



Sommaire

Introduction	2
I. Traitement médiatique et image des quartiers : quels sont les constats ?	4
a) Un problème de représentativité des habitants et des quartiers populaires dans les médias dits traditionnels	4
b) Quelles en sont les conséquences ?	7
II. Comment faire évoluer les représentations ? Pistes de solutions	10
a) Du côté des professionnels des médias, de la communication et de l'information	10
b) Du côté des pouvoirs publics et des acteurs locaux	11
Quelques acteur.trice.s & outils mobilisables dans les Hauts-de-France	15
Conclusion	17





Introduction

La Cour des comptes, dans son évaluation de l'attractivité des quartiers prioritaires, affirme que « (...) la politique de la ville ne traite qu'à la marge les représentations du quartier par ses habitants, qu'elles soient objectives ou subjectives, comme les effets persistants d'une image dégradée, les enjeux de sécurité au quotidien, le désir de mobilité, etc. ».¹ Il en va de même pour les représentations associées aux quartiers prioritaires de la Politique de la ville (QPV) par les non-résidents.

L'enjeu de l'image et des représentations des QPV apparaît comme étant un axe d'amélioration au regard des ambitions de développement exogène portées par les politiques publiques telles que l'amélioration du cadre de vie, les objectifs de mixité sociale, de diversification de l'offre de logement ou encore la diversification de l'offre économique. C'est également un enjeu de vivre ensemble et de lutte contre les préjugés et les discriminations que subissent les habitant.e.s des quartiers prioritaires.

► A quoi renvoie cette question de l'image ?

L'image d'un territoire se construit selon l'influence de différents facteurs : son histoire, sa géographie, son architecture, son peuplement, ses événements marquants, son climat social... L'ensemble de ces éléments façonnent une représentation (positive ou négative) du quartier auprès des habitant.e.s, mais aussi auprès de celles et ceux qui en sont extérieur.e.s.

Souvent, et c'est ce que confirme le rapport publié par le CGET en 2019², les quartiers populaires souffrent d'une image négative. Dans cette perspective, de nombreuses initiatives sont menées, avec les habitant.e.s ou les usager.e.s de ces territoires pour en améliorer l'image et combattre une réputation non objectivée. Quels en sont leurs effets ? Quels enseignements peut-on en tirer ?

L'IREV a inscrit à son programme stratégique 2020-2022 un cycle de rencontres dédié à la thématique de « l'image des quartiers » afin de :

- ✓ Comprendre comment se forment les représentations et l'image des territoires,
- ✓ Faire connaître des démarches et des actions visant à agir sur l'image des quartiers,
- ✓ Identifier les effets, les impacts des actions, dispositifs, programmes qui visent directement ou indirectement à agir sur l'image des quartiers populaires.

La 1ère rencontre sur ce thème a eu lieu le 29 septembre 2020 à l'École Supérieure de Journalisme de Lille et s'intitulait « Médias, quelle influence sur l'image des quartiers populaires ? ».

¹ COUR DES COMPTES, L'évaluation de l'attractivité des quartiers prioritaires, 2 décembre 2020

² Commissariat général à l'égalité des territoires – CGET, Observatoire national de la politique de la ville *Les Français portent un regard sombre sur les quartiers « sensibles »*, 9 septembre 2019



► Pourquoi s'intéresser à cette question ?

Le rapport publié par le CGET en 2019 est sans appel : les Français portent un regard sombre sur les quartiers « sensibles ». Il est vrai que les quartiers prioritaires de la Politique de la ville et leurs habitants peuvent connaître des difficultés multiples (cadre de vie parfois dégradé, précarité, délinquance).

Pourtant, ces quartiers sont aussi le théâtre d'innovations, de solidarités et d'un dynamisme associatif reconnu. Ces représentations négatives peuvent être le résultat d'une image dégradée, parfois véhiculée par les médias, et qui ne reflète pas pleinement le quotidien des habitant.e.s. Face à ce constat, des acteur.trice.s développent d'autres moyens de communication qui donnent aux résident.e.s des quartiers populaires la possibilité de s'exprimer. Des projets qui vont à la rencontre des habitant.e.s ou sont portés par eux-mêmes ou des associations locales.

- ✓ Comment faire évoluer les représentations ?
- ✓ Quel est le rôle du monde des médias ?
- ✓ Quelles sont les marges de manœuvre des habitants, des associations et des administrations pour changer la donne ?

Pour répondre à ces questions, l'IREV a engagé en 2020 un travail de recherche documentaire ([consulter la bibliographie](#)), et une rencontre régionale le 29 septembre ([retrouver le programme de la rencontre](#)), retransmise en direct sur la chaîne de l'IREV de la plateforme vidéo Youtube ([à visionner en replay ici](#)).

