

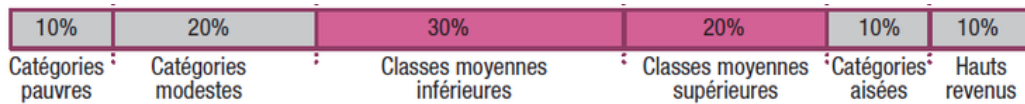
Chapitre 3 : De quoi « Les gilets jaunes » sont-ils le nom ? (IIIème et dernière partie)

II) Questionnement d'économiste

« Baisse du pouvoir d'achat des « classes moyennes » : mythe ou réalité ? »

Document 1 : Qui appartient à « la classe moyenne » ?

Il n'existe pas de définition officielle de la classe moyenne en France. Suivant les chercheurs, et les curseurs qu'ils choisissent pour la délimiter, celle-ci est plus ou moins étendue. Si l'on retient la définition du Credoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie), la classe moyenne regroupe la population située entre les 30% les plus pauvres et les 20% les plus riches. Soit un ensemble représentant 50% de la population. Le CREDOC découpe même cet ensemble entre classes moyennes inférieures et classes moyennes supérieures :



Concrètement, selon les derniers chiffres de l'INSEE portant sur 2016, la classe moyenne regroupe toutes les personnes dont le revenu disponible (ensemble des revenus, prestations sociales comprises, diminués des impôts directs) est situé entre 1350 euros et 2487 euros par mois. Entre 1350 euros et 1906 euros, il s'agit des classes moyennes inférieures, et entre 1906 euros et 2487 euros, des classes moyennes supérieures.

Pour un couple avec deux enfants de moins de 14 ans, la classe moyenne commence à partir de 2835 euros de revenu disponible par mois et s'achève à 5222 euros mensuels, le seuil de 4000 euros délimitant les classes moyennes inférieures et supérieures. «Etre pauvre» relève d'une autre catégorie. Il s'agit des personnes dont le revenu disponible est inférieur à 60% du revenu médian, soit en 2016, moins de 1026 euros par mois (pour une personne seule).

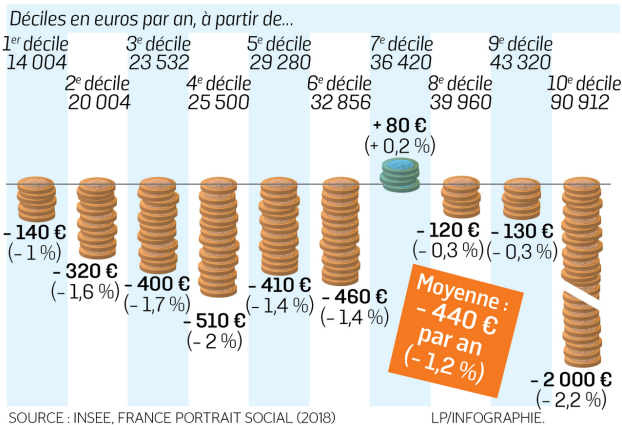
Source : Luc Peillon, Libération ChekNews, 22/11/2018

Document 2 : Une mesure chiffrée

La classe moyenne la plus pénalisée

Evolution du revenu disponible par ménage, par an, entre 2008 et 2016

Classement des ménages par décile selon le revenu disponible en euros net par an (comprenant salaires, patrimoine, aides perçues et impôts payés)



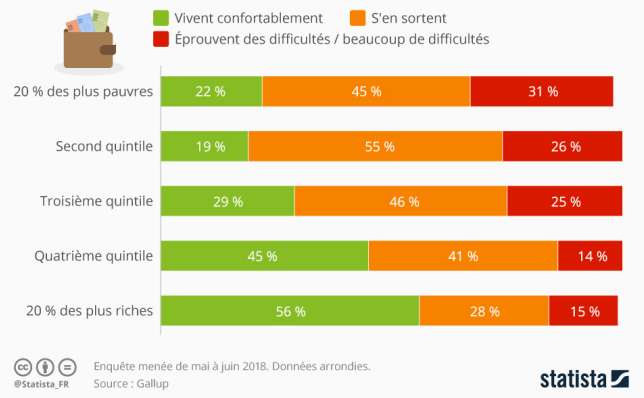
SOURCE : INSEE, FRANCE PORTRAIT SOCIAL (2018)

LP/INFOGRAPHIE.

