

Bolloré, *Direct Matin* et Autolib' : un cas d'école

Depuis le lancement de ces voitures électriques en libre-service le 5 décembre 2011, le journal *Direct Matin* de Bolloré ne cesse de chanter les louanges d'Autolib' du même Bolloré [1]. Sans le vouloir, le quotidien a fourni tous les ingrédients nécessaires à un exercice scolaire réussi. Retour sur une expérience pédagogique menée auprès d'élèves de seconde, dans le cadre d'un module d'observation critique des médias en accompagnement personnalisé au CDI. À réitérer : d'autres formules sont possibles...

I. Intitulé de l'exercice

- Identifiez le(s) propriétaire(s) d'un média.
- Repérez un sujet dans lequel le média peut avoir un intérêt (conflit d'intérêts, poids du propriétaire).
- Demandez-vous si le média sert les intérêts de son propriétaire dans le traitement du sujet (exemples d'éléments négatifs et/ou positifs, sources, place accordée au sujet...)

2. Documents

La fréquence des articles sur Autolib' dans *Direct Matin* a permis à chaque groupe d'élèves de travailler sur un numéro [2]. Comme le journal est gratuit, il était possible d'en prendre plusieurs exemplaires en réserve au cas où l'un d'entre eux serait abîmé. La collecte a été réalisée sans effort lors de trajets matinaux en RER.



3. Déroulement de l'exercice

Ce cas de conflit d'intérêts avait l'avantage d'être évident. Les élèves ont d'abord identifié le propriétaire principal de *Direct Matin* avec la carte du PPA [3], puis noté un aperçu de ses activités dans lequel était glissé Autolib'. Ils ont pu facilement repérer le sujet en feuilletant le journal sans se perdre dans des hypothèses invérifiables.

L'absence de réserve dans l'auto-promotion a rendu la correction « spectaculaire ». Chaque groupe s'est aperçu qu'il avait repéré le même sujet que les autres à des dates rapprochées et que personne n'avait trouvé d'éléments négatifs dans la manière de le traiter. Au contraire, le tour de table est vite devenu un étalage d'exemples d'éloges de la Bluecar d'Autolib' ou de détails sur son fonctionnement. Certains groupes ont également noté que seul Bolloré (ou un partenaire) avait la parole ou que la place accordée au sujet (en « une » ou article long) n'était pas justifiée par son importance.



L'exercice s'est terminé par le survol d'un article tiré d'un journal différent avec un autre point de vue sur Autolib'. Cette lecture rapide a montré l'intérêt de varier ses sources d'information à défaut de pouvoir déceler l'influence du propriétaire sur son média...

4. Bilan

Direct Matin a fourni bien malgré lui des facilités matérielles pour la mise en place de l'exercice, un exemple accessible d'influence du propriétaire sur son journal et permis d'aborder des questionnements critiques de base face aux médias.

Réalisé dans une séance autour de l'interrogation "à qui appartiennent les médias ?", cet exercice s'enchaîne très bien avec un cours suivant sur le poids de la publicité sur l'information, et s'intègre parfaitement à une séquence consacrée aux techniques de propagande en démocratie...

Merci Bolloré.

Une documentaliste, le 23 avril 2012.

- Dessin : Fred

Notes

[1] Voir « Quand *Direct Matin*, propriété du groupe Bolloré, se transforme en agence de pub pour... Bolloré », *Médiacritique(s)*, janvier 2012, n°2, p.10.

[2] Les 10, 23, 27 janvier, 03, 08 février, 12, 23, 29, 30 mars, 02, 06 avril de cette année (recensement non exhaustif).

[3] D'abord publiée en avril 2007 dans le journal *Le Plan B*, la carte du Parti de la presse et de l'argent a été mise à jour à l'occasion de la sortie du film *Les Nouveaux chiens de garde*.

Acrimed : la critique des médias... en actes !

Née du mouvement social de novembre-décembre 1995, Acrimed (Action-Critique-Médias) est une association qui réunit chercheurs et universitaires, journalistes et salariés des médias, acteurs et militants du mouvement social. Elle porte une critique des médias indépendante, rigoureuse et sans complaisance, prenant le mal à la racine : une critique radicale.

Pourquoi une association ? Pour mener collectivement les indispensables combats pour transformer l'ordre médiatique existant.

Pour y participer, nous soutenir, nous lire, nous contacter, vous informer sur les activités de l'association, rendez-vous sur le site :

WWW.ACRIMED.ORG

SI UN AUTRE MONDE EST POSSIBLE, D'AUTRES MÉDIAS LE SONT AUSSI. MAIS POUR QU'UN AUTRE MONDE SOIT POSSIBLE, D'AUTRES MÉDIAS SONT NÉCESSAIRES.