Cette rencontre d'une demi-journée a permis de réunir différents acteur.trice.s qui interviennent sur la question des médias et des quartiers populaires qu'ils ou elles soient journalistes, habitant.e.s ou représentant.e.s d'institutions, à l'occasion de deux tables-rondes :

- M. Rachid BOUSSAD ; résident et conseiller citoyen à Roubaix, membre du Conseil national des villes au titre de représentants des habitants des QPV,
- Mme Nora HAMADI, journaliste ARTE, rédactrice en cheffe Fumigène magazine,
- Mme Aziza ELOUA, habitante de Villeneuve d'Ascq, étudiante en journalisme à L'Agence des quartiers Hauts-de-France
- M. Kozi PASTAKIA, journaliste indépendant, co-réalisateur du webdocumentaire « Médias, les quartiers vous regardent »
- M. Yves RENARD, directeur adjoint de l'ESJ Lille
- Mme Clémence BOULFROY, directrice de l'association CARMEN (Création Action Recherche en matière d'expression nouvelles) Amiens (média participatif né dans le quartier Nord d'Amiens)
- Mme Sophie JOSSEAUX, conseillère action culturelle et territoriale, conseillère éducation aux médias et à l'information, DRAC Hauts-de-France

D'une part, l'objectif de cette rencontre était de créer du débat afin de s'interroger collectivement sur la fabrique médiatique des sujets portant sur les « banlieues », sur les représentations qui y sont attachées et sur leurs effets. D'autre part, elle avait pour but de présenter des initiatives remarquables qui permettent de changer le regard sur les QPV et d'apaiser les tensions entre journalistes et citoyens résidents des quartiers prioritaires.

Retrouvez dans cette publication les enseignements issus de l'ensemble de ces travaux. Les informations sont également disponibles sous format de [webdocumentaire](#), interactif et synthétique.



I. Traitement médiatique et image des quartiers : quels sont les constats ?

A) UN PROBLEME DE REPRESENTATIVITE DES HABITANT.E.S ET DES QUARTIERS POPULAIRES DANS LES MEDIAS DITS TRADITIONNELS

- ▶ Quelle image des quartiers et de leurs habitant.e.s est renvoyée dans les médias ?

Pour aller plus loin : Visionnez l'épisode n°1 du webdocumentaire « Médias les quartiers vous regardent »



- ✓ Une faible représentativité dans les programmes télévisés et des représentations majoritairement stéréotypées dans les médias nationaux. La presse locale reflète une image plus juste.

Il s'agit ici de donner une tendance générale dans les médias traditionnels et généralistes, les propos qui suivent ne peuvent s'appliquer à l'ensemble des médias.

POUR ALLER PLUS LOIN

A ce propos, voir également les recommandations émises par le Conseil National des villes dans son avis sur l'image des quartiers dans les médias : https://www.professionbanlieue.org/IMG/pdf/2016_22_juin_avis_image_des_quartiers_adopte.pdf

La représentation des quartiers et de leurs habitants à la télévision, en tant que premier média d'informations en France et premier média audiovisuel, interroge. D'après le baromètre de la diversité vague 2019³ du CSA, les personnes résidant dans les grands ensembles de banlieues populaires sont peu représentées à l'antenne. **En effet, elles n'apparaissent qu'à hauteur de 7 % dans les programmes visionnés alors que ces zones seraient habitées par 27 % de la population.**

³ Baromètre de la diversité 2019, CSA



✓ Des clichés et stéréotypes récurrents

Dans les médias traditionnels, nationaux et davantage dans les médias audiovisuels, la tendance veut que les quartiers populaires soient présentés de manière homogénéisée bien qu'il y ait de grandes différences entre les QPV français. Une homogénéisation qui tend à effacer la diversité des formes urbaines et la diversité des situations socio-économiques des habitants. Les quartiers franciliens sont notamment surreprésentés et se sont imposés comme reflétant l'image de la banlieue. Les médias ont généralement recours à des images et des discours stéréotypés⁴ telles que les images des tours et barres d'immeubles HLM, celles de jeunes hommes regroupés en bas d'immeubles ou celles de rixes et violences.



Photo issue de l'article d'Acrimed.org
<https://www.acrimed.org/Revoltes-de-2005-dix-ans-apres-un-traitement-mediatique-tristement-ordinaire>

Les discours eux aussi apparaissent comme réducteurs avec les termes utilisés pour englober la réalité des QPV comme « *la banlieue* », « *les cités* », ou encore les « *quartiers sensibles* » et « *les jeunes* », auxquels sont souvent associés les termes tels que « *émeutes* », « *violences urbaines* », « *délinquance* » ou encore « *immigration* ».

De l'avis des participant.e.s à la rencontre du 29 septembre 2020, ces raccourcis tendent à occulter la grande diversité d'expériences, de conditions, de ressources ou de perspectives des habitant.e.s d'un même territoire.

Au-delà de ces discours et images que l'on peut qualifier de « clichés », le journalisme a une tendance marquée à privilégier les histoires et les faits extraordinaires. Ainsi, les événements et les histoires extraordinairement négatives telles que les violences urbaines ou le trafic de drogue sont surreprésentés, mais aussi les histoires extraordinairement positives (à l'image de parcours de footballeurs). **Ainsi, il semble que toute une frange de la population des quartiers qui est majoritaire n'est pas représentée dans les médias.**

L'image véhiculée par le traitement médiatique le plus visible ne reflète donc pas le quotidien de ces territoires et populations. Il est d'autant plus difficile pour les acteur.trice.s des territoires de renverser la tendance. En effet, de l'expérience vécue par les participant.e.s, les associations et les collectifs citoyens ont du mal à intéresser les médias avec des sujets plus quotidiens.

