RÉALISER UN MÉDIA

Choisir une posture

• • •

Outil d'animation

média ANIMATION

Belgium-Luxembourg Digital Media and Disinformation Observatory

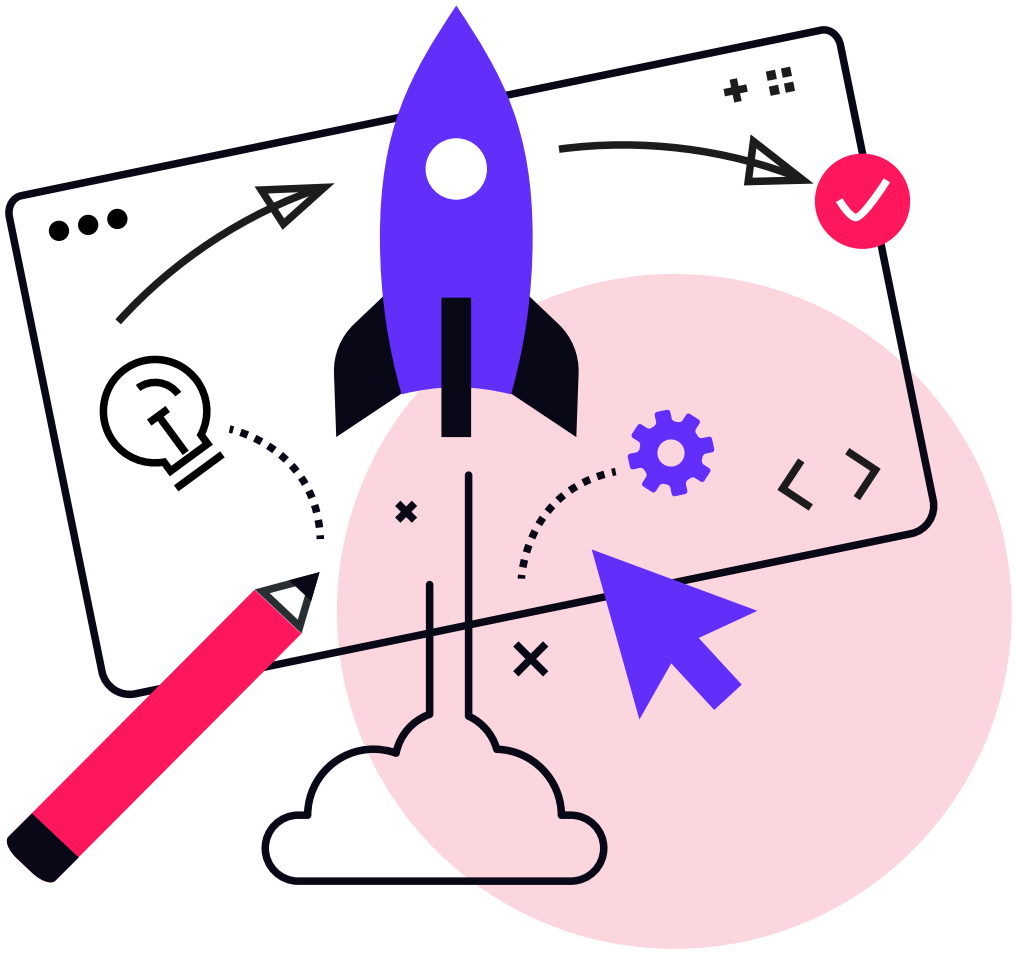
Co-funded by the European Union

FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

Présentation de l'outil

Cet outil d'animation sert de point de départ à un atelier d'expression médiatique collective. Il se présente sous la forme d'un diaporama à projeter au groupe et vise à stimuler le débat entre participant·es, afin qu'ils et elles questionnent leurs usages médiatiques et leurs attentes en matière d'information.

Il s'agit d'interroger la manière dont les auteur·es d'un média se positionnent par rapport au réel et d'identifier le degré d'« objectivité » qu'ils ou elles recherchent. Par extension, le groupe est amené à déterminer quelle posture il souhaite adopter par rapport au monde et aux publics qui découvriront son média.



