



**FAKE NEWS, DÉSINFORMATION, MÉSINFORMATION
L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS COMME SOLUTION**

BIBLIOGRAPHIE ET FILMOGRAPHIE

TIRÉ À PART DES RESSOURCES DE LA MEDIATHEQUE DU CAV



PRESENTATION

La Médiathèque du Centre AudioVisuel Liège asbl est une médiathèque spécialisée en éducation *aux* médias et *par* les médias. Elle propose aux publics scolaire et associatif la location de livres, de dvd, de cassettes vidéo et de CD-Rom traitant des médias mais également des sciences sociales, de l'histoire, de l'environnement, etc.

Nous vous proposons ici une sélection de notre catalogue consacrée à la problématique des fake news. En plus d'un large choix d'ouvrages généraux et pédagogiques sur la désinformation et la mésinformation ainsi qu'une filmographie sélective sur cette thématique, vous y trouverez une sélection de bouquins traitant des médias et de la révolution numérique. Un recensement qui fait parfaitement sens à une époque où l'éducation aux médias est primordiale dans la lutte contre les fake news.

Contact médiathèque

Sophie Lescrenier
Rue Beeckman 51
4000 Liège
04/232.18.81
mediatheque@cavliege.be

Horaires

Du lundi au vendredi de 9h à 17h
Fermé pendant les vacances scolaires

Suivez notre travail de curation de contenu

sur 

Tarifs

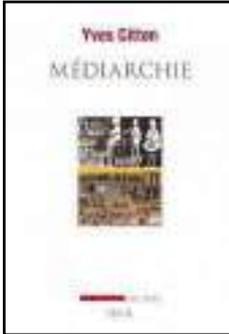
Inscription annuelle : 3€
Livres : 0,50€/sem
DVD/VHS : 2,50€/sem

Gratuit pour l'enseignement communal

TABLE DES MATIERES

Médias et révolution numérique	1
Désinformation et mésinformation : ouvrages généraux	6
Désinformation et mésinformation : ouvrages pédagogiques	28
Désinformation et mésinformation : filmographie	34

1. Médias et révolution numérique



MÉDIARCHIE

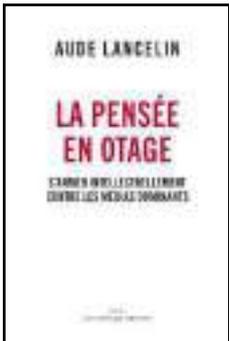
(CITTON, Y., France, Editions du Seuil, 2017, 398p.)

Nous nous imaginons vivre dans des démocraties, alors que nous vivons dans des médiarchies. Car, plus que les peuples ou les individus, ce sont les publics formés par les médias qui sont les substrats de nos régimes politiques. Même lorsque nous dénonçons le « pouvoir des médias », nous n'entrevoions qu'à peine à quel point ceux-ci conditionnent nos perceptions, nos pensées et nos actions, individuelles et collectives.

En reliant des courants de pensée étrangers à nos traditions critiques et universitaires, Yves Citton renouvelle considérablement notre boîte à outils conceptuelle et s'applique tournevis en main à recadrer nos débats. De l'écoféminisme à la sociologie des réseaux, des algorithmes de l'apprentissage profond à l'archéologie des infrastructures, de la démonologie au design d'ingénierie, du médiactivisme au médiartivisme, le parcours proposé élargit notre horizon théorique et notre imaginaire politique en explorant d'autres manières de penser les « médias ».

Nous ne saurions échapper aux conditionnements opérés sur nous, entre nous, à travers nous et en nous par nos médiarchies. Ce livre espère toutefois nous aider à mieux percevoir ces conditionnements, à mieux les concevoir – et à moins les subir.

Cote : 12 H.1.5162



LA PENSÉE EN OTAGE : S'ARMER INTELLECTUELLEMENT CONTRE LES MÉDIAS DOMINANTS

(LANCELIN, A., France, Les liens qui libèrent, 2018, 109p.)

On peut éteindre peu à peu le caractère authentiquement démocratique d'un système d'information sans toucher aux apparences. C'est la situation que vit la France, où le CAC 40 a massivement racheté les médias, imposant une idéologie de la « neutralité » mortifère, propulsant sur le devant de la scène ses valets intellectuels, dévastant l'esprit public. Toutes sortes de mensonges, de pseudo-évidences et de mythes consoleurs empêchent les gens de prendre conscience de la gravité de ces manœuvres. Il est urgent de démasquer celles-ci pour que tous s'emparent enfin de la situation.

Cote : 12 H.1.5127



LA FIN DE LA COM'

(BENEDETTI, A., France, Editions du cerf, 2017, 96p.)

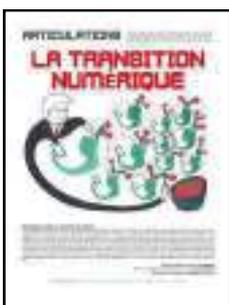
Longtemps la com' des politiques aura été la langue des oligarchies. De cette machinerie démagogique, les peuples commencent à s'affranchir.

Des propagandistes aux fils de pub, des conseillers d'image aux spin-doctors, de la Maison Blanche à l'Élysée, c'est la chronique de cette domination et de cette libération que retrace, ici, en historien critique et en acteur engagé, Arnaud Benedetti.

Un livre incisif, mené au pas de charge et tirant à bout portant, pour comprendre les captations d'hier, les contestations d'aujourd'hui et les révolutions de demain.

Arnaud Benedetti est professeur associé en histoire de la communication à l'université Paris Sorbonne.

Cote : 12 H.1.5127



LA TRANSITION NUMÉRIQUE

(COLLECTIF, Belgique, Revue « Secouez-vous les idées » n°69, 18/08/2017)

Fake News : au-delà des décodeurs de l'info - Les enjeux politiques et démocratiques - Les marchands d'attention - Pour un accès à la culture plus humain.

Rayon revues



MÉDIAS ET INFORMATION, ON APPREND!
(CLEMI, France, Réseau Canopé éditions, 2017, 48p.)

L'édition 2017-2018, profondément remaniée, est composée de quatre parties :

- Les informations pratiques (socle commun, textes réglementaires...) et les dispositifs du CLEMI (Semaine de la presse et des médias dans l'école, Concours Médiatiks, #ZéroCliché...) présentent les enjeux de l'Éducation aux médias et à l'information et les moyens proposés par le CLEMI pour la mettre en oeuvre.
- Le focus info/intox insiste sur la nécessité d'aider les élèves à acquérir des réflexes de vérification de l'information. Pour y parvenir, le CLEMI propose ainsi des Ateliers Décllic' Critique et des activités destinés aux élèves de primaire, de collège et du lycée.
- Les pistes pédagogiques suggèrent aux enseignants des activités à réaliser en classe, dans le premier et le second degrés sur des sujets très variés (feuilleter la presse, écrire pour s'informer, élaborer une veille d'actualité, intégrer les réseaux sociaux en classe, etc.). Des ressources à destination des publics spécifiques sont également mises à disposition.
- ÉMI et interdisciplinarité : présentation d'activités en ÉMI réalisables au collège dans le cadre d'Enseignements Pratiques Interdisciplinaires (EPI).

Cote : 08.1 H.1.05074



LES MÉDIAS SONT-ILS DANGEREUX? COMPRENDRE LES MÉCANISMES DE L'INFORMATION
(COLLECTIF, Paris, Le 1, 2017, 97p.)

Les médias sont partout au centre des débats et des controverses qui agitent nos sociétés. Muselés dans les dictatures qui ne disent pas leur nom – on parle de dictatures en Russie, Syrie, Turquie -, ils prennent dans nos démocraties des visages nouveaux et inquiétants. Tantôt contrôlés par le capitalisme industriel, tels en France Bolloré, Niel, Lagardère ou Arnault, tantôt incontrôlés ou incontrôlables, à l'image de ces sites dits d'information qui trouvent dans la toile et les réseaux sociaux le tremplin idéal pour répandre leurs fake news et vérités dites alternatives. Miroirs déformants de notre époque, les médias n'en sont-ils pas plutôt les plus fidèles reflets ?

À travers des analyses, des enquêtes, en France comme dans de nombreux pays d'Europe, aux États-Unis ou en Turquie, cet ouvrage nous renseigne avec précision sur l'évolution sans précédent du monde de l'information. Il s'interroge sur le rôle des journalistes et sur la compétition entre différents médias dont l'instantanéité et l'absence de déontologie faussent irrémédiablement la perception du réel. Comment s'informer de façon complète et satisfaisante pour comprendre notre monde en luttant contre la désinformation, la propagande et la théorie du complot ? Voici quelques pistes !

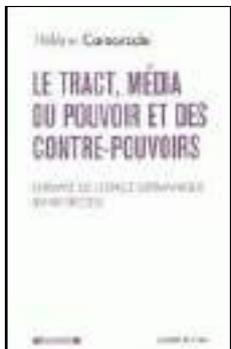
Cote : 51.1 H.1.05078



L'INDUSTRIE DU MENSONGE : RELATIONS PUBLIQUES, LOBBYING ET DÉMOCRATIE
(STAUBER, J., Marseille, Agone, 2012, 406p.)

A ceux qui utilisent les techniques de lobbying pour redresser les injustices sociales, protéger l'environnement, promouvoir les droits des minorités, défendre les travailleurs ou oeuvrer pour le bonheur de leur communauté, nous avons voulu montrer que c'est une illusion de croire que ces techniques sont " neutres ". Même si toutes les organisations écologistes du monde mettaient leurs ressources en commun, elles ne disposeraient jamais d'un budget de relations publiques équivalent à celui d'un seul fabricant de pesticides décidé à défendre ses intérêts. Un tel mouvement verra-t-il le jour ? L'existence même du lobbying prouve que c'est possible : le fait que les entreprises industrielles et les gouvernements dépensent chaque année des milliards de dollars pour manipuler l'opinion illustre, de façon perverse mais flagrante, l'existence persistante - même souterraine - des valeurs morales et intellectuelles que nous pouvons défendre. En examinant le pouvoir et les méthodes des lobbyistes, ce livre dévoile l'ampleur des manipulations dont le peuple est l'objet pour transformer " l'opinion publique " et conforter les intérêts des grands groupes industriels. Des espions aux journalistes opportunistes, en passant par des scientifiques peu regardants et de faux manifestants, l'industrie du mensonge utilise tous les canaux possibles pour que seule l'information qui arrange ses clients - groupes pharmaceutiques, gouvernements, industriels pollueurs, producteurs d'énergie nucléaire, de tabac ou de nouvelles technologies (OGM...) - puisse être diffusée.

Cote : 51.1 H.1.05077



LE TRACT, MÉDIA DU POUVOIR ET DES CONTRE-POUVOIRS : L'EXEMPLE DE L'ESPACE GERMANIQUE (XVe-XXe SIÈCLES)
(CAMARADÉ, H., Bruxelles, Le bord de l'eau, 2017, 156p.)

Utilisé traditionnellement par les autorités détenant le pouvoir, le tract s'est avec le temps imposé comme un média particulièrement prisé par les contre-pouvoirs qu'ils soient religieux, pendant la Réforme protestante par exemple, ou politiques, lors des révolutions de 1789, 1848 ou 1989, ou lorsqu'il est utilisé par des voix dissidentes au sein des partis. Il devient au fil des siècles un instrument de l'émergence d'une opinion publique et celui d'une reconquête de l'espace public par des mouvements de résistance quand celui-ci est contrôlé ou censuré par une dictature. Il est aussi utilisé comme un outil de guerre psychologique dès les guerres ottomanes et jusqu'aux deux guerres mondiales ou pendant la guerre froide.

En s'appuyant sur des recherches originales, l'auteur analyse les évolutions des caractéristiques formelles et fonctionnelles de ce média et propose une histoire du tract, ce média essentiel dans l'histoire politique germanique, mais aussi occidentale.

Cote : 51.1 H.1.05077



INTRODUCTION À L'ÉCONOMIE DES MÉDIAS

(BASSONI, M., JOUX, A., Paris, Armand Colin, 2014, 252p.)

Les médias traversent aujourd'hui une crise économique sans précédent, les obligeant à se réinventer pour survivre. Ce manuel propose les clés pour analyser et comprendre les enjeux auxquels sont confrontés les acteurs médiatiques et notamment les grands groupes. Mobilisant concepts et outils de l'analyse économique, il insiste sur les stratégies de firmes connues qui appartiennent aux champs de plus en plus convergents des industries médiatiques, de l'économie des biens culturels et de l'Internet. Il est accompagné d'exemples puisés dans l'actualité des médias et de l'Internet et offre un zoom sur les stratégies innovantes. Un ouvrage indispensable pour s'orienter dans cette réalité complexe qu'est aujourd'hui la « globalisation médiatique ».

Cote : 12 H.1.04833

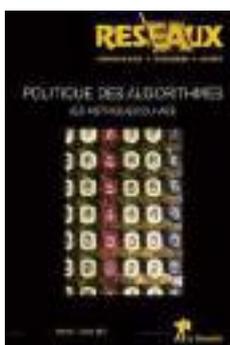


SAUVER LES MÉDIAS : CAPITALISME, FINANCEMENT PARTICIPATIF ET DÉMOCRATIE

(CAGE, J., Paris, Seuil, 2015, 126p.)

Les médias sont en crise. Pas seulement la presse écrite, mais toute la chaîne de production de l'information. Confrontés à une concurrence croissante et à une baisse inexorable des recettes publicitaires, les journaux, les radios, les télévisions, les *pure players* sont tous à la recherche d'un nouveau modèle. Fondé sur une étude inédite des médias en Europe et aux États-Unis, ce livre propose de créer un nouveau statut de « société de média à but non lucratif », intermédiaire entre le statut de fondation et celui de société par actions. Ce statut permettrait d'œuvrer pour des médias indépendants des actionnaires extérieurs, des annonceurs et des pouvoirs publics, mais dépendants de leurs lecteurs, de leurs salariés et des internautes. Il s'agit d'un modèle économique adapté à la révolution numérique et aux enjeux du XXI^e siècle.

Cote : 12 H.1.04876



POLITIQUE DES ALGORITHMES. LES MÉTRIQUES DU WEB

(COLLECTIF, Revue « Réseaux » n°177, Paris, La découverte, 2013, 284p.)

L'entrée dans une ère d'abondance d'informations n'a jamais rendu aussi importante la question de leur classement. Profitant de l'extension des capacités de numérisation, les données digitales prolifèrent. Capturées, stockées, agrégées, calculées, elles entrent de plus en plus souvent dans des dispositifs de marché, de surveillance, d'évaluation ou de recommandation. La mise en place d'un monde des données est souvent appréciée, avec enthousiasme ou frayeur, comme une nouvelle puissance susceptible, pour les uns, de réinventer les marchés et l'organisation, de rendre la démocratie plus transparente, de faciliter les interactions avec les choses et l'environnement ou d'élaborer des connaissances prédictives, alors que d'autres s'alarment des usages commerciaux des fichiers, des menaces sur la vie privée, de la dictature de l'hyper-visibilité ou de la colonisation du monde vécu par un esprit de calcul et d'évaluation. Ce sont ces questions que ce numéro de Réseaux voudrait interroger en entrant dans le travail de production des nouvelles métriques du web et en portant attention à la manière dont les artefacts issus de ce travail recomposent les situations sociales.

Cote : 47 H.1.05008



INTERNET ET LE PLURALISME DE L'INFORMATION

(COLLECTIF, Revue « Réseaux » n°176, Paris, La découverte, 2013, 192p.)

Les articles de ce dossier sur le pluralisme de l'information, dirigé par Franck Rebillard, apportent plusieurs éléments de réflexion et de réponse à ce sujet, sur un plan quantitatif jusqu'ici inédit. Ils sont fondés sur un corpus de plus de 200 sites, représentant tout l'éventail de l'information d'actualité sur le web : sites de journalisme participatif, *pure players*, blogs, portails et agrégateurs de nouvelles, aux côtés des déclinaisons web de médias imprimés et audiovisuels.

Cote : 47 H.1.04598



LE POUVOIR DES MÉDIAS : MYTHES ET RÉALITÉS

(DERVILLE, G., Nouvelle éd., Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. « Politique en + », 2012, 207p.)

Les dernières décennies ont été marquées par la montée en puissance des médias de masse : hausse du nombre de chaînes de télévision et de la consommation des programmes, prospérité des instituts de sondage et des officines de marketing politique, développement d'Internet et des réseaux sociaux. Ces constats provoquent une profusion de réflexions inquiétantes : les médias ne seraient-ils pas devenus tout-puissants ? Ne rendraient-ils pas l'exercice de la démocratie impossible en y important des défauts rédhibitoires ? Ce livre met à la disposition des étudiants et du grand public un certain nombre de réponses à ces interrogations.

Cote : 51.1 H.1.04679



UNE PRESSE SANS GUTENBERG : POURQUOI INTERNET A BOULEVERSE LE JOURNALISME
(FOGEL, J-F, PATINO, B., Paris, Seuil, coll. « Points », 2007, 189p.)

Internet a dépouillé le journalisme de ses privilèges. L'influence qu'une profession exerçait sans partage a vécu. Internet n'est pas un support de plus ; c'est la fin du journalisme tel qu'il a vécu jusqu'ici. Sur le réseau mondial, une presse neuve est née avec son identité, son langage, ses journalistes aidés de « confrères » qui, avec eux, alimentent et éditent des sites d'information : navigateurs, blogueurs, internautes en mal d'expression. Sans oublier les algorithmes et moteurs de recherche. Dans ce contexte, le processus de destruction et de recréation que traverse aujourd'hui la presse devient irréversible. Contrainte de réviser sa relation avec l'audience, elle n'entame pas un nouveau chapitre de son Histoire, mais bien une autre Histoire.

Cote : 58 H.1.04857



LES NOUVEAUX BUSINESS MODELS DES MEDIAS : LES 3 PILIERS DE LA TRANSFORMATION
(FRADIN, S., Limoges, FYP éditions, 2016, 192p.)

Enrichi de données éclairantes et très détaillées, l'ouvrage *Les nouveaux business models des médias* offre une présentation complète de l'organisation et du fonctionnement des médias. Il passe en revue tous les aspects de la transformation à laquelle ils sont confrontés. Il explique comment placer les consommateurs au centre de la chaîne de valeur et répondre à des attentes toujours plus personnalisées et immédiates. Il montre aussi le rôle des pouvoirs publics et des mécanismes de régulation.

Selma Fradin identifie 3 piliers de la transformation des médias et fournit les clés des business models rentables, adaptés à la révolution numérique et au paysage médiatique actuel.

À travers des études de cas très documentées, elle analyse les stratégies et les modes de financement des services innovants et des principaux acteurs des médias.

Cote : 47 H.1.04957



MEDIAS : INFLUENCE, POUVOIR ET FIABILITE

(LECOMTE, J., Paris, L'Harmattan, coll. « Questions contemporaines », 2012, 249p.)

Comment comprendre et analyser les médias dans le contexte contemporain ? Il s'agit d'interroger les reproches typiques qui leur sont adressés, de décrypter et évaluer la fiabilité des contenus véhiculés. Cet ouvrage propose par ailleurs de questionner les rapports individuels et sociaux que les usagers entretiennent avec eux : comment se positionner pour élaborer un jugement critique et nuancé à leur égard.

Cote : 12 H.1.04588



REVOLUTION NUMERIQUE, REVOLUTION CULTURELLE?

(RIEFFEL, R., Paris, Gallimard, coll. « Folio », 2014, 352p.)

À partir du domaine de la culture (cinéma, photographie, livre, musique, arts, presse, radio, télévision...), Remy Rieffel prend l'exacte mesure de cette révolution dans les relations à soi-même et aux autres, dans l'accès au savoir ou aux connaissances, dans le rapport à l'information et à l'argumentation. Est-ce une rupture anthropologique de nos sociétés, ou plutôt une nouvelle transformation de nos usages des moyens de communication comme l'humanité en a connu à plusieurs reprises au cours de son histoire? Simple changement d'échelle ou véritable changement de nature, dans un univers où s'affrontent des valeurs d'émancipation et d'ouverture d'un côté et des stratégies de contrôle et de domination de l'autre?

Cote : 47 H.1.04869



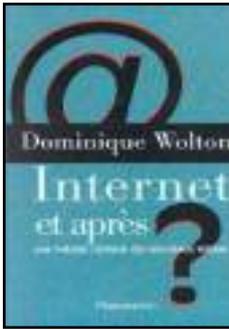
MEDIAS CONTRE MEDIAS : LA SOCIETE DU SPECTACLE FACE A LA REVOLUTION NUMERIQUE

(SÉNÉCHAL, C., Paris, Les prairies ordinaires, coll. « Essais », 2014, 224p.)

La société du spectacle travaille à définir les contours de la réalité légitime. Elle donne une image respectable aux dominations de classe et sélectionne les agents qui, d'affrontements factices en consensus postiches, en gouvernent la reproduction idéologique et matérielle, à bonne distance des perturbations populaires. Ainsi se forme l'hégémonie culturelle.

Le développement d'Internet change la donne : la multitude s'approprie les moyens de se représenter, les paroles installées essuient le feu des critiques, des contre-discours d'information émergent. Diffusant leur propre récit des événements, les mobilisations sociales débouchent parfois sur des révolutions. Les médiations traditionnelles, contrôlées par la bourgeoisie du verbe, sont prises à revers. L'espace public s'ouvre au conflit.

Cote : 47 H.1.04782



INTERNET, ET APRÈS ? UNE THÉORIE CRITIQUE DES NOUVEAUX MÉDIAS
(WOLTON, D., France, Flammarion, 2010, 250p.)

Internet est-il une révolution aussi importante que la radio dans les années 20 et la télévision dans les années 60 ?

C'est l'objet de ce livre : comparer les avantages et inconvénients respectifs des médias classiques et des nouveaux médias, relativiser le thème de la « révolution de la communication » et rassurer ceux qui se croient, à tort, dépassés.

Internet ne créera pas magiquement une société où toute information circulerait librement et pacifiquement, où les rapports sociaux seraient miraculeusement modifiés. Le Web ne supplantera pas la radio et la télévision dans leur rôle essentiel de lien social. Si nos démocraties veulent rester fidèles à leur projet d'émancipation politique, elles doivent réglementer les nouveaux médias et éviter ainsi que la liberté de communication ne devienne synonyme de loi de la jungle.

