il s'agit de personnes de Vie féminine qui me parlent d'une chose incroyable, d'un scandale dans tel village, dans telle région du pays ; ou au contraire, il s'agit du fait que des femmes se sont mobilisées autour de telle ou telle action. Tout ça nous donne accès à une immense quantité d'information, ce qui est très précieux ; c'est pourquoi un tel média qui s'intéresse aux femmes, en Belgique, c'est inestimable.

On a bien sûr une éthique et des valeurs, qui sont évidemment en lien avec le mouvement de défense des femmes, sinon on ne travaillerait pas pour Axelle. Donc pour moi, ce travail, c'est vraiment un ancrage historique, éthique, politique, en même temps qu'un accès à des histoires, le tout avec énormément de liberté.

Pour en revenir au rapport Axelle – Vie Féminine, une des responsables du mouvement a dit : « Axelle, ce n'est pas la voix de son maître » ; et en effet, nous ne sommes pas le département de communication de Vie féminine. Forcément, parfois, on a envie de parler de ce qui se passe au sein du mouvement, parce que c'est intéressant à titre général ; mais on ne fait même plus de page ou d'information sur la vie du mouvement en région, on a retiré ces pages pour que ce soit plus clair. Dans le passé, c'est vrai que les choses étaient plus floues, certaines lectrices se demandaient si Axelle était le magazine du mouvement ou un magazine général. Vie féminine à bientôt 100 ans ; c'est donc un mouvement qui a vraiment une longue histoire et qui a toujours eu des publications, en partie plus militantes, plus internes, sur ce qui se passait en région, etc. Et ça a été une volonté des femmes du mouvement de créer un magazine grand public et avec un traitement journalistique des infos. Je pense que c'est un choix très intéressant, et pas du tout un grand écart :

il s'agit de tirer le meilleur, d'une part, de ce que permet un mouvement en matière d'accès à l'information et, d'autre part, du traitement journalistique de l'information.

Concernant la manière dont les décisions sont prises, elles le sont en tout petit comité. C'est Stéphanie et moi qui discutons. Après, il y a des dossiers sur lesquels on s'ouvre, ainsi que des numéros hors-série. Mais on est trop petits pour faire une réunion de direction toutes les semaines ou même toutes les deux semaines. Donc quand on doit décider de la façon dont on va raconter telle histoire, qui on va interviewer et comment on va angler, etc., ça se fait le plus souvent entre Stéphanie et moi et les journalistes qui font les propositions, plus éventuellement le ou la photographe, l'illustrateur/trice, pour voir comment est-ce que l'image peut compléter le texte, l'ouvrir autrement. Et puis, ça évolue, en fonction de l'actualité et d'autres choses.

Pour des sujets plus politiques, on ouvre le plus largement ; et ça m'arrive de travailler avec le bureau d'étude de Vie féminine. Par exemple pour le dernier numéro, la responsable de ce bureau d'étude, Cécile, a fait une analyse politique sur la note d'orientation de Zuhal Demir, qui est notre secrétaire d'État à l'égalité, à la politique scientifique, à la lutte contre la pauvreté, à l'égalité des chances, et qui est extrêmement peu connue, en francophonie comme en Flandre. Cécile a écrit un article journalistique d'analyse politique sur le sujet, en interviewant une politologue flamande, Petra Meir. C'était vraiment très intéressant que ce soit cette collègue de notre bureau d'étude qui ait travaillé sur ce sujet, parce qu'elle a ce regard d'analyse politique, et toute une série d'outils et de connaissances en lien avec son travail. Donc, je ne suis pas dans la quête effrénée de couper les liens avec Vie féminine, au contraire, je prends tout ce qui est bon à prendre, dans ces liens, y compris nos grilles d'analyse, nos lectures politiques et critiques qui, pour moi, sont des outils journalistiques extrêmement intéressants.

Femmes et médias

En résumé (car c'est un sujet très complexe), il faut regarder les chiffres de l'association des journalistes professionnels, qui fait faire une étude universitaire environ tous les cinq ans. La plus récente révèle des chiffres complètement effarants sur le manque total de diversité dans la presse écrite francophone. Je crois que concernant la télévision, les chiffres sont un peu moins calamiteux, mais il n'y a qu'à regarder qui présente l'info sur la première, en radio, pour se faire une petite idée de qui fait l'actu en Belgique. L'AJP a bien sûr aussi analysé les contenus et s'est rendu compte que les femmes représentaient 18% de l'info. Donc 82% de l'info en presse écrite, aujourd'hui, en Belgique, concernent les hommes.

En tant que lectrice et que lecteur de média, qu'est-ce qu'on voit du monde ? Qu'est-ce que les médias nous donnent à voir ? Eh bien, ils nous donnent à voir un monde masculin. Et évidemment, ça pose plein de questions ; quelle est la place des femmes dans ce monde-là ? Quels outils

utilise-t-on pour ne parler que de ces mondes masculins ? Quels outils différents pour remettre les choses à l'endroit, c'est-à-dire centrer les choses sur ce qui fait du sens, sur ce qui créé du lien,… ? Et pour moi, c'est aussi toute la question de savoir comment faire du journalisme qui prenne soin de la société ; je pense qu'aborder le journalisme comme ça, c'est évidemment hyper féministe. J'ai toute une théorie sur le sujet, qui s'élabore petit à petit ; je pense qu'à Axelle, on fait un journalisme qui prend soin, qui créé du lien, du caring journalism. Justement, on a sorti l'année dernière tout un numéro sur le soin aux autres. On a réfléchi notamment sur les raisons pour lesquelles ce sont encore majoritairement les femmes qui prennent soin, dans la société, que ce soit à titre privé ou à titre professionnel ; et aussi sur leurs sentiments par rapport à ça. Ce n'est d'ailleurs pas uniquement quelque chose de négatif, mais aussi une fierté ; car les femmes se rendent compte à quel point ce qu'elles font là fait tenir ensemble beaucoup de choses, dans la société, même si elles voulaient que leurs actions soient partagées, prises en charge collectivement.

Mais il faut aussi noter que ce caring journalism, ce n'est pas du tout être bienveillant avec tout le monde, être « bisounours » ; c'est juste avoir cette vision de la société, cette volonté, tout en étant critique. C'est prendre soin des personnes qu'on rencontre, de nos lectrices, comme de l'ensemble de la société.

Dans ce sens, et de notre point de vue, nous sommes forcément alternatifs, au vu des chiffres que je viens de donner. À partir du moment où les femmes ne représentent que 18% de l'information, le fait que pour nous, elles représentent 100% de nos contenus, c'est déjà totalement subversif et alternatif. Le jour où les médias donneront à voir un monde qui ressemble vraiment à la réalité, peut-être qu'on sera un peu moins alternatifs ; même si, à mon avis, on est alternatifs à bien d'autres égards qu'au niveau de cette question de représentation – qui est cependant tout à fait fondamentale. Quand Axelle a été créé, il y a 19 ans, les femmes n'étaient nulle part, dans l'info ; et on ne peut pas se dire qu'en 19 ans, les choses ont évolué ; au contraire, c'est vraiment hallucinant d'en être encore là, en 2017, en Belgique.

Visions, modèles, sources d'information

Bien sûr, quand on parle de média alternatif, il s'agit aussi d'une façon de pratiquer le journalisme et d'un regard posé sur la société, qui est effectivement différent en termes de vision, de modèle économique. Les lectures féministes qu'on a du monde nous aident à raconter des histoires plus complexes. Ce qui n'empêche pas la contradiction, le débat, au contraire. Et je ne juge pas du tout ceux qui pratiquent ce journalisme-là. Au contraire, ils font ce qu'ils peuvent avec les outils qu'ils ont et la liberté qu'on leur accorde. Mais nos lectures et nos visions, ce sont pour nous des outils pour décortiquer la réalité et aller plus loin dans les histoires qu'on raconte, pour mettre en lumière des choses qui sont tues, dans la société. Par exemple, autour du 25 novembre, pour la journée internationale contre les violences envers les femmes, on va publier tout une série de témoignages de femmes victimes de différents types de violence. Et ce n'est pas dans l'optique de raconter des histoires racoleuses pour avoir du trafic sur ta page internet, non, c'est au contraire dans cette vision de prise de soin de la société.

Bien sûr, il y a beaucoup d'autres facteurs qui jouent, en plus du modèle économique. Mais c'est certain que ce modèle fausse complètement le rapport au métier. Les journalistes en souffrent énormément, ils sont maltraités, dans les rédactions. Comment pourraient-ils faire correctement leur métier, dans ces conditions ? On ne devient pas journaliste pour créer du trafic sur la page d'info d'un grand quotidien ; on suit plutôt des idéaux, des exemples, comme Nellie Bly ou Jack London, on voudrait contribuer à changer le monde, en racontant, en faisant connaître des histoires. Comment est-ce que, dans ce parcours parti d'un rêve, on se retrouve maltraité dans son métier, à devoir faire du clic, à publier un très bon reportage dont, finalement, le titre va être transformé en quelque chose de racoleur, alors qu'on s'était mis d'accord avec les personnes interviewées pour que ce titre ne contienne pas certains mots, qui ne respecteraient pas leur parole. Toute cette parcellisation de la prise de décision rend la cohérence et la vision politique d'un média extrêmement compliquées.

Les sujets nous sont proposés par des femmes, des lectrices, des journalistes,… ; et petit à petit, le sujet se tricote, on discute de la façon dont on va le raconter, l'illustrer, de l'ampleur qu'on va lui donner, etc., on co-construit tout ça avec la journaliste, qui ne perd jamais le contrôle sur son texte.

Mais en travaillant en tant que journaliste pour des publications belges ou françaises, j'ai très souvent vu mes articles tronqués, coupés, titrés différemment et, chaque fois, on se sent alors trahi. Bien sûr, on peut discuter, il peut y avoir de très bonnes raisons pour changer un titre, par exemple ; mais il faut au minimum un espace de dialogue entre les journalistes et

•••

la rédaction, parce que c'est le journaliste qui signe son papier ; c'est quelque chose d'absolument fondamental. Et ce simple espace de dialogue, il s'est perdu dans toute une série de médias dominants, j'ai pu l'observer dans beaucoup de médias où j'ai eu l'occasion de travailler. On rend son papier et on le retrouve un mois plus tard avec un autre titre et des photos qui nous mettent totalement mal à l'aise.

Bien sûr, ce serait intéressant de demander aux journalistes qui travaillent avec Axelle pour savoir comment elles vivent les choses, de leur côté. Parce que moi, j'ai évidemment mon prisme de rédac' chef. Mais on essaie d'être toujours dans le dialogue ; par exemple, je voulais un jour qu'une journaliste intègre dans son article un élément que je trouvais extrêmement important ; mais ça la mettait mal à l'aise, pour différentes raisons, et je ne lui ai donc pas imposé ça ; c'est son papier, c'est son choix, c'est elle qui engage sa responsabilité. On a aussi notre responsabilité en tant que rédaction ; mais si on veut faire un ajout avec lequel une journaliste est mal à l'aise, on le fait alors dans un petit encart de la rédaction. Il ne s'agit pas seulement de confiance, mais aussi de cohérence, et de considérer l'histoire comme un tout, en prenant aussi en compte les conséquences possibles sur les femmes qui s'expriment. Le pire, pour moi, ce serait qu'une femme nous raconte une histoire puis qu'elle se sente trahie en lisant l'article qu'on en a tiré. Pour moi, il faut prendre en compte le tout, pas seulement les journalistes et nous,

mais aussi les femmes qui nous racontent les histoires, celles à qui on va poser des questions. Je parle d'elles comme témoins ou interlocutrices de terrain. Evidemment, on octroie un sort tout à fait différent au politique.

