

OPEN-VOX



KIT DÉBAT – Médias et

Démocratie

La démocratie dans les médias:
L'espace médiatique est-il un espace
démocratique ?

**Dans ce numéro tu
vas découvrir :**

- La fonction des médias
- Leur place et leur rôle dans un Etat démocratique

Bienvenue à Open-Vox !



Un espace d'échanges et de partages en groupes autour de sujets du quotidien. Toutes les deux semaines, c'est l'occasion de se retrouver pour discuter de thématiques diverses !

Le PEJ-France

Fondé en 1987, le Parlement Européen des Jeunes - France est une **association nationale d'éducation à la citoyenneté**, membre d'un réseau européen présent dans 40 pays. En France, elle est portée "**par et pour des jeunes**" engagé-es à l'échelle locale et nationale dans différents programmes qui sont déclinés dans six comités régionaux.

L'association organise chaque année des événements qui permettent à des jeunes de 15 à 25 ans de **vivre des expériences de citoyenneté active** en favorisant les rencontres, l'échange et le débat sur des thématiques d'actualité : sessions de simulations parlementaires, interventions en milieux scolaires, groupes de débats en lycées, forums étudiants...



Un réseau par et pour les jeunes



Des activités favorisant l'échange, l'expression et les rencontres

Le programme Open-Vox

Le programme Open-Vox, lancé en 2020 par le PEJ-France, propose à des lycéen-nes de toute la France de **créer des groupes de débat** dans lesquels ils/elles ont l'opportunité de discuter de sujets d'actualité. Au cours de l'année, **des échanges sont organisés entre différents lycées** pour permettre de dialoguer au-delà des murs de chaque établissement, entre jeunes, et d'ainsi créer encore plus de débats !

Lorsque la dynamique du groupe de débat est lancée, il existe la **possibilité - avec l'appui du PEJ si besoin - d'aller plus loin**. Les lycéen-nes peuvent ainsi des activités dans leur lycée/ville : mise en place d'animations (cleanwalk, collectes, animations au lycée...), participation à des sessions locales, régionales, nationales ou européennes !

Débattre : oui, mais comment ?



Quelques conseils pour débattre sereinement :



Nommez un-e responsable de débat : son rôle est à la fois d'animer, de modérer le débat et d'en être le maître du temps. Il/Elle est chargé-e de distribuer et gérer la parole pour que chacun-e puisse s'exprimer tour à tour. Le/la responsable doit également être vigilant-e à ce que la prise de parole soit équitable.



Organisez l'espace : les formes circulaires favorisent le dialogue et la proximité entre les participants-tes, ce qui renforcent la confiance réciproque et l'écoute.



Déterminez et annoncez la durée du débat au début : environ une heure et demie, c'est la durée que nous recommandons !



N'oubliez pas de rappeler quelques règles :

- Le respect et l'écoute des personnes qui prennent la parole
- La bienveillance et la patience entre les participant-es
- Les règles de circulation de la parole et les temps des prises de parole des participant-es

La méthode de débat de cette quinzaine



Les scénarios

En petits groupes, les participants et participantes partent d'un sujet et imaginent plusieurs scénarios, du plus optimiste au plus pessimiste afin d'identifier quels sont les questions clefs qui se posent à ce sujet.



Durée : 30 min à 45 min



Déroulement

1- L'animateur ou animatrice récapitule le sujet tel qu'il est compris et les premiers constats puis crée **2 ou 3 groupes** qui vont chacun imaginer un scénario optimiste, un scénario pessimiste et un scénario « moyen » pour le futur.

2- Chaque groupe réfléchit à un « futur possible » en suivant les étapes suivantes :

- **Dans 10 ans** : imaginer un scénario idéal / un scénario catastrophe/ un scénario basique entre les 2.
- **Dans les années à venir** : entre le présent et ces situations futures, identifier les points de bascule qui pourraient conduire à ces scénarios : des acteurs clés impliqués, des décisions à prendre...
- **Maintenant** : Identifier les questions qui se posent dès maintenant pour tendre vers un scénario le plus positif possible.

3- Tous réunis, chaque groupe présente ses avancées et l'animateur ou animatrice note au fur et à mesure les « enjeux et questions qui ressortent » puis anime un rapide débriefing.



Matériel et préparation

Prévoir pour chaque groupe un paper-board et des feutres pour noter leurs idées.

