

Le vrai du faux.

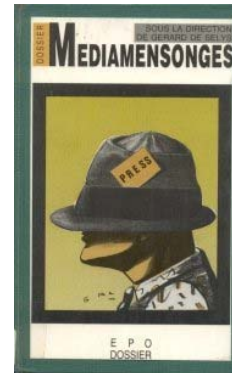
Comment nous laissons-nous influencer par les médias ? Ce que nous voyons et entendons est-il toujours la vérité ? Apprenons à l'aide de cette sélection à ne plus subir l'information, mais à comprendre les « coulisses » des médias et prendre conscience des rôles qu'ils jouent, notamment vis à vis du pouvoir politique...

Sous la direction de G. DE SELYS

[Médiamentonges](#)

Epo dossier, 1991 – cote 07

Confusion sur les nombres de victimes en décembre 1989, entre le soulèvement de Timisoara et l'invasion américaine du Panama... Un cas pour hésiter entre accident d'information et manipulation. Plusieurs journalistes de tous horizons tentent avec mesure de décanter la boude du mensonge...



FARBIAZ, Patrick

[Comment manipuler les médias : 101 recettes subversives](#)

Denoël, 1999 – cote 07

« Pour tous ceux qui veulent dépasser les éternels discours désabusés sur la domination des médias, manuel de guérilla du XXIe siècle ». Un peu anar et pas si honnête que cela, car il dénonce moins les cas pervers de falsification qu'il n'en fait l'éloge en en conseillant la pratique

AUBENAS, Florence et BENASAYAG, Miguel

[La fabrication de l'information : les journalistes et l'idéologie de la communication](#)

La Découverte, 1999 – cote 7

Nous sommes conscients des tentations de « pensée unique » chez les médias, et nous la contestons. Mais modifions-nous pour autant nos habitudes de consommation médiatique ? Fruit de la collaboration entre un journaliste et un philosophe, cet essai explore ce paradoxe à partir d'exemples plus ou moins récents de l'actualité.

Rencontres Internationales MEDIA-DEFENSE 95-IMAGINA

[Les manipulations de l'image et du son](#)

Hachette (Pluriel), 1996 – cote 07



L'arrivée du numérique met à la disposition de chaque individu des outils dont la facilité d'emploi permet de transformer images et sons, sous le couvert de l'anonymat

Ce livre, qui implique les spécialistes de l'audiovisuel, les journalistes, les informaticiens, les fonctionnaires civils et militaires, propose une réflexion sur les pratiques mensongères surgies à la faveur de l'évolution des technologies.

AVRON, Dominique

[Le scintillant : essai sur le phénomène télévisuel](#)

Presses universitaires de Strasbourg, 1994 – cote 300

Des millions d'humains sont « accros » à la télévision et sacrifient plusieurs années de leurs vies à cette activité essentiellement perceptive, passive, et non-lucrative.

La première partie de l'ouvrage, plus technique, examine comment les images et les sons électroniques sont produits pour exciter nos sens avec tant d'efficacité. La seconde partie, plus philosophique, est une réflexion sur la réponse des sens, et aborde la question de l'interprétation, passive ou critique, du produit télévisuel.

RIOUFOL, Ivan

[La tyrannie de l'impudeur](#)

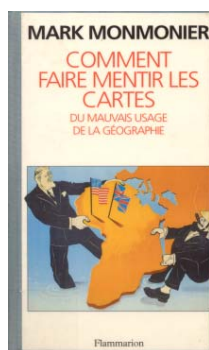
éditions Anne Carrière, 2000 – cote 17

Ceci est un combat contre l'impudeur de l'individu devant la société, impudeur née en 1968, avec l'éclosion de concepts d'autogestion, d'autonomie, et d'autocontentement. Cette pratique, adoptée massivement par les médias, a fait que tout semble sonner faux dans une société livrée aux donneurs de leçons et aux imposteurs de l'information.

MONMONIER, Mark

[Comment faire mentir les cartes : du mauvais usage de la géographie](#)

Flammarion, 1991 – cote 911



Rien ne semble plus objectif que les cartes géographiques, destinées à guider le navigateur ou à situer les points du globe ...du moins dans un premier temps. Mais il arrive qu'elles accueillent une floraison de petits mensonges, non-dits, ou habitudes simplement reproduites, auxquels on réagit d'autant moins que la carte est prétendue « faire preuve » : or, colorisations, tracés de limites, centrage du plan...peuvent devenir meurtriers, lorsqu'ils sont forgés par la propagande politique ou militaire : on n'oublie pas que la géographie (incluant la cartographie) est mère de la géopolitique.