Pour moi, les médias sont un pilier fondamental de la démocratie. Dans une démocratie qui fonctionne, on a des médias qui fonctionnent, c'est-à-dire qui sont libres, tout en respectant le jeu démocratique. Donc pour moi, le fait que, dans des démocraties, les femmes soient tellement sous-représentées dans les médias, c'est vraiment très problématique. Qu'est-ce que ça veut dire sur notre

démocratie ? Et donc évidemment, notre rôle médiatique, chez Axelle, on le voit comme celui de passeuses d'histoires ; et notre façon à nous de passer des histoires, c'est de les raconter comme ça, sous format journalistique, au sein d'un magazine qui s'appelle Axelle, qui fait 48 pages, qui est illustré, qui est en couleur,... C'est comme ça que je vois notre rôle.

Au sujet de la question de l'information au quotidien, je pense qu'il y a beaucoup de voies différentes. Me concernant, je m'informe en écoutant la radio, en lisant les contenus web, la presse,… Je vais chez le libraire, je discute avec les gens. Et je lis aussi les réseaux sociaux.

Par contre, je me sentirais mal à l'aise si je devais conseiller les autres, à ce sujet. En tout cas, je pense que c'est intéressant, par exemple, d'échanger avec de bons libraires indépendants, et à d'autres acteurs de la diffusion de publications qui présentent un certain intérêt. Et ça dépend des sujets sur lesquels les personnes concernées veulent s'informer. Mais je crois que c'est intéressant de discuter avec toutes sortes de personnes, que ça peut nous aider à faire des choix dans les médias ; et aussi qu'il ne faut pas hésiter à être infidèle et à envoyer balader un média qui ne nous a pas satisfaits ; je pense que c'est très bien d'essayer beaucoup de choses différentes. Dans les médias dominants, il peut y avoir des choses merveilleuses, dans les médias alternatifs, il peut y avoir des trucs scandaleux. Globalement, c'est plutôt l'inverse qui se produit, mais je ne mets rien à la poubelle d'office, en ce qui concerne les médias démocratiques et progressistes.

MÉDIAS ALTERNATIFS : REGARDS ET APPROCHES CROISÉES

Médias alternatifs ou alternatives médiatiques, médias libres ou d'opinions,... Des intitulés et qualificatifs qui s'affrontent, se croisent, s'opposent ou se côtoient, à la recherche d'une définition susceptible de les distinguer, de les différencier des médias généraux ou mainstream, ainsi que pour donner un sens à une information libre et indépendante de toute contrainte économique ou politique.

Une série d'auteurs médiatiques ont accepté de participer à ce jeu de définition et d'approche.

Voici une sélection de leurs propos.

Un média alternatif est un média qui se différencie des médias traditionnels par sa structure et son fonctionnement ainsi que par l'information qu'il diffuse. La littérature sur l'analyse critique des médias est assez riche pour nous permettre d'affirmer que les médias traditionnels sont unanimes sur toute une série de grandes questions et se font les vecteurs de l'idéologie dominante. Le problème n'est pas tant que TF1 ou Le Monde défende tel ou tel point de vue. C'est leur droit. Le problème se pose lorsque tous les médias traditionnels développent la même approche éditoriale. Cela se reflète sur des sujets comme les guerres de l'Otan, notre modèle économique, notre modèle de société… Par conséquent, des médias alternatifs sont nécessaires pour contribuer à la diversité de l'information, condition essentielle au bon fonctionnement d'une démocratie.

INVESTIG'ACTION

Grégoire LALIEU
(animateur de rédaction)

Un média qui sort des rails. Dans le cas concret de Médor, voici les éléments qui nous placent dans la catégorie des médias alternatifs : coopérative, décisions communes, rédaction en chef tournante, structure horizontale, logiciels libres, salaires décents pour tous, transparence des comptes…

Les pratiques développées au sein de la structure ont été créées en réponse à des manquements identifiés dans le paysage médiatique belge francophone et bruxellois.

Le travail journalistique est de plus en plus soumis à une pression économique. Isolé, le journaliste indépendant se doit d'aller vite pour devenir « rentable » et il n'y a (presque) plus d'espace pour développer des travaux d'écriture ambitieux avec un encadrement adapté. La précarisation du journalisme amène une information de faible qualité, vite écrite, vite périmée. Médor propose également un modèle social tout à fait innovant. À une époque où l'isolement et la précarité du freelance renforcent la concurrence, l'épuisement et les coups bas, nous avons tout misé sur la convivialité, la solidarité et la coopération.

Les fondateurs de Médor

Un média qui s'oppose à l'hégémonie dominante de deux manières :

- parler de sujets non mis en avant par les médias traditionnels
- traiter les sujets avec un angle différent des médias traditionnels

Robin VAN LEECKWYCK
(coordinateur)

Une certaine distanciation par rapport au terme « alternatif » est nécessaire. Un média libre doit selon nous avoir une ligne éditoriale qui, de façon explicite ou tacite, n'a aucunement sa ligne éditoriale dictée par de quelconques intérêts économiques, qu'ils relèvent de partis politiques, de syndicats, ou encore de structures industrielles comme c'est le cas pour les médias principaux dans les pays occidentaux.

Il ne peut donc se contenter d'être « alternatif », de coexister à côté des « autres ». Son existence même repose en effet sur le fait que « les autres » ne font pas ce qu'il faudrait faire, à savoir informer librement les gens et leur fournir la conscience qui mène à l'action.

Dans les sujets qu'il traite, un média libre ne peut donc faire fi de la critique médiatique et doit décrire, analyser les médias de masse pour offrir au lecteur la possibilité de comprendre comment ils forment leur façon de penser, souvent à leur insu.

Alexandre Penasse
(rédacteur en chef)

Un média qui prend le temps, qui propose autre chose que des actualités et des dépêches, qui est un contre-pouvoir, qui n'est pas mainstream

Emilien HOMME
(chargé de diffusion/communication)

Un média alternatif est un projet indépendant de partis politiques, grandes entreprises et pouvoirs économiques de tout type, ce qui lui permet de diffuser des informations sensibles sans être soumis à des conflits d'intérêts. C'est aussi un média engagé à un changement social, proche des mouvements sociaux et de la société organisée. Un média qui centre son attention sur l'impact des politiques sur la vie des personnes et sur les alternatives et propositions qui viennent de la société civile.

Gladys MARTINEZ LOPEZ
(coordinatrice de l'International)

C'est un média en dehors du circuit traditionnel ; un média alternatif est à l'opposé d'un média mainstream, dominant. Parfois populaire, parfois méconnu… Contient potentiellement des idées novatrices, voire subversives, mais pas forcément… Parfois anti-pouvoir, parfois conservateur. Parfois consensuel, parfois incisif et s'adressant à un public de niche…
Les médias alternatifs montrent peu de liens avec la télé. Ils sont principalement le fruit de la culture Web et ont vu leur nombre grandement augmenter avec l'évolution de l'ère numérique. Il existe aussi une presse alternative, qui privilégie l'investigation au scoop. Cette presse peut être produite sur le Web ou sortir, « à l'ancienne », en format papier.
De plus, un média alternatif se veut plus proche du citoyen et par conséquent moins élitiste. Enfin, la gratuité et l'indépendance sont des concepts récurrents des médias alternatifs.

Jérémie Degives
(animateur média)

ILS ONT DIT AUSSI...

" Entre les médias et le pouvoir politique il y a plutôt un rapport d'horizontalité qu'un rapport hiérarchique qui subordonnerait les politiques aux caciques de l'information. En France, par exemple, des journaux comme Le Monde et Libération sont forcés de garder une teinture centre-gauche – au sens parlementaire, pas nécessairement au sens que nous lui donnons vous et moi (...) Le pouvoir médiatique est un pouvoir d'autant plus déterminant qu'en France, singulièrement, l'ensemble des journaux de grande diffusion ont tous été rachetés par le grand capital. On ne peut donc pas attendre d'eux autre chose que ce qui est favorable à ce grand capital "

Alain BADIOU (1937-)

" Les forces de répression n'empêchent pas les gens de s'exprimer, elles les forcent au contraire à s'exprimer. Douceur de n'avoir rien à dire, droit de n'avoir rien à dire, puisque c'est la condition pour que se forme quelque chose de rare ou de raréfié qui mériterait un peu d'être dit. Ce dont on crève actuellement, ce n'est pas du brouillage, c'est des propositions qui n'ont aucun intérêt. "

Gilles DELEUZE (1925-1995)

" La liberté d'opinion est une farce si l'information sur les faits n'est pas garantie et si ce ne sont pas les faits eux-mêmes qui font l'objet du débat. "

Hannah ARENDT (1906-1975)

" La fonction sociétale des médias n'est absolument pas d'assurer au public la possibilité d'exercer un contrôle significatif sur les mécanismes politiques » en lui offrant « l'information requise pour s'acquitter au mieux de ses responsabilités politiques ». Au contraire, elle est plutôt d'inculquer et de faire valoir ou prévaloir les objectifs économiques, sociaux et politiques de groupes privilégiés qui dominent la société civile et l'État. "

Noam CHOMSKY (1928-)

" Un journaliste libre […] ne publie rien qui puisse exciter à la haine ou provoquer le désespoir. […] En face de la marée montante de la bêtise, il est nécessaire également d'opposer quelques refus. […] Un journal libre se mesure autant à ce qu'il dit qu'à ce qu'il ne dit pas. "

Albert CAMUS (1913-1960)

" Les guerres naissent du fait que les diplomates mentent aux journalistes et croient ensuite ce qu'ils lisent dans les journaux. "

Karl KRAUS (1874-1936)

" Vous en savez déjà suffisamment. Moi aussi. Ce ne sont pas les informations qui nous font défaut. Ce qui nous manque, c'est le courage de comprendre ce que nous savons et d'en tirer les conséquences. "

Sven LINDQVIST (1932-)

" Si vous ne lisez pas le journal, vous n'êtes pas informé. Si vous lisez le journal, vous êtes mal informé. "

Mark TWAIN – de son vrai nom Samuel Langhorne CLEMENS (1835-1910)

" À l'avenir, on fera aimer aux gens leur servitude, ce qui produira une dictature sans pleurs, une sorte de camp de concentration sans douleur pour des sociétés entières, avec des citoyens privés de leurs libertés mais qui aimeront cette situation, parce qu'ils seront détournés de tout désir de se rebeller par la propagande ou le lavage de cerveau, appuyé ou non par des méthodes pharmacologiques. "

Aldous Leonard HUXLEY (1894-1963)

" La manipulation consciente et intelligente des habitudes organisées et des opinions des masses est un élément important dans une société démocratique. Ceux qui manipulent ce mécanisme invisible de la société constituent un gouvernement invisible qui est le vrai pouvoir de gouverner un pays. "

Edward BERNAYS (1891-1995)

" Les médias sont les entités les plus puissantes sur terre. Ils ont le pouvoir de rendre les innocents coupables et de faire des coupables des innocents. Et c'est ça le pouvoir. Parce qu'ils contrôlent l'esprit des masses. "

Malcom X (1925-1965)

" La désinformation est devenue une arme de guerre assumée. Avant, on essayait de tromper l'ennemi ; mais aujourd'hui, c'est la population qui est systématiquement et ouvertement induite en erreur. C'est même un désastre quand les propagandistes qui manipulent complètement le paysage médiatique s'empêtrent dans le filet de leurs propres mensonges et obsessions, quand ils deviennent les victimes de leurs propres phantasmes. "

Peter SCHOLL-LATOUR (1924-2014)

Alternatif n'est pas forcément marginal : Mediapart

Le droit de savoir, pour un journaliste comme pour un citoyen, est essentiel. Pour être un citoyen actif, j'ai besoin d'être informé, de connaître l'économie, de savoir comment fonctionnent les paradis fiscaux et la corruption – d'où le journalisme d'investigation que je défends.