Cote : 47 H.1.04729

2. Désinformation et mésinformation

2.1. Ouvrages généraux



LA FIN DU JOURNALISME? DÉRIVES NUMÉRIQUES, DÉSINFORMATION ET MANIPULATION (DE TARLE, A., France, Editions de l'atelier, 2019, 112p.)

L'information traverse une crise majeure. Alors que la presse et l'audiovisuel perdent des recettes et une grande partie de leur audience, les plate-formes numériques attirent un vaste public et diffusent massivement des nouvelles sans contrôle ni vérification, donnant libre cours à de multiples formes de manipulation. Qui plus est, elles collectent des ressources considérables en exploitant des millions de données appartenant aux internautes.

En France et en Europe, la réflexion sur la révolution numérique ne fait que commencer alors que celle-ci bouleverse déjà la vie sociale. Antoine de Tarle propose, en s'appuyant notamment sur des études de chercheurs américains, une analyse neuve et stimulante d'une situation d'une gravité extrême. Car au-delà du journalisme, c'est la démocratie qui est menacée.

Cote : 51.1 H.1.5182

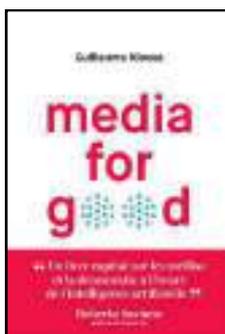


DES TÊTES BIEN FAITES : DÉFENSE DE L'ESPRIT CRITIQUE (GAUVRIT, N., DELOUVEE, S., Paris, PUF, 2019, 288p.)

L'esprit critique est sur toutes les lèvres. Entre l'explosion des Fake news et autres rumeurs sur Internet, et les innombrables théories du complot qui poussent certains jeunes sur la voie de la radicalisation, nous vivons dans un monde parsemé de pièges pour nos cerveaux, trop enclins à adhérer à des idées fausses voire complètement farfelues.

Dans cet ouvrage à la fois théorique et pratique, philosophes et chercheurs exposent les failles mentales qui nous rendent vulnérables aux erreurs de raisonnement, tandis que vidéastes, journalistes ou enseignants témoignent des actions menées pour développer l'hygiène mentale de leurs contemporains. Ensemble, ils imaginent les bonnes pratiques de l'autodéfense intellectuelle, afin de poser les jalons d'un enseignement de l'esprit critique plus que jamais nécessaire et qui, surtout, aura fait la preuve de son efficacité.

Cote : 51.1 H.1.5181



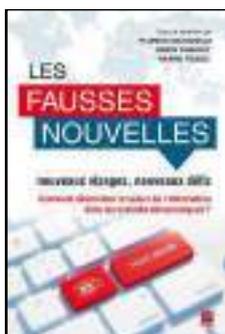
MEDIA FOR GOOD (KLOSSA, G., Paris, Débats publics, 2019, 180p.)

Fake news et désinformation de masse : le temps n'est-il pas venu de se rebeller contre un paysage médiatique qui ne correspond pas au futur que nous voulons ? A l'illusion d'une information gratuite et instantanée, s'oppose la réalité de contenus de qualité qui coûtent. A l'ère du "tout se vaut" amplifié par les réseaux sociaux, la défense du pluralisme, l'indépendance journalistique, l'investissement dans la création et la vitalité d'un débat démocratique fondé sur des faits sont plus que jamais indispensables.

Pour faire société, Guillaume Klossa en est convaincu, nous avons besoin de médias exemplaires qui, plutôt que de nourrir les crises, aident les citoyens à comprendre les défis de notre temps et à se penser ensemble. C'est la condition pour construire la démocratie du XXI^e siècle.

Quel visage pour ce Media for Good ? Il engagera une relation intime avec son public pour lui proposer une offre de contenus de qualité qui, loin de l'enfermer dans des « bulles de filtre », le stimulera et lui ouvrira de nouveaux horizons. Et plutôt que subir les derniers développements technologiques que sont le big data, l'intelligence artificielle ou les neurosciences, le média du futur les mettra au service des citoyens et en fera un usage éthique.

Cote : 51.1 H.1.5179



LES FAUSSES NOUVELLES : NOUVEAUX VISAGES, NOUVEAUX DÉFIS (SAUVAGEAU, F., Québec, Presses de l'Université Laval (PUL), 2018, 284p.)

Il y a toujours eu des fausses nouvelles. De simples erreurs, des canulars ou, plus sérieusement, de la désinformation. Mais le phénomène se présente aujourd'hui sous un nouveau jour. À cause de la prolifération des messages que permettent les réseaux sociaux, l'effet est viral. Comment, dans cet univers en réseau, les citoyens peuvent-ils s'assurer de la véracité des informations qui leur sont transmises ? Les mécanismes qui permettaient leur validation dans le monde des médias traditionnels semblent appartenir à une autre époque. Les journalistes doivent-ils repenser leur rôle ? Peut-on faire confiance à Facebook qui dit multiplier les efforts pour débusquer les faussetés sur sa plateforme ? Que faut-il attendre des chercheurs ? L'État a-t-il un rôle à jouer ? Comment les critères du vrai et du faux se définissent-ils ? Bref, comment déterminer la valeur de l'information dans les sociétés démocratiques ? C'est la question essentielle que pose le problème des fausses nouvelles.

Cote : 51.1 H.1.5180



SCIENCES & PSEUDO-SCIENCES
(ASSOCIATION POUR L'INFORMATION SCIENTIFIQUE, Paris)

L'Association française pour l'information scientifique (AFIS, créée en 1968) a pour but de promouvoir la science contre ceux qui la détournent à des fins lucratives ou idéologiques, ou usent de son nom pour couvrir des entreprises charlatanesques. Elle apporte un éclairage sur des sujets de société qui sont traités de manière pseudo-scientifique et font l'objet de désinformation ou polémiques, notamment autour de la santé, des nouvelles technologies et de l'environnement.

L'AFIS est indépendante de tout groupe de pression et s'interdit toute concession au sensationnalisme, et toute complaisance envers l'irrationnel.

Rayon revues



DÉSINFORMATION ET RÉSEAUX SOCIAUX : CE QUE RÉVÈLENT LES STATISTIQUES
(COLLECTIF, Paris, Revue « Pour la science » n°472, février 2017)

On trouve tout et n'importe quoi sur Internet. Ce n'est pas un scoop. Ce qui est plus nouveau, c'est la prise de conscience que le n'importe quoi tend à occuper une place démesurée. La diffusion massive sur Internet de fausses informations et de théories conspirationnistes a attiré depuis longtemps l'attention des sociologues et des médias. On connaît moins les travaux des informaticiens, des physiciens et des mathématiciens sur ce sujet. « Pour la Science » présente dans ce numéro des analyses de données provenant de Facebook, qui révèlent, chiffres à l'appui, que les internautes tendent à former sur les réseaux sociaux des communautés isolées les unes des autres, qui s'autoconfortent dans leurs opinions et leurs préjugés – un cybercommunautarisme inquiétant.

Plus généralement, comme le souligne le sociologue Gérald Bronner, les libertés offertes par Internet, conjuguées avec nos biais cognitifs, ont produit un marché de l'information dérégulé, propice à la désinformation. Y remédier sans censurer est certainement l'un des plus grands défis que doivent aujourd'hui relever les sociétés démocratiques.

Cote : 51.1 H.1.05052



LE DÉSENCHANTEMENT DE L'INTERNET : DÉSINFORMATION, RUMEUR ET PROPAGANDE
(BADOUARD, R., Paris, FYP éditions, 2017, 179p.)

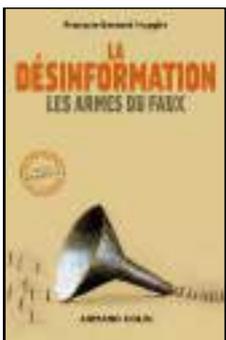
Internet est-il devenu l'ennemi de la démocratie ?

Rumeur, fake news, harcèlement, propagande, surveillance généralisée... Le débat public en ligne s'est transformé en véritable champ de bataille. Pourtant, il y a encore une dizaine d'années, on louait l'exemplarité de l'internet comme étant l'outil d'un renouveau démocratique. Comment expliquer ce retournement ?

Cet ouvrage propose une synthèse claire et pédagogique sur les enjeux politiques de l'internet. L'auteur montre que le pouvoir se loge au coeur même des technologies. Internet porte en lui un modèle communautariste qui favorise les clivages. Dans cet univers profondément conflictuel, l'enjeu n'est plus d'échanger, mais d'occuper l'espace. La dérégulation généralisée du marché de l'information fait peser de sérieuses menaces sur l'exercice de la liberté d'expression.

C'est la défense de l'internet comme bien commun qui est en train de se jouer aujourd'hui. Et parce que le numérique est l'affaire de tous, c'est aussi l'avenir de nos démocrates dont il est question.

Cote : 51.1 H.1.05083



LA DÉSINFORMATION : LES ARMES DU FAUX
(HUYGHE, F.-B., Paris, Armand Colin, 2016, 192p.)

Info, intox ? Complot, rumeur ? La désinformation serait partout, et la vérité nulle part. Ces questions obsèdent nos sociétés où il semble qu'en ligne tous puissent s'exprimer et que rien ne doive rester caché. Pourtant, la désinformation a une histoire. Elle s'exprime pendant la guerre froide et accompagne la mondialisation, avant que le web et les réseaux sociaux ne lui ouvrent de nouveaux horizons.

En explorant les mécanismes de ce qui nous abuse et que nous refusons parfois de croire, des systèmes de pouvoir apparaissent et de nouvelles formes d'idéologies se manifestent. Quand la vérité des faits devient l'objet central de nos luttes, la désinformation n'est plus qu'une question morale : elle est un enjeu stratégique.

Cote : 51.1 H.1.05014



ALIMENTATION : BACTÉRIES, VIRUS, FIBRONIL, OGM, INTOXICATIONS... LES RISQUES RÉELS ET LES CRAINTES INFONDÉES

(AFIS, France, Revue « Science & pseudo-sciences » n°322, octobre-décembre 2017)

Dossier : les intoxications alimentaires

- Peurs alimentaires et risques d'intoxications (*Jean-Paul Krivine*)
- Les intoxications alimentaires en France : quelle ampleur ? (*Albert Amgar*)
- La peur au ventre (*Gil Rivière-Wekstein*)
- Bactéries et virus : les dangers biologiques des aliments (*Denis Corpet*)
- Alimentation : comment le risque chimique est-il évalué ? (*Dominique Parent-Massin*)
- Œufs contaminés par du fipronil : une fraude scandaleuse mais sans risque avéré pour le consommateur (*Jeanne Brugère-Picoux*)
- Les mycotoxines (Isabelle Oswald, Florence Richard-Forget et Dominique Parent-Massin)
- Comment prévenir le risque de mycotoxines dans la production agricole ? (*Catherine Regnault-Roger*)
- La consommation d'insectes ou de protéines d'insectes en Europe (*Dominique Parent-Massin*)
- Les plantes génétiquement modifiées, l'alimentation et la santé (*Bernard Le Buane*)
- Le naturel est chimique (*Kévin Moris*)
- Panique dans l'assiette, ils se nourrissent de nos peurs (Note de lecture sur un livre de Gil Rivière-Wekstein)

Rayon revues



DANS LA SECTE

(HENRI, P., ALLOING, L., Bruxelles, La boîte à bulles, 2005, 96p.)

Dans la nuit, une jeune fille court pour attraper son train. Elle désire partir au plus vite. Mettre des kilomètres entre elle et cette secte où elle vient de passer plusieurs mois, éprouvants, éreintants. Dans la tranquillité du train qui file vers Paris, Marion se souvient de l'itinéraire qui l'a amenée jusqu'ici : publicitaire aux soirées aussi remplies que les jours, en rupture amoureuse et familiale, elle suit les conseils d'un ami qui lui propose de venir se ressourcer, s'épanouir grâce à des techniques scientifiques parfaitement éprouvées. Marion met, avec espoir, le doigt dans un engrenage dont il lui faudra des années pour s'extirper entièrement.

L'itinéraire de Marion n'a rien d'extra-ordinaire. Il est malheureusement banal et ne pourrait faire la Une des journaux. C'est ce qui le rend exemplaire : Marion ressemble à n'importe quel adepte de sectes, son endoctrinement a été progressif, sans violence. Mais il l'a laissée durablement meurtrie. Et elle a dû prendre sur elle pour confier dans le détail son histoire à Louis Alloing, son ami dessinateur de BD, et à Pierre Henri, le scénariste de cet album.

Un témoignage poignant réalisé en coopération avec l'ADFI, une des plus importantes associations de lutte contre les sectes. Sa présidente, Catherine Picard en signe d'ailleurs la préface.

Cote : 51.1 H.1.05067



FABRICANTS D'INTOX

(HARBULOT, C., Paris, Lemieux, 2016, 168p.)

La guerre de l'information fait rage : vidéos provocatrices de l'État islamique sur les décapitations d'otages, films de propagande et de contre-propagande sur la situation en Ukraine, affrontements d'images entre le Hamas et Israël, polémiques visuelles sur les multiples rebondissements de la guerre civile en Syrie. La liste ne cesse de s'allonger. Ces événements ont tous un point commun : la production de connaissances infirmant ou validant la thèse de tel ou tel camp. Les opérations de désinformation montées par les États-Unis lors des guerres avec l'Irak (notamment les fausses preuves sur l'existence des armes de destruction massive) ont créé un précédent : une démocratie pouvait mentir pour renforcer sa légitimité à agir. Mais on ne gagne pas à tous les coups avec de tels procédés, rappelle Christian Harbulot. Les fabricants d'intox oeuvrent désormais dans tous les camps. Il ressort de ce sordide constat que la franchise pas plus que l'abjection ne sont des clés de succès. L'auteur rapporte des récits édifiants et des histoires mal connues, analyse et documente sur ces nouvelles guerres de propagande, qu'elles soient étatiques, militaires ou économiques. Un objectif : désintoxiquer le citoyen ou lui apprendre à se prémunir de tous ces enfumages sophistiqués dont il est parfois la cible, parfois la victime collatérale.

Cote : 51.1 H.1.05068



LES MARCHANDS DE DOUTE OU COMMENT UNE POIGNÉE DE SCIENTIFIQUES ONT MASQUÉ LA VÉRITÉ SUR DES ENJEUX DE SOCIÉTÉ TELS QUE LE TABAGISME ET LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

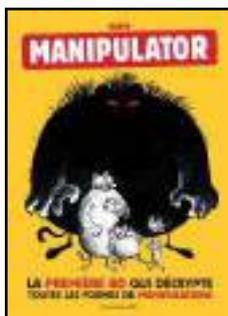
(ORESQUES, N., Paris, Le Pommier, 2012, 526p.)

« Notre produit, c'est le doute. » Les lobbys industriels (industrie du tabac, de l'énergie, du pétrole...) ont, à coup de milliards de dollars, élaboré une stratégie destinée à éviter toute réglementation de santé publique ou environnementale qui aurait pu nuire à leurs intérêts. Une stratégie toute simple, qui a consisté à nier en bloc les preuves scientifiques de la dangerosité du tabac, du DDT, de la réalité du trou de la couche d'ozone, des atteintes environnementales des pluies acides...

Discrediter la science et les scientifiques, semer la confusion : grâce à l'aide d'un petit groupe d'« experts indépendants » et de médias naïfs ou complaisants, cette stratégie a fonctionné et fonctionne toujours. Pour preuve : le réchauffement climatique - l'enjeu le plus important pour la planète et ses habitants - continue, en dépit des innombrables travaux menés à son sujet, en dépit de ses effets qui commencent à se faire sentir, d'être taxé de... gigantesque supercherie.

Enquête aussi implacable qu'incroyable, l'ouvrage témoigne de l'importance des faits scientifiques dans le débat public, et conduit à une réflexion profonde sur la vulnérabilité de la société mondiale - la tactique, mise au point outre-Atlantique, s'exportant bien - face aux « marchands de doute ».

Cote : 51.1 H.1.05072

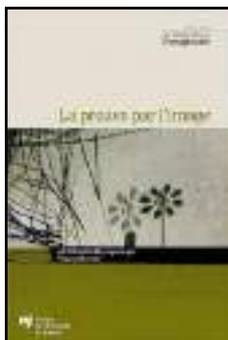


MANIPULATOR
(MAKYO, Les Arènes, 2016, 113p.)

La manipulation est omniprésente dans notre vie quotidienne. Elle parasite les relations sociales, les liens familiaux, le monde du travail. Elle est un instrument de pouvoir qui masque la vérité, et un handicap aux échanges sincères.

Manipuler, c'est avant tout mentir. Pour lutter contre un mal, il faut en connaître les effets et les causes. Comprendre la manipulation, c'est avant tout apprendre à s'en protéger. Tel est l'objectif de Manipulator. Véritable essai dessiné, ce livre est un outil essentiel pour détecter toutes les tentatives de manipulation.

Cote : 51.1 H.1.05076



LA PREUVE PAR L'IMAGE
(LAVOIE, V., Québec, Presses de l'Université du Québec, 2017, 288p.)

Alors que l'on suspecte plus que jamais les images d'abuser de notre crédulité, il importe de rappeler qu'elles ont été – et demeurent – de puissants vecteurs de vérité. Les textes réunis dans cette anthologie – la première de cette collection entièrement dédiée à l'image – sont issus d'une multitude de domaines, tous invités à statuer sur les pouvoirs probatoires des images : histoire du droit, histoire de l'art et de la photographie, médecine, criminalistique, anthropologie visuelle et communication.

Les textes choisis présentent ainsi la diversité des usages auxquels l'image fut soumise : preuve démonstrative, attestation testimoniale, représentation « vraie » du divin, relevé d'indices et de traces, objet de culte, etc. La véracité de l'image est parfois un sujet très sensible, comme en attestent les débats autour du statut testimonial des images de la Shoah. Le pouvoir de persuasion qui lui est attribué est en effet souvent matière à controverse, surtout lorsque l'image alimente un imaginaire de la preuve des plus fantasques – représentations d'ectoplasmes et de fantômes, impressions post mortem d'assassins, apparitions du visage du Christ...

Pièce à conviction, véhicule de croyances changeantes, argument visuel, incarnation divine ou simple illustration, l'image est l'auxiliaire privilégiée des arts, des sciences, des pseudosciences, du charlatanisme ou encore du conspirationnisme, autant de sphères où une attestation visuelle est requise. Mais de quoi l'image est-elle la preuve ? Quels sont les préceptes, mythes et fantasmes liés au fondement des vertus probatoires des images ? Peut-on toujours croire aux images ? À ces questions, les 15 contributions réunies dans cette anthologie fournissent des éléments de réponse sous la forme d'apports récents et de textes historiques. Regroupés sous six volets thématiques, ils apportent un éclairage diversifié et circonstancié sur les attributs et fonctions de la preuve par l'image.

Cote : 51.1 H.1.05094



L'ÉMOTION AU POUVOIR
(COLLECTIF, Bruxelles, Revue « Bruxelles échos laïque » n°92, premier trimestre 2016)

Institutionnellement, Bruxelles Laïque, régionale bruxelloise du Centre d'Action Laïque, est une association sans but lucratif qui, depuis 1979, est chargée de la promotion de la laïcité en région bruxelloise. Collectivement, ce sont des femmes et des hommes, travailleurs et acteurs de la laïcité, engagés dans une action commune de développement politique, social et culturel de la laïcité, dans la défense des valeurs, des principes et des idéaux démocratiques.

Rayon revues



QUI MÈNE LE BALLET POPULISTE ?
(COLLECTIF, Bruxelles, Revue « Bruxelles échos laïque » n°81, deuxième trimestre 2013)

Le populisme semble avoir le vent en poupe. On s'inquiète de ses résurgences. On le voit partout, décomplexé. On utilise l'épithète à tout va pour couper la parole ou la tête à tout opposant. On le revendique pour dénoncer une démocratie qui aurait trahi sa base... Entrer dans le grand bal populiste peut donner le tournis. Chacun se renvoie la balle et plus personne ne veut danser avec personne. Serait-on toujours le populiste de l'autre ? Mais qu'en pensent les spectateurs dont tout le monde s'accapare la playlist sans jamais leur donner la parole ? D'un point de vue laïque, nous ne pouvons que voir dans le populisme l'exact opposé du libre examen : à la recherche, la confrontation, l'argumentation, la raison, il substitue la révélation, les allégations, les simplifications, les réponses émotionnelles. D'un point de vue critique, nous ne pouvons pas ne pas prendre au sérieux et interroger dans toute leur complexité les questions que les populistes posent de manière caricaturale. Une telle confusion et déferlante populiste est en tout cas symptomatique d'une crise économique, sociale et politique à la mesure de celle des années 1930.

Rayon revues



Y A T-IL ENCORE UNE VÉRITÉ?

(COLLECTIF, France, Revue « Philosophie magazine » n°113, octobre 2017)

« Post-vérité » : l'expression forgée par l'écrivain Steve Tesich en 1992 a connu une singulière fortune depuis l'élection de Donald Trump. La politique est-elle entrée dans une nouvelle ère, où le mensonge et les convictions personnelles l'emportent sur la vérification des faits ? Mais de quelle vérité parle-t-on ? Si les philosophes, depuis Socrate, sont en quête de sa lumière, force est de constater qu'ils n'ont eu de cesse de s'affronter sur la définition même de la vérité. De Platon à Nietzsche, résumé des débats majeurs qui ont ponctué l'histoire de la pensée.

Si Donald Trump est virtuose dans l'art de distordre le débat public par ses déclarations ubuesques, c'est qu'il n'hésite pas à multiplier les angles d'attaque et les stratégies d'escamotage. Décryptage, par ses Tweets, de ses différents subterfuges.

Faut-il clouer au pilori les penseurs dits « post-modernes » qui, de Nietzsche à Derrida en passant par Foucault, ont réussi à nous convaincre qu'il n'y avait pas de faits mais seulement des interprétations ? Entre Claudine Tiercelin et Gayatri Chakravorty Spivak, le débat est frontal.