OLIVESI, Stéphane

[Histoire politique de la télévision](#)

L'Harmattan, 1998 – cote 300

Si les médias servent parfois sans sursaut critique des positions politiques, il arrive aussi que le producteur médiatique, ici, la télévision, soit lui-même la propriété marchande d'influences fortes (économiques, politiques), et qu'il soit alors, bon gré plutôt que mal gré, réduit à infléchir l'information vers les vues que sa tutelle attend de lui.

DOMENACH, Jean-Marie

[La propagande politique](#)

PUF, 1979 – cote Que sais-je ? 448

Il s'agit ici d'abord de la grosse machine de la propagande par un régime totalitaire établi. L'ouvrage date d'une époque où la société française se prenait à rêver que la propagande, outil politique incontournable, est honteuse, et que la « vérité » (mais laquelle ?) n'a qu'à apparaître pour être adoptée

GOUREVITCH, Jean-Paul

[L'image en politique : de Luther à Internet et de l'affiche au clip](#)

Hachette, 1998 – cote 320

Dans le spectacle qu'est devenue l'activité politique pour séduire aux citoyens, l'image fixe (affiches électorales avec slogans) ou mobile (attitudes de l'homme politique devant la caméra) s'affirme comme arme stratégique de premier plan. On trouvera dans cette étude des exemples précis, judicieusement analysés.

MORELLI, Anne

[Principes élémentaires de propagande de guerre \(utilisables en cas de guerre froide, chaude ou tiède...\)](#)

Labor, 2001 – cote 350

Dix principes permanents, que l'actualité montre toujours efficaces, jouent sur le prétexte que tout conflit opposerait nécessairement un Gentil et un Méchant. Sauf que la cour de récréation, où des gamins refont cow-boys et indiens, peut devenir les lieux de conquêtes et de massacres, vécus par tous, où le Gentil ne l'est pas tant que ça.

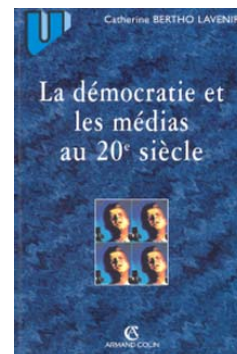
BERTHO-LAVENIR, Catherine

[La démocratie et les médias au 20^e siècle](#)

Armand Colin, 2000 – cote 07

Ni panacée démocratique, ni menace totalitaire, les médias du 20^e siècle (Europe et USA) sont modelés par des circonstances politiques sur lesquelles, à leur tour, ils agissent. La mémoire des excès et des bonheurs des médias est aussi une leçon de démocratie

Travail de fond, documents à l'appui, pour une compréhension nuancée de la force des médias, qui offrent simultanément aux diverses attentes des publics, le plus médiocre et le meilleur.



HALKIN, Léon-Ernest

[Éléments de critique historique](#)

Dessain, 1966 – cote Magasin

Un manuel incontournable sur le rôle de l'historien (qui est souvent le successeur chronologique du journaliste, puisqu'il interprète et analyse les événements plus distants, sur base de documents choisis)

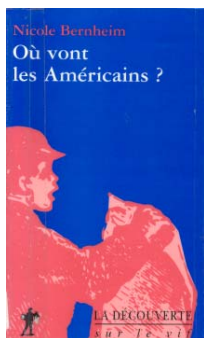
GERÉ, François

[Dictionnaire de la pensée stratégique](#)

Larousse, 2000 – cote 350

S'agissant de médiatisation des conflits, ce dictionnaire sur la stratégie (militaire) s'avère utile pour redéfinir certaines notions. Ce dictionnaire inclut aussi des noms propres.

BERNHEIM, Nicole
[Où vont les Américains ?](#)
La Découverte, 2000 – cote 320



L'auteur, journaliste au Monde, a vécu plusieurs années aux Etats-Unis, pose sa question peu avant l'élection de G. Bush jr. Elle souligne ici certaines inquiétudes, auxquelles d'actualité a donné raison : beaucoup d'Américains ont succombé à la suffisance que leur donnait le statut de première puissance du monde, une grande majorité ignore les modes de société du reste de la planète. La fragilisation de l'économie montre une société fragile, qui perd vite la tête quand elle se croit menacée. Mais la montée des conservatismes, soutenant les va-t-en-guerre, empêche la société américaine d'évoluer vers l'autocritique vraie et vers l'écoute du reste du monde. Prophétique !