Document 3 : Une mesure subjective

Comment les Français s'en tirent avec leurs revenus ?

Sentiment des Français par rapport aux revenus de leur ménage, selon le niveau de revenus



Enquête menée de mai à juin 2018. Données arrondies. Source : Gallup

statista

Après avoir, dans un premier §AEI, caractérisé « la classe moyenne », vous répondrez à la question posée dans un second §AEI.

Méthode du « §AEI » : à l'oral comme à l'écrit, dans la vie quotidienne ou à l'école, un bon argument est toujours construit avec 3 ingrédients indispensables : on **A**ffirme une idée, on l'**E**xplicite (càd. on détaille l'Affirmation pour prouver à l'aide de preuves / connaissances qu'on développe) et on **I**llustre (on donne au moins un exemple en lien avec l'Affirmation et l'Explicitation).

A l'écrit, chaque § est distinct des autres : il commence toujours par un alinéa et se rédige d'un bloc où se succède le A, le E et le I sans retour à la ligne.

Au début on applique strictement les 3 étapes : on commence par **A**ffirmer, puis on **E**xplicite puis enfin on **I**llustre. Mais quand on est à l'aise avec cette technique, on peut intervertir E et I, terminer par l'A au lieu de débiter par elle, imbriquer E et I etc. Un § ne comporte toujours qu'une seule Affirmation mais peut comporter plusieurs Explicitations et plusieurs Illustrations si nécessaire pour convaincre.

Utiliser des mots de liaison permet de bien lier les 3 étapes du §AEI : « En effet », « Ainsi », « Par exemple », « Par ailleurs », « En outre », « En revanche », « A contrario », « Seulement » etc.

III) Questionnement de politiste

« Les GJ ont-ils raison d'être défiants voire hostiles envers les médias ? »

Document 1 : « Gilets jaunes » : « La haine des médias n'a rien d'inédit »

Tribune Alexis Lévrier est maître de conférences à l'université de Reims (Marne) et chercheur associé au Gripc (Celsa Sorbonne université).

Rédactions assiégées, quotidiens empêchés de paraître, journalistes agressés en pleine rue : depuis deux mois, lors de chaque journée de mobilisation des « gilets jaunes », de nouvelles violences sont commises contre les médias et leurs représentants. Pour la partie la plus radicalisée de ce mouvement, injurier ou frapper des reporters semble même être devenu l'équivalent d'un rituel. [...] Cette haine des médias n'a rien d'inédit, et la méfiance à l'égard des journalistes est même aussi ancienne que le journalisme lui-même. Depuis son avènement il y a plus de quatre siècles, la presse est en effet l'objet d'attaques incessantes.

En France comme ailleurs, les journalistes ont ainsi d'emblée été jugés trop serviles par le public, mais trop libres par le pouvoir politique. Ils ont aussi été immédiatement jalouxés par des hommes de lettres qui ont vu en eux une insupportable concurrence. Souvent présenté aujourd'hui comme le père de la presse libre, Voltaire a, par exemple, manifesté jusqu'à sa mort une aversion presque obsessionnelle pour cette profession. Et au XIX^e siècle, siècle d'or de la presse écrite, les journalistes ont continué à être comparés à des criminels, à des brigands ou à des filles de joie. Et même Balzac, qui, toute sa vie, a pourtant dépendu de cette activité, écrit dans sa *Monographie de la presse parisienne* que « si la presse n'existait pas, il faudrait ne pas l'inventer ».

Cette détestation vient donc de loin, et les « gilets jaunes », lorsqu'ils parlent de « journalopes » ou de « presstituées », se contentent d'utiliser des mots nouveaux pour reproduire un imaginaire ancien. Ils manifestent cependant une défiance plus spécifique envers les médias audiovisuels, et notamment envers les chaînes d'information en continu. Depuis les mensonges qui ont entouré le passage du nuage de Tchernobyl, en 1986, en passant par les faux charniers de Timisoara (Roumanie), en 1989, ou la prétendue « guerre propre » menée en Irak l'année suivante, le public s'est en effet habitué à douter des images retransmises par la télévision.