Edwy Plenel
cofondateur de Mediapart

Mediapart est un site web d'information français créé en 2008 par François Bonnet, Gérard Desportes, Laurent Mauduit et Edwy Plenel. Il héberge non seulement des articles écrits par la rédaction (« le journal »), mais aussi des textes de lecteurs (« le club »), ce qui en fait un média hautement participatif.

Edwy Plenel nous éclaire sur le fonctionnement de Mediapart et son positionnement vis-à-vis de la société civile.

MEDIAPART
https://www.mediapart.fr/

Cdc : Quel est le rôle de Mediapart en regard des mouvements sociaux ?

E. P. : Notre conviction, à Mediapart, c'est que nous devons accompagner les mouvements sociaux dans leur diversité et leur pluralité, en combattant tout sectarisme. Nous sommes un journal indépendant, nous n'allons pas soutenir telle force politique ou tel groupe partisan. En revanche, nous devons être le lieu qui donne la parole à toutes les initiatives venant de la société, de ses résistances concrètes, des associations, des ONG, etc. Nous sommes un journal numérique, donc participatif. On y trouve les informations des journalistes, mais aussi l'agora de tous ceux qui y viennent. Mediapart organise des événements et des émissions en live, où les associations viennent raconter leurs expériences concrètes. Nous sommes indépendants de tel ou tel parti, mais nous ne sommes pas indépendants de la société. Nous sommes avec la société et nous l'accompagnons. Tout en l'informant, et parfois en la dérangeant par nos informations.

Cdc : Une fédération des médias libres serait-elle une bonne chose pour donner

•••

de la visibilité à toutes ces initiatives et augmenter la portée du porte-voix citoyen ?

E. P. : Il faut chercher des coordinations. Evidemment, on a tous d'abord à défendre notre existence. Dans le cas de Mediapart, notre objectif est de construire notre indépendance. Mediapart veut être dans un modèle de «non-profit», d'un contrôle sans actionnaires et sans dividendes, et où les profits servent soit au développement de Mediapart, soit à aider d'autres initiatives. Nous avons plusieurs projets, pour les trois ans qui viennent. Par le rôle que nous jouons aujourd'hui comme réussite dans l'univers de la presse en ligne, nous aimerions être le carrefour qui aide à fédérer et faire se rencontrer l'ensemble de ces initiatives.

Cdc : Quid d'un réseau de médias indépendants à l'échelle européenne ?

E. P. : Il faut cela. Mais en tant que journaliste professionnel, je pense qu'il faut que chacun soit son propre média. Toutes sortes de mouvements n'ont pas besoin de passer par nous pour faire connaître leur cause et produire du journalisme alternatif. C'est mon lieu de militantisme dans ma profession. Je me bats contre la gratuité publicitaire, et pour montrer qu'il peut y avoir des emplois non précaires avec du journalisme indépendant. En Espagne, par exemple, nous avons un partenaire : InfoLibre, qui est un journal indépendant en ligne. Je m'engage sur le terrain de la crise de la presse démocratique pour qu'elle ne soit pas totalement corrompue par l'ensemble des oligarques et que nous puissions profiter de ce bouillonnement pour inventer une nouvelle presse. Il ne faut pas croire qu'il suffit de penser politiquement juste pour informer vrai. Ma conviction ne me suffit pas à comprendre le réel, car ma conviction peut faire que je ne voie pas une partie du réel, que je sois en partie aveugle. Mon combat est de montrer - dans ce contexte-là et en lien avec l'attente de la société - comment peut renaître un journalisme des origines, c'est-à-dire d'un journalisme indépendant, au service du public et de son droit de savoir.

Cdc : Comment le citoyen peut-il faire le tri parmi l'abondance d'informations qui l'assaille ? Comment peut-il s'orienter et bien s'informer ?

E. P. : S'informer, ça fatigue. Je défends l'idée qu'il y a des lieux de destination, sur internet. Contre le flux continu, contre l'immédiateté, contre les formats courts. Un journal comme Mediapart n'est pas clos derrière le fait qu'il faut être abonné pour le lire. Le participatif, le Club de Médiapart, les résumés de nos articles sont en accès libre. A partir de Mediapart, l'internaute peut aller visiter d'autres lieux. Je pense qu'il faut choisir son journal, même si l'on n'est pas d'accord avec tel éditorial ou telle analyse, il faut choisir le journal que l'on estime être son journal utile. Puis, on peut faire des compléments. Mediapart a l'ambition d'être ce journal de référence en langue française, né des aspirations démocratiques de la révolution numérique.

Les nouveaux médias, entre l'alternative et les liens avec les classiques

Usul, vidéaste

Usul (pseudonyme) est un vidéaste français extrêmement populaire auprès de la jeunesse, qui livre ses analyses sur des sujets d'actualité et des thématiques liées à l'économie, aux médias, à la politique... Il bénéficie de plus de 200.000 abonnés sur sa chaîne YouTube. Il nous donne sa vision du rôle des médias alternatifs en général, et des YouTubeurs et YouTubeuses en particulier.

Pour voir ses vidéos, c'est ici : https://www.youtube.com/user/MrUsul2000

Usul : Je suis vidéaste. D'aucuns disent «You Tubeur» mais je n'aime pas cette appellation, car j'ai fait des vidéos avant la naissance de YouTube et j'en ferai encore après. Je fais de l'éducation populaire, mais aussi du divertissement, avec une visée militante et politique.

Cdc : Est-ce que ta chaîne YouTube peut être considérée comme un média alternatif ?

U. : Oui, bien sûr. Au début j'avais un rêve, c'était que tout le monde devienne média, pour pouvoir casser la verticalité. Au fur et à mesure, je m'aperçois que ça ne peut pas se passer comme ça ; car même quand on laisse la parole à tout le monde, tout le monde ne la prend pas, chacun n'a pas des dispositions à la prendre ou des choses à dire ; et chacun ne se sent pas assuré pour le faire. Mon idée n'était pas d'être un autre média, fût-il alternatif, c'était d'influer sur l'imaginaire collectif. Je ne sacralise ni l'indépendance, ni l'alternatif. [La chaîne de TV française] LCI m'a proposé de participer à ses émissions en tant qu'expert ; je pense que je vais finir par le faire aussi. Il faut être partout. C'est une bataille.

Cdc : Quels liens entretiens-tu avec les médias classiques, et quels liens avec les médias alternatifs ?

U. : Mediapart, c'est un média alternatif ?

Cdc : C'est toute la question...

U. : Je viens de regarder un documentaire passionnant, « Les gens du Monde », sorti en 2014. C'est d'Yves Jeuland, qui avait retracé l'histoire du communisme

•••

en documentaire. Son film suit la vie de la rédaction du journal Le Monde. Ce dont on s'aperçoit, c'est qu'une rédaction est toujours plurielle. Nous, qui ne recevons que des bribes et qui n'avons accès qu'à la synthèse finale du travail, ou de ce qu'on retiendra de cette synthèse, nous avons l'impression que les médias sont monolithiques. Pendant la campagne présidentielle [française, de 2017], j'étais chez Mediapart, et je voyais dans la rédaction des tendances diverses. Certains allaient voter Benoît Hamon [Parti Socialiste], d'autres allaient voter Jean-Luc Mélenchon [La France Insoumise]... Ce n'était la diversité que de la Gauche, mais c'était quand même varié. Je pense qu'il y a des espaces à prendre, car les médias sont des lieux de lutte, où s'expriment aussi des micro-résistances – ce que l'on ne retrouve pas dans les visions complotistes. J'ai assez confiance en les journalistes. C'est l'un des rares métiers vocationnels, comme celui d'enseignant. Les journalistes se font une certaine idée de leur métier. Or, ils se retrouvent pris dans des cadres où – à cause des structures même des entreprises de presse – ils ne sont pas en mesure de faire ce qu'ils aimeraient pouvoir faire. A cause de cette tension sont nées beaucoup de crises, ces dernières années. Mediapart est né aussi de cela, comme également le site internet Lesjours.fr, composé de journalistes partis du journal Libération. Il y a aussi eu une grève à I-Télé, l'année dernière.

Il y a des luttes. Les médias, ce sont autant de petits espaces de lutte et de rédactions plurielles. Ça vaut le coup d'y aller, de ne pas les voir comme des structures monolithiques dans lesquelles «on ne pourrait rien faire». Si on ne peut rien faire, c'est qu'il y a eu un consensus duquel on est sorti perdant, à un moment, et qui est toujours rediscutable, à remettre sur la table. Il faut valoriser les luttes à l'intérieur même des médias. Pour cela, il faut bien connaître l'écosystème médiatique.

Cdc : Comment évaluer l'impact des médias alternatifs en général, et des YouTubeurs en particulier ?

U. : J'ai regardé le nombre de tirages du journal Libération : en 2008-2009, ils étaient à 170.000 exemplaires ; ils sont à 76.000 aujourd'hui. Plus personne ne lit ça. C'est cette presse là qui est minoritaire et alternative, presque. Elle le serait si elle ne bénéficiait pas de reprise. Or, qui lit la presse ? C'est la presse elle-même. L'endogamie de la presse fait que ce qu'il y a dans Libé le matin est repris dans Télématin, puis au 13h, qui donne une source d'inspiration pour la rédaction

de l'audiovisuel. Eux, par contre, sont regardés. Les gens s'informent beaucoup comme ça.

Cdc : Comment se fait la formation des journalistes de l'audiovisuel ?

U. : Un professeur d'une école de journalisme me rapportait que les élèves traitaient leurs sujets sur le modèle de BFM TV [chaîne d'information française] car ils ont l'impression que c'est ce que l'institution attend d'eux. Ils veulent montrer qu'ils savent déjà, qu'ils ont déjà tout compris, qu'ils savent se conformer à ce que demande l'institution. Pourtant, lorsqu'on interroge ces mêmes élèves, ils admettent ne pas regarder la télé. Les jeunes qui veulent s'informer – y compris les journalistes – vont sur internet. Ainsi, les médias alternatifs gagnent en puissance. Mediapart a pris 30.000 abonnés pendant la campagne présidentielle, pour arriver à 170.000 actuellement [en août 2017]. C'est considérable, comparé par exemple aux chiffres de Libération. N'est pas forcément alternatif qui l'on croit.

Pourtant, les gens font encore cette distinction : ils distinguent les vrais médias, les faux médias, les médias alternatifs, etc. Moi, j'ai le sentiment que le brouillage va être de plus en plus généralisé, et c'est tant mieux. On voit des journalistes qui viennent des médias classiques et qui en partent pour créer des médias alternatifs, alors que beaucoup de médias sont délégitimés et sont en train de tomber. Une remise en question générale de qui possède quoi... Le modèle publicitaire pour l'information ne va pas de soi. Et il est en réalité très nouveau. Ça fait très peu de temps que les titres de presse ont décidé de vivre de la publicité. Avant, ils vivaient de leurs lecteurs. Le grand tournant, dans les années 1980 et 1990, c'est le passage à la pub. Cela a tout métamorphosé. En effet, cela a impliqué d'augmenter la taille des journaux pour pouvoir y glisser de plus en plus d'encarts publicitaires. Il fallait donc plus de presses à imprimer, et il a fallu faire de gros investissements, pour effectuer cette métamorphose. Elle a été opérée car le public baissait. En effet, le public de la presse papier ne baisse pas depuis Internet, mais depuis 1968, et cette tendance s'est encore aggravée dans les années 1980 et 1990. Suite à ce constat, les journaux se sont dits : «si les lecteurs ne nous achètent pas, ils faut que les publicitaires nous achètent». Les journaux se sont donc mis sur le dos des acteurs puissants, ceux qui vont leur commander des pubs, et dont ils vont devoir s'interdire de critiquer les produits ou les propriétaires. Je pense que tout cela évolue aujourd'hui, et que ce virage des années 1980 et 1990 est aujourd'hui décevant. Le succès de Mediapart prouve qu'il faut revenir de ce modèle, car il ne correspond pas aux attentes du public, qui ne veut pas un supplément Lifestyle de 10 pages le week-end, avec des pubs pour des montres et des résidences secondaires ; ça, c'est le choix des annonceurs.