Objectifs

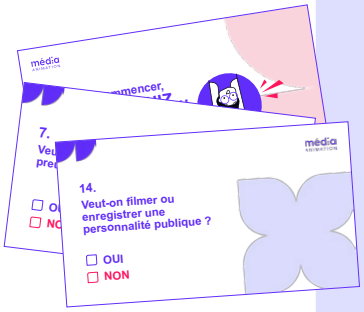
- **Développer l'esprit critique face aux médias :** amener les participant·es à analyser leurs propres pratiques médiatiques et à identifier les choix éditoriaux et les postures adoptées par les créateur·ices de contenus.
- **Comprendre les notions d'objectivité et de subjectivité médiatique :** permettre au groupe d'explorer comment les médias se positionnent par rapport au réel et de questionner les différents degrés de neutralité ou d'engagement possibles.
- **Construire une posture éditoriale collective :** accompagner les participant·es dans la définition de leur propre positionnement en tant que créateur·ices de média, en clarifiant leurs intentions vis-à-vis du monde et de leurs futurs publics.

Généralités

Public cible	Les participant·es à un atelier d'expression médiatique/citoyenne
Participant·es	Jusqu'à 20 personnes
Durée d'exploitation de l'outil	60 minutes
Contenu de l'outil	Un fichier PowerPoint
Matériel nécessaire	Des petits cartons **bleus** et **roses**, un de chaque couleur pour chaque participant·e, un ordi et un projecteur

Démarche d'animation

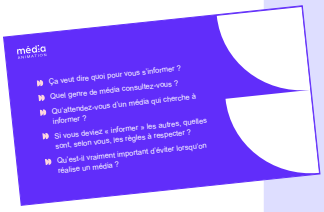
- Télécharger le fichier **PowerPoint** pour pouvoir le projeter.
- Préparer un carton **bleu** et un carton **rose** pour chaque participant·e.
- Les **slides 2 à 16** sont des questions à adresser au groupe. Pour chaque question, proposer au groupe de lever son carton vert (oui) ou son carton rouge (non). L'animateur·rice interroge alors le groupe sur les tendances qui se dégagent. L'idée est de pousser les participant·es à justifier leur « oui » ou leur « non », et d'interroger le groupe sur l'homogénéité ou la division des réponses.



- Pour chaque question, le groupe doit, au final, décider si la réponse collective est plutôt « **oui** » ou « **non** ». L'animateur·rice note le numéro de la question et la réponse du groupe sur une feuille.
- Les **slides 17 à 20** permettent de tirer une conclusion de ce quiz et d'identifier vers quel type de propos médiatique le groupe semble vouloir se diriger.



- La **slide 21** permet un moment de discussion sur les usages médiatiques du groupe. Quels types d'information cherchent-ils et elles dans les médias ? Orienter la discussion vers une comparaison entre ce qu'ils et elles considèrent comme clairement « subjectif », ce qui relèverait d'une recherche d'« objectivité », et la manière dont les créateur·ices de contenu parviennent à cet idéal.



- La **slide 22** permet d'identifier différents formats journalistiques. Le débat peut se poursuivre sur la manière spécifique dont ces formats permettent (ou pas) d'entrer en connexion avec le réel.