Pour aller plus loin :
Julie SEDEL, *Les médias et la banlieue*, 2009.
(Empruntable au centre de documentation de l'IREV)

✓ La presse quotidienne régionale, plus proche de la réalité

Pour autant, « *Les QPV (Quartiers Politique de la Ville) sont pour la plupart traités par la PQR (presse régionale quotidienne) comme les autres quartiers, c'est-à-dire en relayant les événements et informations de la vie quotidienne sous forme d'agenda, sans forcément apporter un commentaire.* »⁵

⁵ Commissariat général à l'égalité des territoires – CGET, Observatoire national de la politique de la ville *Les Français portent un regard sombre sur les quartiers « sensibles »*, 9 septembre 2019



► **Quels sont les facteurs qui amènent les médias « traditionnels » à véhiculer de telles représentations ?**

Etudiée en profondeur par Jérôme Berthaud dans son ouvrage « La banlieue du 20 heures »⁶, la fabrique médiatique de la « question banlieue » résulte d'un ensemble de contraintes et de normes professionnelles.

D'une part, et comme on a pu le dire dans le paragraphe précédent, les producteur.trice.s d'informations usent d'un *regard simplificateur*⁷ sur la question des quartiers populaires et la réalité vécue de leurs habitant.e.s.

Les journalistes qui ont fait part de leur expérience le 29 septembre estiment que ce regard est le produit à la fois :

Pour aller plus loin :
BERTHAUD
Jérôme, La banlieue du 20 heures.
(empruntable au centre de documentation de l'IREV)

- ✓ des conditions de travail des professionnels de l'information (précarisation des métiers et des médias qui poussent à produire toujours plus de contenus dans des temps toujours plus restreints),
- ✓ des attentes hiérarchiques (des chefferies et directions qui ont souvent peu de connaissances des réalités vécues sur les territoires),
- ✓ et des attentes économiques (l'audience comme facteur déterminant des recettes publicitaires, le modèle économique des médias les plus connus soumis à la logique commerciale).
- ✓ On peut également s'interroger sur le manque de diversité dans les métiers de l'information, avec notamment des profils très diplômés issus des écoles de journalismes privées et sur concours.

Comme l'ont évoqué les intervenant.e.s de la première table-ronde, les journalistes tendent à passer moins de temps sur le terrain et ont recours à des techniques pour gagner du temps comme la *sélection et typification* des lieux et des habitant.e.s, l'anticipation et le tri de décors et des acteur.trice.s identifiables répondant à des attentes prédéfinies et bien souvent stéréotypées. Par ailleurs, lorsqu'ils s'aventurent sur le terrain, bon nombre de journalistes ont recours à des méthodes controversées telles que les recours aux fixeurs (des guides qui accompagnent habituellement les journalistes dans les zones de guerres) et éclaireurs du quartier, ou leur proximité avec les forces de l'ordre.

En recourant à ces types de pratiques, les journalistes se ferment la possibilité d'interroger certains profils dans les reportages, à l'image des femmes et notamment des mères de familles, peu visibles dans les médias. Pour autant il existe des lieux et des temporalités (par exemple la sortie des écoles à 16h30) où celles-ci sont présentes.

EXEMPLE

Soufyan Heutte, éducateur spécialisé à Montpellier raconte à l'Humanité comment la méconnaissance du quartier par un journaliste et le manque de recherche a conduit celui-ci à donner une image biaisée de La Paillade : un quartier où la religion fait loi, où les femmes sont invisibles. Témoignage à lire ici : <https://www.humanite.fr/pourquoi-les-quartiers-populaires-sont-ils-stigmatises-par-les-medias-594519>

⁶ Empruntable au centre de documentation de l'IREV

⁷ Gregory Derville, La stigmatisation des « jeunes de banlieue » [article], in Communication & Langages 1997



Par ailleurs, les habitant.e.s des quartiers populaires eux-mêmes manquent souvent des ressources nécessaires pour accéder à la parole publique. Comme évoqué précédemment, les médias ouvrent leur antenne à des intervenants qu'ils ont choisis et « autorisés », qui savent se présenter comme bien informés, dignes de confiance, et qui sont proches socialement des journalistes. Les habitants manquent ainsi de réseau pour accéder aux médias traditionnels. Par ailleurs, ils peuvent avoir du mal à s'exprimer dans les formes requises par les médias et manquer de légitimité pour les alerter.

« Pour savoir comment se tenir face à une caméra, pour parler clairement et sans chercher ses mots, pour défendre son point de vue sans passer pour agressif il faut maîtriser les discours qui sont familiers aux élus, aux sociologues et aux journalistes. »⁸

B) QUELLES EN SONT LES CONSEQUENCES ?

► Des quartiers perçus négativement

Si l'image d'un quartier résulte d'un ensemble de facteurs cités en introduction, les représentations véhiculées dans des discours médiatiques diffusés à grande échelle sont susceptibles de renforcer les idées préconçues (les préjugés⁹ et les stéréotypes¹⁰).

Ainsi, les Français.e.s n'ont pas une bonne image des quartiers. Invité.e.s à décrire spontanément ce qui caractérise les quartiers, les Français évoquent¹¹, majoritairement et avant tout, l'idée d'insécurité (56 %) ; la moitié (50 %) y associent des idées de difficultés sociales ou de relégation territoriale. Et ceci alors que, parmi eux, 51 % des Français n'ont aucune expérience personnelle de quartiers qu'ils qualifient de sensibles : ils n'y vivent pas, ne s'y rendent pas et ne connaissent pas de familles ou d'amis qui y vivent ou y travaillent. 41 % ont des liens indirects ou ponctuels avec des quartiers "sensibles" : sans y vivre, ils s'y rendent parfois ou y connaissent des proches. Seuls 8 % déclarent y vivre.

Cette même enquête de l'Observatoire national de la politique de la ville (ONPV) nous apprend qu'un Français sur deux (51 %) juge que la situation des QPV s'est plutôt dégradée au cours des dernières années, contre un seul sur dix (10 %) qui estime qu'elle s'est améliorée.