Les médias : un rôle essentiel et encadré dans un Etat démocratique

Les médias* sont par définition des médiateurs, des intermédiaires qui permettent de faire circuler une information aux publics.

Leur rôle est indispensable, ils garantissent l'accès de l'ensemble de la population à une information, une actualité, un phénomène social. Ils permettent d'accéder à une information collective, de se forger une opinion et de construire un esprit critique

Aujourd'hui les valeurs démocratiques encadrent les médias :

Liberté
d'expression

Pluralisme

Transparence
financière

Protection des
sources
journalistiques



Les grandes lois qui encadrent les médias

ART. XI
La libre communication des pensées et des opinions est
des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen
peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à ré-
pondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la

1789

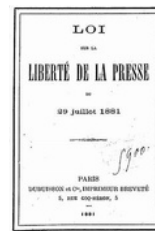
6 août 1789 :

Art. 11 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen portant sur la liberté d'expression et d'opinion.

29 juillet 1881 :

Loi sur la liberté de la presse

1881



1984

11 octobre 1984 :

Loi n°84 - 181 visant à limiter la concentration et à assurer la transparence financière et le pluralisme des entreprises de presse

30 septembre 1986 :

Loi n°86-1067 sur l'encadrement des campagnes électorales audiovisuelles pour que l'information politique soit variée, afin que les publics puissent former leur propre opinion.

1986



2022

16 septembre 2022 :

la Commission Européenne a présenté un projet de règlement intitulé "loi sur la liberté des médias" visant à protéger le pluralisme et l'indépendance des médias dans l'UE. De même ils ont proposé aussi la mise en place d'un nouveau Conseil européen des médias.

Les médias : un "quatrième" pouvoir?

Quand les médias sont soumis au pouvoir politique...

Dans l'histoire, les médias ont parfois fait l'objet de propagande, notamment en période de guerres ou de dictatures.

En France, sous le régime de Vichy, le gouvernement, par le biais de publications, affiches et discours, occulta la persécution et la collaboration au profit de l'image rassurante d'une France mythique, patriotique et uni autour de certaines valeurs (Travail, Famille, Patrie).

C'est le cas également du journal "Le Canard Enchaîné" censuré pendant la Première Guerre Mondiale.



Ou aux puissances économiques...

Un média, en choisissant de diffuser telle ou telle information choisit "une ligne éditoriale" *

L'opinion publique accède donc à une information choisie. Cela menace-t-il la transparence et la véracité de l'information ou cela favorise-t-il le pluralisme médiatique ?

L'espace médiatique, un espace convoité.

QUI POSSÈDE QUOI ?