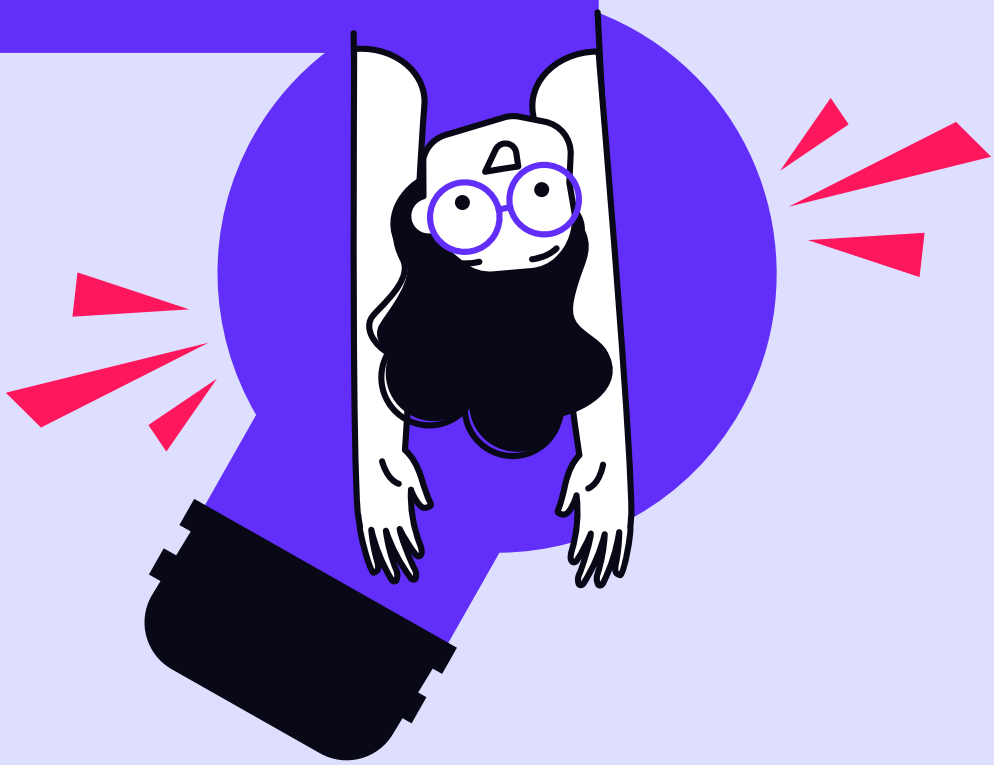


- La **slide 23** permet de débattre du rapport aux « sources » et de l'impact que le choix d'une source aura sur la recherche d'objectivité.
- La **slide 24** permet de choisir ensemble qui « incarnera » le propos.
- La **slide 25** permet de déterminer un « ton ».



Conclusion

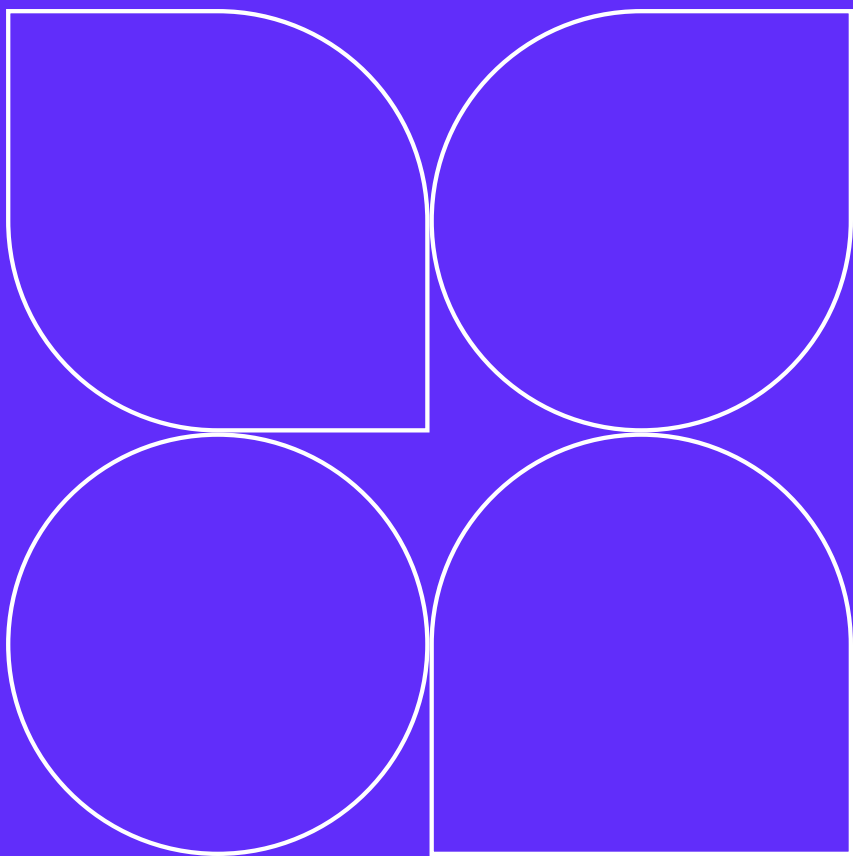
Conclure en lançant le brainstorming créatif. Quel objectif communicationnel notre média poursuivra-t-il ? Quelle forme créative sera la plus adaptée pour atteindre ces objectifs ? Comment, et par quel canal, ce média sera-t-il diffusé, et pour toucher quel public ?



Éditeur responsable : Anne-Claire Orban de Xivry – Média Animation asbl

Cofinancé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour la santé et le numérique (HaDEA). Ni l'Union européenne ni l'autorité octroyant la subvention ne peuvent en être tenues pour responsables.

– 2026 –



media-animation.be