Ainsi, les personnes qui ne connaissent pas ou peu les QPV peuvent voir dans les représentations médiatiques une confirmation de leurs préjugés. Il ne s'agit pas d'une généralité, puisque le capital social et culturel en jeu et les communautés de représentations sont différentes selon les individus qui analyseront un même article différemment.

⁸ Gregory Derville, La stigmatisation des « jeunes de banlieue » [article], in Communication & Langages 1997

⁹ « attitude[s] comportant une dimension évaluative à l'égard d'un groupe social donné »

¹⁰ Les stéréotypes sont des « croyances partagées concernant les caractéristiques personnelles, généralement des traits de personnalité, mais souvent aussi des comportements, d'un groupe de personnes ».

¹¹ Commissariat général à l'égalité des territoires – CGET, Observatoire national de la politique de la ville *Les Français portent un regard sombre sur les quartiers « sensibles »*, 9 septembre 2019

* <https://www.courrierdesmairies.fr/76267/traiter-limage-des-quartiers-est-un-enjeu-de-reconciliation-nationale/>



► **L'action publique se heurte aux représentations qui perdurent**

Si la Politique de la ville, les opérations urbaines et les politiques sociales ainsi que les actions portées par les opérateurs ont pour objectifs d'apporter des améliorations dans les quartiers et pour leurs habitants, celles-ci semblent moins visibles que l'image ternie persistante. Ce constat est notamment celui du rapport de la Cour des Comptes visant à évaluer l'attractivité des quartiers populaires.

EXEMPLE

A Evreux, en Seine-Maritime, le quartier prioritaire de La Madeleine a fait les frais d'un reportage à charge de la chaîne M6.

Après la diffusion du sujet, les prix de l'immobiliers se sont effondrés, les investisseurs se sont retirés et les habitants se sont sentis déshonorés.*

* **Quartiers chauds, les maires voient rouges**, La Gazette des communes, 23/12/2020

Si la question de l'image n'est pas la solution aux problématiques des quartiers, la lutte contre les discriminations, le désenclavement urbain, la politique de peuplement, l'offre et les résultats scolaires, ou encore les avancées sociales en sont une composante essentielle. Et pourtant, parmi les quartiers étudiés par la Cour des comptes, certains ont pu voir leur situation s'améliorer sans toutefois réussir à le démontrer à l'extérieur tant les quartiers souffraient depuis de longues années d'une mauvaise réputation, parfois alimentée par la presse. Il en est de même de la quasi-invisibilisation des actions citoyennes et associatives qui pourraient donner à voir une autre facette des QPV.

Par exemple, les vacances de logements privés et de locaux commerciaux peuvent être amplifiées par un déficit d'image, au-delà des réalités économiques. On observe une certaine réticence des acteurs économiques à s'installer dans les quartiers prioritaires que ce soit des commerçants, entrepreneurs ou promoteurs immobiliers. On y observe également une forme de « fuite » des classes moyennes résidant au sein des QPV, qui par exemple, évitent les établissements scolaires de proximité. Ces stratégies d'évitement font perdurer la stigmatisation et par conséquent contribuent à des formes de ségrégation spatiale.

► **La reproduction de stéréotypes dans l'espace public médiatique peut conduire à des comportements discriminatoires et des formes d'exclusion**

Les politiques de prévention et de lutte contre les discriminations ont également tout intérêt à s'intéresser à cette question de l'impact des médias. En reproduisant des clichés ou partageant des discours qui stigmatisent une partie de la population comme certains médias d'informations continus le font, ces médias renforcent les représentations négatives. C'est particulièrement le cas des sujets sur « les jeunes » et les personnes perçues comme d'origine étrangère qui sont sur-représentées dans les QPV.

Ainsi, les effets du stigmata sont bien réels, par exemple les recherches d'emploi et de stage s'avèrent plus difficile à compétences égales. C'est notamment ce qu'a pu mettre en avant Aziza ELOUA, jeune étudiante en journalisme, voilée et habitante d'un quartier prioritaire de la Politique de la ville à Villeneuve-d'Ascq (Nord), à l'occasion de la rencontre du 29 septembre 2020. Elle a alors précisé qu'elle mettait en moyenne un an à obtenir un stage en comparaison de ses camarades de classe qui trouvaient en moyenne en un à trois mois.

Les images renvoyées par les médias et le peu de modèles issus des QPV qui y sont présents (si l'on élargit à l'ensemble des médias et pas seulement d'informations) est également facteur de dévalorisation et d'inhibition chez les habitant.e.s des QPV, notamment chez les jeunes. Si la confiance en soi est considérée comme une qualité indispensable à la réussite et à l'émancipation,



comment peut-elle se développer lorsque l'on dévalorise en public, sur des chaînes de télévision certaines catégories de population ? Il y a alors un risque d'intérioriser ces clichés, de se sentir illégitime voire de « jouer » le rôle auquel on nous assigne publiquement.

De plus, si l'on considère que les habitant.e.s des quartiers sont victimes d'une forme d'exclusion sociale, alors s'ajoute à celle-ci une exclusion symbolique de l'espace public médiatique.

Ainsi, cette forme d'exclusion et les effets des représentations jugées comme dévalorisantes et injustes par une part importante des résidents peut conduire à l'abandon de toute tentative d'interpellation des médias, voire à une défiance envers l'ensemble de la profession de journaliste, au rejet et à une rupture du dialogue.