Une théorie du complot, c'est très déstabilisant : si vous la démentez, c'est que vous faites partie du complot. Comment alors porter la contradiction de manière efficace ? Les chercheurs Philippe Huneman, Laurence De Cock et Dominique Cardon nous livrent leurs meilleures stratégies.

Rayon revues



SANTÉ, SCIENCE, DOIT-ON TOUT GOBER?

(GOUTHIERE, F., Paris, Belin, 2007, 428p.)

Le b.a.-ba de l'esprit critique pour s'y retrouver dans un monde saturé d'informations, vraies et fausses.

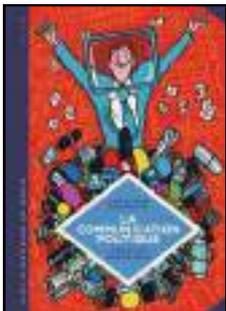
« Des chercheurs découvrent une pommade efficace à 100 % contre la maladie de Lyme ! » ; « Sinusite chronique : attention aux risques de cancer... » ; « Les mouches transmettent la peste ! » ; « Grâce à l'acupuncture, on peut réaliser une opération à cœur ouvert sans utiliser d'anesthésiques... »

Gros titres de journaux, dépêches AFP, reportages TV fourmillent d'informations étonnantes, enthousiasmantes ou inquiétantes... qui se révèlent tôt ou tard fausses. Il en va de même de divers conseils aimablement prodigués par nos collègues ou nos proches, peut-être relayés pour de mauvaises raisons...

Comment distinguer le faux de l'info ? Comment savoir si ce qui nous est affirmé avec aplomb correspond à quelque chose de vrai ? Colportons-nous nous-même des « faits » qui n'ont jamais été dûment vérifiés ?

L'ambition de ce livre est de nous aider à diminuer les risques de nous tromper, et d'être trompés. Il explique comment la plupart des connaissances qui nous parviennent sont produites et circulent, ainsi que les critères pour leur faire confiance ou s'en méfier. Au fil des chapitres – tantôt sérieux, tantôt très ludiques –, vous assemblerez les pièces d'un formidable Détecteur de distorsion de l'information, à utiliser en toutes circonstances (et sans modération), que vous soyez journaliste ou lecteur d'info, médecin ou patient, savant ou profane.

Cote : 51 H.1.5115



LA COMMUNICATION POLITIQUE : L'ART DE SÉDUIRE POUR CONVAINCRE

(DELPORTE, C., TERREUR GRAPHIQUE, Bruxelles, Le Lombard, 2007, 71p.)

Établie dans ses grandes règles il y a plus d'un demi-siècle aux États-Unis, la communication politique ne concerne pas seulement les candidats à une élection ou leurs conseillers : il s'agit en réalité d'un jeu à trois parfaitement consenti entre les hommes politiques, les médias et l'opinion publique. Car au fond, la communication politique est avant tout un espace d'échanges.

Cote : 51 H.1.5132



LES ESPACES ENTRE VÉRITÉ ET MENSONGE

(ADAM, C., COULOUBARITSIS, L., Bruxelles, Yapaka, 2014, 54p.)

La parole ou la confiance porte naturellement à sonder la vérité du propos. Dans les relations quotidiennes voire dans toute position d'écoute professionnelle ou non, la subjectivité est à l'oeuvre. Entre vérité et mensonge, les enjeux personnels et relationnels sont multiples : la vérité est toujours plurielle.

Accueillir une parole mobilise tant du côté de l'impact émotionnel que cette parole suscite en soi que du côté de ce qui est dit et de celui qui le dit. Se départir des émotions et des convictions qu'une parole fait naître est une exigence pour que l'écoute s'inscrive dans une relation d'aide.

Ces deux textes ouvrent sur la complexité présente entre le vrai et le faux et tentent d'introduire du jeu indispensable pour que l'écoute puisse prendre la parole au sérieux sans la prendre au mot.

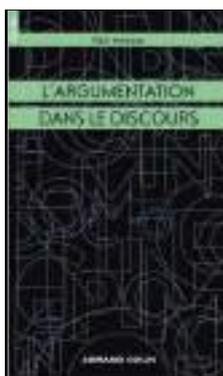
Cote : 51.1 H.1.5166



LES LÉGENDES URBAINES DE BELGIQUE
(VAN DE WINKEL, A., Waterloo, Avant-Propos, 2017, 312p.)

Vous aimez le lapin à la bière ? Qui vous dit que ce n'est pas du chat ? Votre fille est folle de vêtements à la mode ? Saviez-vous que les cabines d'essayage sont des lieux dangereux ? Vous utilisez souvent les transports en commun ? Gardez l'œil sur votre corps sous peine de vous voir voler vos organes ! Vous soignez avec amour vos plantes ? Restez sur vos gardes ! Parce que l'ami d'un ami n'a pas suivi ces précieux conseils, il s'en mord encore les doigts ! ... Oui, il s'en passe de drôles en Belgique, à ce qu'on dit ! Ces avertissements, aujourd'hui colportés rapidement par les nouveaux médias, sont-ils basés sur des faits authentiques ou sur des légendes urbaines, ces histoires nées des préoccupations de la population et diffusées de proche en proche ? Quel crédit accorder à ces récits à l'authenticité douteuse ? Aurore Van de Winkel nous invite à (re)découvrir les récits légendaires les plus populaires qui circulent aujourd'hui en Belgique et qui ont inspiré des auteurs de fiction tels Victor Hugo, Franquin, Hergé, Willy Vandersteen, etc. Elle remonte à leur origine et décrit leur efficacité, leur degré de véracité et leur manière de résonner avec les contes traditionnels.

Cote : 51.1 H.1.05070

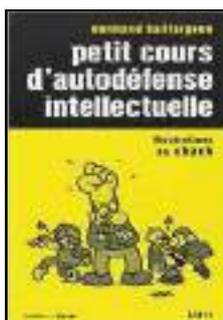


L'ARGUMENTATION DANS LE DISCOURS : DISCOURS POLITIQUE, LITTÉRATURE D'IDÉES, FICTION. COMMENT PEUT-ON AGIR SUR UN PUBLIC EN ORIENTANT SES FAÇONS DE VOIR, DE PENSER?
(AMOSSY, R., Paris, Nathan université, coll. « Fac », 2000, 248p.)

Comment peut-on orienter un public en orientant ses façons de voir et de penser? Qu'il s'agisse d'un discours de Jules Ferry, d'un slogan électoral, d'un débat intellectuel, ou encore des récits de Balzac, l'approche rhétorique permet d'étudier la dimension argumentative inhérente au discours. De l'image de l'auditoire à celle de l'orateur, des figures de style à l'inscription de l'affectivité dans le langage, cet ouvrage étudie les divers moyens de persuasion verbale. Il envisage la force du discours dans l'échange qui s'effectue entre les partenaires.

Plutôt que des illustrations, les exemples choisis sont des objets sur lesquels s'exerce l'analyse, donnant à voir concrètement les procédures et le fonctionnement de la communication argumentative.

Cote : 55 H.1.01890



PETIT COURS D'AUTODÉFENSE INTELLECTUELLE
(BAILLARGEON, N., Montréal, Lux, 2006, 338p.)

Rédigé dans une langue claire et accessible, cet ouvrage, illustré par Charb, constitue une véritable initiation à la pensée critique, plus que jamais indispensable à quiconque veut assurer son autodéfense intellectuelle. On y trouvera d'abord un large survol des outils fondamentaux que doit maîtriser tout penseur critique : le langage, la logique, la rhétorique, les nombres, les probabilités, la statistique, etc. ; ceux-ci sont ensuite appliqués à la justification des croyances dans trois domaines cruciaux : l'expérience personnelle, la science et les médias. « Si nous avions un vrai système d'éducation, on y donnerait des cours d'autodéfense intellectuelle. » (Noam Chomsky)

Cote : 51.1 H.1.03971



UNE HISTOIRE MONDIALE DES CINÉMAS DE PROPAGANDE
(BERTIN-MAGHIT J.-P., France, Nouveau Monde, 2007, 816p. + 1 DVD avec 4h d'archives cinématographiques)

Premier ouvrage de synthèse en langue française, ce livre comble un manque important. Il interroge à la fois des actualités, des documentaires et des films de fiction. Il suit un plan chronologique qui renvoie au rythme de l'Histoire. Il aborde les différentes expériences du cinéma de propagande liées aux régimes politiques, à l'action de partis, et/ou de syndicats. Il tente de se faire l'écho des véritables mutations qu'a connues l'historiographie du cinéma depuis plus de vingt-cinq ans, tant du point de vue des problématiques, des méthodes, que de la prise en compte de nouveaux objets d'étude.

Les films sont examinés dans le contexte de leurs foyers de production, de diffusion et de conditionnement psychologique exercé sur les populations auxquelles ils se sont adressés. Le regard porté sur l'évolution des formes cinématographiques de propagande politique, de 1898 à la fin des années 1960, est une merveilleuse éducation à la lecture des images de propagandes contemporaines qui envahissent nos quotidiens (cinéma, presse, télévision, publicité politique, internet).

Dans ce contexte d'agression permanente, cet ouvrage devrait nous donner les armes nécessaires pour débusquer et contrecarrer les manipulations médiatiques d'aujourd'hui.

Cote : 51.1 H.1.039314



DIFFÉRENCIER LE VRAI DU N'IMPORTE QUOI EN SANTÉ ! TOME 1
(BERNARD, O., Belgique, Kennes, 2015, 208p.)

L'ouvrage le moins académique jamais écrit sur la santé. Avez-vous remarqué la tonne de livres douteux traitant de la « santé » qu'on retrouve en librairie ? Prévenir l'eczéma par la pensée positive, guide d'alimentation à base de bouillie verte prédigérée, guérir avec les esprits cosmiques...

Comment différencier le vrai du n'importe quoi ? Le Pharmacien vous propose sa vision impertinente et réaliste de la santé, des médicaments et des différents personnages qui peuplent les hôpitaux et les cliniques de médecine douce !

Cote : 56.2 H.1.05007

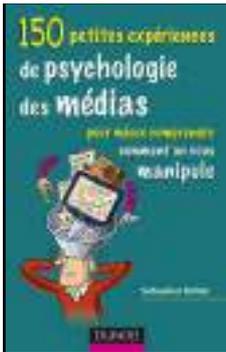


PROPAGANDA

(BERNAYS, E., Paris, La découverte, coll. « Zones », 2007, 144p.)

«LE manuel classique de l'industrie des relations publiques », selon Noam Chomsky. Véritable petit guide pratique écrit en 1928 par le neveu américain de Sigmund Freud, ce livre expose cyniquement et sans détour les grands principes de la manipulation mentale de masse ou de ce que Bernays appelait la « fabrique du consentement ». Comment imposer une nouvelle marque de lessive ? Comment faire élire un président ? Dans la logique des « démocraties de marché », ces questions se confondent. Bernays assume pleinement ce constat : les choix des masses étant déterminants, ceux qui viendront à les influencer détiendront réellement le pouvoir. La démocratie moderne implique une nouvelle forme de gouvernement, invisible : la propagande. Loin d'en faire la critique, l'auteur se propose d'en perfectionner et d'en systématiser les techniques à partir des acquis de la psychanalyse.

Cote : 51.1 H.1.04275



150 PETITES EXPÉRIENCES DE PSYCHOLOGIE DES MÉDIAS POUR MIEUX COMPRENDRE COMMENT ON VOUS MANIPULE

(BOHLER, S., Paris, Dunod, 2008, 231p.)

150 petites expériences de psychologie des médias pour mieux comprendre comment on vous manipule. Pourquoi zappons-nous en permanence devant notre télévision ? Pourquoi lisons-nous la presse people ? Pourquoi aime-t-on manger des chips en regardant un film d'angoisse ? Pourquoi a-t-on peur de voir déferler la grippe aviaire lorsqu'on a regardé les informations ? Pourquoi retient-on plus facilement les publicités pour les grandes marques ? Pourquoi ne supportez-vous pas que le journaliste coupe la parole à son invité ? Tous les domaines de notre vie sont influencés par les médias : consommation, opinions politiques, croyances sur les risques biologiques ou la criminalité, le réchauffement climatique, etc. Comment arriver à conserver son esprit critique et son libre arbitre dans un monde où l'on reçoit toujours un message cherchant à nous convaincre de quelque chose ? Ce livre, en retraçant 150 expériences effectuées en laboratoire ou en conditions réelles, détaille les méthodes utilisées par la presse ou le petit écran pour façonner nos goûts, nos préférences, nos haines ou nos envies. Une manipulation de masse, à la portée de chacun. Un livre salutaire... pour être moins dupe du discours médiatique !

Cote : 05 H.1.03193



LA PAROLE MANIPULÉE

(BRETON, P., Paris, La Découverte, 2004, 224p.)

Les manipulations de la parole sont aujourd'hui devenues courantes dans les sociétés modernes. La démocratie, qui a placé la parole au centre de la vie publique, paraît menacée par la prolifération des techniques qui visent à nous contraindre, sans que nous nous en rendions compte, à adopter tel comportement ou telle opinion. La sensation diffuse de vivre dans un « univers menteur » n'est-elle pas à l'origine de formes nouvelles d'individualisme et de repli sur soi ?

Dans ce livre passionnant, Philippe Breton s'efforce de répondre à ces questions en décrivant les différentes techniques de manipulation qui saturent notre environnement, à partir de nombreux exemples pris dans les domaines de la politique, de la publicité, de la psychothérapie et de la communication. Proposant une analyse des faiblesses des sociétés modernes, il ouvre aussi quelques pistes pour redonner à la parole le rôle d'outil vivant de la démocratie.

Cote : 51.1 H.1.04716



L'ARGUMENTATION DANS LA COMMUNICATION

(BRETON, P., Paris, La découverte, coll. « Repères », 1996, 126p.)

La société démocratique recourt systématiquement au débat, à la discussion, à l'argumentation. Les techniques qui permettent de convaincre l'autre sans violence sont pourtant peu connues ou enseignées. L'auteur pose à ce sujet plusieurs questions fondamentales. Quels arguments utilisons-nous couramment ? En quoi argumenter se distingue-t-il de séduire, de plaire ou de manipuler autrui ? Ce travail est illustré par de nombreux exemples, pris dans des situations quotidiennes, dans la discussion politique ou le débat de société. L'ouvrage propose également des critères simples pour distinguer entre la manipulation des consciences et l'argumentation qui laisse l'auditoire libre. Cette démarche inscrit résolument l'argumentation, issue de la rhétorique classique et de la tradition démocratique, dans le champ de la communication moderne.

Cote : 55 H.1.02201



L'ART DU DOUTE OU COMMENT S'AFFRANCHIR DU PRÊT-À-PENSER

(BROCH, H., Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2008, 68p.)

Un peu de « bon » sens suffit souvent pour s'affranchir de nombre d'idées toutes faites. Voilà un des principes de base de la... Zététique. Ce dernier vocable — remontant à l'Antiquité et remis au goût du jour par Henri Broch — représente en fait la méthode d'analyse par excellence, souvent associée à l'esprit critique et scientifique.

Vous verrez que, plus qu'une connaissance, c'est une démarche intellectuelle accessible à tous. Il suffit d'être curieux, logique, capable de rechercher des informations. Nul besoin d'avoir un " bon " niveau scientifique, un peu de " bon " sens suffit, et tout un chacun peut toujours trouver autour de lui les explications qui lui sont nécessaires.

Dans la multitude des informations qui nous assaillent tous les jours, la Zététique nous permet à la fois de faire le tri et de nous faire une opinion. Dans le monde d'aujourd'hui, où tout va si vite, où les idées suivent les règles de la société de consommation, la réflexion peut aider à garder son libre arbitre ; une saine réflexion et une saine nourriture intellectuelle sont le meilleur rempart contre les intoxications.

C'est l'enjeu de nos sociétés : peut-on encore se faire une opinion personnelle ou devons-nous accepter toutes faites les idées des autres ?

La Zététique — l'Art du Doute — objet du présent ouvrage nous offre à la fois un espace de liberté et une occasion de résistance pacifique, mais réellement active, aux manipulations en tout genre.

De quoi entretenir la flamme de cette frêle chandelle que nous ont léguée nos Anciens...

Cote : 51.1 H.1.05034



COMMENT DÉJOUER LES PIÈGES DE L'INFORMATION OU LES RÈGLES D'OR DE LA ZÉTÉTIQUE

(BROCH, H., Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2008, 73p.)

Sherlock Holmes en herbe, l'apprenti zététicien forme son esprit à passer au crible de la pensée - dans le sens de réflexion - les faits qui lui sont proposés. La première loi de la Zététique c'est de ne pas prendre pour argent comptant tout ce que l'on veut bien nous dire, c'est se donner du recul et c'est, surtout, ne pas se priver de poser des questions, même si elles dérangent.

C'est finalement, tout simplement, se remettre dans la situation où le petit être en formation que nous étions posait sans arrêt des questions à son entourage, faisait des hypothèses,... bref cherchait à comprendre le monde qui l'entourait. Il n'y a pas de raison objective pour que cela cesse lorsque le petit enfant grandit. La seule différence, c'est que lorsque l'on grandit, on croit savoir plus de choses et souvent on se drapé dans des certitudes. La démarche zététique nous permet de faire le tri entre une certaine certitude et une certitude certaine.

C'est au développement d'une pensée libre et à ses Règles d'Or à utiliser en situation concrète pour déjouer les pièges de l'information que le présent ouvrage s'emploie.

Cote : 51.1 H.1.05035



LA DÉMOCRATIE DES CRÉDULES

(BRONNER, G., Paris, PUF, 2013, 350p.)

Pourquoi les mythes du complot envahissent-ils l'esprit de nos contemporains ? Pourquoi le traitement de la politique tend-il à se « peopoliser » ? Pourquoi se méfie-t-on toujours des hommes de sciences ? Comment un jeune homme prétendant être le fils de Mickael Jackson et avoir été violé par Nicolas Sarkozy a-t-il pu être interviewé à un grand journal de 20 heures ? Comment, d'une façon générale, des faits imaginaires ou inventés, voire franchement mensongers, arrivent-ils à se diffuser, à emporter l'adhésion des publics, à infléchir les décisions des politiques, en bref, à façonner une partie du monde dans lequel nous vivons ? Cet essai vivifiant propose, en convoquant de nombreux exemples, de répondre à toutes ces questions en montrant comment les conditions de notre vie contemporaine se sont alliées au fonctionnement intime de notre cerveau pour faire de nous des dupes. Il est urgent de le comprendre.

Cote : 51.1 H.1.04948



MÉDIACTIVISTES

(CARDON, D., GRANJON, F., Paris, Science-po, les presses, coll. « Contester », 2013, 200p.)

En réaction à la concentration de la production d'information entre les mains de puissants conglomérats de presse, un "médiactivisme" s'est développé tout au long du XXe siècle jusqu'à nos jours.

Dès l'origine, il a pris deux voies parallèles : celle d'un combat contre l'hégémonie culturelle des médias traditionnels, et celle de la production d'un autre type d'information, sur des bases militantes, locales ou communautaires. Alternatif ou militant, ce médiactivisme n'a cessé de s'adapter aux mutations de l'espace journalistique et du répertoire de l'action collective.

Cette histoire des médias alternatifs depuis les années 1960 met en lumière la grande diversité des expériences, qu'il s'agisse de la création de journaux révolutionnaires, de médias communautaires, de radios libres, d'agences de presse dans les pays du Sud, ou, plus récemment, d'un activisme qui s'exprime sur internet.

Cote : 12 H.1.04783

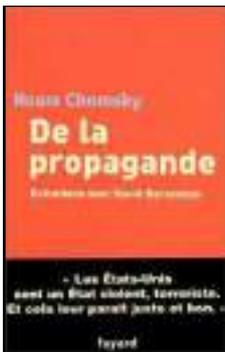


LA FABRICATION DU CONSENTEMENT : DE LA PROPAGANDE MÉDIATIQUE EN DÉMOCRATIE

(CHOMSKY, N., HERMAN, E. S., Nouvelle éd. revue & actualisée, Marseille, Agone, coll. « Contre-feux », 2008, 653p.)

Les médias constituent un système qui sert à communiquer des messages et des symboles à la population. Ils ont vocation à distraire, amuser, informer, et à inculquer aux individus les croyances et codes comportementaux qui les intégreront aux structures sociales au sens large. Dans un monde où les richesses sont fortement concentrées et où les intérêts de classe entrent en conflit, accomplir cette intégration nécessite une propagande systématique. Une modélisation de la propagande se focalise sur la prodigieuse inégalité dans la capacité de contrôle des moyens de production ; et ce qu'elle implique tant du point de vue de l'accès à un système de médias privés que de leurs choix et fonctionnements. Le modèle permet de reconstituer par quels processus le pouvoir et l'argent sélectionnent les informations.

Cote : 51.1 H.1.03970

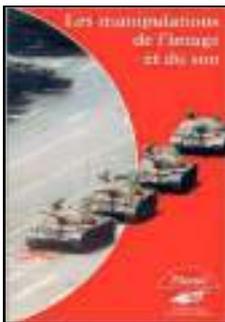


DE LA PROPAGANDE : ENTRETIENS AVEC DAVID BARSAMIAN

(CHOMSKY, N., BARSAMIAN, D., Paris, Fayard, 2002, 327p.)

« La pratique de Noam Chomsky, c'est de vous dire ce qu'il pense, pas ce que vous devez penser ». C'est en ces termes que David Barsamian présente la série d'entretiens qu'il a menés avec Noam Chomsky entre mai 1998 et juin 2000, ajoutant: « Il ne se contente pas de maudire l'obscurantisme, il allume une bougie pour que nous puissions y voir. » Voir ou comprendre quoi ? L'impérialisme américain, d'abord, qu'il démonte avec une remarquable acuité - de l'éradication des résistances sud-américaines au contre-terrorisme. Les ressorts psychologiques et lexicaux de la « fabrication de l'assentiment » dans le monde. Mais aussi la signification des événements de Seattle, le fonctionnement de l'ONU et des cours internationales de justice, notamment à propos du cas Pinochet, le fondement de l'économie capitaliste depuis les années 1970... Derrière le Chomsky politique se manifeste le linguiste, insistant sur la détérioration et la falsification du langage, moyen pour une certaine idéologie néo-libérale de faire passer les vessies pour des lanternes... Captivantes et terriblement lucides, les réflexions de Noam Chomsky nous donnent cependant quelque raison d'espérer. A les lire, on a enfin l'impression de comprendre le monde dans lequel nous vivons.