Je suis assez optimiste. Les journalistes sont les premiers au courant de cette tension et de cette métamorphose à effectuer, et ils essayent de faire ce virage eux-mêmes.

Cdc : Comment empêcher la concentration des médias aux mains de quelques groupes, et comment transformer le paysage de la presse ?

U. : Il y a des lois, en France, pour empêcher cette concentration. Un même propriétaire ne peut pas posséder plus de 30% de la presse d'un secteur donné, le secteur politique par exemple. Mais certains contournent cette interdiction, via des holdings, par exemple Bernard Arnault[2].

Il est donc important de faire passer des lois, de défendre un programme politique. Acrimed [pour Action-CRItique-MEDias, un observatoire des médias en France] a désormais un volet programmatique important, qui se base entre autres sur la mutualisation des presses physiques et des moyens de rédaction, qui serait soumise à un contrôle démocratique. On peut fixer le statut d'une entreprise de presse et imposer par exemple qu'une telle entreprise soit propriété de ses rédacteurs. C'est comme ça que fonctionnent Mediapart et le Canard Enchaîné.

Comme par hasard, les deux journaux qui horripilent le plus de politiciens sont ceux où les journalistes ont le pouvoir.

Cdc : Comment les médias alternatifs pourraient-ils s'accorder et commencer la mutualisation dont tu parles ? Qu'est-ce-que tu penses de la mise en place d'une charte des médias alternatifs à cet effet ?

U. : Pourquoi pas... Mais nous, les vidéastes, nous sommes des électrons libres. Les chartes imposent des contraintes supplémentaires, alors que nous avons déjà une contrainte : celle d'être seuls et de bricoler dans notre coin. Nous n'avons pas de puissance de feu. On a un garde-fou, sur YouTube : c'est le public. Le public est le juge de ton éthique, et il te sanctionne si tu dérives. Pour les vidéastes, c'est la relation avec le public qui compte. Des placements de produits ou des mini-corruptions sont très mal vues. Je suis moi-même le sujet de critiques pour m'être «vendu» à Mediapart.

Cdc : Et tu as l'impression de t'être vendu à Mediapart?

U. : Non. J'ai commencé à travailler chez Jeuxvideo.com. Je ne fais pas de l'indépendance l'alpha et l'oméga de ma démarche. Je suis ubérisé depuis 2011, et tant mieux si j'arrive à me sortir de

●●●

[2] Homme d'affaire français, patron du groupe de luxe LVMH et 1ère fortune de France en 2017 selon le magazine Forbes. Il possède aussi de nombreux titres de presse français, comme le magazine économique Les Echos ou encore Le Parisien.

cette situation. L'indépendance a un coût, et il est lourd à assumer. Je me fais assez confiance à l'heure de choisir telle ou telle rédaction. Mediapart, ce n'est pas Bouygues [groupe industriel français opérant dans la construction, les Télécoms et les médias.]. Ça s'est vérifié pendant la campagne [présidentielle française] : Mediapart ne m'a jamais fait changer une seule virgule. Ils ne m'ont même jamais imposé de sujet.

Cdc : Comment les médias alternatifs se positionnent-ils face aux mouvements sociaux ?

U. : Il faudrait faire en sorte que les mouvements sociaux deviennent des médias alternatifs. Pour revenir au rêve que j'avais, celui que tout le monde prenne la parole, c'était aussi l'idée que la frontière entre ce qui est un média et ce qui ne l'est pas soit de plus en plus poreuse. On sait bien que tous les éditorialistes des grands journaux font un travail militant. La presse et le journalisme dominant, qui se targuaient d'être indépendants et de surplomber le débat, ne tiennent plus la contradiction. Chacun fait en réalité avancer ses idées, son agenda politique. Il y a trois champs qui produisent du discours légitime sur le politique et le social. En premier lieu, le champ médiatique qui poursuit un but : l'audience. En second lieu, le champ académique qui poursuit un autre but : la science, la compréhension. Enfin, le champ politique qui poursuit aussi son propre but : la conquête et la conservation du pouvoir. Les trois ont leurs enjeux. Mais il y a beaucoup d'intersections, qui commencent à se parler. C'est ce qu'a fait Jean-Luc Mélenchon en se constituant en tant que média, et c'est ce qu'Emmanuel Macron veut aussi faire en créant sa propre chaîne. Ainsi, il faut que les mouvements sociaux créent eux aussi leurs propres médias. Nuit Debout [mouvement social en France contre la Loi Travail, au printemps 2016] a rapidement créé TV Debout. Il ne faut pas négliger cela. Les mouvements sociaux ne peuvent pas faire confiance aux médias dominants pour rendre compte de leurs actions ; c'est donc à nous de prendre en charge ce travail de communication et de diffusion de l'information. Il faut savoir en

•••

jouer, faute de quoi le monopole en revient toujours aux mains des professionnels et des propriétaires.

Cdc : Quel conseil peux-tu donner à un internaute qui cherche à bien s'informer ?

U. : Je leur fais assez confiance. C'est vrai qu'il faut une certaine culture, savoir qui possède tel média, savoir différencier un journal de gauche d'un journal de droite, savoir que tel site a une mauvaise réputation et est considéré comme conspirationniste, qu'il ne cite pas ses sources, etc. En effet, il va falloir se former. Mais cela peut être fait de manière ludique. J'ai fait une vidéo de 55min sur David Pujadas, qui s'appelle «Le journaliste», où je donne des outils critiques de lecture des médias. Il ne faut pas désespérer du sens critique des gens, tout en essayant de le structurer en leur donnant des outils. Il faut multiplier les outils de critique complexe, car sinon on tombe dans le conspirationnisme et la critique facile. Pourtant, on peut faire une critique économique des médias, ou une critique sociologique sur la composition des rédactions, les mécanismes de sélection des journalistes, etc. Il faut valoriser les formes de critique intelligente des médias.

L'éducation aux médias, un prélude vers l'alternative

Recueil à partir d'un entretien avec deux acteurs de Média Animation - Daniel Bonvoisin (responsable de l'équipe d'éducation permanente) et Thomas Gilson (animateur web et multimédia)

http://www.media-animation.be

Éducation aux médias et transformation de la société

L'éducation aux médias, aujourd'hui, a pris un tournant assez critique. À mon avis, en raison de trois facteurs. D'une part, l'explosion d'internet, qui a soulevé soudain toute une série de questions sur l'usage médiatique. Auparavant, les médias – que ce soit le journal, le livre, la télé, la radio –, c'était juste ce qu'on consommait le soir chez soi ; le public était passif. Avec le numérique, soudain, « monsieur tout le monde » est devenu acteur médiatique. L'espace médiatique est donc devenu un terrain d'enjeux assez phénoménaux ; économiquement, évidemment, mais aussi en termes de compétences personnelles. Qu'est-ce qu'on fait sur Facebook ? Qu'est-ce qu'on fait sur Twitter ? Qu'y font nos enfants, notamment ? Enfin, toute une série de nouvelles peurs sont apparues, qui appellent à des interventions ; mais il y a en même temps beaucoup d'opportunités, qui sont nées. Les sortes de nouveaux médias que sont les jeux vidéo ont pris un tour capital. Il y a le numérique en tant que nouvel enjeu, il y a la culture populaire, qui est aujourd'hui devenue une source importante de capital culturel – je pense aux films et séries hyper connues, qui font partie de la culture du quotidien, aujourd'hui. Ne pas connaître Games of Thrones pose un problème quasiment social. J'exagère un peu mais c'est pour dire qu'il y a un boom de la consommation médiatique dite de divertissement, qui a pris un tournant important ces vingt dernières années, à mon sens. Le troisième facteur, c'est cette crise récente des théories du complot, fake news, et autres, qui accompagnent un discrédit face aux médias traditionnels et, plus largement, un discrédit face à toutes sortes de discours ; c'est vraiment un enjeu, aujourd'hui, vis-à-vis duquel on a du mal à définir une politique éducative précise. On voit que l'élection de Trump a été un élément explosif, à ce niveau-là, ça a amené des tas de questions face au rôle des médias dans la société, qui sont très ouvertes et qui sont un problème social majeur, selon moi.

Tout cela fait que, alors qu'elle était auparavant une activité de niche qui cohabitait avec des choses comme

l'éducation à la sexualité, l'éducation aux médias est soudain devenue un sujet transversal. D'où notre rapport avec d'autres associations d'éducation permanente. Qu'on soit féministe, qu'on travaille sur l'anti-racisme, ou encore sur l'émancipation citoyenne, à un moment donné des processus la question des médias se pose. Quelle est l'image de la femme dans les médias ? Quel est le racisme dans les médias ? Quel est le rapport entre la propagande politique et l'évolution du discours public sur les étrangers ? Si on travaille sur l'émancipation citoyenne, qu'est-ce qu'on peut faire des médias numériques ? Je veux dire que la question médiatique se pose à tout instant ; on est donc de plus en plus sollicités à travailler en partenariat, et c'est ce qu'on fait abondamment, avec des tas d'autres associations, ce qui est passionnant. Mais ça montre à quel point le sujet est ténu.

Éducateurs aux médias et polarité classique / alternatif

En ce qui nous concerne, tout ce qui touche l'univers médiatique nous intéresse, par nature. D'où notre intérêt pour des événements comme le Forum des Médias ; un lieu qui ambitionne d'offrir un espace où tout producteur de média peut montrer ce qu'il fait, on assimile ça quelque part à l'éducation aux médias ; elle a sa place dans un forum comme celui-ci, puisqu'elle concerne aussi les gens qui s'intéressent aux médias alternatifs. Donc, notre intérêt est là, ça a tout à fait du sens pour nous d'être présents et de participer lorsqu'il y a des réflexions sur le développement de l'univers médiatique, des tables rondes,... Nous aimons participer car nous avons une tradition d'analyse qui peut aussi servir à alimenter ces réflexions. C'est donc une manière pour nous de toucher du public. Nous sommes surtout là pour éclairer le grand public et peut-être le public professoral sur la manière dont fonctionne un média, qu'il soit basique ou compliqué, ancien ou nouveau. Nous n'avons donc pas de préférence. Selon moi, chaque type de médias, qu'il soit grand public ou peut-être plus universitaire, peut-être plus analytique, a sa place par rapport à une demande spécifique ou par rapport à un public. Pour nous, en tout cas, un chat est un chat donc un média est un média. Ensuite, concernant la différence entre un média mainstream et un média alternatif, je dirais que c'est le fait que le média mainstream, tout le monde le connaît, on le voit quand on s'adresse à notre public habituel d'enseignants, de « monsieur tout le monde », dans des réunions ou des débats. Les médias alternatifs, il faut les présenter, d'habitude. Nous faisons également un travail pour montrer le paysage, c'est quelque part une de nos missions, de dire qu'il existe aussi d'autres choses, à côté des médias mainstream. On en fera la promotion autant que possible, parce que c'est intéressant que les gens diversifient tout simplement leur consommation médiatique. Mais au-delà de ça, une fois que c'est fait, on va les utiliser, par exemple en faisant la comparaison entre un article plus militant, dans un journal engagé, et une dépêche d'une agence internationale. C'est intéressant

Daniel Bonvoisin

pour nous de comparer les deux. Ce sont aussi des ressources analytiques, mais on ne pousse pas, nous ne sommes pas des militants de l'alternatif médiatique. Ce n'est pas notre rôle, au même titre qu'on ne militera pas contre la publicité dans l'espace public. On est là pour analyser la pub, pas forcément pour lutter contre elle. C'est un peu notre positionnement de tiers-acteurs, on pourrait dire. On est plutôt là en observateur ; on n'estime pas avoir un rôle à jouer dans la bataille qui peut opposer, justement, un discours mainstream et un discours alternatif.