II. Comment faire évoluer les représentations ? Pistes de solutions

▲ Ces préconisations sont issues des réflexions émises le 29 septembre 2020.

Si elles ne sont pas complétées par des politiques publiques ambitieuses pour lutter contre les discriminations, améliorer le cadre de vie et la situation socio-économique des QPV, les solutions proposées ci-dessous ne sauraient à elle seules changer l'image des quartiers populaires. Elles pourraient contribuer à déconstruire les représentations erronées attachées aux quartiers populaires et donner à voir la diversité des acteurs et des situations que l'on y trouve, sans toutefois nier leurs difficultés.

A) DU COTE DES PROFESSIONNEL.LE.S DES MEDIAS, DE LA COMMUNICATION ET DE L'INFORMATION

POUR ALLER PLUS LOIN

A ce propos, voir également les recommandations émises par le Conseil National des villes dans son avis sur l'image des quartiers dans les médias : https://agence-cohesion-territoires.gouv.fr/sites/default/files/2020-06/2016_22_juin_avis_image_des

Comme l'évoque le Conseil National des Villes, la formation – initiale et continue – des journalistes et plus largement des professionnel.le.s de l'information et de la communication – est un enjeu fondamental. Les personnes invitées le 29 septembre 2020 à l'École de Journalisme de Lille ont insisté sur la nécessaire déconstruction des a priori inconscients des journalistes et l'acquisition de savoirs avancés en sociologie critique, en sciences politiques et en histoire afin de pouvoir analyser plus finement l'évolution de la société.

Par ailleurs, il semble important que les professionnel.le.s des médias reflètent davantage la diversité de la population française, comme tout secteur d'activités. Ainsi, les programmes visant à accompagner les étudiant.e.s souhaitant intégrer ce type de formation doivent être encouragés. Le recrutement de profils plus diversifiés est également conseillé.

L'ANNUAIRE VUE DES QUARTIERS

Pour diversifier les sources des journalistes, l'association d'él.u.e.s Ville&Banlieue ainsi que BFMTV se sont associés pour créer un annuaire qui recense des acteurs des quartiers qui souhaitent se faire connaître des médias pour apporter un autre regard.
<https://vudesquartiers.fr/>

Pour autant, il n'est pas nécessaire d'être issu.e d'un quartier populaire pour être capable de parler justement de leur situation, à l'exemple du célèbre journaliste Edouard Zambaux et de son émission et podcast [Périphéries](#). Il suffit alors au journaliste d'étudier la question des quartiers en profondeur et de passer du temps aux côtés des habitant.e.s. Nora Hamadi, journaliste ARTE et rédactrice en chef de [Fumigene Magazine](#) va encore plus loin. Selon elle, les journalistes doivent avoir étudié ce qui se joue lorsque l'on parle des quartiers et de la situation vécue de leurs habitant.e.s, notamment les rapports de classe et de domination.

Selon les intervenant.e.s, le monde des médias, s'il souhaite faire évoluer ses pratiques doit nécessairement interroger les méthodes de travail les plus répandues actuellement et les renouveler. Les journalistes présent.e.s le 29 septembre 2020 ont notamment évoqué la possibilité de proposer des **conférences de rédaction participatives** et ouvertes et encouragent leurs homologues à s'engager auprès des habitant.e.s des QPV en participant à des **résidences de journalistes*** ou à des actions d'**éducation aux médias et à l'information (EMI)**.



★LA RESIDENCE DE JOURNALISTE

Le modèle de la résidence-mission a longtemps été dédié aux projets d'éducation artistique notamment dans le cadre des CLEA (contrats locaux d'éducation artistiques entre des artistes, collectivités et la DRAC). Le modèle est répliqué pour l'éducation aux médias. La résidence consiste à favoriser l'éducation aux médias et au numérique sur un territoire, autour d'un.e professionnel.le des médias et de l'information. Accueilli.e au sein du territoire, sur une période longue, en immersion auprès de la population locale.

Bien que l'objectif principal de l'éducation aux médias et à l'information soit celui de développer « *la capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leur contenu et à communiquer dans divers contextes.* »¹² (objectif néanmoins essentiel pour le sujet que l'on traite ici et sur lequel nous reviendrons dans la partie suivante), ces moments de rencontres entre journalistes et publics sont intéressants à plusieurs titres.

Ces résidences sont aussi l'occasion pour les journalistes de créer du lien avec des publics qu'ils .elles ne connaissent pas ou peu, et de partager leurs savoir-faire pour les accompagner dans leurs projets de création de médias, les accompagner dans la publication de récits et la mise en image des sujets qui les intéressent - à l'image de ce que peut faire la [ZEP](#) - tout en les accompagnant vers l'émancipation et le développement de leur esprit critique.

Comme l'évoque notamment Kozi Pastakia, journaliste et résident dans l'agglomération de Béthune, si le journaliste va apporter son savoir et son savoir-faire aux habitant.e.s, l'éducation aux médias sur le temps long permet également au journaliste de faire évoluer sa propre posture et de déconstruire ses préjugés concernant la population avec laquelle il travaille.

B) DU COTE DES POUVOIRS PUBLICS ET DES ACTEUR. TRICE. S LOCAUX. ALES

► Interroger les stratégies de communication des collectivités & des administrations publiques en matière de Politique de la ville

Les organisations publiques ont intérêt à se poser la question de leur ambition en matière de Politique de la ville et de la communication qui en est faite. Est-ce important de communiquer à propos de ce qui est fait dans les QPV ?