Cote : 51.1 H.1.03972



LES MANIPULATIONS DE L'IMAGE ET DU SON

(COLLECTIF, Paris, Hachette littératures, coll. « Pluriel », 1996, 334p.)

Le mensonge, la désinformation, la manipulation des faits ont toujours existé. Les moyens de les mettre en œuvre à grande échelle étaient jusqu'alors l'apanage des États ou de groupes organisés, souvent identifiables. L'arrivée du numérique met à la disposition de chaque individu des outils dont la facilité d'emploi permet de transformer des images et du son, sous la protection de l'anonymat. Analyser des exemples récents, expliquer en quoi l'évolution des technologies permet un détournement du sens de l'information et ses conséquences, proposer des parades, tel est l'objet de cette réflexion. Elle implique les spécialistes de l'audiovisuel, les journalistes, les informaticiens, les fonctionnaires civils et militaires confrontés à ces questions dont dépendent l'objectivité et l'honnêteté de l'information.

Cote : 51.1 H.1.01365



FUMÉES SANS FEU : ACTES DU COLLOQUE DE LIÈGE SUR LA RUMEUR

(COLLECTIF, Bruxelles, Labor, 1993, 152p.)

Discours d'introduction (André KRUPA)

Fumées sans feu (Jacques DE CALUWÉ)

L'entreprise, lieu naturel de rumeurs (Jean-noël KAPFERER)

La rumeur de la bouche à l'oreille (Claude JAVEAU)

La rumeur et la norme (Françoise REUMAUX)

Discussion J.-N. Kapferer-CI. Javeau-F. Remaux

Rumeurs sur médias, médias en rumeurs (Jules GRITTI)

Les rumeurs médiatisées : entreprises de rumeurs ou rumeurs d'entreprises (Axel GRYSPEERDT)

Rumeur et journalisme (René HAQUIN)

Discussion J. Gritti-A. Gryspeerdt-R. Haquin

Accidents de travail, image externe de l'entreprise et acceptabilité du risque externe (Catherine ZWETKOFF)

La folie à deux (et folie à plusieurs) (Bruno GRIBOMONT)

Rumeurs et économie (Walter MIESSSEN)

Discussion C. Zwetkoff-B. Gribomont-W. Miessen

Conclusions (Lucy BAUGNET)

Réflexion en guise de postface (Anne CROQUISON)

Cote : 04 H.1.01137

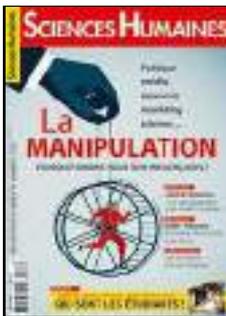


MÉDIACRITIQUE: MÉDIAS ET COMLOTS

(COLLECTIF, France, Magazine trimestriel d'ACRIMED, avril-juin 2014, n°11, 36 p.)

Médias et complots: La théorie du complot, arme de destruction massive - Chômage: la vérité est ailleurs - Notre critique des médias ? complotiste ! - Les complotistes de P.-A. Taguieff - Traque du conspirationnisme à coups de sondage - Bilderberg, cet inconnu - Climat malsain chez Stéphane Bern - Des imprécateurs qui se prennent pour des pédagogues.

Rayon revues



LA MANIPULATION : POURQUOI SOMMES-NOUS TOUS INFLUENÇABLES?

(COLLECTIF, n°287 de la revue « Sciences humaines », France, décembre 2016, dossier spécial pp. 28-51)

La manip pour tous (Jean-François Marmion)

Pervers narcissiques : de purs manipulateurs ? (Marc Olano)

Quand Internet nous mène par le bout du clic (Nicolas Guéguen)

Le temps de la malscience (Entretien avec Nicolas Chevassus-au-Louis)

Aiguiser le sens critique (Gérald Bronner)

Comment les images fabriquent l'opinion (Pascal Moliner)

La manipulation, pilier de l'économie ? (Chloé Rébillard)

La logique des complotistes (Baptiste Champion et Aurore Van de Winkel)

La rhétorique politique entre conviction et intoxication (Entretien avec Cécile Alduy, propos recueillis par Jean-François Marmion)

Nudge, la manipulation bienveillante (Rémi Sussan)

L'art de se manipuler tout seul (Romina Rinaldi)

Cote : 51.1 H.1.05004



CRITIQUER LES MÉDIAS?

(COLLECTIF, France, La découverte, revue « Mouvements » n°61, 2010, 84p.)

Les années 1990 ont vu la critique des médias renaître avec vigueur. Héritière de la critique des industries culturelles, de celle de la société du spectacle et/ou des expériences de médias libres des années 1970, elle est apparue sous de nouvelles formes. Quinze ans après *Sur la télévision* de Bourdieu et la naissance de l'Acrimed, 10 ans après les premiers médias-lab et autres « farandoles » de « médias critiques » des forums alter, où en est cette critique des médias? Ces expériences en ont-elles transformé le style et le contenu? Cette critique a-t-elle changé le rapport des militants aux médias? Celle des médias aux médias?

Cote : 12 H.1.04165



MÉDIAS : LA GRANDE ILLUSION. PRESSE, RADIO, TÉLÉVISION, INTERNET : INFORMATION OU MANIPULATION ?

(CROS, J-J., Paris, J.-C. Gawsewitch, 2013, 245p.)

Les médias ne montrent pas la réalité. Ils donnent juste l'illusion d'être informés. Si ce décalage entre la réalité vécue et la réalité montrée peut s'expliquer par les habitudes, pressions et contraintes que subissent les médias, il accentue la méfiance des Français à l'encontre de ceux qui sont censés les informer. Et pourtant, les journalistes, eux, estiment qu'ils font leur travail ! Alors, pourquoi ce divorce ?

Dans cet ouvrage « coup de gueule », écrit par un journaliste, grand reporter à France Télévision, sont mis en accusation les pouvoirs de l'Etat et des propriétaires mais aussi les dictatures de la publicité et du marketing. L'auteur dénonce également les murs d'une profession malaimée et démontre le conformisme affligeant dans le choix de l'information diffusée.

Cote : 12 H.1.04644



INCROYABLE... MAIS FAUX ! : ESSAI CRITIQUE SUR L'OBSCURANTISME MODERNE

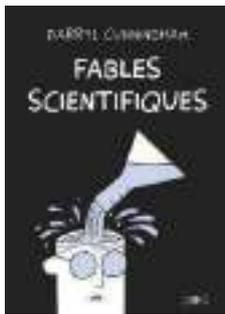
(CUNIOT, A., Bordeaux, l'Horizon chimérique, coll. « Zététique », 1989, 323p.)

Le Blob est arrivé ! La matière visqueuse des films fantastiques s'insinue, nul ne s'en rendant compte, dans les canalisations souterraines, les conduits domestiques, les interstices invisibles. Puis jaillit. Puis envahit. Le blob, c'est ici, la lente progression depuis ces dernières années des fausses sciences, des idées incontinentes, des convictions farfelues, du charlatanisme enveloppé, de l'irrationnel magnifié.

Astrologie, voyance, numérologie, morphopsychologie, parapsychologie, se sont institutionnalisées. Elles sont devenues des parapluies sous lesquels s'abritent les fuyards de la réalité, de l'esprit scientifique et critique, de l'humanisme raisonnable.

"INCROYABLE... MAIS FAUX !", logiquement, rationnellement, se propose de repousser ce blob aux fins fonds des souterrains de l'obscurantisme qu'on espérait à jamais enfoui depuis le "Siècle des lumières ».

Cote : 51.1 H.1.05043



FABLES SCIENTIFIQUES
(CUNNINGHAM, D., France, Ça et là, 2012, 159p.)

Dans ses *Fables scientifiques*, Darryl Cunningham déconstruit minutieusement certains des mythes et théories pseudoscientifiques propagés par des conspirationnistes, souvent relayés par des journalistes peu scrupuleux qui sacrifient la fiabilité de l'information au nom du sensationnel. Il décrypte les controverses qui ont façonné certains des thèmes les plus âprement débattus de ces dernières années, du changement climatique à la conquête de la Lune en passant par le vaccin ROR ou la chiropraxie, et s'attache à fustiger toute forme de négation de la science. Etayées par des recherches approfondies et de nombreuses sources, élaborées avec un brin de malice et un grand sens de la vulgarisation, les *Fables Scientifiques* nous éclairent sur des questions complexes et livrent un vibrant plaidoyer en faveur de la science.

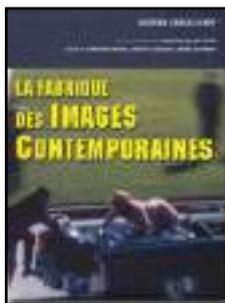
Cote : 56.2 H.1.05005



COMMENT LES MÉDIAS NOUS PARLENT (MAL)
(DARRIGAND, M., France, François Bourin, coll. « Thermos », 2013, 80p.)

Mariette Darrigrand, sémiologue, décortique notre condition de soumis volontaire aux flux médiatiques et qui un beau jour, ressent ce sentiment déprimant de vide de trop de paroles inutiles. Depuis Platon, Doxa signifie la parole vide tandis que Logos est la parole pleine. Or, cette lutte incessante entre le faux et le vrai s'épanouit désormais sur un vaste champ de bataille, le monde hypermédiatique dans lequel nous baignons. Avec perspicacité, érudition et une bonne dose d'humour, l'auteur pointe les tics de langage journalistique qui ont des effets dévastateurs, si ce n'est destructeurs, sur les débats publics. À côté de la nécessaire fonction démocratique et éthique, Mariette Darrigrand défend un principe nouveau pour le 4e pouvoir que sont les médias : la nécessité d'une "fonction métalinguistique" qui consisterait à réfléchir sur les mots et les discours utilisés par les entreprises journalistiques.

Cote : 12 H.1.04777



LA FABRIQUE DES IMAGES CONTEMPORAINES
(DELAGE, C. et al., Paris, cercle d'art, 2007, 194p.)

À rebours de l'opinion commune selon laquelle l'image « mentirait » davantage encore depuis l'arrivée du numérique, les auteurs montrent combien les nouveaux usages renforcent, au lieu de les affaiblir, la vigilance citoyenne et le lien organique qui unit l'image au réel. Il en va de même de l'évolution des techniques qui permet de développer une nouvelle échelle du regard (Google Earth). *La Fabrique des images contemporaines* révèle en outre comment, dans le monde entier, la mobilisation militante, politique, écologique ou syndicale met en place de véritables canaux d'information parallèle, capables de parasiter jusqu'aux plates-formes commerciales et institutionnelles de partage d'images ou de vidéos.

Cote : 13 H.1.03135



MÉDIAMENTONGES
(sous la direction de DE SELYS, G., Bruxelles, EPO, coll. « Dossier », 1990, 144p.)

Décembre 1989, les GIs américains envahissent le Panama. Après quelques jours, le service d'information de l'armée américaine donne ses chiffres : 132 morts. Ils seront repris par toute la presse mondiale. Décembre 1989 : la population de Timisoara, en Roumanie, se soulève. Les chiffres, venant d'on ne sait trop où, annoncent d'abord 4.000 puis 7.000 morts. La presse mondiale publie ces chiffres assortis de commentaires légitimement indignes. Fin décembre le nombre de morts s'élève à 72.000 en Roumanie. Au Panama, on n'en dénombre toujours que 132.

Un mois plus tard, les chiffres réels sont de 700 morts en Roumanie et... entre 4.000 et 7.000 au Panama. Comment une telle manipulation et de tels mensonges sont-ils possibles? Sont-ils accidentels, ou ne constituent-ils que de grossiers dérapages d'une politique de désinformation systématique et généralisée? A quel point sont-ils l'indispensable complément d'une stratégie de violence, d'accaparement et d'exploitation?

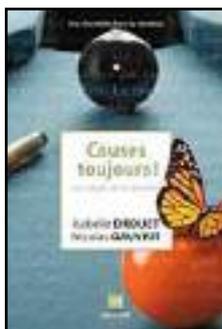
Cote : 51.1 H.1.00880



LES PROPAGANDES
(DORNA, A., Paris, L'Harmattan, 2006, 207p.)

Le lecteur de ce livre se retrouve devant une problématique dont le fil conducteur n'est pas une théorie mais la description critique des dispositifs et des objets utilisés par la propagande : les images et les paroles, les sons et les lumières. Faut-il rappeler que la propagande se révèle en pleine expansion sous des formes plus discrètes et insidieuses ? Ses empreintes sont moins identifiables qu'hier, toutefois personne n'est dupe : l'information, l'éducation, la publicité, les médias sont des moyens par lesquels " les cœurs et les esprits " subissent l'emprise presque totale des pouvoirs qui dépassent les individus et de plus en plus les États nationaux. L'enjeu est donc clair : il s'agit de répondre à une urgence. La quête pour la cohésion sociale et la paix entre les peuples passe par la connaissance des mécanismes de l'action et de la distorsion que la propagande exerce, comme une véritable arme létale, sur les sentiments et les émotions, les valeurs et les principes de la société démocratique et de l'humanité toute entière.

Cote : 51.1 H.1.02898



CAUSES TOUJOURS ! : LES PIÈGES DE LA CAUSALITÉ

(DROUET, I., Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2013, 64p.)

Si les causes sont ainsi notre pain quotidien, elles ne vont pourtant pas sans soulever un certain nombre de problèmes conceptuels et pratiques.

Les philosophes essaient depuis maintenant plusieurs siècles de cerner la causalité, mais aucun n'a réussi à formuler une caractérisation qui soit complètement satisfaisante.

C'est qu'aucune de nos intuitions relatives à la causalité n'est infaillible et ne permet de formuler une définition valant sans exception.

Dans ces conditions, nous appuyer sur ces intuitions pour identifier les causes nous conduit parfois à nous tromper.

Il arrive que des causes réelles restent cachées, se manifestant si peu que nous ne pouvons les détecter.

Plus souvent, nos erreurs proviennent de ce que nous croyons voir des causes là où il y a, en fait, des coïncidences seulement fortuites ou des relations plus complexes que nous ne saisissons pas.

Enfin, dans le cas où il y a bien une cause qui explique ce que nous observons, il n'est pas rare que nous attribuions à ces phénomènes une autre cause, d'une façon qui, pour être plus intuitive, n'en est pas moins fautive.

C'est ce que nous découvrirons dans ce livre à partir de nombreux exemples de telles erreurs parfois inquiétantes, parfois amusantes.

Cote : 51.1 H.1.05041



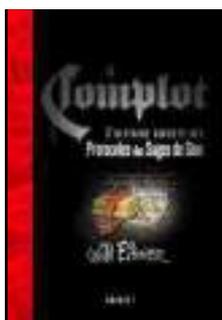
LES MENSONGES EN PROPAGANDE ET PUBLICITÉ

(DURANDIN, G., Paris, PUF, 1982, 256p.)

La propagande et la publicité ont pour rôle de modifier la conduite des personnes et des groupes auxquels elles s'adressent. Un des principaux moyens qu'elles emploient pour cela est de leur donner des informations (ou de les en priver). Le problème pratique est donc de savoir dans quelle mesure les informations qui nous sont prodiguées sont vraies ou fausses.

Guy Durandin ne prétend pas que la propagande et la publicité se réduisent au mensonge. Mais il a réuni un grand nombre de cas de mensonges, et il en a analysé les procédés à l'aide de deux notions principales: celle du "signe" et d'"opération". Et il indique, tout du long, tant les différences que les ressemblances entre la propagande et la publicité. Le meilleur antidote du mensonge est évidemment la connaissance de la réalité elle-même. Mais comme on ne peut pas tout savoir, il peut être utile, pour détecter le mensonge, d'être informé de ses procédés.

Cote : 51.1 H.1.00871



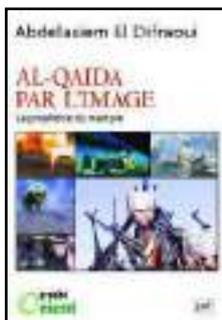
LE COMLOT : HISTOIRE SECRÈTE DES PROTOCOLES DES SAGES DE SION

(EISNER, W., Grasset, France, 2005, 160p.)

Comment un texte inventé de toutes pièces peut-il circuler depuis cent ans et provoquer des revirements politiques fracassants ? Will Eisner retrace avec génie toute l'histoire de ce « complot juif » inventé au début du XXème siècle pour attiser l'antisémitisme régnant en Europe et en Russie : *Les Protocoles des Sages de Sion* justifient les pires intentions, et leur diffusion connaît un succès retentissant avant et pendant la première Guerre mondiale. Un journaliste britannique du Times découvre la supercherie en 1921 : les Protocoles sont une copie presque conforme d'un obscur traité anti-bonapartiste, les *Dialogues aux enfers entre Machiavel et Montesquieu*, écrit par un dissident français en exil. Les « auteurs » des *Protocoles* n'ont eu qu'à remplacer les bonapartistes par les Juifs et le mot « France » par « le monde »...

On connaît donc la vérité mais rien n'y fait : les *Protocoles* sont utilisés par Hitler, le Ku Klux Klan et trouvent encore aujourd'hui des millions de lecteurs dans les pays arabes. Surpris par le destin insolite de ce plagiat, Eisner nous raconte son histoire avec un coup de crayon très expressif, drôle et noir, ironique et inquiétant. Eisner provoque la curiosité du lecteur ; on lit une bande dessinée passionnante, sans oublier ce que dénonce Eisner : un mensonge qui sert la haine et l'antisémitisme.

Cote : 56.2 H.1.05006



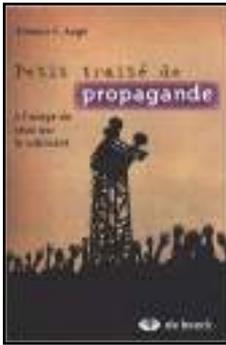
AL-QAIDA PAR L'IMAGE : LA PROPHÉTIE DU MARTYRE

(EL DIFRAOUI, A., Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Proche Orient », 2013, 422p.)

Après avoir analysé les principaux producteurs de la propagande jihadiste et présenté son langage visuel, Abdelasiem El Difraoui expose l'évolution du Grand Récit jihadiste et de sa production audiovisuelle des trois dernières décennies. Au-delà de la propagande, cette production détourne la mythologie de l'islam pour en créer une nouvelle au sein de laquelle le culte du martyr joue un rôle central est alors créée une nouvelle cosmologie qui élève Ben Laden au rang de prophète.

De cette analyse il ressort que, en dépit de leur échec à mobiliser les masses musulmanes, Al-Qaïda et sa nébuleuse sont parvenues à créer des images et des symboles reconnus aujourd'hui par de nombreux croyants et qui pourraient continuer à inspirer les générations à venir.

Cote : 51.1 H.1.04845

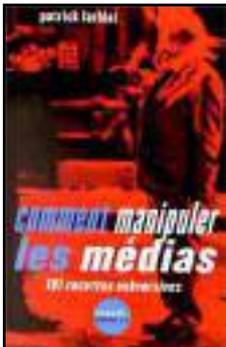


PETIT TRAITÉ DE PROPAGANDE À L'USAGE DE CEUX QUI LA SUBISSENT
(ETIENNE, F., Bruxelles, De Boeck, 2008, 224p.)

La propagande n'est pas l'apanage des dictatures, on la rencontre aussi, et de plus en plus, dans nos démocraties. Les médias se multiplient, traversent les frontières et prétendent informer mieux alors qu'ils noient bien souvent le citoyen-consommateur dans un flot de communication. Jamais les conditions n'avaient été aussi idéales pour que les propagandes se diffusent et ne recréent une réalité qui n'a rien à envier aux prédictions des livres de science fiction les plus pessimistes.

Cet ouvrage ne prétend pas faire le tour d'un sujet aussi vaste que la propagande, mais décrit son fonctionnement, identifie les acteurs de la communication de masse, et fournit des exemples précis, historiques et contemporains. La propagande évolue en permanence et se nourrit de toute innovation dans le domaine de la communication. Ce court traité permet, sinon de s'immuniser contre les manipulations de la propagande, en tout cas d'en être averti et parfois de s'en prémunir. Destiné aux étudiants en sciences humaines comme au citoyen vigilant, " Petit traité de propagande (à l'attention de ceux qui la subissent) " est utile pour tous ceux qui cherchent à se repérer dans ce siècle d'hyper information, où les apparences sont souvent trompeuses et les sirènes toujours plus attirantes.

Cote : 51.1 H.1.03118



COMMENT MANIPULER LES MÉDIAS ? : 101 RECETTES SUBVERSIVES
(FARBIAZ, P., Paris, Denoël, coll. « Impacts », 1999, 446p.)

Les médias vous manipulent ! Vous subissez, les bras croisés, la dictature du journal de 20 heures, les commentaires « éclairés » des faiseurs d'opinion et les assauts permanents de la publicité. La communication informatique vous envahit. Internet vous affole. Le politically correct vous déprime. Que faire ? Guide de bord plus que leçon théorique, ce livré est indispensable à qui veut résister à l'intoxication médiatique. Du boycott total au canular féroce, du piratage de satellite au hacking high tech, du rapt symbolique à l'outing salutaire, du pastiche malin au zapping final : 101 recettes subversives illustrées par le très incorrect Martin Veyron. Pour tous ceux qui veulent dépasser les éternels discours désabusés sur la domination des médias, voici le manuel de guérilla du XXIe siècle.

Cote : 51.1 H.1.01658



LES BRISEURS DE TABOUS

(FONTENELLE, S., Paris, La Découverte, coll. « Cahiers libres », 2012, 180p.)