En même temps, indépendamment de ce que j'ai expliqué, c'est évident que nous avons avec les médias alternatifs une convergence de finalités. On est pour une société pluraliste, une société où tout le monde puisse s'exprimer de manière critique. Je suis sûr que si j'écrivais ça sur une feuille, tous les médias alternatifs dont on parle signeraient.

Sinon, concernant la situation du citoyen par rapport à tout cela, je dirais que si on est juste dans une position attentiste et qu'on attend que l'information vienne à nous, on va recevoir une information travaillée, mainstream, lissée, polie, gluante, enfin quelque chose qui offre assez peu d'intérêt, qui donne assez peu d'informations pour se positionner. Je crois que la meilleure manière pour se rendre disponible à une information alternative, c'est d'être soi-même désireux des alternatives. Je veux dire par-là que le niveau d'information et la diversité de l'information d'une personne va dépendre de sa volonté et du déplaisir qu'elle a à vivre dans la société où elle est. Si tout va bien, l'information la plus mainstream te convient tout à fait ; et c'est très bien, des gens sont très heureux comme ça, il ne s'agit pas de les critiquer. En gros, pour aller vers une information alternative, on doit avoir des questionnements alternatifs. Paradoxalement, les sortes de théorie du complot sont plutôt un bon signe, parce qu'elles montrent que les gens se posent des questions. Le tout, c'est qu'ils ne vont sans doute pas aux bons endroits. Et l'autre attitude essentielle, c'est de se décentrer, de ne pas chercher l'information qui va confirmer ce qu'on pense ; ça, c'est vraiment le b-a.ba. C'est un travail d'autocritique d'une violence extrême, que peu d'entre nous sont capables de faire. Moi-même, je ne suis pas bien certain d'être apte à faire ça.

Possibilités et limites de l'indépendance

Les pressions ne sont pas les mêmes, sur un média alternatif. Ce qui est clair, c'est qu'aujourd'hui, dans le paysage, l'argent est le nerf de la guerre. On peut le déplorer mais, pour le dire clairement, nous ne croyons pas à l'indépendance totale. D'ailleurs, concernant les médias alternatifs

qui se présentent comme indépendants, il faudrait savoir exactement ce qu'ils veulent dire par là. Pour moi, ce n'est pas du tout évident. Je pense qu'ils ne sont pas vraiment indépendants, dès lors qu'ils font des choix de sujets supposés plaire à un public nécessaire au chiffre d'affaire minimum qu'ils ambitionnent d'obtenir. Je crois qu'aucune rédaction n'est autonome, et qu'aucune communication n'est autonome par rapport au public auquel elle s'adresse. L'indépendance des médias est un sujet sur lequel il serait intéressant de se positionner. C'est très vite politique, en fait ; un journal se dira indépendant parce qu'il éviterait d'avoir à répondre à des ordres venus d'en haut, qu'il échapperait aux grands conglomérats, au capitalisme, aux puissances de l'argent. Mais à un moment donné, il va tout de même faire des choix éditoriaux, qui relèvent en partie de la capacité qu'il a ou pas à vendre ce qu'il écrit. C'est d'ailleurs un sujet qu'il serait intéressant de débattre avec les médias dits indépendants, justement. C'est indépendant, oui, mais de quoi ? Je pense que c'est ça, la question. Et même si on a énormément de sympathie pour ces médias, évidemment, on est là pour leur poser problème, d'une certaine manière, parce que c'est notre mission ; on est là pour poser un regard critique là-dessus, sans animosité, et pour faire en sorte que cette réflexion-là, elle aussi, puisse avancer. ●●●

C'est sûr qu'en étant subsidié, on a plus d'autonomie ; on peut se permettre de faire des flops, chose qu'un journal indépendant ne peut pas s'autoriser ; il ne peut pas se permettre qu'un de ses numéros ne se vende pas. Nous, on le peut, parce qu'on n'a pas à vendre. En revanche, c'est une autonomie toute relative, puisque, quelque part, on dépend d'un regard qui in fine sera celui du politique. Nos activités d'éducation permanente sont scrutées par une inspection qui dépend du gouvernement de la Communauté Française. S'il y a des orientations politiques qui sont données – et il y en a toujours, implicitement –, on peut aussi subir des complications. Si on est trop indépendants, trop « rentre-dedans », une pression s'exercera sur nous ; ça me semble très clair, on ne pourrait pas non plus prétendre à une indépendance totale. Le tout, c'est d'être conscient de quoi on dépend. Et de parvenir à jouer avec ça.

L'enjeu des voies vers les publics

Le problème ce n'est pas tant de savoir comment mutualiser et promouvoir auprès du grand public ; c'est plutôt la question de savoir si les gens sont intéressés. C'est pour ça que, en ce qui nous concerne, on pense que le meilleur secteur reste le monde scolaire, celui où la personne qui suit un cursus scolaire n'a pas le choix, dans une certaine mesure ; il doit s'approprier les outils qu'on lui donne. Donc, à ce niveau-là, les enseignants ont un rôle capital. Et ils le savent très bien. C'est pour ça que les écoles sont des forteresses, car elles sont sans cesse sollicitées par les associations comme nous, qui produisons des outils pédagogiques en masse, et elles reçoivent ces trucs-là, elles sont inondées sous les propositions.

Tout ça, c'est un peu la quadrature du cercle. C'est pour ça qu'aujourd'hui on travaille beaucoup avec d'autres associations ; et il y a des initiatives réussies. Actuellement, ce sont les associations les plus isolées qui vont avoir le plus de mal à exister, dans cet énorme brassage d'informations qui viennent de toutes parts. L'offre culturelle en Belgique est monstrueuse. C'est vrai aussi pour l'offre cinématographique, l'offre musicale,... On pourrait avoir exactement la même discussion si on était des producteurs de musique alternative, dans leur univers. Le rôle des salles, des réseaux, des distributeurs, de Spotify,... C'est une époque un peu bizarre, de ce point de vue. On est tous en surrégime, avec la difficulté que personne ne parvient vraiment à tout rassembler en un seul lieu, car c'est un monde très fracturé.

Thomas Gilson

On pourrait peut-être aller jusqu'à dire que c'est une crise de surproduction. Sauf que, comme c'est de la culture, ça ne sera jamais gaspillé, donc c'est aussi tout à fait différent

•••

d'une vraie surproduction ; mais en tout cas, on est dans une situation où il n'y a plus de grand public, mais une multitude de publics, de niches ; et on peut tous les prendre les uns après les autres. C'est pour ça que nous travaillons maintenant avec des publics très spécifiques. Et ça marche.

Média Animation est un centre-ressource en éducation aux médias. C'est-à-dire que nous travaillons de manière très générale au développement d'une appropriation critique de l'environnement médiatique ; il s'agit ici de pousser les gens à prendre distance face à cet environnement, mais aussi à y devenir actifs en produisant leurs propres médias de manière critique, responsable et citoyenne.

Nous travaillons essentiellement avec le public adulte ; soit avec des professionnels, par exemple des enseignants qui veulent développer de l'éducation aux médias dans leur cours ; on va alors les former, en leur donnant des outils pour le faire. Soit avec des « messieurs tout le monde » qui souhaitent réfléchir à tel ou tel aspect de la question. Nous organisons aussi parfois des ateliers purement centrés sur le débat, ou encore des conférences. Mais on développe aussi des ateliers de production médiatique, où on invite les gens à se lancer dans la réalisation d'un film, d'une émission radio, d'un journal, d'un film d'animation, enfin toutes sortes de média. Nous ne travaillons pas que sur le média d'information, mais sur l'expression médiatique au sens large. Nous réfléchissons aussi bien sur la fiction, sur la culture populaire, que sur la production d'information dans les médias traditionnels. Ça couvre donc un champ extrêmement large. Nous allons des animations sur des sujets très précis, comme les représentations du genre dans le jeu vidéo, jusqu'à l'accompagnement d'un groupe de primo-arrivants dans la réalisation d'un film, dans le cadre de leur cours d'alphabétisation, par exemple. Nous touchons donc un public très varié, en définitive.

C'est dans les années 80 que Média Animation a vraiment pris de l'ampleur. Avant, c'était un centre de ressources pour la critique cinématographique et la culture musicale. L'association existe donc depuis longtemps, mais c'est surtout avec le développement des problématiques liées à la télévision que l'éducation aux médias s'est développée. Il s'agissait d'outiller les enseignants sur l'usage de la télévision en classe, par exemple. Dans les années 80, la TV éducative était un peu le graal. Aujourd'hui, notre pôle éducatif cohabite avec une agence de communication qui travaille directement pour le secteur associatif (campagne d'affichage, site web,...)

Une expérience médiatique transfrontalière

Un temps, une action, une originalité

Domenico Mussella, journaliste chez Pressenza

pressenza
INTERNATIONAL PRESS AGENCY

https://www.pressenza.com/fr/

Pressenza est une agence de presse 100% volontaire, c'est-à-dire qu'on s'auto-taxe uniquement pour les frais du site (c'est une agence en ligne). À part ça, nous ne sommes pas rémunérés et il n'y a pas énormément d'argent qui tourne. Nous sommes vraiment tous engagés, par rapport à l'objectif d'obtenir une information qui soit libre et en même temps militante. Nous sommes fortement axés sur la paix, la non-violence, le désarmement, et l'écologie. Nous avons huit éditions, en huit langues différentes, et nous tentons de publier des informations tous les jours. Nous essayons aussi de construire des partenariats avec des médias libres, qui peuvent prendre des informations sur notre site, informations distribuées sur licence Creative Commons 4.0. C'est-à-dire que l'accès est libre à la seule condition qu'on cite la source. Un de nos objectifs est aussi de contribuer à l'union des médias indépendants ou alternatifs, puisque c'est ce qui fait la force.

Grosso modo, nous sommes une cinquantaine de personnes, un peu partout dans le monde, en Europe et en Amérique du Sud principalement. Il y a aussi quelqu'un en Afrique et aux Etats-Unis. Me concernant, je suis actuellement au chômage, et travaille bénévolement pour Pressenza.

Cdc : Comment garantissez-vous que votre information soit libre et indépendante ?

D. M. : Normalement, on essaie de bien vérifier les sources. C'est un point fort et sur lequel on insiste. Soit nous avons accès à des sources directes, soit nous essayons de faire confiance à nos partenaires média. Nous effectuons un gros travail sur la recherche des sources avant de publier quelque information que ce soit. Indépendamment de ça, tout le monde peut participer ; l'important, c'est simplement de respecter notre ligne éditoriale, qui, pour l'essentiel, est de favoriser un point de vue non violent et pour la paix, pour le désarmement, anti-raciste et anti-sexiste. En dehors de cela, nous essayons de faire confiance à nos volontaires.

Cdc : Avez-vous des liens avec les médias dits classiques ?

D. M. : Pas vraiment. Il nous est arrivé que des médias classiques prennent nos nouvelles sur certains sujets, puisque tout le monde peut y accéder.

Cdc : Selon toi, les médias alternatifs devraient-ils travailler avec les médias classiques, en parallèle, ou de manière complètement séparée et divergente ?