Bernard Arnault 1ère fortune de France en 2021 (157 milliards d'euros) Entreprise : LVMH Médias : Le Monde , Le Parisien , Les Echos , Challenge	Patrick Drahi 10ème fortune de France en 2021 (13 milliards d'euros) Entreprise : Altice Médias : RMG , RTL , France 2 , France 3 , France 4 , France 5 , France 6 , France 7 , France 8 , France 9 , France 10 , France 11 , France 12 , France 13 , France 14 , France 15 , France 16 , France 17 , France 18 , France 19 , France 20 , France 21 , France 22 , France 23 , France 24 , France 25 , France 26 , France 27 , France 28 , France 29 , France 30 , France 31 , France 32 , France 33 , France 34 , France 35 , France 36 , France 37 , France 38 , France 39 , France 40 , France 41 , France 42 , France 43 , France 44 , France 45 , France 46 , France 47 , France 48 , France 49 , France 50 , France 51 , France 52 , France 53 , France 54 , France 55 , France 56 , France 57 , France 58 , France 59 , France 60 , France 61 , France 62 , France 63 , France 64 , France 65 , France 66 , France 67 , France 68 , France 69 , France 70 , France 71 , France 72 , France 73 , France 74 , France 75 , France 76 , France 77 , France 78 , France 79 , France 80 , France 81 , France 82 , France 83 , France 84 , France 85 , France 86 , France 87 , France 88 , France 89 , France 90 , France 91 , France 92 , France 93 , France 94 , France 95 , France 96 , France 97 , France 98 , France 99 , France 100	Alain Weill 343ème fortune de France en 2021 (300 millions d'euros) Médias : France 2 , France 3 , France 4 , France 5 , France 6 , France 7 , France 8 , France 9 , France 10 , France 11 , France 12 , France 13 , France 14 , France 15 , France 16 , France 17 , France 18 , France 19 , France 20 , France 21 , France 22 , France 23 , France 24 , France 25 , France 26 , France 27 , France 28 , France 29 , France 30 , France 31 , France 32 , France 33 , France 34 , France 35 , France 36 , France 37 , France 38 , France 39 , France 40 , France 41 , France 42 , France 43 , France 44 , France 45 , France 46 , France 47 , France 48 , France 49 , France 50 , France 51 , France 52 , France 53 , France 54 , France 55 , France 56 , France 57 , France 58 , France 59 , France 60 , France 61 , France 62 , France 63 , France 64 , France 65 , France 66 , France 67 , France 68 , France 69 , France 70 , France 71 , France 72 , France 73 , France 74 , France 75 , France 76 , France 77 , France 78 , France 79 , France 80 , France 81 , France 82 , France 83 , France 84 , France 85 , France 86 , France 87 , France 88 , France 89 , France 90 , France 91 , France 92 , France 93 , France 94 , France 95 , France 96 , France 97 , France 98 , France 99 , France 100
François Pinault 5ème fortune de France en 2021 (41,5 milliards d'euros) Entreprise : Kering, Artemis Médias : Le Point	Xavier Niel 13ème fortune de France en 2021 (8 milliards d'euros) Entreprise : Free, NJI Médias : Le Monde , Le Parisien , Les Echos , Challenge	Vincent Bolloré 14ème fortune de France en 2021 (8,2 milliards d'euros) Entreprise : Bolloré, Vivendi Médias : CANAL+ , C NEWS , Q8
Famille Dassault 6ème fortune de France en 2021 (26,6 milliards d'euros) Entreprise : Groupe Dassault Médias : LE FIGARO , France 2 , France 3 , France 4 , France 5 , France 6 , France 7 , France 8 , France 9 , France 10 , France 11 , France 12 , France 13 , France 14 , France 15 , France 16 , France 17 , France 18 , France 19 , France 20 , France 21 , France 22 , France 23 , France 24 , France 25 , France 26 , France 27 , France 28 , France 29 , France 30 , France 31 , France 32 , France 33 , France 34 , France 35 , France 36 , France 37 , France 38 , France 39 , France 40 , France 41 , France 42 , France 43 , France 44 , France 45 , France 46 , France 47 , France 48 , France 49 , France 50 , France 51 , France 52 , France 53 , France 54 , France 55 , France 56 , France 57 , France 58 , France 59 , France 60 , France 61 , France 62 , France 63 , France 64 , France 65 , France 66 , France 67 , France 68 , France 69 , France 70 , France 71 , France 72 , France 73 , France 74 , France 75 , France 76 , France 77 , France 78 , France 79 , France 80 , France 81 , France 82 , France 83 , France 84 , France 85 , France 86 , France 87 , France 88 , France 89 , France 90 , France 91 , France 92 , France 93 , France 94 , France 95 , France 96 , France 97 , France 98 , France 99 , France 100	Arnaud Lagardère 311e fortune de France en 2021 (330 millions d'euros) Entreprise : Lagardère Médias : Marcel , Le Journal du Financier , Europe 1	Martin Bouygues 41ème fortune de France en 2021 (3,2 milliards d'euros) Entreprise : Bouygues Médias : TF1 , LCI , TMC
Iskandar Sifa 97ème fortune de France en 2021 (1,1 milliard d'euros) Entreprise : Privinvest Médias : VALEURS	Daniel Kretinsky 705ème fortune mondiale en 2022 (3,5 milliards d'euros) Entreprise : Czech Media Invest Médias : Le Monde , Variane , ELLE	Famille Mohn 715ème fortune mondiale en 2019 (2,7 milliards d'euros) Entreprise : Bertelsmann Médias : RTL

Source : Libération



90% des médias d'information (principalement audiovisuels) sont détenus par 10 grands groupes ou milliardaires.

Dans un rapport du 31 mars 2022, la commission d'enquête du Sénat sur la concentration des médias en France explique que cette concentration fragilise à la fois :

1. La crédibilité de l'information :

Un lien renforcé se crée entre les médias et le pouvoir politique.

2. La redondance de l'information :

Le regroupement des rédactions, des locaux et la réduction du nombre de journalistes rend l'information répétitive et similaire entre médias, alors même que l'offre d'information n'a jamais été aussi importante.

3. Les équilibres économiques :

Entre fusion et rachat, les équilibres économiques risquent d'être bouleversés et des géants de l'information pourraient naître.

De nouveaux médias plus indépendants ?