Dans cet essai au lance-flammes, mais rigoureusement documenté, Sébastien Fontenelle décortique les stupéfiants amalgames et les incessantes tricheries au fondement de ces discours « anticonformistes » sur l'immigration, la colonisation, les « Arabes » et, surtout, l'islam. Il explique comment ces falsificateurs, alors même qu'ils disposent d'un accès illimité aux médias dominants et que leurs idées sont reprises, à droite comme à gauche, par les plus hauts responsables politiques, se sont fait une spécialité de se poser en « dissidents » d'un système dont ils sont en réalité les premiers garants. En l'espace d'une décennie, dénonçant une imaginaire « pensée unique », ils ont en effet assuré, par un constant truquage de la réalité, la perpétuation d'un vrai conformisme, érigeant le rejet de l'« Autre » (pauvre, étranger, immigré, musulman) en vertu cardinale d'un nouveau « réalisme ».

Cote : 44 H.1.4579



DE L'ART DE DIRE DES CONNERIES (ON BULLSHIT)

(FRANKFURT, H. G., Paris, Mazarine, 2017, 74p.)

"L'un des traits les plus caractéristiques de notre culture est l'omniprésence du baratin."

Ce court essai, dont le titre original est On bullshit, a toutes les apparences du sérieux, bien qu'il s'agisse d'une théorisation de ce que l'on appelle communément le baratin ou les conneries.

L'un des plus grands philosophes américains, Harry Gordon Frankfurt (né en 1929), professeur émérite à Princeton, se penche sur le sujet : un petit livre de référence pour ne plus jamais confondre connerie avec fumisterie, foutaise, baliverne ou sornette, et repérer à coup sûr tous les baratineurs.

Cote : 51.1 H.1.05020



COMME PAR HASARD ! : COÏNCIDENCES ET LOI DES SÉRIES...

(GAUVRIT, N., Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2008, 60p.)

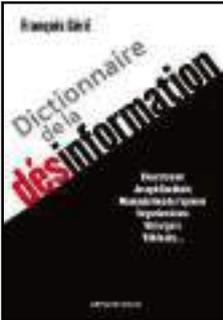
Doit-on s'étonner des coïncidences ? Si oui, qu'est-ce qui les explique et peut-on parler de loi des séries comme le font les journalistes avec délice ?...

Les auteurs débusquent et analysent les pièges que le hasard nous tend.

En se fondant sur le bon sens et l'esprit critique ils nous donnent les outils pour nous départir d'un étonnement excessif face à la réalisation d'événements naturellement considérés comme très improbables. Pour des raisons liées à la logique de notre intelligence prompte à la détection des coïncidences, il nous arrive de voir des coïncidences là où il n'y en a pas, comme nous voyons des visages ou des formes animales dans les nuages. De plus, nos raisonnements spontanés nous conduisent à formuler des jugements faux (paradoxes des anniversaires, erreur sur le contexte, etc.), à voir, là encore, des coïncidences sans raison. Notre ignorance et notre aveuglement nous amènent aussi à interpréter de vraies co-occurrences ou concomitances résultant simplement de lois mathématiques ou physiques comme de mystérieuses mises en rapport porteuses de sens.

Sans prétention, et s'adressant à l'esprit ouvert et vigilant des lecteurs pour faire face à ce qui bien souvent devrait être considéré comme des fadaises,... ce petit livre est un véritable outil de santé mentale et intellectuelle !

Cote : 51.1 H.1.05038



DICTIONNAIRE DE LA DÉSINFORMATION

(GÉRÉ, F., Paris, Armand Colin, coll. « Dictionnaire », 2011, 352p.)

Désinformation. Le mot sent le soufre, attisant tous les fantasmes, des plus archaïques aux plus contemporains. En une vingtaine d'années, l'usage de ce terme qui jusqu'alors se limitait aux spécialistes du renseignement et de la propagande a connu un développement exceptionnel lié aux médias de masse puis aux nouveaux vecteurs de communication (Internet, Facebook, etc.). Il est désormais courant d'invoquer la désinformation pour s'en déclarer victime et rejeter sur l'adversaire la responsabilité d'une manœuvre occulte, par définition invérifiable, sauf accident. Dans tous les domaines stratégiques (politiques, militaires, économiques) la désinformation s'est insinuée, troublant l'esprit public, sapant les bases de la démocratie qui, pour survivre, doit rapidement réaffirmer et consolider le rôle de l'information et la valeur du savoir.

Cote : 51.1 H.1.04381

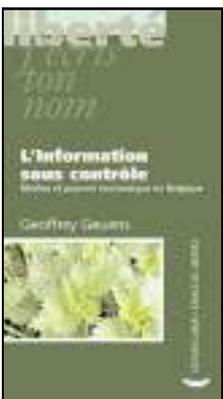


MONTRER LA GUERRE ? : INFORMATION OU PROPAGANDE...

(GERVEREAU, L. France, Canopé éd., coll. « Pôle photo », 2006, 143p.)

L'apparition de la photographie a bouleversé la représentation et notre perception de la guerre. Aujourd'hui les images des conflits envahissent la presse et la télévision. Comment lire ces images ? Comment, au-delà du choc et de l'émotion qu'elles produisent, comprendre la réalité qu'elles nous transmettent ? En mettant en parallèle des photographies de la Première Guerre mondiale (grâce au fonds iconographique exceptionnel de l'Historial de la Grande Guerre de Péronne) et des photographies contemporaines, Laurent Gervereau montre que la représentation de la guerre obéit à des stéréotypes immuables. Le décodage qu'il propose de ces stéréotypes prouve qu'il n'existe pas d'images " vraies " de la guerre, mais une vision prismatique qui oscille entre information et propagande. Cette mise à mal de la " vérité " photographique modifie irrémédiablement notre regard sur les images d'actualité. En prolongement, un entretien avec le service pédagogique de l'Historial de la Grande Guerre offre des éléments d'analyse plus spécifiquement adaptés aux enfants et aux adolescents afin, qu'à leur tour, ils ne subissent plus ces images, mais en deviennent les spectateurs actifs, conscients et critiques.

Cote : 23.1 H.1.02869



L'INFORMATION SOUS CONTRÔLE : MÉDIAS ET POUVOIR ÉCONOMIQUE EN BELGIQUE

(GEUENS, G., Belgique, Labor / Espace de libertés, 2002, 94p.)

Vieux débat que celui de l'indépendance de l'information. Mais le plus souvent faussé par des problèmes écrans ou conduit de façon trop abstraite. L'"autonomie" du travail journalistique est moins soumise à la pression du personnel politique que placée sous l'emprise du monde industriel et financier, dont le pouvoir de contrôle, plus ou moins senti et consenti, est grand sur la manière dont les médias rendent compte des phénomènes sociaux. Données et exemples à l'appui, Geoffrey Geuens décrit les principaux ressorts de cette sorte de complexe médiatico-industriel à la belge, dont les effets d'imposition sont d'autant plus puissants qu'ils passent le plus souvent inaperçus.

Cote : 12 H.1.02338



LA MACHINE À INFLUENCER : UNE HISTOIRE DES MÉDIAS
(GLADSTONE, B., NEUFELD, J., France, Ça et là, 2014, 186p.)

Passionnant manifeste sous forme de BD du réel, *La Machine à influencer* réfute les théories qui représentent les grands médias en tireurs de ficelles tout-puissants. De la censure aux journalistes « embedded » en zones de guerre, le livre recense les stratégies des politiques pour s'accommoder du quatrième pouvoir, décortique les différents biais qui affectent les journalistes, décrit le circuit des sondages et statistiques qui parviennent jusqu'à nous et explique comment nous en venons à croire ou rejeter certaines informations. Brooke Gladstone et Josh Neufeld nous fournissent ainsi des outils pour décrypter les médias et rester des consommateurs (voire des producteurs) d'information vigilants.

Cote : 56.2 H.1.04874



LE MONDE, UN CONTRE-POUVOIR? DÉSINFORMATION ET MANIPULATION SUR LE GÉNOCIDE RWANDAIS
(GOUTEUX, J.-P., Paris, L'esprit frappeur, 1999, 202p.)

Voici un petit livre terrible. Que nous dit-il ? Le Monde, honorable quotidien du soir, journal réputé pour son sérieux, son objectivité, sa bonne tenue, en un mot, sa qualité, aurait contribué à nous désinformer sur le génocide Rwandais ! Ce nouvel ouvrage de Jean-Paul Gouteux, spécialiste rigoureux de la question rwandaise, constitue une analyse en profondeur sur la façon dont Le Monde a conduit ce travail de désinformation. Ce travail aux limites troubles de la déontologie a fait que les citoyens n'ont rien pu comprendre à la politique démente entreprise par François Mitterrand, ses officines, telle celle de Paul Barril, ses services secrets et son état-major militaire. Assignés pour diffamation pour l'avoir dénoncé dans Un génocide secret d'Etat, Jean-Pierre Gouteux et les Editions sociales ont été relaxés. C'est Le Monde qui a été condamné aux dépens. Et a fait appel. Pourtant, le rôle de ce journal dans cette affaire s'apparente à de la complicité de génocide.

Cote : 58 H.1.02194



L'IMAGINAIRE DU COMLOT. DISCOURS D'EXTRÊME DROITE EN FRANCE ET AUX ETATS-UNIS
(JAMIN, J., Amsterdam, Amsterdam University Press, 2009, 350p.)

Le nationalisme, la xénophobie, le racisme et l'antisémitisme, l'opposition aux élites, la stigmatisation des étrangers, les discours anti-immigrés, mais aussi l'autoritarisme, l'idéologie 'loi et ordre' (Law and Order), l'antiparlementarisme et l'anticommunisme constituent quelques-uns des termes les plus souvent utilisés dans la littérature consacrée au populisme et à l'extrême droite. En fonction des partis politiques concernés, des contextes institutionnels et des particularités nationales et géographiques, ils prennent une dimension centrale ou secondaire. Sur la base d'une comparaison entre la France et les Etats-Unis, l'ouvrage vise à démontrer que l'ensemble de ces concepts entretiennent tous à des degrés divers un rapport fondamental avec un "imaginaire du complot", c'est-à-dire avec un monde de significations structuré et cohérent qui privilégie la théorie du complot pour expliquer la politique et l'histoire.

Cote : 51.1 H.1.04878



MÉDIAS PARANOÏA
(JOFFRIN, L., Paris, Seuil, coll. « Médiathèque », 2009, 131p.)

On dit partout : les médias mentent ; ils sont sous contrôle ; ils propagent une "pensée unique" ; ils manipulent l'opinion. Ces clichés dessinent ce qu'on peut légitimement appeler la média- paranoïa. Non seulement ils forment le socle des croyances collectives en la matière, mais ils reçoivent le renfort d'universitaires et de politiques en mal de notoriété ou de boucs émissaires. Heureusement pour la démocratie, ces idées sont pour l'essentiel fausses ou caricaturales. Cet essai a pour but de les réfuter. Pour ouvrir la voie à une vraie critique du journalisme, il faut en finir avec la média-paranoïa. Une réflexion engagée et polémique sur les médias par l'un de nos plus grands professionnels.

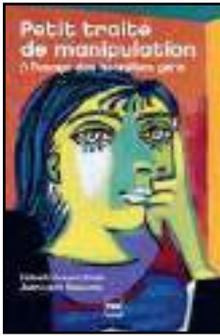
Cote : 12 H.1.04059



LA SOUMISSION LIBREMENT CONSENTIE : COMMENT AMENER LES GENS À FAIRE LIBREMENT CE QU'ILS DOIVENT FAIRE ?
(JOLE, R.-V., BEAUVOIS, J.-L., Paris, PUF, 2006, 215 p.)

Amener quelqu'un à faire en toute liberté ce qu'il doit faire est finalement moins compliqué qu'on ne le croit. Il existe aujourd'hui une somme impressionnante de connaissances scientifiques sur lesquelles on peut s'appuyer pour influencer les gens sans même qu'ils s'en rendent compte. Évidemment, cela s'appelle de la manipulation. Mais, qu'on le veuille ou non, la manipulation peut être mise au service des causes les plus sombres comme des causes les plus nobles. On peut par manipulation amener quelqu'un à s'aliéner dans une secte, comme on peut par manipulation amener quelqu'un à conduire plus prudemment, à dévorer les auteurs au programme du bac, à s'investir dans le boulot, etc. Ces connaissances relèvent de la psychologie de l'engagement. Elles sont au cœur de ce livre qui illustre leurs applications dans des domaines aussi variés que la formation, la lutte contre les accidents de travail ou contre le Sida, le management, le marketing et même la thérapie.

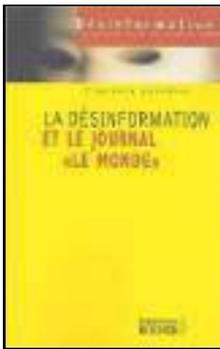
Cote : 51.1 H.1.04029



PETIT TRAITÉ DE MANIPULATION À L'USAGE DES HONNÊTES GENS
(JOLE, R.-V., BEAUVOIS, J.-L., Grenoble, PUG, 2014, 320 p.)

Avec cette nouvelle version, les auteurs ont souhaité actualiser et surtout enrichir leur best-seller d'un chapitre supplémentaire. Cette version comprend dix chapitres. Les neuf premiers nous éclairent sur les techniques de manipulation qui peuvent être et qui sont quotidiennement utilisées en face à face (entre deux personnes, le manipulateur et le manipulé), pour le meilleur comme pour le pire. Le dixième chapitre, totalement inédit, nous éclaire sur les techniques de manipulation de masse, utilisées par les professionnels du marketing pour modeler, à notre insu, nos idées, nos goûts et nos façons de consommer.

Cote : 51.1 H.1.05053



LA DÉSINFORMATION ET LE JOURNAL « LE MONDE »
(JOURDIER, F., Monaco, éditions du Rocher, coll. « Désinformation », 2004, 312p.)

Depuis des années François Jourdier écrit au Monde en réaction à la façon dont le journal traite de l'actualité et des thèmes de société de notre époque.

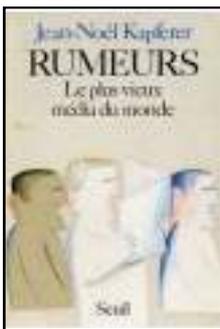
Bulletins d'humeur, rédigés généralement le jour même, encore marqués de l'indignation devant ce qu'il faut bien appeler de la désinformation, ces lettres paraîtront peut-être excessives : les extraits d'articles et les commentaires qui les accompagnent montreront combien elles sont justifiées.

Elles sont pour leur quasi-totalité restées sans réponse.

Allant à l'encontre du "politiquement correct" et du "prêt à penser", qui alimentent les colonnes du "quotidien de référence", ces lettres abordent de nombreux thèmes : relecture de l'histoire, droits de l'homme, colonialisme, antisémitisme, anticléricalisme, féminisme, écologie, ordre moral, mondialisation, populisme...

Après avoir lu cet essai, peut-être ne lirez vous plus Le Monde avec le même oeil.

Cote : 58 H.1.02502



RUMEURS : LE PLUS VIEUX MÉDIA DU MONDE
(KAPFERER, J.-N., Paris, Seuil, 1987, 320p.)

On trouverait des vers de terre dans les hamburgers ; le rapport sur la mort de Kennedy ne dirait pas "tout" ; des jeunes femmes disparaîtraient dans l'arrière-boutique de certains commerçants, etc. Les rumeurs sont partout. Vraies ? Faussees ? Quand naissent-elles ? Comment circulent-elles ? Qui les propage ? Jean-Noël Kapferer, à l'aide de nombreux exemples que chacun connaît, explique ce phénomène à la fois familier et curieusement encore peu connu. Il analyse l'utilisation des rumeurs en politique, dans la concurrence entre entreprises, dans la vie des stars et dans la vie quotidienne. Enfin, il explore les réactions possibles : peut-on éteindre une rumeur ?

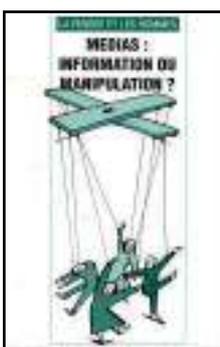
Cote : 51.1 H.1.00111



MÉDIAS : INFLUENCE, POUVOIR ET FIABILITÉ : A QUOI PEUT-ON SE FIER ?
(LECOMTE, J., Paris, L'Harmattan, coll. « Questions contemporaines », 2012, 249p.)

Comment comprendre et analyser les médias dans le contexte contemporain ? Il s'agit d'interroger les reproches typiques qui leur sont adressés, de décrypter et évaluer la fiabilité des contenus véhiculés. Cet ouvrage propose par ailleurs de questionner les rapports individuels et sociaux que les usagers entretiennent avec eux : comment se positionner pour élaborer un jugement critique et nuancé à leur égard.

Cote : 12 H.1.04588



MÉDIAS : INFORMATION OU MANIPULATION ?
(LEMAIRE, J. (directeur de publication), Bruxelles, ULB, coll. « La pensée et les hommes », 1999, 93p.)

Avant propos (Jacques Lemaire)

L'inachevée mue des médias (Gabriel Thoveron)

Information : liberté ou régulation des nouvelles technologies ? (Charles Suzanne)

Médias politiques : la dérive médiatique (Roland Cayrol)

L'information à flux tendu (Gérard de Séllys)

L'information télévisée existe-t-elle? (Jean-Jacques Jaspers)

Les journalistes ont-ils une morale ? (Jean-Claude Vantroyen)

L'éducation aux médias, nécessité fins et moyens (Michel Clarembeaux)

Perspectives : course contre le temps et pour l'espace (François Heinderyckx)

Alternatives en guise de conclusion (Gabriel Thoveron)

Cote : 12 H.1.00505



LE TOMBEAU DES IDÉES REÇUES

(L'ÉQUIPE DE TATOUFFAUX, Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2011, 82p.)

Nous avons tous des idées toutes faites héritées de notre milieu familial, éducatif ou social, que nous ne remettons pas en question par un raisonnement critique rationnel. Ces idées reçues, rabâchées ou transmises depuis parfois plusieurs générations, sont des "illusions de savoir". Ce ne sont que de simples opinions, non fondées sur des faits et reposant sur une perception erronée des choses, sur l'acceptation avec une confiance aveugle de ce que l'on nous dit ou sur une ignorance entretenue...

De telles illusions de savoir peuvent diriger les actes d'un individu ou d'une société. Des opinions ou des idées largement répandues dans le public deviennent des traditions ou des préjugés qu'il est souvent difficile de déraciner par le rationnel, l'étude, la vérification ou la réflexion.

Mais les idées reçues ne sont pas nécessairement immuables. L'équipe Tatoufaux n'est pas un collège d'experts. Spécialistes en rien, mais curieux de tout, ce n'est surtout pas au nom de leurs diplômes, métiers ou titres qu'ils s'expriment dans ce livre, car l'argument d'autorité leur fait horreur tout comme ceux faisant appel à l'ancienneté, au témoignage ou encore à la réputation. Ils sont - ni plus ni moins que d'autres - victimes d'idées reçues, mais ils se soignent en passant au fil du rasoir (d'Occam) toutes ces croyances.

Cet ouvrage s'attaque à la partie émergée d'un iceberg qu'il nous reste à faire fondre et, dans ce domaine, le réchauffement (neuronal) n'est ni à craindre ni à endiguer. Au contraire ! Il y a tout lieu de croire qu'il est salutaire...

Cote : 51.1 H.1.05037



LE TOMBEAU DES IDÉES REÇUES. TOME 2

(L'ÉQUIPE DE TATOUFFAUX, Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2012, 69p.)

Voici donc le second opus de Tatoufaux, le livre, qui reprend là où le premier s'est arrêté. On y met à mal des croyances aussi tenaces que celles relatives à la piqûre de frelon et à la bosse des maths, à la Lune et aux courants d'air, au magnésium et à la vitamine C ou encore aux ondes négatives et au mythique Nombre d'Or. S'il est facile de lire ce deuxième « Tombeau des idées reçues », il est parfois plus difficile d'accepter la violence que représente la remise en question de nos croyances. La Fontaine disait : « chacun croit fort aisément ce qu'il craint ou ce qu'il désire ». En ce sens, la croyance est bien l'expression des émotions, une manifestation avant tout affective. L'idée reçue, est d'autant plus acceptée et entretenue qu'elle convient à nos systèmes de pensée et conforte notre tendance à la paresse intellectuelle, notamment lorsqu'elle offre une réponse simple à des questions complexes. Ce que vous propose ce second tome de Tatoufaux est un feu d'artifice de remises en question, une atomisation de certaines de nos croyances les plus tenaces. Le ménage fait dans nos têtes permettra d'y libérer de la place pour accueillir d'autres savoirs... potentiellement réfutables !

Cote : 51.1 H.1.05039



ADOS, COMMENT ON VOUS MANIPULE

(MAHLER, V., TASTET, P., Paris, Albin Michel, coll. « Questions d'ados », 2004, 205p.)

Souriez, vous êtes cernés ! Alors qu'à l'adolescence on se sent plutôt flottant, qu'on change souvent d'envies et d'avis, vous concentrez sur vous toutes les attentions d'un monde qui cherche à vous contrôler, vous faire adhérer, vous fidéliser - bref, vous manipuler. Un seul mot d'ordre : vous séduire et vous faire consommer, toujours plus, quelles qu'en soient les conséquences sur les adolescents que vous êtes, les adultes que vous serez demain. Dans ce contexte, il devient de plus en plus indispensable de s'informer en se posant les bonnes questions. Avec « Ados, comment on vous manipule », Viviane Mahler, journaliste spécialisée dans la presse pour les jeunes, vous propose des clés pour mieux comprendre ces mécanismes de pouvoir, d'attraction ou d'influence, du tabac aux banques en passant par la pub, les sectes ou l'Internet.

Cote : 51.1 H.1.02734



LA SOCIÉTÉ SOUS-INFORMÉE : L'ESSENTIEL, C'EST CE QU'ON NE VOUS DIT PAS

(MARCUS-STEIFF, J., Paris, L'Harmattan, coll. « Questions contemporaines », 2012, 56p.)