D. M. : Pour rester indépendant, vu l'état actuel des médias mainstream, il faut malheureusement travailler de manière séparée. Mais je ne suis pas fermé aux échanges. Il y a des gens intéressants qui essaient de travailler dans les médias mainstream, même s'il n'y a pas trop de place pour eux et s'ils ne sont pas 100% libres de faire ce qu'ils veulent, de faire leur travail de manière vraiment indépendante. Je pense que notre rôle est d'influencer, petit à petit, les journalistes de bonne volonté qui travaillent aussi dans les médias «classiques». Ça peut être une piste de travail, de réflexion. Mais pour l'instant il est difficile de se mélanger.

Cdc : Penses-tu qu'un moyen de faire évoluer les choses à l'intérieur des médias classiques est d'ouvrir des espaces de parole citoyenne, par exemple, ou des espaces avec une information vraiment libre dans ces médias-là également ?

D. M. : Je crois que l'exemple est quelque chose de fondamental. Si on montre qu'on peut être professionnel tout en étant indépendant et qu'on essaie d'établir des contacts avec les journalistes, si on fait un travail à la base, peut-être que, à long terme, il y aura moyen d'influencer les choses. Je ne compte pas trop sur les dirigeants, les propriétaires des médias classiques, on sait bien qu'ils sont très liés aux entreprises, aux groupes de pouvoir. Mais il y a peut-être un espoir de faire passer «de notre côté» des journalistes de ces médias.

Cdc : Quels liens entretiennent ou devraient entretenir, selon toi, les médias alternatifs libres ou indépendants, avec les mouvements sociaux, la société civile et les citoyens ?

D. M. : Je pense que les mouvements sociaux ont besoin des médias alternatifs et vice versa. Un média libre alternatif a d'après moi forcément quelque chose de militant et d'engagé, en général. Ma conviction est qu'on ne peut pas avoir un journalisme 100% objectif. Il est possible d'avoir un journalisme libre, indépendant, non lié au pouvoir, mais il a forcément un point de vue ; et concernant ce point de vue, je crois qu'il est positif qu'il soit lié aux mouvements sociaux, et que ces mouvements aient un moyen de s'exprimer, de faire entendre leur voix, à travers les médias indépendants. Cela ne veut pas forcément dire qu'un média indépendant doit être lié à un mouvement social, ou en être issu. Mais je pense que la collaboration entre ces deux mondes est extrêmement importante ; car le but, dans les deux cas, c'est de changer un peu la façon de penser, de lutter contre la pensée unique et d'essayer de faire un peu bouger les choses.

Cdc : Quels liens les médias alternatifs devraient-ils entretenir avec le pouvoir politique ?

D. M. : C'est plus compliqué. Je pense qu'en général, il ne devrait pas y avoir trop de liens entre le pouvoir politique et les médias alternatifs. La seule chose que je pourrais envisager est que si les mouvements sociaux parviennent à s'exprimer par le biais d'une représentation institutionnelle, il pourrait être intéressant que ces médias soutiennent ou fassent entendre leurs voix. Car souvent, quand les mouvements sociaux réussissent à entrer un peu dans les milieux institutionnels, ils ont des difficultés, sont attaqués par la presse classique.

Cdc : Comment définirais-tu finalement un média alternatif ?

D. M. : Un média alternatif, c'est en fait ce qu'un média classique devrait être... Les medias alternatifs ont un peu le rôle de rétablir ce qui est la vraie fonction d'un média, c'est-à-dire d'informer, tout simplement. Parce que ce que font ces médias classiques, actuellement, ce n'est pas vraiment de l'information, mais plutôt de la propagande ou du détournement, de la désinformation. Je crois donc qu'un média alternatif, c'est simplement un média qui informe, qui fait de l'information.

Cdc : Dans les médias alternatifs, il y a une grande diversité de fonctionnement, d'opinions, d'orientation, etc. Un réseau

de médias alternatifs peut-il vraiment émerger ? Et si oui, sur quelle base, sur quels fondements ?

D. M. : Oui, effectivement, il y a une grande diversité, dans les médias alternatifs ; mais je pense qu'il y a des points communs qu'on peut essayer d'isoler et d'utiliser, peut-être, comme base d'un réseau. Par exemple, la volonté d'informer de façon alternative. Ensuite, une forte attention par rapport aux sources est aussi une chose très importante. Ensuite, il peut bien sûr y avoir des divergences au niveau «idéologique» ou de l'esprit. Mais je pense qu'il serait positif de s'unir malgré la diversité, car on peut représenter une sorte de contre-pouvoir, avec notamment les mouvements sociaux. Je crois que nous pouvons aller au-delà des différences. Certes, le fonctionnement d'un réseau, cela pose beaucoup de questions et de difficultés, c'est à débattre, différents modes de fonctionnement sont possibles. Mais je crois qu'en dialoguant et en parlant tout simplement, on peut arriver à quelque chose de bon. Une des difficultés qui a empêché jusqu'ici de créer un réseau, dans les différents contextes, c'est notamment le fait que les médias alternatifs, qui ont souvent des points communs, font un travail plus ou moins similaire mais ne se parlent pas entre eux. Tenter un dialogue peut donc être un bon point de départ pour bâtir un réseau.

Cdc : Est-ce que la rédaction d'un manifeste, par exemple, pour statuer sur certains principes fondamentaux peut être intéressante ?

D. M. : Bien sûr. La réflexion sur la rédaction d'un manifeste devrait partir d'un dialogue et d'une sorte de collecte des points communs entre les différents acteurs du manifeste. Si on parvient à se parler et à mettre noir sur blanc les points communs, ça sera une très bonne initiative.

Cdc : Pour terminer, comment tu t'informes, toi ?

D. M. : J'essaie de diversifier mes sources d'informations. Je suis italien et vis en France ; je connais un peu le paysage des médias alternatifs dans les deux pays et ce sont eux, ma principale source d'information. Je jette aussi un œil aux médias classiques car, comme c'est malheureusement eux qui influencent la presque totalité de l'opinion publique, je pense que c'est indiqué de voir quels sont leurs axes et leurs agendas, pour pouvoir comparer un peu les deux pôles, et pour tenter de voir comment il est possible d'agir dans le camp des médias classiques également.

Cdc : Concrètement, tu as des noms de médias – alternatifs ou pas – par lesquels tu t'informes ?

D. M. : En France, il y a deux médias que j'apprécie, Basta mag et Reporterre, qui est plutôt axé sur l'écologie. En Italie, il y a aussi un bon nombre de médias alternatifs, qui sont notamment liés à des mouvements sociaux. Un réseau est également en train de se former, dans ce pays : Il Salto.

Cdc : As-tu un message à faire passer aux médias alternatifs ?

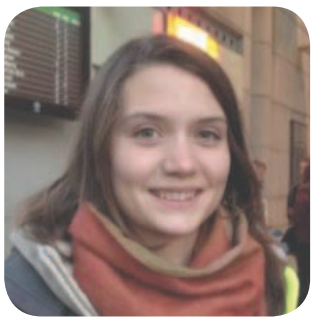
D. M. : Mon message, c'est que c'est important d'aller au-delà des différences, essayer de trouver les points communs ; car de l'autre côté, ils sont très solidaires entre eux, très compacts, ils ont du pouvoir. Pour nous, le seul moyen d'influencer un peu la société, de monter quelque chose de différent, c'est vraiment de s'unir. Essayons, tout en gardant les diversités, de chercher les points communs et de créer des liens.

Cdc : Que peut faire le citoyen, dans cette bataille de l'information ?

D. M. : Il peut d'abord faire confiance aux médias alternatifs. C'est quelque chose qui n'est pas évident, mais j'aimerais que les citoyens soient un peu plus curieux, qu'ils ne fassent pas seulement confiance aux médias classiques. J'aspire aussi à ce que le citoyen soit un peu plus protagoniste, dans sa vie de tous les jours. Si on parvient à inciter les citoyens à regarder un peu plus loin que leur petit jardin, ce sera positif. ■

ONG et médias, quelles synergies ?

Recueil à partir d'un entretien avec :



Marie Lecocq, (chargée de campagne au CNCD)

CNCD 11.11.11

https://www.cncd.be/

Le CNCD est le Centre National de Coopération au Développement, c'est-à-dire la coupole francophone belge des ONG et autres associations qui travaillent sur la solidarité internationale. C'est bien sûr extrêmement large ; nous travaillons sur beaucoup de thématiques, en particulier la justice climatique, la souveraineté alimentaire, la justice migratoire, ainsi que les inégalités mondiales – qui sont un peu notre quatrième pilier, dans lequel on peut tout mettre. Nous avons trois grandes missions générales : premièrement, la récolte de fonds pour des projets de développement – c'est l'opération 11.11.11., qui a lieu chaque année, en novembre. Deuxièmement, le plaidoyer politique, qui concerne la recherche d'expertise, la rédaction de dossiers, puis le fait d'aller vers les responsables politiques avec les enjeux et questions concernées – il s'agit donc de lobbying, en gros. Troisièmement, il y a la mission de sensibilisation, de campagnes, d'information du grand public sur l'ensemble des thématiques sur lesquelles nous travaillons (c'est par exemple ce que nous faisons au festival Esperanzah). En ce qui me concerne, je suis chargée de campagne pour la province de Namur.

Le rapport aux médias

Un enjeu central, pour nous, c'est que notre travail puisse être relayé ; et par rapport à ça, les soutiens de la presse sont bien sûr importants. Cela concerne les voyages qu'on fait pour montrer ce qui se passe sur le terrain dans le cadre des projets que nous soutenons à l'étranger ; cela concerne bien sûr aussi les mobilisations qu'on organise – comme, récemment, sur le TTIP et le CETA à Bruxelles, par exemple – cela concernait, dans ce cas, plusieurs milliers de personnes ; il s'agit aussi des débats que nous organisons, etc. Voilà pour ce qui est de nos activités. À propos de notre métier d'essayer de changer le monde, nous avons vraiment besoin de créer un rapport de force et de contribuer à la mise en mouvement de la société, au fait qu'elle se mobilise, en sachant pourquoi. Et pour cela, nous avons besoin que des informations véridiques circulent, qu'il existe une presse critique, qui relaie des informations d'habitude trop peu mises en avant, et aussi des informations à plusieurs voix. Il faut aussi, dans le même sens, qu'il y ait des débats contradictoires, sur les sujets de société et d'actualité.

En plus de la question du sujet, il y a aussi celle de la forme. C'est-à-dire qu'il ne faudrait pas qu'il n'y ait que des articles de presse très longs et complexes, ni que de petites brèves avec une photo, mais qu'il y ait une diversité des moyens de communication vers le grand public. En effet, on se rend compte qu'il y a un vrai besoin de mieux communiquer ou de communiquer correctement, sans prendre les gens pour des abrutis et sans ne s'adresser qu'aux chercheurs qui ont étudié dix ans à l'université. Il y a donc un juste milieu à trouver par rapport à ça, et le besoin d'une grande diversité de formes.

Je pense aussi que c'est important d'avoir des médias et d'autres structures qui se basent sur les valeurs que nous défendons dans la société, donc celles d'égalité de genre, d'égalité de salaire, ou encore de financement éthique ; des médias et structures qui puissent véhiculer ces valeurs et les messages que nous essayons de faire passer en rapport avec elles.

Les types de synergies et leur pertinence

Concernant les synergies, je ne suis pas convaincue qu'il faille toujours absolument créer une unité, se rassembler sur tout. Je pense justement qu'il est important d'avoir une diversité en termes de politique, d'orientation, de forme, de public, ou encore d'objectifs. Ensuite, qu'il y ait des ponts entre les différents médias alternatifs, échanges d'informations, c'est essentiel ; mais je pense que c'est important que chacun garde son objet, sa ligne, sa paire de lunettes. Tant que ces lunettes ou orientations sont énoncées clairement, je pense que, pour le public, c'est extrêmement intéressant.