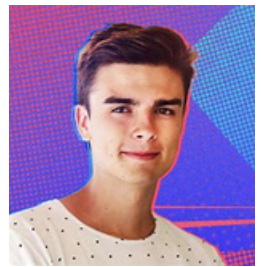


L'émergence du numérique marque un changement de paradigme dans les médias. Les médias de masse (TV, radio, journaux papiers) perdent une certaine audience, qui se tourne désormais vers les **médias sociaux** : des plateformes ou sites internet, dont le contenu et les outils sont produits directement par les internautes.

Emergence de nouvelles sources d'information : les médias numériques

HugoDécrypte:

Un média en ligne qui présente quotidiennement l'actualité sur Youtube, Tik Tok et Instagram. Sa mission est de vulgariser l'actualité et les grands enjeux contemporains pour les rendre accessibles à une jeune audience.
(<https://www.hugodecrypte.media/>)



Source : Youtube



Mediapart :

Mediapart se revendique comme un "journal d'information numérique, indépendant et participatif"

Depuis 2019, le capital de Mediapart est totalement contrôlé par le Fonds pour une presse libre (FPL) via la Société pour la protection de l'indépendance de Mediapart (SPIM). Ce contrôle par un fonds de dotation dévoué à une mission d'intérêt général vise à garantir son indépendance économique et donc l'indépendance de l'information choisie.

Les lanceurs d'alertes :

Pour faire face à un **manque de véracité, de transparence ou d'indépendance dans la production et la circulation de l'information**, certaines personnes, groupes, ou institution qui, ayant connaissance d'un danger, d'un risque ou d'un scandale, rendent public des informations afin d'enclencher un processus de régulation, de controverse ou de mobilisation collective. **Ce sont les lanceurs d'alertes.**



Exemple de lanceurs d'alerte dont le rôle a été crucial pour la liberté d'expression et la vérité de l'information

➔ **Julien Assange**, fondateur de **Wikileaks**, plateforme dont la vocation est de "libérer la presse" et de "démasquer les secrets et abus d'Etat" → en 2015, Wikileaks a publié les enregistrements d'écoute de plusieurs présidents français effectués aux Etats-Unis entre 2006 et 2012

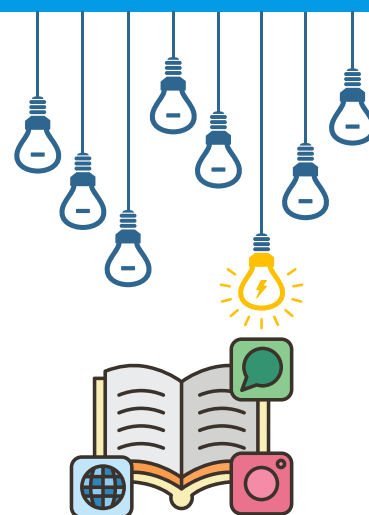
➔ **Edward Snowden**, informaticien américain ayant travaillé pour la CIA et la NSA (National Security Agency) → en 2013, il a dévoilé l'ampleur de l'espionnage numérique des Etats-Unis, notamment la NSA qui a récolté des données personnelles de citoyens américains ordinaires et a surveillé des personnalités politiques ; le choc qu'ont géré ces annonces a été considérable aux Etats-Unis et dans toute la communauté occidentale

Quelques éléments clés

Médias

Moyen, technique et support de diffusion massive de l'information (presse, radio, internet, télécommunications, télévision, cinéma...).

Source: Dictionnaire Le Robert



Démocratie

Régime politique, forme de gouvernement dans lequel la souveraineté émane du peuple. Dans une démocratie, les citoyen-nés exercent leur souveraineté sans organe intermédiaire, iels disposent du pouvoir d'élire leurs représentants.

Bien public

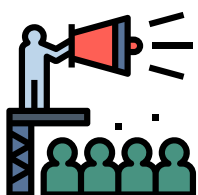
Source: Dictionnaire Larousse

Bien que chaque individu peut consommer. Il répond à deux conditions : la non-rivalité et la non-exclusion.

D'une part, la non-rivalité d'un bien signifie que sa consommation par un individu ne prive pas un autre individu de le consommer de la même manière. D'autre part, la non-exclusion désigne le fait qu'une personne ne peut en aucun cas être privée de consommer ce bien.