La société dite de l'information est une société surinformée en apparence et sous-informée en réalité : la surinformation visible masque souvent la rareté ou l'absence d'information utile, voire indispensable. L'ouvrage examine trois facteurs de la sous-information actuelle : l'ambiguïté du mot "information", ambiguïté qui empêche souvent de penser et de poser correctement les problèmes de la connaissance, de l'information et de la communication, la corruption de la science par les grandes entreprises, la corruption des médias par la publicité. Lorsqu'une étude a été financée par un acteur qui a un intérêt dans les conclusions de cette étude, ces dernières tendent à être favorables au commanditaire plus souvent que le contraire. L'existence d'un lien d'ordre financier entre acteurs et résultats a été constatée dans un très grand nombre de recherches considérées comme scientifiques.

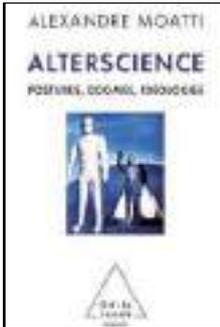
Cote : 51.1 H.1.04532



MÉDIAS : LA FAILLITE D'UN CONTRE-POUVOIR
(MERLANT, P., CHATEL, L., France, Fayard, 2009, 336p.)

Combien faudra-t-il encore d'affaires comme celles du "bagagiste de Roissy" ou du "RER D" pour que les journalistes s'inquiètent du fossé qui se creuse entre eux et les citoyens? Pourquoi ces derniers ont-ils de plus en plus le sentiment que les médias, passés du côté des puissants, ne constituent plus un contre-pouvoir susceptible de les défendre? Pour tenter de comprendre les raisons de cette défiance, Philippe Merlant et Luc Chatel nous invitent à visiter l'envers du décor. Nourrie de leur propre expérience de journalistes, leur enquête ne se contente pas de pointer les dérives - "suivisme", course au scoop, autocensure... Elle décrit de manière très concrète les conditions de formation des journalistes et de fonctionnement des rédactions, montrant notamment comment les impératifs de rentabilité et de rapidité ont des impacts sur les différents maillons de la chaîne. Une plongée au coeur du monde de l'information, qui ouvre des pistes vers un journalisme enfin réconcilié avec son public.

Cote : 12 H.1.04116



ALTERSCIENCE : POSTURES, DOGMES, IDÉOLOGIES
(MOATTI, A., Paris, Odile Jacob, coll. « Sciences », 2013, 336p.)

Remise en cause de la théorie d'Einstein, de celle de Darwin, créationnisme et fondamentalismes, cosmologies païennes, mouvements technofascistes, idéologies radicales anti-science... Pourquoi des personnes formées à la science en viennent-elles à adopter une attitude en opposition virulente à la science de leur époque ? Comment mobilisent-elles leur capacité de raisonnement au service de dogmes et d'idéologies sans rapport avec la science ? Peut-on tirer un fil historique entre ces postures depuis la naissance de la science moderne au XVIIe siècle ? De nos jours, quel est l'impact sur les rapports entre science et société de ces attitudes, diffusées et multipliées par le canal de l'Internet ?

Cote : 51.1 H.1.05055



LES NOUVELLES CENSURES : DANS LES COULISSES DE LA MANIPULATION DE L'INFORMATION
(MOREIRA, P., Paris, Laffont, 2007, 285p.)

De toute éternité, les hommes de pouvoir ont contrôlé l'information. Longtemps, ils ont censuré les vérités qui mettaient en péril leur domination. Autrefois, on bâillonnait le messager. Une méthode désormais contre-productive. Dans un univers médiatique à prolifération incontrôlée, la censure brutale attire l'attention et multiplie l'impact de l'information qu'on veut cacher. Aujourd'hui, le vacarme médiatique est devenu le meilleur allié des nouveaux censeurs. Des professionnels aguerris ont pour mission de faire en sorte que le citoyen n'entende pas ce qu'il est en train d'écouter. On ne censure plus, on "gère la perception" du public. Une véritable industrie est née, avec ses stratèges : les *spin doctors* comme on les appelle dans les pays anglo-saxons. Leur raison sociale : nous vendre la vérité du plus fort. Les techniques de manipulation de l'information quotidiennement employées sous vos yeux sont multiples et extraordinairement intelligentes. Elles s'attaquent à toute la chaîne de l'information. D'abord, cacher la vérité. Si la vérité apparaît, contrôler les sources et faire pression sur les médiateurs capables de la relayer, les menacer, les terroriser, les séduire ; les acheter. Si la vérité est diffusée par les médias, contrôler l'impact sur l'opinion et tout mettre en œuvre pour qu'elle ne soit pas entendue, et surtout qu'elle ne crée par une émotion populaire.

A travers des exemples concrets, vécus, qu'il raconte avec la verve d'un conteur talentueux, Paul Moreira dresse un portrait saisissant de cet univers de la désinformation. Que ce soit les militaires (américains en Irak ou Français en Côte d'Ivoire), les financiers et les industriels (l'industrie pharmaceutique est une mine d'or dans ce domaine), les politiques (les staffs de Georges Bush et Nicolas Sarkozy sont de redoutables experts), tous emploient les mêmes méthodes fondées sur une conviction simple : le citoyen, comme le consommateur, est manipulable pour peu qu'on sache appuyer sur les bons boutons.

Cote : 51.1 H.1.02989



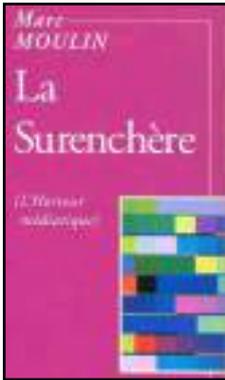
PRINCIPES ÉLÉMENTAIRES DE PROPAGANDE DE GUERRE : UTILISABLES EN CAS DE GUERRE FROIDE, CHAUDE OU TIÈDE...

(MORELLI, A., Bruxelles, Éd. Aden, 2010, 222p.)

Hostile à l'entrée en guerre de la Grande-Bretagne en 1914, Arthur Ponsonby publie un texte qu'il est possible de résumer en dix "commandements". Anne Morelli a systématisé ceux-ci en dix chapitres, qui forment la trame de cet ouvrage. Pour chacun de ces principes élémentaires de la propagande de guerre, l'historienne s'est attachée à démontrer qu'ils n'étaient évidemment pas à l'œuvre dans la seule Première Guerre mondiale et que, depuis, ils ont également été utilisés régulièrement par les parties en présence. La pratique du nouveau président des États-Unis, le prix Nobel de la Paix Barack Obama, n'y fait pas exception.

1. Nous ne voulons pas la guerre.
2. Le camp adverse est le seul responsable de la guerre.
3. L'ennemi a le visage du diable.
4. C'est une cause noble que nous défendons et non des intérêts particuliers.
5. L'ennemi provoque sciemment des atrocités; si nous commettons des bavures, c'est involontairement.
6. L'ennemi utilise des armes non autorisées.
7. Nous subissons très peu de pertes; les pertes de l'ennemi sont énormes.
8. Les artistes et intellectuels soutiennent notre cause.
9. Notre cause a un caractère sacré.
10. Ceux qui mettent en doute la propagande sont des traîtres.

Cote : 51.1 H.1.05056



LA SURENCHÈRE (L'HORREUR MÉDIATIQUE)
(MOULIN, M., Bruxelles, Labor, 1997, 94p.)

Comment est-on passé de la vulgarisation à la vulgarité? De la télévision pédagogique à la télévision assommoir? Du rock'n'roll au gangsta rap? Par la surenchère. Le toujours plus, toujours plus fort, toujours plus violent, plus sexe, plus sensationnel, plus rapide, de moins en moins divers et de moins en moins significatif.

Le propre de la surenchère, c'est qu'elle contient les germes d'un impossible retour en arrière. Comme en cuisine: plus on épice, plus on mangera épicé; plus on sucre, plus on aura "besoin" de sucré.

Le danger ultime de la surenchère se présente quand, notamment, le public (le citoyen) perd la faculté de trier et de hiérarchiser les messages. De l'image de synthèse au mensonge publicitaire, tout concourt à émousser notre sens critique, à le détériorer et enfin à le faire s'évanouir. La distorsion de l'information, c'est par excellence le sujet que nous devons mettre au premier rang de nos priorités, car il s'agit d'un préalable: notre appréhension du monde, aujourd'hui, conditionne irrévocablement ce que nous en ferons demain.

Cote : 12 H.1.01413



INFORMATION ET PERSUASION : ARGUMENTER

(NYSENHOLC, A., GERGELY, T., Bruxelles, De Boeck université, 2000, 201p.)

Discuter, disputer, argumenter n'est pas un exercice d'école. C'est le commerce humain. La base des médias. La pratique même de la démocratie. La nouvelle rhétorique est une faculté qui se cultive et que l'on a intérêt à exercer au plus tôt. C'est aussi un art par excellence de l'éducation permanente.

Cet ouvrage, né de deux expériences complémentaires, propose une méthode d'approche originale. D'abord, pour exercer l'indépendance de jugement, on invite à repérer les principaux sophismes par l'analyse critique d'exemples (souvent des mots d'esprit) dont on déjoue la séduction logique. Ensuite, à qui désire élaborer lui-même un exposé qui vise à emporter l'adhésion, sont présentés – non des conseils normatifs – mais des expériences à faire, des exercices ponctuels, conçus pour répondre à chacune des difficultés que l'on rencontre dans la pratique personnelle de l'argumentation. Enfin, pour chaque division d'un travail de communication persuasive, sont commentés des extraits correspondants de corrigés d'étudiants. Ainsi sont mises en évidence des maladresses, mais aussi des performances qui ne sont pas des modèles inaccessibles. En guise de synthèse, le tout est appliqué à des articles de journalistes et des textes d'auteurs.

Cote : 55 H.1.02652



LA PERSUASION CLANDESTINE

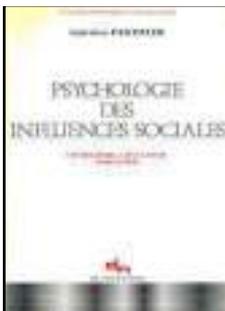
(PACKARD, V., Paris, Calman-Lévy, 1984, 282p.)

La persuasion clandestine dénonce l'influence croissante, dans la société américaine, des techniques mises au point pour le compte des agences publicitaires par les Instituts de "Recherches des motivations" (RMI).

Les sondeurs du subconscient étudient le comportement de l'homme de la rue non seulement pour l'inciter, à son insu, à acheter tel ou tel produit, mais aussi pour le gagner à telle ou telle cause politique. Pourquoi en effet limiterait-on l'usage de ces techniques scientifiques à la propagande commerciale ? Les méthodes par lesquelles on parvient à vendre du whisky, des cigarettes et tout autre bien de consommation, de la savonnette à la maison préfabriquée, ne permettent-elles pas également de "vendre" une candidature politique ou un sermon religieux ? Au terme de son enquête approfondie, Vance Packard apporte ici de nombreuses anecdotes qui prouvent la surprenante efficacité de cette manipulation insidieuse, dont les instruments sont mis à la disposition des grandes firmes commerciales comme des groupements politiques ou idéologiques.

Lorsqu'en l'homme se trouve conditionné l'esprit du consommateur, puis celui du citoyen, l'idée même de libre-arbitre est remise en question : tout le rapport entre la pratique de la société de consommation et la théorie de la démocratie est à repenser. Conçu, à l'origine, comme une analyse spécifique de la société américaine, la Persuasion clandestine est devenue une contribution essentielle à la compréhension critique de nos démocraties modernes.

Cote : 51.1 H.1.00381



PSYCHOLOGIE DES INFLUENCES SOCIALES : CONTRAINDRE, CONVAINCRE, PERSUADER

(PAICHELIER, G., Suisse, Delachaux & Niestlé, 1985, 242p.)

Poser le problème de l'influence sociale, c'est explorer un phénomène fondamental de la vie sociale ayant trait aux empreintes et aux changements que les relations avec autrui produisent sur les individus, qu'ils en soient ou non conscients.

Entreprise difficile parce que ces empreintes sont d'autant plus malaisées à discerner qu'elles sont bien ancrées. Parce que l'influence peut soit prendre la forme d'une contrainte dépossédant l'être de son individualité, soit demeurer un processus sourd se manifestant par des indices ténus et labiles. Enfin parce que l'influence peut être masquée par l'apparente volonté délibérée du sujet.

De la suggestion à la conformité, de la conformité à l'innovation, G. Paicheler analyse les différentes manifestations des processus d'influence en mettant en évidence à la fois leur ligne de rupture et de continuité.

L'origine de sa démarche consiste à situer les différentes théories explicatives de l'influence dans les contextes qui ont rendu possible leur formulation.

Cote : 05 H.1.00501



L'ÈRE DU COMPTOTISME : LA MALADIE D'UNE SOCIÉTÉ FRACTURÉE
(PELTIER, M., Paris, Les petits matins, 2016, 144p.)

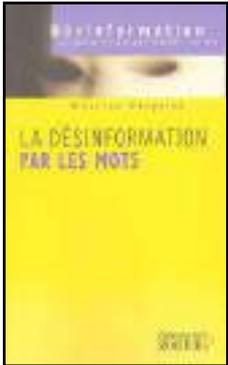
À l'époque d'Internet, tout événement dramatique trouve sur les réseaux sociaux des « analystes » expliquant que la version officielle cache des intérêts secrets, selon un plan devant être soigneusement décrypté. « Réveillez-vous, on vous ment ! », clame Alain Soral devant sa webcam.

Depuis les attentats du 11 septembre 2001, les discours complotistes ont proliféré sur la Toile, semant la méfiance envers tout discours officiel et creusant une scission de plus en plus grave au sein de notre société. Se présentant comme « alternatifs », ils prétendent rétablir une « vérité » dévoyée.

Si le fantasme d'un groupe occulte agissant dans l'ombre pour accomplir un but machiavélique n'est pas nouveau, il est important de connaître les ressorts actuels de ce phénomène. Car ces théories du complot ont remis au goût du jour des discours d'inspiration fasciste et antisémite, leur donnant une coloration « moderne ». Sur fond d'islamophobie et de haine des juifs, elles sont sous-tendues par une idéologie réactionnaire qui se nourrit des problèmes sociopolitiques contemporains.

Poser le bon diagnostic est indispensable car, loin d'être le fait de farfelus ou d'ignorants, le complotisme est le symptôme d'une véritable maladie de société.

Cote : 51.1 H.1.05009



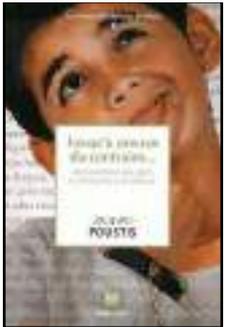
LA DÉSINFORMATION PAR LES MOTS

(PERGNIER, M., Monaco, éditions du Rocher, coll. « Désinformation », 2004, 252p.)

La Désinformation par les mots est un réquisitoire aussi cruel que pertinent sur l'usage admis de certains vocables, une fois ces derniers passés à la moulinette du politiquement correct. Aussi Maurice Pergnier s'en prend-il particulièrement à tous les thèmes qui " font problème ", et sur lesquels une position même légèrement dissidente effarouche les tenants de la " pensée unique " : les jeunes, les banlieues, la démocratie, l'islamisme, l'Europe, ou encore le multi-ethnisme.

Présenté sous la forme d'un dictionnaire alphabétique, *La Désinformation par les mots* bénéficie en outre d'une entrée en matière qui est un véritable morceau d'anthologie. Livre drôle, percutant et qui s'éloigne résolument des sentiers battus, l'ouvrage est vivement recommandé à tous ceux qui ont su conserver une authentique liberté d'esprit.

Cote : 51.1 H.1.02522



JUSQU'À PREUVE DU CONTRAIRE... : MES PREMIERS PAS DANS LA DÉMARCHE SCIENTIFIQUE

(POUSTIS, J., Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2008, 71p.)

Que vaut une démocratie sans formation du citoyen à l'esprit critique ?

L'objectif de ce livre est de sensibiliser un public "non-averti" aux caractéristiques de la méthodologie scientifique : rigueur expérimentale, exigence de preuves, reconnaissance de causalités, cohérence et universalité du propos.

L'auteur de l'exposition "Science et pseudo-sciences" - exposition destinée initialement au monde enseignant - élargit les thématiques et son livre met en garde contre les influences conjuguées de médias sensationnalistes, de gourous déifiés, de charlatans sans scrupules ou d'illuminés sincères.

Il met l'accent sur les dangers de dérives sectaires, d'escroqueries cyniques et de cafouillages intellectuels où se confondent, sans discernement critique, l'indispensable liberté pour chacun de croire en ses rêves les plus fous et la nécessité vitale pour l'humanité de connaître la réalité des faits.

Cote : 51.1 H.1.05036



PROPAGANDES SILENCIEUSES

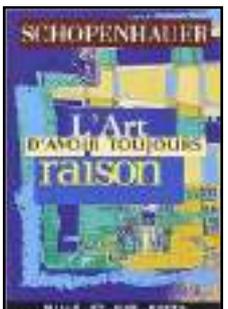
(RAMONET, I., Paris, Gallimard, coll. Folio - Actuel », 2002, 258p.)

À l'heure d'Internet et de la révolution numérique, la question que se posent les citoyens n'est plus : " Sommes-nous manipulés ? ", mais " Comment sommes-nous mentalement influencés, contrôlés, conditionnés ? " Ignacio Ramonet, grâce à de nombreux exemples puisés dans les univers cinématographique et télévisuel, montre les manières dont se fabrique l'idéologie, dont se construit cette silencieuse propagande qui vise à domestiquer les esprits, à violer les cerveaux et à intoxiquer les cœurs.

Il met au jour les mécanismes et les procédés de l'endoctrinement contemporain. Comment, sans que nous nous en apercevions, les nouveaux hypnotiseurs entrent par effraction dans notre pensée et y greffent des idées qui ne sont pas les nôtres : spots publicitaires, films-catastrophes, séries policières, comédies, scènes de guerre et de violence. - toutes ces images laissent des traces subliminales dont l'influence, à la longue, finit par fortement déterminer nos comportements.

Et par réduire notre liberté.

Cote : 51.1 H.1.02308



L'ART D'AVOIR TOUJOURS RAISON

(SCHOPENHAUER, A., Paris, Mille et une nuits, 2017, 96p.)

S'installer sur les positions d'autrui, épouser le mouvement du raisonnement de la partie adverse pour en exploiter les faiblesses : l'art de la discussion, c'est l'art de la guerre. Schopenhauer sait que les mots et les arguments sont des poignards dont la pointe peut tuer ; il sait aussi que la seule réalité qui vaille est notre propre victoire, même si le vrai maître du jeu reste finalement le langage et ses ressources infinies.

Des ficelles, tours et autres passes pour garder raison à tout prix en ayant objectivement tort ou comment terrasser son adversaire en étant de plus mauvaise foi que lui. Un court traité à l'usage de quiconque croit sincèrement aux dividendes de la pensée. Rédigé à Berlin en 1830-31, ce traité fut publié pour la première fois en 1864.

Cote : 55 H.1.05054



L'HOMME SUR LA LUNE : MYTHE OU RÉALITÉ?

(SCORDINO-HUGUENOT, T., Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2016, 74p.)

« C'est un petit pas pour l'homme ... Mais, un bond de géant pour l'humanité ! »

Cette phrase, sans doute la plus célèbre de l'Histoire, prononcée en juillet 1969 par l'astronave Neil Armstrong lorsque son pied (...en fait la semelle de sa surbotte gauche) toucha le sol de la Lune, symbolise l'accomplissement d'un des plus vieux rêves des hommes.

Cependant, presque à chaque fois que l'on évoque cette fantastique aventure humaine et technologique, des voix s'élèvent pour contester la véracité de cet événement. Qui n'a pas entendu parler du drapeau qui aurait bougé ?... ou encore du manque d'étoiles dans le ciel sur les photos prises lors de la mission ?...

Ces deux exemples censés donner du crédit aux propos des adeptes du "canular lunaire" et prouver la supercherie américaine sont les plus récurrents, mais ils ne sont pas les seuls. Loin de là ! Des centaines d'autres sont exposés et reproduits sur un grand nombre de sites Internet dont les adresses changent régulièrement...

En fait, très peu d'ouvrages ont été publiés dans le monde sur cette thématique (un seul en français) et ces textes sont orientés systématiquement en faveur de la théorie du complot.

Dans le présent livret, l'auteur - véritable spécialiste du sujet - nous propose d'y voir plus clair via une analyse sérieuse, rationnelle et réellement scientifique de toutes ces théories conspirationnistes avec l'objectif que tout un chacun puisse, après lecture des explications détaillées apportées, séparer le bon grain de l'ivraie et se faire ainsi sa propre opinion.

Cote : 51.1 H.1.05042



INSPIREZ, CONSPIREZ : LE COMPLICITÉ AU XXIÈME SIÈCLE

(SZOC, E., Bruxelles, Le bord de l'eau, 2016, 94p.)

La désinformation numérique devient massive et dangereuse. Les cris d'alarme des nombreux chercheurs qui étudient le complotisme restent ignorés du grand public, des médias et des responsables politiques.

La lutte contre le complotisme semble condamnée à l'échec, faute d'outils adaptés et d'une théorie unifiée. Mais si ses manifestations se multiplient depuis 2001, il s'agit pourtant d'un phénomène vieux comme le monde. Le complotisme découlerait davantage de la nature humaine que des contextes socio-politiques.

De façon élégante et pince-sans-rire, Edgar Szoc cite et résume les apports universitaires les plus récents - le plus souvent anglo-saxons et inédits en Francophonie - à la recherche d'une vision globale qui expliquerait pourquoi l'homme contemporain est amené à croire aux forces obscures et aux machinations, plutôt que d'accepter le chaos naturel de l'existence.

Cote : 51.1 H.1.05031



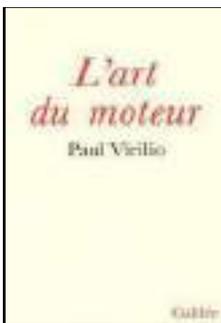
LE VIOL DES FOULES PAR LA PROPAGANDE POLITIQUE

(TCHAKHOTINE, S., Paris, Gallimard, coll. « Tel », 1992, 605p.)

Un traité classique de psychologie sociale qui cherche à démontrer comme à comprendre les mécanismes auxquels obéissent les foules, les masses et, plus généralement, la formation de la volonté politique et l'action politique.