En fait, je ne suis pas sûre que ce soit aux médias alternatifs de développer cela ; je pense que cela relève plus de la société civile dans son ensemble. En tant que coupole

d'ONG et d'associations, c'est quelque chose que nous remarquons beaucoup. Prenons par exemple la campagne migration que nous organisons actuellement ; c'est une des premières campagnes où nous parvenons à rassembler autour de la table des acteurs extrêmement différents les uns des autres, et parfois en confrontation – syndicats, ONG, associations financées par le gouvernement, etc. C'est là que les choses deviennent intéressantes, quand de tels acteurs débattent pour rechercher une sorte de minimum commun – dans ce cas, en matière de revendications par rapport à la question de la justice migratoire. Donc, je pense que c'est plutôt à de tels niveaux – et, comme ici, sur des questions thématiques – que des coordinations peuvent se construire, plutôt que dans le domaine des médias alternatifs.

La question des sources et des modes d'information

L'essentiel me semble ici aussi la diversité, le fait de ne pas frapper à une seule porte. En effet, c'est un peu ce qu'on a tendance à faire, surtout dans les milieux militants : ne regarder toujours qu'une partie de la réalité. Typiquement, la plupart du temps, les débats organisés dans ces milieux ne sont en fait pas contradictoires ; on échange des vues, des opinions, mais on fait rarement de la confrontation. On a beaucoup assisté à cela autour du TTIP et du CETA, par exemple. Nous sommes nous-même confrontés à ça, nous avons eu beaucoup de mal à obtenir la participation d'intervenants prêts à s'exprimer en faveur du TTIP et du CETA – et ça devenait toujours plus difficile à mesure que la campagne avançait, ce qui était aussi un signe. Mais je pense que c'est important, en tant que citoyen ou en tant que groupe, de faire attention à cela, de continuer à privilégier une certaine diversité. La question des sources de financement, aussi, nous oblige à diversifier nos sources d'informations – on connaît la problématique des grands groupes de presse, actuellement, de la concentration du pouvoir financier, et des effets sur l'information. Mais le citoyen doit aussi se rendre compte que ce n'est pas parce que c'est un média alternatif que, d'office, tout y est fantastique et formidable. C'est donc important de pouvoir frapper à plusieurs portes en même temps.

En ce qui me concerne personnellement, je m'informe surtout par quelques médias alternatifs. J'habite dans une colocation, et nous y avons eu l'idée de nous abonner à peu près tous à un média différent, ce qui permet de faire de bons échanges. Certes, le fait de pouvoir se permettre de s'abonner à un média, c'est aussi un peu une chance ; personnellement, j'ai décidé d'utiliser cette chance en m'abonnant à Médor, que j'apprécie beaucoup – ce qui n'est pas le cas de tout le monde. Il y a un équilibre à trouver entre une série d'exigences et de besoins – avoir un financement correct, pouvoir faire un travail de presse, le fait que non seulement les journalistes, mais aussi les dessinateurs puissent vivre correctement, réussir à toucher un public qui est déconnecté des enjeux sociaux et difficile à atteindre, etc. Si on faisait une petite étude sociologique des abonnés aux médias alternatifs, je pense que les résultats seraient assez parlants... Ce qui pose question... Je crois que c'est un enjeu important pour l'avenir. ■

FORUM DES MÉDIAS

En bref

La quatrième édition du Forum des médias aura lieu le 17 novembre 2017, de 9h à 20h, au Centre l'Îlon, à Namur. Cette édition consiste en une journée de travail et de réflexion autour de différentes thématiques : l'indépendance des médias liée au choix de leur modèle économique, le rôle des médias dans la société, leurs liens avec les mouvements sociaux et le monde politique, les fractures et les ponts éventuels entre les médias alternatifs et les médias dominants, les discriminations au sein de l'appareil médiatique, etc.

Fil historique

Le projet Média-Diversité-Citoyenneté a été initié en 2013. Il vise principalement à favoriser l'introduction de davantage de diversité dans l'univers médiatique, à dynamiser la citoyenneté dans son rapport aux médias et à l'information, ainsi qu'à créer des ponts entre les différents types de médias et acteurs médiatiques.

Le projet a notamment développé l'événement Salon / Forum des Médias Alternatifs et Alternatives Médiatiques, dont 2016 a vu la troisième édition. Cet événement a d'abord été centré en particulier sur la mise en valeur des médias alternatifs et d'autres acteurs et initiatives liés aux médias. Suite aux réflexions de plusieurs partenaires, la volonté est apparue de s'orienter davantage vers les aspects de débat et de synergie, d'actions communes et de plaidoyer (voir note d'intention en date de janvier 2017).

La volonté s'est alors faite de réaliser au printemps 2017 un événement centré intégralement sur ces objectifs. Plusieurs rencontres ont eu lieu dans ce sens. La réunion du lundi 3 juillet 2017 a constitué, sans faire rupture, un nouveau départ pour la réalisation de la 4ème édition du Forum des Médias. De ce fait, une proposition de la mise en mouvement de cette édition a été discutée et analysée par le groupe porteur, et rhabillée par Carrefour des Cultures.

FORUM DES MÉDIAS

Participants

Ce Forum rassemblera une trentaine de structures et une cinquantaine de participant.e.s issues du monde médiatique et de l'éducation aux médias : médias « classiques », médias alternatifs, médias indépendants, médias libres, citoyens ou communautaires, blogueurs et blogueuses, vidéastes, associations d'éducation permanente ou de jeunesse, mouvements sociaux.

Visées

Le Forum des Médias 2017 sera non seulement un espace de réflexion, mais aussi d'action. Après avoir dressé un état des lieux des médias en Belgique, il s'agira d'ébaucher des pistes d'actions pour renforcer la visibilité des médias alternatifs et des alternatives médiatiques, et ce, via des collaborations concrètes à mettre en place dans les mois et les années à venir : campagnes d'affichage, expositions itinérantes, visibilisation dans l'espace public, plate-forme commune sur le net pour diffuser les productions médiatiques, mutualisation des moyens de productions et/ou des publications, salarié.e.s transmédias, etc.

Ces réflexions et pistes d'action peuvent aussi prendre la forme d'un plaidoyer politique s'articulant autour d'une charte commune, définie collectivement par les acteurs en présence.

Esprit

Au cœur de ce projet réside le souci de la plus grande démocratie et du respect mutuel. Ainsi, le Forum des Médias est conçu dès le départ dans une démarche horizontale et participative, en impliquant les différents acteurs au plus tôt dans sa réalisation. Cela afin de garantir la participation de tous et toutes dans ce projet, avec le plus de transparence et d'efficacité possible. Cette manière de voir et d'agir est nourrie par les principes moteurs d'éducation permanente qui favorisent une intelligence collective créative, complémentaire, solidaire et engagée.

INFOS PRATIQUES :

Où et quand ?

Le 17 novembre 2017, de 9h à 20h (accueil à partir de 8h30).
Au Centre L'Îlon
Place de l'Îlon 17, 5000 Namur
Site web du lieu :
https://www.centrelilon.be

Plus d'infos ?

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter :

+32(0)81/73.99.38
mikael.doulson@carrefourdescultures.org

Carrefour des Cultures
Avenue Cardinal Mercier, 40
5000 Namur
http://www.carrefourdescultures.org

FOCUS SUR LE MUSÉE DU CAPITALISME

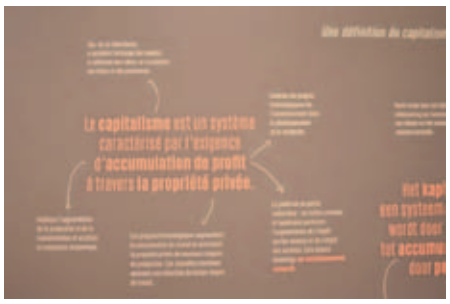
Les formes que prennent les médias alternatifs sont diverses, et parfois surprenantes. Le projet du Musée du Capitalisme en est une, à mi-chemin entre une initiative culturelle, un projet artistique et un mouvement social. Une exposition originale, précieuse et instructive, à découvrir au plus vite !

musée du c/kapitalisme museum

www.museeducapitalisme.org /
www.kapitalismemuseum.org

Le Musée du Capitalisme

Le Musée du capitalisme à Gand


Une définition du capitalisme

La petite histoire

Le Musée du capitalisme est une initiative bénévole et citoyenne mise sur pied par une quinzaine de personnes âgées de 26 à 34 ans. L'idée de créer un tel musée est venue lors d'une visite au Musée du Communisme à Prague. De retour en Belgique, le constat est vite fait qu'il n'existait aucun Musée du Capitalisme dans le monde (ou bien, on ne l'a pas trouvé !).

Avant de s'arrimer dans un lieu fixe, le Musée se déploie sous forme d'exposition itinérante. Après une première étape plus que réussie à Namur en 2014, avec plus de 3500 visiteurs et 80 groupes, le musée a poussé les portes de la capitale en 2015 en s'installant au CPAS de Saint-Gilles...et s'est développé en devenant entièrement bilingue et en adoptant une toute nouvelle scénographie, un nouveau graphisme et de nouvelles thématiques. Le résultat a suivi : l'édition bruxelloise a accueilli plus de 5000 visiteurs et 200 groupes.

L'attrait des écoles et du public nous a poussés à ouvrir à nouveau les portes du Musée du capitalisme. De février à juin 2016, c'est à la Cité culture (centre culturel de la Cité Modèle de Laeken) que nous étions installés.

L'envie de pouvoir répondre aux demandes venues des quatre coins de la Belgique, facilement et pour des périodes courtes, nous a poussés à revoir le format de l'exposition. Depuis quelques mois nous nous attelons donc à construire une nouvelle version qui soit pérenne, facilement montable et qui puisse tenir dans l'espace d'un camion de déménagement.

Notre objectif

Réaliser une exposition sur le thème du capitalisme avec une forme professionnelle, un contenu accessible à un large public et basé sur une analyse rigoureuse, le tout avec des supports choisis pour créer un musée interactif et agréable à visiter.

●●●

Pourquoi ?

Pour vulgariser le fonctionnement du système économique qui nous entoure et permettre au public de mieux le comprendre.

Pour expliquer le « capitalisme », un terme souvent utilisé mais peu expliqué.

Pour créer un espace dynamique de débat et de réflexion sur un sujet parfois ardu.

Pour toucher d'autres publics (non universitaire, écoles, jeunes,...) avec des outils interactifs (au travers d'émotions, d'objets du quotidien, des 5 sens...). Nous pensons que tout le monde peut s'informer sur notre système économique et que nous sommes tous concernés !

Pour devenir toujours un peu plus citoyens...

Photo d'équipe lors du montage du Musée à Laeken

Comment ?

Le Musée du capitalisme est une exposition d'environ 200m² qui suit un parcours didactique depuis les « origines » du capitalisme jusqu'à ses alternatives en passant par les espoirs qu'il a portés ainsi que ses limites.

...et avec quels supports ? : Des panneaux explicatifs, des extraits audios et vidéos, des illustrations, des éléments ludiques, des objets du quotidien, etc, le tout à travers une scénographie et un visuel professionnels. Mais aussi des visites guidées...

Il est important de comprendre que cette exposition est engagée mais non partisane. Elle est un outil qui doit permettre d'amorcer un premier regard sur notre système, notre société. Elle doit aussi être un outil d'expression : chaque visiteur aura l'occasion de s'exprimer et de participer au contenu qui ne se veut pas figé (tant via le mur des alternatives que via le livre d'or et/ou la boite à suggestions).