Collectif dir. par Guy COQ et Charles CONTE
[Le lynchage médiatique](#)
Ed. Corlet, revue *Panoramiques*, dossier n° 35, 4^e trim. 1998 – cote 07

39 articles sur cette forme extrême du harcèlement médiatique. Les points de vue très libres sont sainement dérangeants, quand ils portent sur l'étude de cas de lynchage. Où le média, persuadé qu'il détient la vérité, prend la place de la justice, et l'influence au besoin, sous peine de la mettre également en accusation...

Collectif dir. par Gérard CHALIAND
[La persuasion de masse : guerre psychologique / guerre médiatique](#)
Laffont, 1992 – cote 300

Enjeu de la guerre moderne, la persuasion de masses rend vulnérables les opinions publiques des états démocratiques. Cette persuasion de masse crée la désinformation et se mue en propagande.

ALBERT, Pierre et LETEINTURIER, Christine
[Les médias dans le monde : enjeux internationaux et diversités nationales](#)
Ellipses (Infocom), 1999 – cote 00

Pour mieux connaître la place des médias ailleurs, et analyser plus finement les diversités européennes.

MARTHOZ, Jean-Paul
[Et maintenant, le monde en bref : politique étrangère, journalisme global et libertés](#)
GRIP, ed. Complexe, 1999 – cote 07

L'avance américaine dans le domaine des médias globaux ne donne du monde qu'une vision trompeuse. La réalité, plus complexe et plus riche, invite à revoir ce constat d'un regard plus critique et même optimiste : le dernier chapitre propose constructivement des actes et des attitudes dans nos sociétés pour rendre aux médias la dignité de leur rôle citoyen.



WATZLAWICK, Paul

[La réalité de la réalité : confusion, désinformation, communication](#)

Seuil (Point essais), 1978 – cote 00

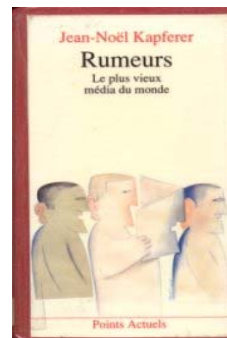
Il n'y a pas une réalité mais des versions, parfois contradictoires, de la réalité, et qui sont toutes un effet de la communication. Nous abordons ici le comportement individuel. Cet ouvrage concerne davantage les parlers de tous les jours, l'un de ces parlers étant la vie politique internationale.

KAPFERER, Jean-Noël

[Rumeurs : le plus vieux média du monde, éd. augmentée](#)

Seuil (Point actuels), 1990 – cote 300

Le grand classique sur le sujet : comment la rumeur surgit et meurt, comment l'identifier, comment l'utiliser ...



Collectif

[Fumées sans feu : actes du colloque de Liège sur la rumeur, octobre 1993](#)

Labor, 1994 – cote 300

Trois articles en particulier étudient la médiatisation des rumeurs et la place du journaliste devant ce type d'information.

BRIDONNEAU, Pierre

[Oui, il faut parler des négationnistes.](#)

Cerf, 1997 – cote 930

A partir de « l'affaire Roques » en 1987 (reniant le génocide juif et réhabilitant le nazisme), l'auteur démonte, textes en main, les processus de leur manipulation par des intellectuels qui prétendent à la qualité d'historiens.

ETCHEGOYEN, Alain

[Des libertés sous influence](#)

Seuil, 1997 – cote 300

Opinions publiques fragiles, pressions et influences sur la démocratie... Cet essai nous interpelle sur la question : qu'est-ce qui dépend de nous et qu'est-ce qui n'en dépend pas. Pour mieux distinguer l'influence, qu'il faut combattre, et la contrainte, qu'il faut affronter, bref, pour mieux déchiffrer le sens de l'actualité.