En effet, les collectivités et les administrations publiques sont à la fois des informatrices incontournables pour les médias (à travers les services presse) **et des productrices d'informations et de communication** (à travers leurs propres supports de communication, des réseaux sociaux aux journaux municipaux).

Ainsi, elles ont un rôle important dans la communication et l'information qui est diffusée à propos des QPV et des habitant.e.s, qui sont aussi des usager.e.s de services publics et des administré.e.s.

Dès lors, lorsqu'un service presse est sollicité sur une situation donnée dans un quartier prioritaire, quelle attitude adopter ?

Il est notamment possible d'étayer une réponse en précisant un certain nombre de données sociologiques, rappeler les programmes et les projets en cours et à venir sur le territoire, expliquer l'évolution et les actions menées pour améliorer la situation, évoquer un évènement récent ou une action positive qui permettrait de valoriser l'action des habitant.e.s et des associations du quartier.

¹² Recommandation de la Commission du 20 août 2009 sur l'éducation aux médias dans l'environnement numérique pour une industrie de l'audiovisuel et du contenu plus compétitive et une société de la connaissance intégratrice



Ce type d'actions peut également se déployer au sein de campagnes de communication (par exemple, en valorisant les projets financés dans le cadre des Projets d'Initiative Citoyenne (PIC, ex-FPH), en incluant les commerçant.e.s de quartiers prioritaires dans des campagnes qui valorisent les commerces locaux...). Il convient de s'interroger sur la nécessité de communiquer moins techniquement et plus positivement sur les sujets Politiques de la ville voire d'adopter des campagnes qui visent directement à déconstruire les préjugés (sur les jeunes issus de l'immigration, sur le coût financier de la Politique de la ville etc.).

Si le sujet est complexe, se poser des questions est une première étape intéressante pour éviter les erreurs de communication qui nuiront à l'image des quartiers :

- ✓ *Quel lexique est employé pour en parler ?*
- ✓ *Est-il stigmatisant ?*
- ✓ *Les projets financés sont-ils toujours relayés ?*
- ✓ *Les initiatives citoyennes sont-elles valorisées ?*
- ✓ *Valorise-t-on les habitants de notre territoire de la même façon quel que soit leur quartier ?*
- ✓ *Exerce-t-on un droit de réponse lorsqu'un reportage biaisé est diffusé ? ...*

Autant de questionnements qui pourraient amorcer une stratégie de communication nouvelle sur ces sujets.



► La culture comme vecteur de changement d'image(s)

Pour faire évoluer l'image associée aux QPV et leurs populations, les pouvoirs publics peuvent également soutenir et développer des projets culturels dans les quartiers, par les personnes qui en sont issues et à propos des quartiers populaires.

Au-delà de la communication, le langage artistique est également capable de faire passer des messages avec efficacité. La culture est d'autant plus intéressante qu'elle répond à différents enjeux pour le changement d'image des quartiers.

Ainsi les collectivités et services de l'Etat peuvent (dans le cadre notamment de l'appel à projets Politique de la ville et du contrat de ville) :

- ✓ Soutenir la création et la diffusion d'œuvres artistiques (cinéma, documentaires, théâtre, écriture...) qui montrent la réalité vécue dans les quartiers.
- ✓ Soutenir les actions qui visent à valoriser et à collecter des archives liées à la mémoire des QPV.
- ✓ Soutenir la création et la pérennisation des médias de proximité.
- ✓ Soutenir et impulser des actions d'éducation populaire et d'éducation artistique (pour permettre aux habitants de s'exprimer, produire un autre discours), notamment à travers la relance des politiques de jeunesse (éducation à l'image, ateliers d'écritures...).

► **Prévention et lutte contre les discriminations**

Soutenir et développer des projets visant à prévenir et lutter contre toutes les formes de discrimination est également nécessaire pour éviter les effets de stigmatisation et lutter contre les préjugés envers les habitant.e.s en fonction de leur origine géographique, sociale et/ou ethnique. Ces projets peuvent être de l'ordre de la sensibilisation et de la formation, de campagnes de communication, d'évènements culturels...

★Photographier l'humain :
« Regarde Roubaix »

Soutenue par le programme « Rêve et réalise » de l'association Unis-Cité, l'exposition photo "Regarde Roubaix" a été réalisée par la photographe Anouk Desury. Pendant 6 mois elle a photographié les habitants chez eux, pour casser les représentations qui leurs sont associées. Les photographies ont été placardées sur les façades des maisons du quartier, à l'occasion du festival "Pile au Rendez-vous" organisé par l'établissement culturel du quartier La Condition Publique.



« IL FAUT QUE TOUT LE MONDE PARTICIPE
POUR CHANGER L'IMAGE DE LA VILLE. »



► Vers une politique locale d'éducation aux médias et à l'information

Enfin, l'éducation aux médias et à l'information est aussi un moyen intéressant pour faire évoluer les choses, à plusieurs niveaux :

- ✓ Elle permet de casser les représentations négatives entre journalistes et populations et créer des projets en commun ;
- ✓ L'éducation aux médias est un outil d'expression pour les habitant.e.s ;
- ✓ Elle apporte des compétences clés aux habitant.e.s pour comprendre le fonctionnement médiatique et la fabrique de l'information, et leur donne les codes pour interagir avec les médias ou réaliser des contenus ;
- ✓ Elle permet le développement de l'esprit critique, les capacités d'analyse des contenus produits par les médias et la diversification des sources d'information.