Nous voulons permettre aux visiteurs d'être à la fois acteurs de l'exposition

•••

Le montage du Musée à la Cité culture à Laeken

qui se veut interactive et pluridisciplinaire, et auteurs de leur propre raisonnement critique. Dans une démarche d'éducation populaire, nous voulons redonner du pouvoir aux citoyens qui se sentent souvent exclus de la sphère « politique/économique », souvent réservée aux « experts ». Enfin, comme ce projet est bénévole, il illustre aussi la capacité de chacun à créer, et à s'investir au sein d'une initiative bénévole et volontaire.

Où ?

Le Musée sera hébergé à la Maison Folie à Mons, en partenariat avec le CIEP/MOC Hainaut. De nombreuses activités et événements seront organisés à cette occasion.

Des bras venus de partout pour nous soutenir lors des différents montages

En savoir plus sur les 4 salles du Musée

Origines

Cette salle illustre le débat sur les origines du capitalisme. Voici les quelques réflexions auxquelles nous apportons des éclairages dans ce premier espace : Existerait-il depuis toujours ? Depuis la révolution industrielle ? Y a t-il un seul capitalisme ou plutôt plusieurs formes ? Nous y présentons également une définition du capitalisme qui sera ensuite illustrée et discutée tout au long de l'exposition.

Cette salle est aussi l'occasion d'exposer en quelques dates repères, l'histoire des grandes avancées des sociétés occidentales et des diverses exploitations.

●●●

Espoirs

Les espoirs, présentés sous forme de différents « focus », sont les espoirs engendrés par des sociétés humaines fondées sur le capitalisme, c'est – à- dire des espoirs qui ont été permis par l'accumulation de capitaux et par l'investissement dans un certain nombre de domaines. En effet, le système capitaliste a entre autres favorisé : la lutte contre les fléaux et les maladies (focus santé), la production et la distribution en grande quantité ainsi que l'accès d'une population en pleine croissance à la consommation (focus style de vie américain), la mise en place d'organisations efficaces et productives et la possibilité d'alléger le labeur quotidien (focus travail – loisirs), d'aspirer et parfois de réellement bénéficier d'une certaine ascension sociale (focus rêve américain), d'avoir accès à une alimentation variée et en quantité (focus alimentation), de mettre en place une morale plus universelle ainsi que des institutions et des échanges économiques internationaux (focus mondialisation).

Limites

Les limites présentées sont celles qui découlent du capitalisme. Les focus suivants y seront présentés : la surconsommation, la finance, l'agro-alimentaire, l'environnement, la démocratie, les inégalités, le mal-être et certaines limites du fonctionnement du monde du travail actuel. Les liens entre les espoirs et les limites seront mis en évidence afin que le visiteur perçoive ces deux salles en connexion l'une avec l'autre.

Une salle consacrée aux alternatives

Alternatives

Dans cette quatrième salle, vous découvrirez une série d'initiatives lancées en Belgique qui apportent des solutions aux problèmes intrinsèques au capitalisme. Le visiteur pourra également y inscrire ses propres initiatives et idées. Enfin, dans cet espace, les groupes accompagnés d'un guide pourront participer à une animation plus longue afin de leur faire prendre conscience du rôle qu'ils peuvent jouer dans le système.

Mais qui se cache derrière ce projet ?

L'équipe du Musée lors de la clôture à Laeken. De gauche à droite : Mathieu, Maude, Chloé, Judith, Leila, Samuel, Manoëlle, Marie, Thomas, Delphine, Joseph, Hélène, Bénédicte, Raynald, Olivier, Veronica

Une équipe de bénévoles qui se forment à être guides de l'exposition

15 bénévoles de 26 à 35 ans dans la vie active et venant d'horizons divers (historiens, sociologues, économistes, politologues, spécialistes de l'éducation permanente, bio-ingénieurs, scénographes, graphistes, etc) développant un mode de fonctionnement basé sur l'auto-gestion, c'est-à-dire sans leadership, et consensuel (toutes les décisions sont soumises à l'ensemble du groupe).

Depuis janvier 2016, une permanente se consacre à mi-temps à la coordination de certains aspects du projet, afin d'en faciliter l'ancrage dans la durée.

Des partenaires qui nous soutiennent dans la mise en place de l'exposition : La Cité Culture et la Ville de Bruxelles.

Différents « experts » que nous avons rencontrés afin d'avoir un regard critique sur notre contenu. Parmi eux : Daniel Cauchy (Rencontre des Continents), Mathieu de Nanteuil (Prof. de sociologie), Benoit Derenne (Fondation pour les Générations Futures), Caroline Dumoulin, muséologue de formation, Isabelle Cassiers, Chercheur FNRS et professeur d'économie à l'UCL et bien d'autres.

●●●

Combien ça coûte et comment on récolte l'argent ?

Notre structure est majoritairement composée de bénévoles, nous réalisons un maximum nous-mêmes et utilisons dans la mesure du possible du matériel de récupération/de seconde main afin de limiter les coûts, mais, construire une exposition coûte de l'argent. Nous déployons plusieurs moyens pour récolter l'argent nécessaire au bon fonctionnement de l'exposition:

- après deux années d'expositions, nous disposons d'une base de fonds propres
- nous fixons un prix libre pour la visite de l'exposition, ainsi qu'un minimum de 2€ par personne pour les visites guidées
- subsides publics
- contributeurs privés (mécènes, etc).

Perspectives

Musée permanent

En parallèle de l'exposition itinérante, qui sera exposée à Mons en novembre et à Anderlecht début 2018, les membres du Musée du capitalisme cherchent un lieu dans lequel réaliser une version permanente du Musée. Cette version permanente pourra sûrement accueillir des expositions temporaires, élaborées avec des associations, des citoyens, maisons de quartiers, etc.

Quelques dates et lieux de l'histoire du capitalisme

Jeu de société

Afin de rendre possible une mise en débat du capitalisme, nous sommes en train d'œuvrer à la création d'un jeu de société. Par ce nouvel outil, nous toucherons un public encore plus large et cela nous permettra de sensibiliser plus facilement des jeunes qui auraient pu être réfractaires à l'idée de venir visiter un musée.

Informations pratiques

Visites guidées :

Pour les groupes, nous proposons des visites guidées avec animations et jeux pour rendre l'exposition plus interactive, mais également plus participative. Le musée est ouvert dés 15 ans. Pour les jeunes, nous pensons que l'exposition peut être un outil pour comprendre leur monde et une ouverture à une citoyenneté critique. Pour les professeurs, le musée est l'occasion de partager avec les élèves des réflexions qui contribueront à les former en tant que citoyens.

Des visites guidées et participatives

Lieu, dates, heures et prix

À Mons - Maison Folie
Rue des Abalestriers, 8, 7000, Mons.

Du 07 novembre au 14 décembre /
Visites guidées sur demande

Les réservations pour les visites se font via l'adresse mons@museeducapitalisme.org.

À Anderlecht, lieu et période encore à confirmer. Un partenariat avec le centre culturel d'Anderlecht est en train de se peaufiner.

Prix d'entrée libre.

Contacts

www.museeducapitalisme.org /
contact@museeducapitalisme.org

0472/51.24.84

ASBL Musée du Capitalisme c/o
David Ruzette
Rue Saint-Josse, 13 bte 2
1210 Saint-Josse

Dialogue Orient-Occident

Pour cette année 2017-2018, Dialogue Orient-Occident se centrera en particulier sur une campagne de promotion de l'exposition « Orient-Occident », notamment dans le domaine scolaire, ainsi que sur le développement de nouvelles animations autour de cet outil pédagogique. À cet égard, l'une des idées de la structure est d'associer des étudiants familiarisés avec l'histoire à l'élaboration et à la réalisation de ces animations.

Parallèlement, se poursuivra la réalisation collective d'un fascicule pédagogique pour l'interculturalité, qui se composera d'un récit illustré et de contenus didactiques – le récit est réalisé en partie, et doit être encore complété et amélioré.

Contacts pour le projet :

Cécile DETHIER,
cecile.dethier@carrefourdescultures.org
081 41 27 51.

Daniel ZINK,
daniel.zink@carrefourdescultures.org
081 74 89 46.

Aux urnes, Citoyens

« Aux Urnes, Citoyens » s'est développé dans « Rencontres citoyennes », espace de réflexion, de débat, d'analyse critique, qui inspire des événements grand public et autres productions, portés par des groupes de citoyens et en lien avec des enjeux de société.

Aux Urnes Citoyens veut penser l'accompagnement du processus démocratique à partir d'une présence continue et d'un contrôle intelligent et efficace, susceptibles de consolider l'évolution et la transformation de la société.

Contacts pour le projet :

Anne-Sophie Van Lippevelde,
an.vanlippevelde@carrefourdescultures.org
081 63 42 06.

Planète plurielle

Ce nouveau projet vient juste d'être lancé. Il vise à confronter les jeunes au champ médiatique, à les inviter à y devenir acteurs, ainsi qu'à participer aux débats de société. Ainsi, il s'agit d'articuler réflexion, éducation aux médias, ainsi que production, pour lire avec un regard critique le champ médiatique comme l'espace public.

Qu'il s'agisse de la réalisation d'un produit médiatique où, par leurs actions et regards, les jeunes défont des stéréotypes et des désinformations, ou encore de séances réflexives pour approfondir des problématiques sociétales, l'accent sera chaque fois mis sur le processus participatif d'élaboration d'un projet commun.

En définitive, le projet a pour but de repenser le phénomène que constituent les médias dans leur problématique comme dans leurs potentialités, par rapport à la diversité et à la participation citoyenne.

À ce stade, les contacts sont établis avec des partenaires potentiels, notamment les écoles, les AMO et les Maisons de jeunes.

Contacts pour le projet :

Cécile DETHIER,
cecile.dethier@carrefourdescultures.org - 081 41 27 51.

La MESA - Table de conversation en espagnol

Cette nouvelle activité est actuellement dans sa phase de lancement. Elle est issue du même esprit que « Langue et culture d'origine », et vise les mêmes objectifs à la fois linguistiques, culturels et d'intégration.

Les participants seront principalement constitués de nouveaux migrants fréquentant ou ayant fréquenté les séances de FLECI ou de Citoyenneté pour Tous. Élément original, l'animateur, Raphaël – originaire du Vénézuela, où il était professeur d'anglais –, est lui-même un apprenant de ces deux espaces.

Contacts pour le projet :

Raphaël PÉREZ,
0479 48 31 56.

Khalil NEJJAR,
khalil.nejjar@carrefourdescultures.org
081 74 24 94.

REMERCIEMENTS

Nous remercions toutes celles et tous ceux qui ont participé directement ou indirectement à la réalisation de ce numéro. Un merci particulier aux intervenant.e.s qui ont pris de leur temps pour partager avec nous leurs points de vue et analyses sur les médias, la manière dont ceux-ci abordent les enjeux de société, ou encore les rapports entre acteurs médiatiques : Daniel BONVOISIN, Thomas GILSON, Anne-Sophie GUILLAUME, Emilien HOMMÉ, Maxime KOUVARAS, Grégoire LALIEU, Tiffany LASSERRE, Marie Lecoq, Gladys MARTINEZ LOPEZ, Audrey MERCIER, Domenico MUSSELLA, Sabine PANET, Alexandre PENASSE, Edwy PLENEL, Ronnie RAMIREZ, USUL, Robin VAN LEECKWYCK, Chloé VILAIN et le reste de l'équipe du Musée du capitalisme.

CarrefourdesCultures
Des singularités pour une citoyenneté plurielle

Avenue Cardinal Mercier, 40
5000 Namur

Tél. : 0032(0)81/41.27.51
e-mail : info@carrefourdescultures.org
Site internet : www.carrefourdescultures.org

FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

Wallonie