Censuré en 1939 par le ministère français des Affaires étrangères, détruit en 1940 par les Allemands, ce livre a été finalement réédité au début des années 1950 dans sa version actuelle augmentée et actualisée. C'est un traité classique de psychologie sociale qui cherche à démontrer comme à comprendre les mécanismes auxquels obéissent les foules, les masses et, plus généralement, la formation de la volonté politique et l'action politique. Quatre impulsions affectives primaires sont mises en oeuvre par la manipulation propagandiste et idéologique : l'agressivité, l'intérêt matériel immédiat, l'attraction sexuelle au sens large, la recherche de la sécurité et de la norme.

Cote : 51.1 H.1.04019



L'ART DU MOTEUR

(VIRILIO, P., Paris, Galilée, coll. « L'espace critique », 1993, 208p.)

« Pour l'instant, seuls les faits comptent et encore, pas pour longtemps ». Cette phrase de Céline est aujourd'hui confirmée : les faits sont défaits. L'information et sa médiatisation à outrance ont aboli les faits. Le révisionnisme ne concerne donc plus seulement la Seconde Guerre mondiale et les camps d'extermination, mais l'ensemble des événements et des faits quotidiens, un révisionnisme qui va bien au-delà de celui des historiens adeptes de la désinformation puisqu'il aboutit aujourd'hui aux prémisses d'une véritable industrialisation de l'oubli. « Vous devez tout voir, tout entendre et tout oublier », ordonnait déjà Napoléon.

Le développement de l'informatique et sa généralisation, non plus seulement dans les domaines de la gestion mais également de la représentation, avec la numérisation de l'image et du son, offrent des possibilités inouïes d'une manipulation de la forme et du contenu des messages.

Ouvrage témoin du déclin de la réalité des faits, l'essai de Paul Virilio apparaît comme le premier manifeste d'une résistance nouvelle : celle de l'écrit contre l'écran.

Cote : 03 H.1.01251



NOS SAVOIRS À L'ÉPREUVE : SOUS L'EMPREINTE DES MÉDIAS, LA RAISON SE PERD
(WILLEMARCK, P., Bruxelles, Espace de Libertés, coll. « Liberté j'écris ton nom », 2014, 192p.)

Les médias de masse sont une aberration historique. En industrialisant l'information dès 1814, ils ont produit le mythe néolibéral qui nourrit notre imaginaire social de gauche à droite, en primant le " je " au lieu du " nous ", le vaincre au lieu du vivre pour aboutir dans un monde qui ressemble à un Libertistan où liberté et prospérité font faillite.

Des exemples concrets montrent en quoi la confiance, le respect mutuel et l'échange sont des voies plus prometteuses. Les nouveaux médias les facilitent pourvu que les savoirs puissent être protégés. Or la science qui vainc les ténèbres et l'information perdent notre confiance parce que nous souffrons d'infobésité, de scientisme et d'un manque de projet. Nous sommes les architectes de l'avenir, le mythe néolibéral ne peut en venir à bout. Il n'est pas trop tard, mais il est grand temps. L'esprit des Lumières s'éteint, la raison se perd.

Cote : 12 H.1.04812

2.2. Désinformation et mésinformation : ouvrages pédagogiques



ESPRIT CRITIQUE : OUTILS ET METHODES POUR LE SECOND DEGRE

(ATTALI, G., France, Réseau Canopé éditions, 2019, 248p.)

Comment développer l'esprit critique des élèves et l'exercer avec eux dans le cadre des programmes du second degré ?

Cet ouvrage propose, à travers plus d'une vingtaine de séquences, des outils et des méthodes éprouvés, transférables à différents niveaux et contextes, autour de trois compétences principales : questionner et mettre à l'épreuve, analyser et vérifier, argumenter et débattre.

Son ambition est de montrer que l'ensemble des attitudes et habitudes qui constituent l'esprit critique peut être cultivé quelles que soient les disciplines, parce qu'il les traverse toutes. Exposant les enjeux et préconisations liés à cette question, il prend également en compte la dimension collective de l'esprit critique au sein de l'établissement et de ses projets citoyens.

Destiné aux enseignants, ainsi qu'aux équipes éducatives et de direction des collèges et lycées, il offre des réponses concrètes et des démarches variées pour faire apparaître les enjeux cognitifs, éthiques, culturels et civilisationnels de l'esprit critique, à l'échelle de la classe comme de l'établissement. Cet ouvrage existe en version numérique.

Cote : 51.1 H.1.5187



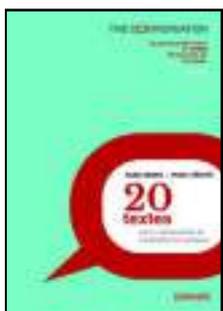
DÉJOUER LES PIÈGES DE LA DÉSINFORMATION : FAKE NEWS, PIÈGES À CLICS, PROPAGANDE...

(COLLECTIF, Bruxelles, revue « Repères » n°5, avril 2019)

La tempête Irma a provoqué un raz-de-marée de requins aux Caraïbes, l'ancien directeur de campagne d'Hillary Clinton est impliqué dans un réseau pédophile qui utilise une pizzeria comme couverture, le réchauffement climatique est une fable inventée par la Corée du Nord pour nuire à l'économie américaine, l'Arabie saoudite a financé Macron pendant la campagne présidentielle française... En surfant sur Internet, nous avons tous croisé ce genre d'informations surprenantes. Peut-être même les avons-nous partagées avec nos « amis » sur les réseaux sociaux. Il s'agit pourtant de fausses nouvelles fabriquées de toute pièce dans le but, par exemple, d'influencer nos choix politiques ou de nous attirer vers un site commercial.

Le CSEM propose des pistes concrètes pour accompagner les jeunes dans leur usage des réseaux sociaux et développer leur esprit critique face à la problématique complexe de la désinformation.

Rayon revues



FAKE NEWS ET POST VÉRITÉ : 20 TEXTES POUR COMPRENDRE ET COMBATTRE LA MENACE

(COLLECTIF, France, The Conversation France, 2018, 84p.)

The Conversation France a décidé – en partenariat avec le centre de recherche de l'université de Lorraine, le CREM – de compiler une sélection de leurs meilleurs articles sur cette thématique, afin d'offrir, en téléchargement gratuit, un livre numérique qui en aborde les diverses facettes et enjeux.

Cote : 51.1 H.1.5146



LA PROPAGANDE AU RALENTI : OUTIL D'ANALYSE DE LA PROPAGANDE (LIVRET + DVD)

(COLLECTIF, Bruxelles, Zin TV, 2016, 1 livret et 1 DVD)

Le terme propagande est revenu sur le devant de la scène médiatique pour définir et dénoncer les messages propagés par le groupe État Islamique. Pourtant, ce concept n'est pas nouveau et est toujours présent dans beaucoup de domaines de la vie sous différentes formes.

ZIN TV a saisi cette occasion afin d'aborder ce concept dans une logique de réflexion critique sur les médias et d'interroger son impact sur nos représentations et notre perception du monde. Qu'est-ce que la propagande ? Qui utilise la propagande ? Comment la déconstruire ?

La propagande au ralenti ne prétend répondre à ces questions de manière exhaustive, mais offre des pistes d'analyse et de compréhension de ce concept. Pour ce faire, cet outil vous propose deux méthodes d'analyses distinctes et complémentaires mises en pratique sur deux "cas d'école" : la propagande nazie, analysée par Thierry Odeyn et la propagande du groupe État Islamique, analysée par Marie-Alexandre Laurent.

Le DVD contient deux rencontres filmées et chapitrées où les intervenants interrogent la propagande, mettant en pratique leur méthode respective, avec la participation d'un groupe d'une cinquantaine de jeunes. Deux exemples de propagande, considérés comme des cas d'école, y sont analysés : la propagande nazie et celle menée par le groupe État Islamique. Ces deux rencontres filmées ne sont pas destinées à être regardées telles quelles avec des groupes de jeunes ou d'adultes, mais doivent être considérées comme des guides à destination des animateurs et des professeurs.

Le livret, quant à lui, reprend les deux méthodes d'analyse mises en pratique lors des rencontres filmées. Ces méthodes y sont décrites étape par étape. Par ailleurs, le livret reprend également des informations supplémentaires non abordées lors des rencontres filmées pour enrichir les discussions avec les groupes.

Cote : 51.1 H.1.5064



LE COMPTOTISME : DÉCRYPTER ET AGIR
(DESORMEAUX, D., France, Réseau Canopé éditions, 2017, 116p.)

D'où vient le complotisme ? Comment fonctionne-t-il ? Que peut l'école face à lui ? Héritier de théories conspirationnistes qui remontent à plus de deux siècles, le complotisme est aujourd'hui un phénomène de masse, qui s'appuie sur des usages maîtrisés de l'image d'actualité. Les modes de communication actuels, comme Internet et tout particulièrement les réseaux sociaux, lui confèrent une influence incontestable.

Dans ce contexte, les membres de la communauté éducative doivent plus que jamais disposer d'éléments d'analyse et d'outils efficaces pour poursuivre cette mission essentielle : le développement de l'esprit critique. Pour les enseignants, comme pour les parents, il est indispensable de savoir d'où viennent les théories du complot et comment elles fonctionnent. Cet ouvrage s'appuie sur :

une analyse historique du phénomène complotiste ;
la corrélation entre ces courants de pensée obscurantistes et la généralisation des outils d'information et de communication avec un point sur « l'image au cœur du complotisme » ;
des pistes de réflexion et d'action sur ce que peut et ce que doit faire l'école face au complotisme.

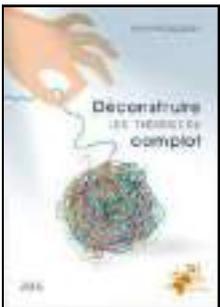
Cote : 51.1 H.1.5079



DIS, C'EST QUOI LE POPULISME?
(COOREBYTER, V., Waterloo, Renaissance du Livre, 2017, 85p.)

Toute connaissance est une réponse à une question. Telle est la démarche qui prévaut dans ce livre conçu comme un dialogue entre un père et son fils. Il a trait au populisme, concept ambigu par excellence, tiré à hue et à dia au gré des positionnements politiques. Le mot est aussi le signe d'un vocabulaire idéologique en mal de précision, voire une arme de combat pour clouer au pilori un opposant ou réduire au silence une contestation sociale. Il n'empêche que la rhétorique populiste, associée à du nationalisme, constitue une périlleuse tentation démagogique lorsque des leaders ambitieux s'en emparent pour se hisser à tout prix sur le pavois du pouvoir. Au mépris des fondamentaux démocratiques. D'où l'urgence de décrypter ce phénomène qui pourrait à terme se révéler liberticide. Il y va de l'intérêt des jeunes générations et du grand public soucieux du bien commun.

Cote : 07 H.1.5085

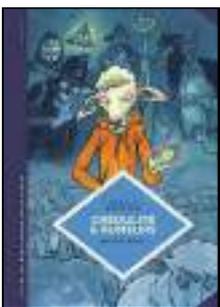


DÉCONSTRUIRE LES THÉORIES DU COMLOT
(COLLECTIF, Bruxelles, Pax Christi Wallonie-Bruxelles, 2016, 29p.)

Un constat est posé suite aux attentats qui ont eu lieu en France en janvier 2015 : les théories du complot semblent (ré)prendre de l'emprise sur les cerveaux. Suite à cet épisode, de nombreux professeurs se sont retrouvés face à des propos complotistes énoncés par leurs élèves, et s'y retrouvent suite à chaque événement tragique qui a malheureusement marqué cette année 2016. Bien que le phénomène du complotisme ne soit pas nouveau, cette problématique est de plus en plus fréquente et difficilement apprivoisée par les enseignants et animateurs rencontrés au cours de nos formations et animations.

Pour répondre aux difficultés rencontrées ou simplement pour mieux aborder ce sujet avec votre groupe ou votre classe, ces fiches pédagogiques décrivent les multiples facettes de ce phénomène qu'on appellera « complotisme » ou « conspirationnisme », tout en proposant des pistes pédagogiques concrètes et des activités à reproduire ou à adapter.

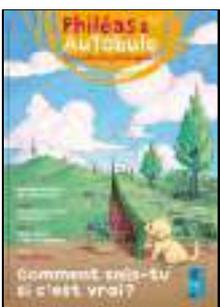
Cote : 51.1 H.1.5086



CRÉDULITÉ & RUMEURS : FAIRE FACE AUX THÉORIES DU COMLOT ET AUX FAKE NEWS
(BRONNER, G., Bruxelles, Le Lombard, 2018, 71p.)

Ces dernières années, la diffusion et la multiplication des théories du complot ont accompagné les progrès de la communication. Jamais, depuis la démocratisation d'Internet, on a connu autant de mythes : nous vivons désormais sous la tyrannie des « fake news ». Le sociologue Gérald Bronner est un optimiste : avec cet ouvrage, il nous explique comment ne pas nous laisser tromper par nos propres sens et intuitions.

Cote : 51.1 H.1.5133



COMMENT SAIS-TU SI C'EST VRAI?
(COLLECTIF, Wavre, revue « Philéas et Autobule » n°58, février-mars 2018)

Dans nos sociétés démocratiques, la liberté d'expression est essentielle. Mais que faire quand ce qui est vrai pour l'un est faux pour l'autre ? Faut-il se résoudre à dire que chacun a un peu raison ? Que tout est relatif ? Si l'on échoue à départager les opinions sur base de la vérité, les faits, eux, au moins semblent le permettre. Si quelqu'un affirme à tort : « Aujourd'hui, il pleut » ou encore : « il y a trente personnes dans la salle », il sera facile d'en apporter la preuve et de le contredire. Mais, dans notre vie quotidienne, la manière dont nous appréhendons les faits et les informations est bien plus complexe...

Quels sont les critères qui permettent de distinguer le vrai du faux parmi toutes les informations qui nous parviennent ?

Philéas et Autobule veulent se donner la peine d'y réfléchir.

Rayon revues



LA FAMILLE TOUT-ÉCRAN : CONSEILS EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION
(COLLECTIF, Paris, CLEMI, 2017, 93p.)

En 2013, la loi du 8 juillet pour la refondation de l'École de la République inscrit officiellement l'éducation aux médias et à l'information (EMI) dans les programmes scolaires. Suite aux attentats qui endeuillent la France, l'EMI devient une exigence républicaine au cœur du Parcours citoyen, un enjeu éducatif et sociétal incontournable dans un environnement où le numérique est omniprésent. Dans un monde globalisé et complexifié, la définition et la compréhension de la source de l'information constituent une priorité pour déjouer les tentatives de manipulation et de désinformation.

Les enjeux sociétaux de l'EMI dépassent les murs de l'école et doivent mobiliser tous les acteurs pour renforcer le continuum entre temps scolaire et hors temps scolaire. Ce guide est le produit de cette mobilisation. Il est né au sein d'un groupe de travail dédié aux pratiques informationnelles des jeunes, composé de membres du Conseil d'orientation et de perfectionnement du CLEMI qui représentent le ministère de l'Éducation nationale, le ministère de la Culture, France Télévisions, Radio France, le CSA, CNRS Images, Ceméa, la Ligue de l'enseignement, Parents 3.0, Jets d'encre et l'Icem-Pédagogie Freinet.

Cote : 08.1 H.1.05073



VIVRE ENSEMBLE DANS UN MONDE MÉDIATISÉ
(BOUKO, C., GILON, O., Belgique, CSEM, 2016, 390 p.)

Une partie de l'ouvrage nous parle de 3 thèmes importants dans la désinformation.

- 1) Le chapitre « Rumeurs et complot » (146-148p.)
- 2) Le chapitre « Évaluer la fiabilité d'une information » (160-165p.)
- 3) Le chapitre « Les réseaux sociaux » (174-180p.)

À la suite de chaque chapitre, il y a toujours une fiche enseignant avec ses documents élève proposant, chacun, d'une activité.

Cote : 08.1 H.1.04987



SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE THÈME 2017 : D'OÙ VIENT L'INFO ?
(CLEMI, France, Réseau Canopé éditions, 2017, 33p.)

Le groupe de pilotage national de la Semaine de la presse et des médias dans l'école s'est réuni ce mercredi 6 juillet au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, en présence de Najat Vallaud-Belkacem.

Réfléchir au fonctionnement des médias et de la presse, mieux connaître la façon dont les journalistes exercent leur métier, apprendre à mieux décrypter les contenus, remonter aux sources de l'information : le thème "D'où vient l'info ?" regroupe l'ensemble des enjeux liés à l'Éducation aux médias et à l'Information (ÉMI). Le ministre se félicite du choix de ce thème qui s'inscrit dans les actions de l'école pour renforcer l'éveil à l'esprit critique.

Le thème de cette 28ème édition de la Semaine de la presse et des médias dans l'école est défini pour deux années consécutives.

Cote : 42 H.1.05027



LES COMPÉTENCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS : UN ENJEU ÉDUCATIF MAJEUR
(COLLECTIF, Belgique, CSEM, 2013, 40p.)

Ce référentiel de base vise à embrasser toute l'étendue de l'éducation aux médias de manière à en dégager la spécificité et à prévenir les malentendus encore courants qui ramènent cette éducation à l'usage des médias comme outils de formation, à l'apprentissage de l'utilisation des TIC, à la critique de type historique, etc.

Il s'adresse avant tout à un public déjà averti, auquel il appartiendra de le décliner et de l'assortir de pratiques pédagogiques concrètes en fonction de la variété des publics de l'éducation aux médias.

Cote : 08.1 H.1.04906/1



LES COMPÉTENCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS : TREIZE PROPOSITIONS D'ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES
(COLLECTIF, Belgique, CSEM, 2015, 86p.)

Cette brochure offre aux spécialistes de l'éducation aux médias et aux responsables des programmes d'études de l'enseignement obligatoire des exemples concrets de mise en œuvre d'activités d'éducation aux médias.

Ce document vient compléter le cadre de référence des compétences en éducation aux médias, en lui ajoutant les illustrations de ce qui peut se faire concrètement sur le terrain. Treize fiches d'activités d'éducation aux médias détaillant les ancrages possibles du projet dans le cadre général de compétences, de manière à montrer comment ce cadre peut baliser les activités et fournir les repères nécessaires à l'évaluation des élèves.

Chacune de ces treize propositions constitue un ensemble de séquences pédagogiques.

Cote : 08.1 H.1.04906/2



ÉDUCATION AUX MÉDIAS EN RÉSEAUX
(COLLECTIF, Belgique, CSEM, 2013, 127p.)

Avec la numérisation et la mise en réseau des médias, le contexte médiatique évolue. En conséquence, de nombreuses questions se posent.

Certaines d'entre elles sont nouvelles : que faire par rapport à la mémoire du web ? Quelles sont les conséquences des traces que nous laissons en ligne, notamment sur les réseaux sociaux, volontairement ou non ? Quel est l'impact de la reproductibilité des données et de leur partage facile ? Quels rôles les outils en ligne peuvent-ils jouer dans le cadre d'une recherche d'information pertinente et fiable ? Comment produire un document médiatique à l'ère du numérique ? Cette énumération est loin d'être exhaustive. En regard de ces questions, le Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM) propose un ensemble de fiches théoriques et pratiques, en lien avec le cadre général de compétences.

Cote : 50 H.1.04936



THÉORIES DU COMLOT, RESSORTS ET MÉCANISME : LIVRET PÉDAGOGIQUE
(COLLECTIF, Bruxelles, Média Animation, 2017, 53p.)

1. Présentation générale de l'outil
2. Chapitrage des capsules
3. Utiliser les capsules en situation d'animation
4. Index des cas abordés
5. Glossaire
6. Texte des capsules
7. Exercices

Supplément pédagogique du site <http://www.theoriesducomplot.be/>

Document électronique disponible en format PDF : http://theoriesducomplot.be/Theoriesducomplot_Livret_Pedagogique.pdf

Cote : 51.1 H.1.05058



ESPRIT CRITIQUE ES-TU LÀ?: 30 ACTIVITÉS ZÉTÉTIQUES POUR AIGUISER SON ESPRIT CRITIQUE
(COLLECTIF CORTEX, Sophia Antipolis, Book-e-book, coll. « Une chandelle dans les ténèbres », 2013, 90p.)

Un outillage critique est nécessaire aussi bien pour analyser l'information ou distinguer les contenus scientifiques de contenus pseudo-scientifiques que pour trier les thérapies, déceler les mensonges à visée commerciale ou de propagande, ou prévenir l'intrusion dans la méthode scientifique d'idéologies comme le racisme, le créationnisme ou l'Intelligent Design... L'outillage présenté par ce livret (30 activités réparties en 20 ateliers) sera utile à l'étudiant, à l'enseignant ou au chercheur, mais aussi à tous ceux qui souhaitent pouvoir se faire des opinions en toute connaissance de cause en se méfiant des mésusages médiatiques de la science. Les «ateliers» d'esprit critique détaillés dans cet ouvrage ont été conçus et testés avec soin pour permettre de se frotter à l'analyse critique de façon concrète et amusante, mais aussi réellement constructive, en utilisant des supports ludiques, simples et motivants. Faire une expérience pour arrêter son cœur ou une lévitation en groupe, pratiquer la télékinésie et la torsion des métaux ou analyser des vidéos de fantômes, tester des pouvoirs hors normes ou d'autres phénomènes réputés «paranormaux» est en effet un excellent moyen pour mettre en œuvre la démarche scientifique, aiguiser son esprit critique et tenter ainsi de mieux comprendre le monde qui nous entoure.

Cote : 51.1 H.1.05040

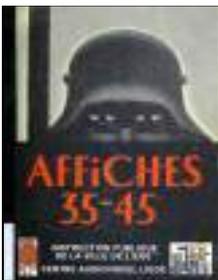


LA PROPAGANDE

(COLL., Paris, bulletin de la revue « Textes et Documents pour la Classe » n°889, 2005, 54p.)

Si la propagande occupe une place primordiale au sein des régimes totalitaires, les gouvernements républicains font eux aussi usage de ce puissant moyen de persuasion.

Cote : 51.1 H.1.03230



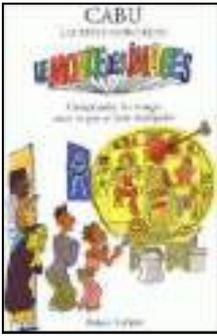
AFFICHES 35-45

(COLL., Liège, CAV Liège asbl, s.d.)