GILLOIS, André

[Le mensonge historique](#)

Laffont, 1990 – cote 930

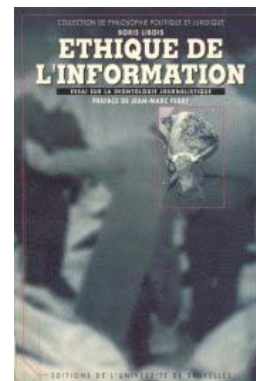
La vanité et la fuite devant les responsabilités (de certains chefs civils ou militaires) ne sont pas les seuls ressorts de la désinformation. Nous devons rester vigilants devant les « vérités historiques », qui représentent l'accord consensuel sur ce qu'il est bon de laisser croire. Ouvrage publié avant l'émergence de certains révisionnismes, il avance une leçon de scepticisme généralisé et fataliste

LIBOIS, Boris

[Ethique de l'information : essai sur la déontologie journalistique](#)

Ed. de l'ULB, 1994 – cote 07

La crise de confiance entre médias et public, et l'exigence de renouveau éthique révèlent une crise de légitimité des médias mêmes et des journalistes d'information. Pour l'auteur, il est urgent de repenser courageusement la raison d'être des médias afin d'éviter qu'ils se retournent contre la démocratie.



FERRO, Marc

[Comment on raconte l'Histoire aux enfants à travers le monde entier. Nouvelle édition revue](#)

Payot, 1992 – cote 930

Le regard (voire, les préjugés) que nous portons sur les autres peuples et sur nous-mêmes est fortement déterminé par ce qui nous en a été dit ou montré, enfants, et par nos premières leçons d'histoire. L'ouvrage vise tant à respecter les enfants dans leur désir d'apprendre, qu'à construire les esprits plus ouverts des prochaines générations, aptes à comprendre d'autres points de vue, de quoi miner certaines machines perverses de la désinformation.

HALIMI, Serge

[Les nouveaux chiens de garde](#)

Ed. Liber-raison d'agir, 1997 – cote 07

Dénonciation du réseau étroit qui gouverne les médias français tout en les proclamant « contre-pouvoirs »: un petit groupe de journalistes omniprésents impose sa définition de l'information-marchandise à une profession de plus en plus fragilisée par la crainte du chômage. Pour lecteurs au fait du who's who des médias français.

BERTOLUS, Jean-Jérôme

[Les Média-Maîtres : qui contrôle l'information ?](#)

Seuil, 2000 – cote 07

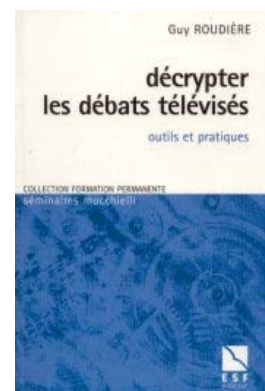
Dans les batailles d'audience ou d'abonnés, l'indépendance est une vertu commerciale surannée. Plus les canaux de distribution se multiplient, plus il devient difficile pour un média isolé de maîtriser son développement : un quotidien régional peut être englouti par la création d'une chaîne de télévision locale. Au bout du compte, ce sont toujours les mêmes qui ramassent la mise. En Europe, ils sont une quinzaine (Bouygues, RTL Group, Vivendi, Bertelsmann, Lagardère, News Corporation...) au centre de ce marché.

ROUDIÈRE, Guy

[Décrypter les débats télévisés : outils et pratiques](#)

ESF (formation permanente, séminaires Mucchielli), 1999 – cote 07

Après avoir assisté à un débat télévisé, le spectateur s'en tient souvent à des impressions de forme, faute de temps à l'analyse du « discours caché ». Mais comment fonctionnent les stratégies de persuasion des débattants ? Quelle est la mise en scène choisie par les professionnels de la télévision ? Ce livre est un manuel pédagogique, avec exposés, exercices et corrigés proposés, pour acquérir la maîtrise du vu et de l'entendu.



Trois émissions hebdomadaires à suivre à l'écran :

[Le dessous des cartes](#), par Jean-Christophe VICTOR (Arte, samedi 20 h.)

Synthèses courtes mais très denses et très nuancées, sur des questions de géopolitiques

[Arrêt sur image](#), par Daniel SCHNEIDERMAN (TV5, dimanche 12.30 h.)

Débats entre journalistes sur l'analyse comparée de reportages de même sujet, sur le fonctionnement de certaines émissions...

[Kiosque](#), par Philippe Dessaint (TV5, dimanche 17 h.)

Quatre journalistes de la presse internationale expriment sur un sujet d'actualité, leur point de vue et celui de leur pays.