Source : Journal du net



Ligne éditoriale

La ligne éditoriale définit l'identité d'un média et correspond à l'ensemble des choix rédactionnels effectués par les journalistes lors des conférences de rédaction. Elle fixe une ligne directrice et oriente la manière dont sera traitée l'actualité

Source : www.clemi.fr

Propagande

Action systématique exercée sur l'opinion pour lui faire accepter certaines idées ou doctrines, notamment dans le domaine politique et social : la propagande électorale.

Source : Dictionnaire Larousse

"Fake news"

"Infoux" en français, est une information mensongère, délibérément biaisée ou tronquée, diffusé par un média ou un réseau social afin d'influencer l'opinion publique ; fausse information.

Source : Dictionnaire Larousse



Ce qu'ils/elles en disent...

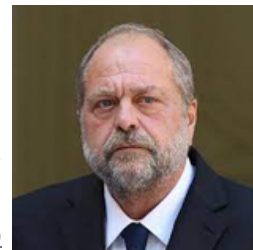


Un bref état des lieux des positions des acteur-trices impliqués-es...
... pour te forger ton propre point de vue !

Eric Dupont-Morreti

"Trop de personnes qui n'ont rien à voir avec la presse viennent profiter du bouclier de la loi de 1881 qui protège la liberté d'expression pour distiller des discours en rupture avec les valeurs de la République."

Déclaration au Figaro, le 18 novembre 2020



Quest France



Věra Jourová, vice-présidente chargée des valeurs et de la transparence à la Commission Européenne

Reimagine Europa

« Nous devons établir des principes clairs: aucun journaliste ne devrait être espionné en raison de son activité; aucun média public ne devrait devenir un organe de propagande. C'est l'essence de la proposition que nous présentons aujourd'hui et qui est totalement inédite: des garde-fous communs pour protéger la liberté et le pluralisme des médias dans l'UE»

L'Union européenne veut protéger le pluralisme et l'indépendance des médias, Journal France 24, 2022

Mediapart

"La mission de Mediapart est d'être au service du droit de savoir et de la liberté de dire, dans le souci de la vérité des faits et du pluralisme des opinions."



MEDIAPART

Site internet de Mediapart



Nathalie Sonnac, professeure en sciences de l'information et de la communication à l'Université Panthéon-Assas et ancienne membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) :

Wikipedia

Le secteur médiatique manque cruellement d'industrie, il souffre de ne pas avoir été considéré comme une industrie. On l'a toujours considéré comme une industrie entièrement à part, parce que l'information est un bien commun, nous sommes tous d'accord, et elle doit être protégée. L'information de qualité coûte cher, on a besoin de beaucoup d'argent pour que des journalistes puissent faire leur travail en toute indépendance, en prenant du temps".

L'espace médiatique est-il un espace démocratique ?

PHASE 1 : PLANTER LE DECOR



Décrypter l'intitulé du sujet et partager ses connaissances

Avant de se lancer, il faut savoir de quoi on parle. Tout le monde a des connaissances à apporter : un temps de mise en commun de ce qu'on sait (ou pas) !

Vous comprenez le sujet ?
Qu'avez-vous appris avec le kit ?
Des infos à apporter en plus ?



Pourquoi, cette question est importante ?
En quoi ça nous concerne ?

Comprendre en quoi ce sujet est important

Pour cerner l'importance du sujet il est important de se demander qui cette question concerne et en quoi elle mérite d'être posée.

- Quel est le rôle d'un média dans la société ?
- Quelles sources utilises-tu pour t'informer ?

PHASE 2 : OPINIONS ET SOLUTIONS

Exprimer des positions et les confronter

C'est le moment de vider son sac ! Ici chacun-e peut exprimer son point de vue et faire part de ses positions : c'est l'occasion de construire sa propre opinion !

Qu'est-ce que ça vous inspire ?
Quelles sont les points positifs ou négatifs selon vous ?

Trouver ensemble des compromis et imaginer des solutions, pour aller de l'avant !

On reprend les grandes questions et désaccords pour trouver ensemble des idées. Eh oui, il va peut-être falloir faire des compromis !

- Les médias doivent-ils représenter toutes les opinions ?
- Un régime démocratique suffit-il à garantir que les médias soient, eux aussi, démocratiques ? Si non, quelles autres conditions doivent être réunies ?

PHASE 3 : ET VOUS ?

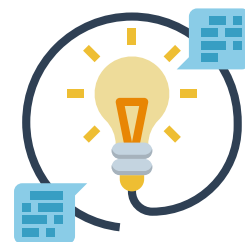
Penser à ce qu'on peut faire à notre échelle !

