

## Review



**Guide de visionnement critique des médias, tome 1 : par la réflexion individuelle et en groupe.** Par Ina Motoi. Québec : Presses de l'Université du Québec (PUQ), 2021. 144 pages. ISBN : 9782760554801.

*Le Guide de visionnement critique des médias* d'Ina Motoi s'ouvre sur cette question : « Vivons-nous dans un monde où le temps passé devant les écrans peut facilement dépasser, pour de plus en plus d'individus, le temps écoulé sans écrans ? » (p. 1). Selon la professeure en travail social au Département de développement humain et social à l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue, les individus passent de plus en plus de temps à utiliser des plateformes médiatiques. Ce phénomène tend à s'amplifier, notamment avec la crise sanitaire de 2020-2022 qui contraint une grande partie de la population à travailler, à se divertir et à communiquer avec ses proches à l'aide d'écrans. Cette surexposition médiatique ne serait pas, selon l'auteure, sans impact sur les individus.

Pour l'auteure, ce *Guide* vise à encourager la réflexion des individus et des groupes sur ce point : « Avons-nous conscience des effets des médias sur nous et sur notre monde ? » (p. 1). À partir d'une série d'activités à réaliser, l'auteure souhaite amener les lecteurs à se questionner sur l'influence que peuvent avoir les médias sur leur comportement. Il s'agit notamment de « questionner ce qui peut nous influencer » et de « réfléchir aux messages et aux récits médiatiques pour comprendre leurs effets » (p. 2). L'auteure suggère aux lecteurs des pistes pour reprendre « le pouvoir de leur imagination » et pour exercer « leur libre arbitre et leur liberté d'expression » (p. 2) face aux médias.

En introduction à l'ouvrage, l'auteure présente sa définition des deux types de médias : audiovisuels (centrés sur la diffusion) et numériques (centrés sur l'interaction virtuelle). L'auteure propose d'aller au-delà de la polarisation entre la façon technologique (médias audiovisuels et numériques) et traditionnelle (relations de proximité) de communiquer. Selon elle, la dimension critique de ce guide repose à la fois sur différentes approches théoriques : l'approche technicienne, l'analyse éthique, l'approche éducationnelle, la critique sociale de l'École de Francfort et la littératie médiatique, mais également sur une attitude d'esprit critique attendue chez celui qui visionne les médias. Elle ne développe cependant que quelques lignes

sur ces questions. Cette section de l'ouvrage gagnerait en effet à expliciter les concepts de médias et les approches dans lesquelles s'inscrit la démarche de ce guide. Une argumentation plus poussée sur l'influence négative des médias sur les individus permettrait au lecteur de bien cerner la problématique abordée et justifierait davantage la pertinence des activités proposées par la suite dans cet ouvrage.

Ce guide comporte deux tomes. Le premier volet, soit le présent *Guide*, présente les deux premières phases du développement du visionnement critique des médias que l'auteure nomme «Vrai ou faux» et «Notre consommation des médias». Le deuxième tome, à paraître, développera les deux dernières phases du processus, soit «Les modèles en circulation» et «La communication de masse». Dans le premier chapitre du Tome 1, l'auteure propose onze activités de réflexion, d'introspection ou de discussion invitant le participant à se positionner par rapport aux représentations des médias : il s'agit de distinguer ce qui est «vrai» ou «faux», ce qui relève du fait et de la fiction ou du fait et de l'opinion. Certaines activités se présentent sous forme de questionnaires, d'autres sont des outils d'évaluation à utiliser lors d'un visionnement médiatique. Au second chapitre, l'auteure s'attarde à la question de la consommation des médias. Motoi propose plusieurs activités au lecteur dans le but de susciter chez lui une prise de conscience à l'égard de sa consommation médiatique et met en lumière les techniques utilisées par certaines entreprises pour retenir son attention. Les chapitres sont jalonnés de présentations de concepts tels que les fausses nouvelles, les stratégies de persuasion ou les lanceurs d'alerte, notamment, permettant au lecteur d'intégrer ces concepts à ses réflexions. Chaque chapitre se conclut par une synthèse proposée par Mathieu Gagnon, professeur agrégé à la Faculté d'éducation de l'Université de Sherbrooke, et par un formulaire d'auto-évaluation sur le bilan des apprentissages acquis.

Ce guide offre une liste impressionnante d'activités originales et variées. L'auteure suggère de se les approprier, de les adapter au besoin et de les utiliser selon le contexte. Une meilleure structure dans l'ordonnement des activités ou dans la définition de ces dernières permettrait au lecteur de s'y retrouver plus rapidement.

Tout compte fait, le *Guide de visionnement critique des médias* constitue un ouvrage original, réflexif et participatif. Si on peut lui reprocher un trop bref cadre théorique, ce *Guide* n'en demeure pas moins un outil pertinent pour quiconque désire avancer dans une démarche de réflexion personnelle ou collective sur l'utilisation des médias et sur leurs effets.

François-René Lord, Université du Québec à Trois-Rivières