Actuellement, l'éducation aux médias est portée par l'Education Nationale qui propose de nombreuses ressources avec le CLEMI. Le Ministère de la Culture est également engagé (depuis les attentats de 2015) dans le déploiement de ce type d'actions avec les collectivités territoriales, le plus souvent pour un public jeune issu des zones prioritaires (QPV et zones rurales) et dont les objectifs sont de plus en plus souvent resserrés sur la lutte contre les « théories du complot », les *fake news* et la diffusion des valeurs républicaines.

L'éducation nationale organise ainsi chaque année la semaine de la presse qui a *pour objectif d'aider les élèves, de la maternelle au lycée, à : comprendre le système des médias, former leur jugement critique, développer leur goût pour l'actualité et se forger leur identité de citoyen.*

Les acteurs.trices présent.e.s à la rencontre ont tou.te.s plaidé pour une politique plus ambitieuse d'éducation aux médias, coordonnée à l'échelle de bassins de vie, disposant de moyens propres et dont les objectifs seraient élargis. Selon eux, il y a par exemple, un véritable besoin de mailler les territoires avec un réseau de médias de proximité par bassin de population, pour que les écoles, les structures associatives et les journalistes puissent apprendre et déconstruire ensemble.

Pour aller vers la mise en place de programmes ou de politiques locales d'éducation aux médias, à l'échelle intercommunale du contrat de ville, il convient d'organiser :

- ✓ un repérage des acteurs du territoire (médias de proximité et acteurs de l'EMI),
- ✓ des résidences de journalisme et des ateliers EMI dans les QPV en s'attachant à couvrir l'ensemble des territoires.

Enfin, dans une logique citoyenne, afin de renforcer les capacités d'analyse de chacun, celles à reconnaître les biais d'information et contrer les raccourcis menant à la stigmatisation de certains publics, **il semble intéressant d'élargir les publics cibles de l'EMI et d'en interroger les objectifs.**



Quelques acteur.trice.s & outils mobilisables dans les Hauts-de-France

► LES ACTEUR.TRICE.S DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION (EMI)

✓ **La DRAC Hauts-de-France et le ministère de la Culture** accompagne les projets d'éducation aux médias et à l'information (EMI). Ces projets comprennent notamment les résidences de journalisme, en partenariat avec les territoires (communes et EPCI). L'accompagnement des actions se fait notamment par le biais d'appel à projets et soutiens financiers, matériels et humains. Sophie JOSSEAU, conseillère à la DRAC Hauts-de-France est l'interlocutrice privilégiée sur le sujet.

✓ La DRAC suit notamment le déploiement du premier réseau régional d'acteur.trice.s de l'éducation aux médias et à l'information : **EMI'Cycle**. Ce projet unique en France s'est constitué sur la base du volontariat et l'association amiénoise Carmen (Amiens) en est le pilote. Le réseau recense sur son site internet les différents appels à projets EMI en région, des ressources et propose une cartographie des acteurs de l'EMI de la région, qui dispensent des formations EMI ou proposent des ateliers comme, par exemple, le collectif de journalistes indépendant.e.s roubaisien « La friche » ou le collectif EduMédia créé à l'initiative d'un groupe de chercheur.e.s en Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université de Lille.

✓ Dans les Hauts-de-France, **l'École de Journalisme de Lille (ESJ)** est un acteur majeur de l'EMI, elle déploie, en partenariat avec les pouvoirs publics, des projets d'EMI qui permettent à des publics scolaires de découvrir les coulisses des rédactions. Elle propose également des formations EMI sur mesure pour les acteurs qui le souhaitent.

► LES FONDS DE SOUTIEN À LA CRÉATION DE MÉDIAS ET DE PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES

✓ **Le fonds de création "Images de la diversité" du Centre national du Cinéma (CNC)**, a pour objectif de soutenir la création et la diffusion des œuvres cinématographiques, audiovisuelles, multimédia ou de jeux vidéo contribuant à donner une représentation plus fidèle de la réalité française et de ses composantes et à écrire une histoire commune de l'ensemble de la population française autour des valeurs de la République, et favorisant l'émergence de nouvelles formes d'écritures et de nouveaux talents, issus notamment des quartiers prioritaires de la politique de la ville.

✓ **Le fonds de soutien aux médias d'information sociale de proximité (FSMISP)**. Depuis 2016, le ministère de la Culture a décidé de créer un fonds de soutien pérenne dédié aux médias d'information sociale de proximité. Ces médias font l'objet d'une attention particulière car ils contribuent à la vigueur du débat démocratique local en donnant la parole aux habitants des territoires, urbains et ruraux, et sont un vecteur d'informations et un facteur de cohésion sociale. Ils contribuent à valoriser l'image des territoires et à la faire évoluer et permettent à un large public de se familiariser avec la pratique journalistique, participant ainsi de l'objectif d'éducation aux médias. Ce fonds se déploie chaque année via une campagne d'appel à projets, pilotée par les DRAC.



► L'AGENCE DES QUARTIERS

Si le projet Agence des quartiers est menacé à l'heure de l'écriture de cette synthèse pour des raisons économiques, il nous a semblé intéressant de le mentionner ici pour son ambition, et parce que son fondateur Guillaume Villemot ainsi que la directrice de l'Antenne Nord Leïla Khouiel intervenaient le 29 septembre pour nous le présenter.