Avant de clore la séance, l'idée serait de réfléchir ensemble sur les moyens pour s'informer ou agir à votre échelle ! Pour cela, vous pourrez vous aider de la rubrique "Des idées d'engagement" !



- Comment se prémunir des fake news ?
- Est-ce que tu souhaiterais créer / rejoindre un média de jeunes dans ton lycée ou ta ville ?

Pour aller plus loin !



Des questions pour élargir le sujet...



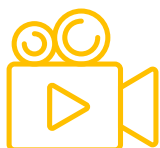
Doit-on nécessairement s'informer de l'actualité ?



Quels sont les autres moyens d'accéder à de l'information ?



Un média doit-il nécessairement définir une ligne éditoriale ou peut-il traiter de l'ensemble de l'actualité ?



Quelques vidéos courtes...



[Concentration des médias : Une menace pour la démocratie ? 28 Minutes- Arte](#)



[Influence médiatique, médias sous influences- France Culture](#)

Un peu de lecture...



[Médias et démocratie, dans Regards croisés sur l'économie, Julia Cagé- Cairn.infos](#)



["Sans la liberté de la presse, la démocratie ne peut survivre" António Guterres ONU INFOS, l'actualité mondiale un regard humain](#)



Et même des podcasts !



[Episode 2/2 : Julia Cagé et l'économie des médias](#)



[Episode 3/4 : Les médias représentent-ils les citoyens ?- France culture](#)

Des idées d'engagement

Dans cette rubrique, tu trouveras différentes formes d'engagement qui existent sur le sujet du jour !



S'informer

C'est déjà être un-e citoyen-ne actif-ve !

Studyrama

Studyrama est une revue de presse destinée aux étudiant-es qui a pour vocation d'accompagner les jeunes vers les études supérieures, et les conseiller (aides à disposition des étudiant-es, salons de présentation des formations...).

Participer

Quelques exemples d'associations qui s'engagent sur ce sujet !

Jets d'encre, association nationale d'éducation populaire, consacre son activité à la reconnaissance et à la défense des médias réalisés par les jeunes de 11 à 28 ans, peu importe leur format (presse écrite, presse web, radio, émission TV, etc.), dans le milieu scolaire, le milieu étudiant et le milieu hors scolaire. L'association se fixe pour objectif de fédérer, de valoriser, de développer et de défendre ces expériences de presse.

Jets d'encre
Association nationale pour la promotion
et la défense de la presse d'initiative jeune

Agir à son échelle

Il existe plein d'autres manières de s'engager au quotidien !

Pour mettre à jour les problèmes et inégalités qui peuvent exister dans ton lycée, pourquoi ne pas créer une "boîte à commentaires" que chaque élève pourrait remplir ?

Si des inégalités sont identifiées et/ou s'il y a des élèves en difficulté dans ton lycée, tu peux initier des groupes d'entraides !

Tu as du temps et tu veux agir concrètement ? La plateforme Diffuz te permet de participer à des petites actions solidaires sous forme de défis près de chez toi en fonction des causes qui te tiennent à cœur

Diffuz
Petites actions pour grands défis

Kit rédigé par :

Guillemette, Sephora, Laurie, Tamia, Mathilde, Géraldine



N'hésite plus, et participe aux Sessions Régionales

Les sessions du PEJ-France permettent aux participants de débattre sur un sujet d'actualité en suivant plusieurs temps forts : interconnaissance et découvertes culturelles, travail en commission pour construire des résolutions, session plénière pour débattre desdites résolutions.

La prochaine session aura lieu à Avignon du 30 mars au 2 avril !

Thème : *Diplomatic relations : between conflicts and agreements*

Mail de contact : romanegimenezbaude@pejfrance.eu



Rejoins notre communauté de rédacteur-ices !

Etre rédacteur-ice au PEJ, c'est développer tes connaissances de fond, tes capacités d'analyse, de rédaction et de travail en groupe, le tout sur des sujets qui t'intéressent !

Si toi aussi tu souhaites rejoindre notre communauté de bénévoles rédacteurs, n'hésite pas à contacter Juliette.

Contacte Juliette : juliettebarreira@pejfrance.eu

Suis-nous sur nos réseaux !

Il existe plein de formes d'engagement et de participation au PEJ : pour ne rater aucun de nos événements et opportunités, abonne-toi à notre newsletter WhatsApp et à notre page Instagram !