Haine paradoxale

[...] Les médias sont aujourd'hui, avec les partis politiques, les organisations les plus discréditées aux yeux des Français. Dès lors, et même si les réseaux sociaux suscitent aussi un réel scepticisme, il n'y a rien d'étonnant à ce que les « gilets jaunes » privilégient ces médias alternatifs pour exprimer leur colère. Ils renouent en cela avec l'une des aspirations de presque tous les grands mouvements insurrectionnels :

contourner les médias installés en choisissant d'autres modes de transmission de l'information, plus directs, plus horizontaux, plus accessibles. Les groupes Facebook créés par les « gilets jaunes » sont ainsi devenus l'instrument d'une prise de parole collective, et l'un de moyens de remédier au sentiment d'invisibilité qu'éprouve une partie croissante de la population.

La défiance des « gilets jaunes » à l'égard des médias dominants est cependant pour le moins paradoxale. Leur rejet de la télévision se concentre ainsi de manière presque obsessionnelle sur BFM-TV, alors que cette chaîne a été conçue, dès sa création, comme un média populaire : les « gilets jaunes » conspuent donc une chaîne dont ils sont le cœur de cible et qui, comme ses concurrentes, accorde une place considérable à leur mobilisation. Peu de mouvements sociaux ont en effet bénéficié d'une telle attention de la part des médias audiovisuels au cours des dernières décennies. En retour, les chaînes d'information en général, et BFM en particulier, enregistrent depuis le début du mouvement des scores d'audience sans précédent. [...]

Etonnante naïveté

Les reproches que les « gilets jaunes » adressent à la presse écrite ou aux chaînes d'information ne sont pas pour autant illégitimes. Plateaux de télévision trop uniformes, éditorialistes coupés de la réalité qu'ils sont censés décrire : cette crise a montré que les médias dominants ne sont pas irréprochables, loin de là, et qu'ils devront répondre à la remise en cause dont ils sont l'objet. Pour réduire la fracture béante qui s'est creusée progressivement avec une partie de la population, le plus urgent est peut-être de faire évoluer le recrutement des écoles de journalisme. Même si une prise de conscience semble déjà avoir eu lieu, le mouvement est à peine enclenché et le monde du journalisme manque encore cruellement de diversité sociale, ethnique ou géographique.

Cette nécessaire autocritique ne doit pas empêcher cependant de tenir un discours de vérité. Il convient en particulier de souligner le mirage de l'horizontalité que des médias alternatifs comme Facebook promettent à leurs utilisateurs. Bien plus que Twitter, le réseau social fondé par Mark Zuckerberg apparaît comme le symbole et le porte-voix du mouvement des « gilets jaunes ». Or, depuis la réforme de l'algorithme de Facebook, au début de l'année 2018, les contenus journalistiques ont été marginalisés dans les fils d'actualité au profit de conversations entre amis partageant les mêmes centres d'intérêt. Les groupes constitués par les « gilets jaunes » fonctionnent donc comme des espaces fermés, dans lesquels les rumeurs et les théories du complot peuvent prospérer, puisqu'elles ne sont contredites par personne.

La conception du journalisme défendue par les « gilets jaunes » doit elle-même être combattue. La presse ne trouve en effet grâce à leurs yeux que lorsqu'elle accepte d'être réduite au rôle d'adjuvant ou de compagnon de route. C'est le cas par exemple du média en ligne Brut, qui retransmet chaque journée de mobilisation sous la forme de longues vidéos filmées en direct de manière bienveillante. Les attentes des « gilets jaunes » traduisent ainsi une confusion entre journalisme et communication, puisque le reporter idéal doit pour eux se contenter d'accompagner un mouvement social sans intervenir, sans filtrer et sans porter le moindre jugement critique. [...]

Source : Le Monde, 12 janvier 2019

Après avoir expliqué, dans un premier §AEI, que la défiance envers les médias est ancienne, vous répondrez à la question posée dans un second §AEI.

Le niveau de confiance dans certaines organisations (3/3)

2116 individus Q25. Avez-vous très confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas confiance du tout dans chacune des organisations suivantes... ? Réponse 'Très confiance' + 'Plutôt confiance'