Reproduction d'affiches en couleurs avec description du contexte historique, du graphisme et accompagné d'un exemple littéraire.

Contenu : Préface / Affiche 35-45 / Affiches de la Seconde Guerre mondiale / Résistance / Propagande, glorification, diabolisation / Les valeurs du passé / La guerre est l'affaire de tous / Le complot franc-maçon, bolchévique, juif... / Se taire / Mort à l'impérialisme / Uniformité / Dérision / Rex - Guerre d'Espagne

Cote : 51.1 H.1.04122



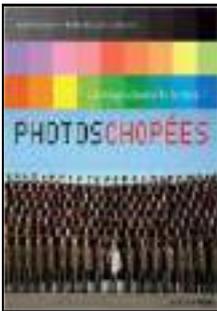
LE MONDE DES IMAGES : COMPRENDRE LES IMAGES POUR NE PAS SE FAIRE MANIPULER
(GERVEREAU, L., CABU, Paris, Laffont, 2004, 96p.)

Le monde des images, qui nous entoure et qui construit toute notre compréhension de l'univers, ne cesse de se développer.

On parle de bombardement et de manipulations par les images: plus que jamais nous avons besoin de repères simples pour les comprendre et, éventuellement, nous protéger. C'est ce que nous proposent Cabu et Laurent Gervereau dans cette petite encyclopédie pleine d'humour. *Le Monde des images* est le livre indispensable pour décrypter notre univers visuel, pour se défendre de la consommation passive et débattre en famille, mais c'est aussi et surtout un livre drôle...

Grâce à Cabu et Laurent Gervereau, nous ne les regarderons plus de la même manière!

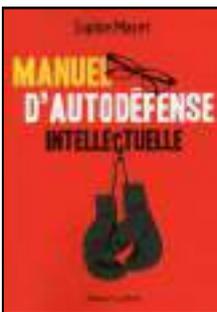
Cote : 16.1 H.1.02622



PHOTOS CHOPÉES : LES IMAGES DISENT-ELLES LA VÉRITÉ ?
(GROISON, D., SCHOULER, P., Arles, Actes Sud Junior, 2013, 88p.)

Après *Prises de vue*, décrypter la photo d'actu, David Groison et Pierangélique Schouler nous invitent à réfléchir sur la manipulation d'images. Une première partie historique met en perspective cette pratique en évoquant des cas célèbres de photographies trafiquées. Une seconde partie fait l'inventaire des procédés de retouches. Ensuite, l'analyse de photos d'actualité modifiées propose de comprendre les raisons de la manipulation d'images. Si elle se justifie par la censure au profit du politiquement correct, on y a également recours pour rendre une image plus immédiate, en se débarrassant des éléments contingents qui brouilleraient le message. L'ouvrage questionne enfin l'utilisation de Photoshop : abusive lorsqu'il s'agit de gommer le moindre défaut physique dans les revues féminines mais très utile quand elle permet la restauration d'images abîmées lors de catastrophes naturelles. Une réflexion claire et passionnante sur les fonctions de l'image dans notre société.

Cote : 23.1 H.1.04949



MANUEL D'AUTODÉFENSE INTELLECTUELLE
(MAZET, S., Paris, Robert Laffont, 2015, 270p.)

Face à la complexité du monde, cet ouvrage, drôle, original, accessible et intelligent, propose en neuf chapitres une véritable initiation à l'esprit critique. Du discours des complotistes à celui des publicitaires en passant par ceux des politiciens, des scénaristes de séries télé, des pseudo-scientifiques ou des extrémistes de tout poil, il nous invite à décrypter toutes les formes de rhétorique susceptibles de nous influencer.

Un livre essentiel, à l'usage des jeunes générations, mais aussi de tous ceux qui souhaitent combattre efficacement langue de bois, intox, raccourcis, amalgames, fausses rumeurs et psychoses en tout genre.

Cote : 51.1 H.1.04947



S'INFORMER DÉCRYPTER, PARTICIPER : GUIDE POUR S'ORIENTER DANS LE BROUILLARD DE L'INFORMATION
(RITIMO, 2016, 116p.)

Partout dans le monde, l'information est au cœur des enjeux politiques, sociaux et démocratiques. Chargés de transmettre cette information, les médias sont remis en cause dans leur capacité à tenir leur rôle.

Pour comprendre les choix qui sont faits, ce guide revient sur la fabrication de l'information : qui détient les médias ? Quelles sont les pressions et les menaces qui s'exercent sur les journalistes ? Il analyse également les bouleversements produits par Internet, cet outil porteur de nouveaux risques pour le droit à l'information mais aux potentialités immenses pour l'expression des minorités et des discriminés. Dans le flot dorénavant continu d'informations, la voix des médias libres, soucieux de montrer une autre vision du monde, est essentielle pour remettre la démocratie au cœur du système d'information.

Ce guide souhaite donner des pistes et proposer quelques conseils pratiques pour :

Comprendre la nécessité de faire vivre une information alternative, libre, citoyenne,

Comprendre les médias et leur fonctionnement et renforcer la capacité d'analyse critique de chacun,

Trouver des sources pertinentes d'information pour permettre à chacune et chacun de jouer pleinement et en connaissance de cause son rôle de citoyen,

Éviter les pièges et les dangers de l'information numérique (surabondance, fichage, surveillance, théories du complot...),

Devenir producteur d'une information de qualité et participer ainsi à relayer la parole des acteurs de la société civile, des mouvements citoyens et plus largement des « sans voix ».

Cote : 42 H.1.05044

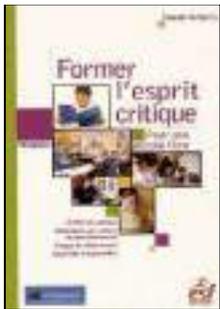


DANS LE LABYRINTHE : ÉVALUER L'INFORMATION SUR INTERNET
(SERRES, A., Caen, C&F éditions, 2015, 222p.)

La manière dont les usagers identifient, évaluent et valident une source, un auteur ou un document, engage et traduit leur rapport général au monde, à la société, aux institutions, à la technologie. Après avoir présenté les pratiques réelles des internautes, et particulièrement des lycéens et étudiants, Alexandre Serres dégage les notions essentielles pour l'évaluation des sources documentaires : autorité, crédibilité, qualité de l'information et pertinence(s).

Ce livre, véritable état des lieux des pratiques documentaires actuelles, remet les questions centrales de la documentation au cœur des usages de la « Génération Google » et propose des outils pour penser l'éducation à l'information en dehors des mythes et des argumentaires du marketing.

Cote : 47 H.1. 04929



FORMER L'ESPRIT CRITIQUE : POUR UNE PENSÉE LIBRE
(DE VECCHI, G., Issy-les-Moulineaux, ESF, 2016, 280p.)

Composante essentielle de notre enseignement, l'esprit critique est, en réalité, l'autre face de l'exigence de précision, de justesse et de vérité que chaque élève doit s'appliquer. Et pourtant, développer une pensée libre n'a rien d'évident. Nombre d'enseignants se trouvent démunis devant l'absence de recul et de réflexion des élèves face aux situations et faits qui leur sont exposés. L'esprit critique, dont il est ici question, vise donc à permettre à tout un chacun d'acquérir des connaissances et de s'émanciper de ses croyances. Dans un seul but, que la vérité nous rende libres!

Découpé en 25 courts chapitres, cet ouvrage se veut un véritable outil de soutien et de perfectionnement au quotidien. Étayé de nombreux exemples pratiques, il montre comment les enseignements peuvent entrer dans une démarche mettant en œuvre l'esprit critique.

Cote : 08 H.1.04955

2.3. Désinformation et mésinformation : filmographie

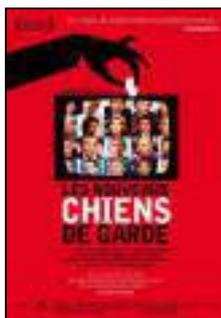


DES HOMMES D'INFLUENCE

(LEVINSON, B., USA, Metropolitan Filmexport, 1997, 93 min.)

Pour sauver le candidat Président des Etats-Unis, éclaboussé par un scandale de moeurs quelques jours avant l'élection présidentielle, ses conseillers décident, pour détourner l'attention des électeurs, d'inventer une guerre dans quelque coin obscur de la vieille Europe.

Cote : 121 N.1.2371



LES NOUVEAUX CHIENS DE GARDE

(BALBASTRE, G., KERGOAT, Y., France, Epicentre films, 2012, 104 min.)

Les médias se proclament "contre-pouvoir". Pourtant, la grande majorité des journaux, des radios et des chaînes de télévision appartiennent à des groupes industriels ou financiers intimement liés au pouvoir. Au sein d'un périmètre idéologique minuscule se multiplient les informations pré-mâchées, les intervenants permanents, les notoriétés indues, les affrontements factices et les renvois d'ascenseur. En 1932, l'écrivain Paul Nizan publiait *Les chiens de garde* pour dénoncer les philosophes et les écrivains de son époque qui, sous couvert de neutralité intellectuelle, s'imposaient en véritables gardiens de l'ordre établi.

Aujourd'hui, les chiens de garde sont journalistes, éditorialistes, experts médiatiques, ouvertement devenus évangélistes du marché et gardiens de l'ordre social. Sur le mode sardonique, *les nouveaux chiens de garde* dénonce cette presse qui, se revendiquant indépendante, objective et pluraliste, se prétend contre-pouvoir démocratique.

Cote : 121 N.1.2085



MÉDIAS CONTRE TAMBOURS

(BERGER, D., FAUTRÉ, S., Belgique, 68/septante éditions, 2004, 52 min.)

Venezuela 1998 : un nouveau président, Hugo Chavez, est élu par le peuple après 40 ans d'un régime d'alternance entre deux partis qui avaient pour habitude de distribuer l'argent du pétrole à une oligarchie de nantis. Pour mettre fin à cela, Hugo Chavez fait voter une constitution révolutionnaire et entame une série de réformes. Elles concernent la rente pétrolière, la répartition des terres agricoles, l'éducation,...etc. Ces réformes ne plaisent pas à tout le monde, notamment aux classes traditionnellement privilégiées. Celles-ci tentent de se débarrasser du président en utilisant les médias privés. Cette campagne de déstabilisation aboutit à un coup d'état le 11 avril 2002. Chavez est emprisonné mais sous la pression populaire, il revient au pouvoir deux jours plus tard.

Cote : 121 N.1.0651



PRÉLUDE À LA GUERRE

(CAPRA, F., LITVAK, A., USA, Editions Montparnasse, 1942, 52 min.)

Contenu dans le coffret « L'Amérique en guerre ».

Oscar du meilleur documentaire en 1943, ce film est le premier de la série *Pourquoi nous combattons* produite par le Département de la Guerre américain. L'objectif est de décrire et d'expliquer les événements qui ont poussé les États-Unis à entrer en guerre. Les systèmes totalitaires et répressifs allemands, italiens et japonais sont décryptés et opposés à la grande puissance démocratique des États-Unis.

Cote : 116.56 N.1.1900/1



LES NAZIS ATTAQUENT

(CAPRA, F., LITVAK, A., USA, Editions Montparnasse, 1943, 41 min.)

Contenu dans le coffret « L'Amérique en guerre ».

Le film présente et analyse la stratégie allemande pour conquérir l'espace vital hitlérien. Il met en évidence toutes les bassesses orchestrées par Hitler pour étendre petit à petit son empire, malgré les pactes de non-agression signés avec la plupart des pays européens.

Cote : 116.56 N.1.1900/1



LES ÉTATS-UNIS ENTRENT EN GUERRE

(CAPRA, F., LITVAK, A., USA, Editions Montparnasse, 1945, 66 min.)

Contenu dans le coffret « L'Amérique en guerre ».

Face à la menace d'une perte de liberté, *Les États-Unis entrent en guerre* illustre comment l'Amérique est passée de l'isolationnisme à un engagement total.

Cote : 116.56 N.1.1900/3



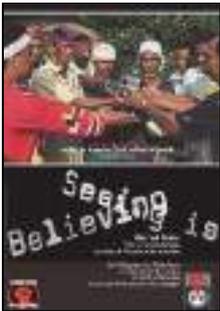
SACHEZ RECONNAÎTRE VOTRE ENNEMI : LE JAPON

(CAPRA, F., IVENS, J., USA, Editions Montparnasse, 1945, 62 min.)

Contenu dans le coffret « L'Amérique en guerre ».

Un remarquable documentaire cinématographique sur la montée du militarisme japonais, malgré les outrances inhérentes à tout film de propagande et à la xénophobie ambiante liée à la guerre.

Cote : 116.56 N.1.1900/4



SEEING IS BELIEVING

(CIZEK, K., Canada, K Films, 2006, 58 min.)

Ce sont des images de brutalités policières, de contrebandes mafieuses d'immigrés illégaux, de mouvements de résistance au cœur de la jungle et d'anthropologues médico-légaux ouvrant des fosses communes. Ce sont des vidéos tournées par quelques-uns des plus braves activistes au monde dans le domaine des droits de la personne qui documentent certaines des plus horribles violations de ces droits.

De quelle façon ces films sont-ils différents de ce que nous voyons aux actualités nationales chaque soir ?

Cote : 121 N.1.1822

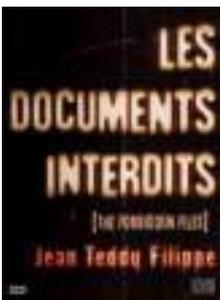


ANIMATED SOVIET PROPAGANDA : DE LA RÉVOLUTION D'OCTOBRE À LA PERESTROÏKA

(COLLECTIF, Russie, LBE, 2008, 464 min.)

Animated soviet propaganda est un documentaire américain en 4 parties réalisé en collaboration avec le Soyuzmultfilm Studio de Moscou qui a créé les plus beaux joyaux de l'animation russe du XX^e siècle. Basés sur des documents d'archives historiques et des films d'animations de propagande soviétique des années 20 à la chute du mur de Berlin, ces documents exceptionnels pour la plupart jamais dévoilés en Occident sont accompagnés de commentaires des témoins qui ont vécu cette période et qui racontent leur quotidien et leurs réactions face à la propagande des gouvernements de l'époque.

Cote : 121 N.1.0895



LES DOCUMENTS INTERDITS

(FILIPPE, J. T., France, 2007)

1989. Voilà que débarque à la télévision sans la moindre explication une vidéo qui en quelques minutes nous donne un avant-goût de ce que Jean-Teddy Philippe poussera à son paroxysme durant 12 épisodes suivants. La légende était créée, et au-delà du formidable canular, *Les Documents Interdits* allaient permettre à des centaines de spectateurs de retenir une leçon : dans le petit écran, tout n'est pas vrai...

Il faut revenir à une époque où Internet n'en est qu'à ses premiers balbutiements. Youtube, le téléchargement de vidéos, les fakes de masse n'existent pas encore. Nous sommes au sortir de la Guerre Froide et *Aux Frontières du réel* n'est pas loin. Sur un canal voisin, TF1 s'apprête à diffuser *Mystère*, aux nombreux points communs avec l'imposture de Jean-Teddy Philippe. L'idée est de mettre le spectateur face à une réalité fictive, présentée comme vraie.

Cote : 121 N.1.2082



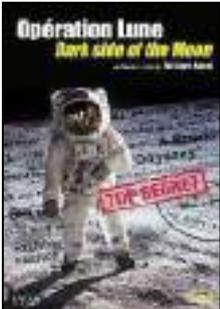
FORGOTTEN SILVER

(JACKSON, P., France, M6 vidéo, coll. « Talents du cinéma », 2005, 52 min.)

Un certain Colin McKenzie aurait inventé le cinéma dès 1888, c'est-à-dire avant les frères Lumière. Il aurait même tourné une superproduction, *Salomé*, avec quinze mille figurants. Le réalisateur Peter Jackson, grâce à des documents d'archives et des entretiens avec différentes personnalités comme l'acteur Sam Neill ou le critique de cinéma Leonard Maltin, raconte l'histoire de ce personnage assez visionnaire. Malgré ses brillantes découvertes technologiques et artistiques dans le domaine du septième art, Colin McKenzie n'aurait pas eu la reconnaissance méritée. Il aurait pourtant inventé le film en couleurs dès 1911...

Un canular cinématographique qui n'a pas fait rire tout ceux qui l'avaient pris un premier degré...

Cote : 92.2 N.1.2263



OPÉRATION LUNE

(KAREL, W., France, Naïve visio, 2002, 52 min.)

Documenteur constitué d'un subtil mélange de faits réels, de fictions et d'hypothèses autour de la Course à la Lune. Ce film jette le trouble et nous rappelle le pouvoir des images et leur possible manipulation. Il sera d'ailleurs pris au premier degré par de grands médias et se retrouve sur youtube... amputé du générique de fin qui dénonce la farce pour ceux qui n'auraient pas compris. Un canular qui finit par devenir une preuve, bien malgré lui, de la véracité du grand complot lunaire...

Cote : 126 N.1.1661/1



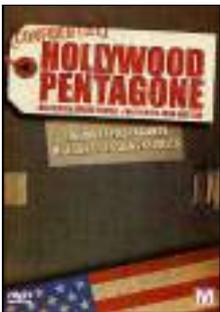
LES PROTOCOLES DE LA RUMEUR

(LEVIN, M., USA, Montparnasse, 2004, 92 min.)

Au lendemain du 11 septembre 2001, des voix se sont fait entendre, partout dans le monde, pour accuser les Juifs d'avoir commandité les attentats de New York et Washington... Une telle mystification n'est pas sans rappeler celle des tristement célèbres *Protocoles des Sages de Sion*, prêtant aux Juifs depuis plus d'un siècle l'intention de prendre le contrôle de la planète.

Frappé par le regain d'antisémitisme qui sévit dans son pays, Marc Levin part à la rencontre de tous ceux qui persistent à croire que les Juifs ont orchestré le 11 septembre - et qui contribuent à faire des *Protocoles des Sages de Sion* un best-seller. Son périple au cœur de la haine et de l'intolérance commence.

Cote : 92.2 N.1.1455



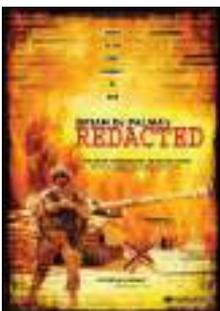
OPÉRATION HOLLYWOOD

(PACULL, E., HUSTON, J., France, Éd. Montparnasse éd., 2008, 2 h 25 min.)

Inclus dans « Hollywood Pentagone »

La longue collaboration entre Hollywood et le Pentagone a permis aux studios américains de produire des films aux budgets gigantesques et à l'efficacité redoutable... Retour sur une association fructueuse : connivence, échanges de bons procédés, propagande insidieuse voire censure : ce film retrace les soubresauts d'une coopération fort complexe.

Cote : 121 N.1.0908



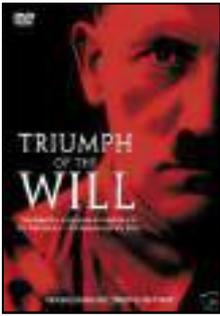
REDACTED

(DE PALMA, B., France, TF1 vidéo éd., 2007, 90 min.)

Redacted raconte une histoire fictive inspirée de faits réels. C'est une expérience unique qui nous obligera à réexaminer de manière radicale les filtres à travers lesquels nous voyons et acceptons les événements mondiaux, le pouvoir de l'image médiatisée et l'influence exercée par la présentation des images sur ce que nous pensons et ce que nous croyons.

Le film se concentre sur un petit groupe de soldats américains en garnison à un poste de contrôle en Irak. La succession de points de vue différents permet de confronter l'expérience de ces jeunes hommes sous pression, de journalistes et collaborateurs des médias avec celle de la communauté irakienne locale afin de faire la lumière sur les conséquences désastreuses que le conflit actuel et leur rencontre fortuite ont eues sur chacun d'eux.

Cote : 121 N.1.0800



LE TRIOMPHE DE LA VOLONTÉ

(RIEFENSTAHL, L., Allemagne, Alba home vision, 1934, 110 min.)

Le film ne contient aucune narration explicative, les images parlent d'elles-mêmes en plus des discours filmés.

Riefenstahl utilise le langage cinématographique pour glorifier et mythifier le sujet : contre-plongées héroïques, nombreux reaction-shot de soldats, la foule, travellings circulaires lors des discours et très grands plans lors de parades.

La séquence d'ouverture fait d'Hitler un dieu descendu des cieux pour sauver le peuple allemand. Le plan sur la cathédrale renforce cette idée de "divin". De plus, le trajet qu'Hitler effectue dans Nuremberg, acclamé de toutes parts par une foule en liesse, n'est pas sans rappeler la procession des rameaux, l'entrée de Jésus-Christ dans Jérusalem.

Cote : 116.56 N.1.1171



LES PROTOCOLES DES SAGES DE SION, HISTOIRE D'UN FAUX

(TAGUIEFF, P.-A., USA, Montparnasse, 2004, 56 min.)

Contenu dans le coffret « Les protocoles de la rumeur ».

Fabriqués par la police russe il y a cent ans, les « protocoles » sont la plus célèbre des falsifications du 20ème siècle, et le principal véhicule du mythe antisémite du « complot juif mondial ». Ce faux est encore aujourd'hui un véritable best-seller, peut-être le deuxième livre le plus vendu au monde derrière la Bible ! L'universitaire Pierre-André Taguieff raconte l'histoire des « Protocoles » et décrypte les raisons de leur succès dans des contextes différents.

Cote : 92.2 N.1.1455

Conception et mise en page

Sophie Lescrenier (responsable de la médiathèque)

Terry Jeanmart (secrétaire au Centre AudioVisuel Liège asbl)

Crédits photographiques

Image centrale Extraite de l'article « *De l'information à la désinformation* » du site Quartier Libre

Bas gauche Extraite de la vidéo « *Les reptiliens nous dominant...* » de Squeezie (Youtube)

Bas milieu *Falling for Fake News* de Dan Bejar

Bas droite Extraite de l'article « *Creationists are mocking flat earthers for not understanding science* » du site Friendly Atheist