Soutenue par l'ANCT, l'objectif de l'Agence de presse est le suivant : transformer l'image des QPV en les valorisant médiatiquement, et ainsi, contribuer à les revitaliser. L'agence est donc une agence d'informations qui propose un fil d'informations, alimenté par les antennes régionales. Les productions visent à valoriser des acteurs des QPV et à souligner leur capacité de résilience face aux difficultés quotidiennes sous des angles thématiques (alimentation, commerce, développement durable...).

[Vous pouvez retrouver le fil d'informations numéro 6 « Bien manger dans les quartiers populaires » sur le site de Ville et banlieue.](#)

L'agence est également un organisme de formation pour des journalistes en devenir, eux-mêmes issues de quartiers prioritaires de la Politique de la ville. Ce sont eux, accompagnés de journalistes professionnels qui réalisent les articles du fil info dans le cadre de leur apprentissage (en partenariat avec l'ESJ Lille). Depuis septembre 2019, une agence régionale est implantée à Roubaix.

► L'ANNUAIRE VU DES QUARTIERS

Afin de valoriser l'image et le dynamisme des quartiers dans les médias et promouvoir la diversité, BFM TV et Ville & Banlieue ont cofondé l'association "Vu des quartiers". L'initiative est soutenue par le ministère de la Cohésion des Territoires. Cet annuaire sera accessible gratuitement à tout journaliste professionnel qui en fait la demande. L'annuaire n'est accessible que par les journalistes accrédités, qui contactent les habitants et acteurs dans le cadre de leur travail. L'association a vocation à regrouper des membres de nombreuses rédactions de presse, pour que cet outil soit pérenne et bénéficie d'une expérience partagée pour évoluer.

Il est possible de se proposer comme contact relais pour les journalistes sur le site internet <https://vudesquartiers.fr>

► LES APPELS A PROJETS POLITIQUE DE LA VILLE

Des services de l'Etat et les appels à projets locaux des contrats de villes financent un certain nombre de projets qui visent à favoriser le vivre-ensemble et développer des actions et des activités dont les bénéficiaires résident dans les quartiers prioritaires de la Politique de la ville. Ces financements sont autant de levier pour proposer des actions visant à valoriser la parole des habitants des quartiers populaires, développer leur capacité de création, proposer des actions d'éducation à l'information ou culturels...

[Retrouvez quelques exemples inspirants dans le webdocumentaire qui accompagne cette synthèse](#)





Conclusion

Les facteurs qui façonnent l'image d'un quartier, c'est-à-dire les représentations que l'on associe spontanément à certains territoires situés en géographie prioritaire et plus largement les quartiers qualifiés de populaires (quartiers de veille active notamment), sont complexes. Les biais sont nombreux et donnent souvent une représentation partielle voire erronée de la réalité, aboutissant à des formes de stigmatisation, de préjugés négatifs et de relégation.

S'il est très difficile d'identifier l'ensemble de ces facteurs et les biais qui nous amènent à avoir une image négative de tel ou tel sujet, nous savons que la méconnaissance est un facteur important. D'après le rapport du CGET « Les Français portent un regard sombre sur les quartiers sensibles », pour près de la moitié de la population française, les quartiers prioritaires leurs sont étrangers. Bien qu'ils ne s'y rendent que très peu et qu'ils n'en connaissent pas les habitants, ils peuvent avoir un avis tranché sur la question de la Politique de la ville, l'insécurité ou encore avoir des préjugés sur le savoir-être des habitants, tant d'attitudes qui ont des incidences négatives sur les discriminations et la mixité sociale.

Les médias étant la source d'information majeure sur la question des QPV pour ceux qui ne les connaissent pas, leur rôle est particulièrement crucial pour éviter les malentendus et donner à voir la complexité des enjeux de la Politique de la ville. Ainsi, lorsque le traitement médiatique d'un sujet en lien avec les quartiers populaires est lui-même biaisé, parcellaire, empreint de sensationnalisme, il contribue à renforcer les préjugés et stéréotypes à leur propos.

► Comment faire évoluer les choses ?

La synthèse ci-dessus et les discussions des intervenant.e.s lors des 2 tables-rondes organisées par l'IREV avec l'ESJ en septembre 2020 proposent quelques pistes de solutions. Si certaines interrogent les pratiques des métiers de l'information, d'autres se situent du côté des politiques publiques et des acteurs du territoire. En effet, l'accent a été mis notamment sur le déploiement pour toutes et tous de l'éducation aux médias, en élargissant une politique circonscrite actuellement aux acteurs de l'éducation et aux « jeunes » issus des QPV, à l'échelle des agglomérations. A été évoquée également l'importance des politiques culturelles et des dispositifs visant à favoriser la prise de parole des habitants avec par exemple des médias locaux et/ou alternatifs ou par la pratique artistique.

Pour ce faire, les territoires peuvent s'appuyer sur des acteurs de terrain déjà actifs sur ces sujets, les repérer et les faire monter en puissance (associations, éducation populaire et réseaux d'éducation aux médias, conseils citoyens...), les contrats de ville et les politiques de droit commun comme celles menées par les DRAC. Enfin, les services presse & communication des organisations publiques ont un rôle important à jouer, en tant que producteurs d'informations et intermédiaires pour les journalistes. Il conviendrait de faire évoluer les stratégies de communication lorsqu'il s'agit des sujets concernant la Politique de la ville ou plus largement l'action publique dans les QPV. Il est également possible de proposer des campagnes de communication qui visent à lutter contre les préjugés. Des actions à mener de concert avec les autres champs de la Politique de la ville et du développement social local comme la lutte contre les discriminations, la rénovation urbaine et l'action sociale.

