

**A FORCE DE PARLER TOUT LE TEMPS, ON NE DIT PLUS RIEN !**

Le « biais de confirmation »: Lors d'une recherche d'information, tous les humains ont tendance à aller chercher une information qui confirme une idée que l'on a déjà plutôt qu'une information qui va à l'encontre de notre idée première tout simplement parce que c'est plus confortable pour notre cerveau.

➤ **Qui traite l'information ?**

Aujourd'hui, souvent certains médias de grande écoute construisent la hiérarchie de l'info, c'est à dire qu'elles imposent les sujets dont les autres médias (télévision, radio, internet, journaux...) vont traiter en priorité. Un sujet qui n'est pas évoqué dans ce type de medias n'existe pas dans le débat public et est passé sous silence. A l'inverse, une micro-polémique, si elle tourne en boucle, oblige les personnalités politiques à se positionner, et en fait un objet du débat démocratique alors qu'il n'a pas vraiment d'intérêt pour la collectivité.

*« Le fugitif n'avait pas sa carte du magasin, et si ça se trouve après, il n'aura même pas son jeton pour le caddie... »*

➤ FakeNews, deep Fake, hoax, rumeurs, accusations à tort, théorie du complot sont des nouvelles mensongères, incomplètes ou fallacieuses diffusées dans le but de manipuler ou de tromper le public.

**Les fausses informations circuleraient six fois plus vite que les vraies**

C'est notamment grâce à l'**émotion**, souvent négative, suscitée, et à la faveur de formats viraux (vidéos, animations et images), aux pratiques de partages des internautes et des algorithmes des réseaux sociaux. Ceux-ci favorisent notamment la visibilité et donc le repartage de posts très likés ou commentés. Peut-être en avez-vous déjà fait l'expérience sur votre fil d'actualité Facebook, Instagram ou Twitter : une « information » non vérifiée, fautive est publiée très vite par des comptes non-professionnels et est partagée rapidement du fait de sa fraîcheur. Les vraies informations publiées plus tard sur le même fait (car vérifiées) par des médias professionnels et des agences de presse vont être souvent moins visibles : les algorithmes vont favoriser « l'information » publiée en premier et massivement partagée.

➤ **Algorithme et Cookies**

Vidéo : Pour mieux comprendre la récolte de données personnelles sur internet et la sélection de contenu ciblé <https://www.youtube.com/watch?v=3Gdvm1yT7cM>

**COMMENT DÉMÊLER LE VRAI DU FAUX ? COMMENT DÉCONSTRUIRE LES DISCOURS MANIPULATEURS ? COMMENT MIEUX S'INFORMER ?**

**Quelques pistes :**

- **Multiplier, recouper et comparer** ses sources d'information.
- **Parler** de l'information autour de soi, **questionner** les autres, **récolter** des avis pour **se forger sa propre opinion**.
- Aller voir sur les sites et sur les plateformes dans les rubriques « **about us** » : qui produit et diffuse l'information ?
- **TinEye** un moteur de recherche inversé qui permet de trouver la source d'une image. A partir d'une image, il trouve les images semblables trouvées sur le web, il vous dit d'où elle provient, vous donne des résolutions meilleures et vous dévoile si des versions modifiées ont été faites.



**ZAI ZAI**

D'APRÈS FABCARO / COLLECTIF MENSUEL

Mais que fait la police ? Alors que Nicolas finit ses courses au supermarché, il se retrouve face à la caissière qui lui demande sa carte de fidélité. Nicolas cherche dans ses poches, mais ne la trouve pas. La tension monte quand le vigile du magasin approche Nicolas pour la lui réclamer. Pris de panique Nicolas s'arme d'un poireau et prend la fuite ! Ce dangereux individu débute alors une longue cavale en solitaire. La police est à ses trousses. Les médias en font la une, à la télé, sur internet, tout le monde ne parle plus que de ce fugitif devenu en quelques heures l'ennemi public numéro un !

Le pays est en émoi. La société est complètement divisée entre psychose et volonté d'engagement, entre compassion et idées fascinantes.

Sous forme d'un road-movie absurde et d'un fait divers délirant, *Zai Zai* révèle les facettes d'une société malade de consommation, où la médiatisation mise sur le sensationnel et empêche l'émergence de la pensée.

Après leurs derniers succès *Sabordage* et *Blockbuster*, le Collectif Mensuel est déjà de retour en s'inspirant librement de *Zai Zai Zai Zai*, la célèbre bande dessinée de Fabcaro. Les trois comédiens et deux musiciens liégeois poursuivent leur exploration d'un théâtre hétéroclite et absurde. Toujours avec de la musique live et du bruitage, ils s'essaient désormais au roman-photo et à la bande dessinée. Avec un objectif constant, faire travailler l'imaginaire du spectateur et lui permettre d'être libre comme un dessinateur !

**19 > 29.10.2021**



## LE COLLECTIF MENSUEL, EN QUELQUES MOTS

- 5 liégeois sur scène : 3 acteurs et 2 musiciens  
mais aussi... une scénographe, des régisseurs et techniciens, une bruiteuse et une monteuse de cinéma, un auteur de roman et bien plus encore...
- Des spectacles festifs, drôles, politiques et populaires
- Des spectacles qui mêlent rock'n'roll, détournement d'images, théâtre et humour
- Des succès impertinents et percutants (*Blockbuster*, *Sabordage*, *2043*, *L'homme qui valait 35 milliards*)
- De l'humour décalé, absurde, délirant

## Zaï Zaï, un théâtre multiforme qui mélange en direct :

Le roman photo | La musique live | La bande dessinée | Le bruitage | Le jeu d'acteur

### ↳ L'ABSURDE

Terme absurde utilisé pour dire que quelque chose n'a pas de sens. Dans l'humour absurde, il y a habituellement un deuxième degré qui vise à passer un message.

La littérature de l'absurde, née pendant la Seconde Guerre mondiale, illustre le désarroi de l'Homme, comme étranger face à un monde et à une existence dont il ne saisit plus le sens.



**FABCARO** De son vrai nom Fabrice Caro est dessinateur, scénariste, auteur de bande dessinée (*Carnet du Pérou*, *Et si l'amour c'était aimer*, *la Bredoute*,...). Son plus grand succès est *Zaï zaï zaï* sorti en 2015 a été distingué par de nombreux prix en France et à l'étranger. Il utilise l'humour absurde pour traiter des sujets de société indirectement.



Guy Debord, *Les lèvres nues*, 1958

## LE PORTRAIT UNE SOCIÉTÉ QUI DEVIENT FOLLE

**La surconsommation**, c'est l'idée que tout se consomme : les biens de consommation bien sûr, qui mettent en danger les ressources naturelles de la planète, mais aussi l'information, la culture, le temps, les idées, l'amitié et même la spiritualité dans une quête immédiate de son intérêt propre et un souci permanent de la satisfaction individuelle.

↳ **C'est un symptôme du néolibéralisme dominant qui tend à réduire l'ensemble de nos échanges à leurs valeurs économiques.**

Le néolibéralisme désigne le renouvellement des thèses économiques libérales qui ont inspiré les politiques économiques des pays occidentaux. Ces politiques, devenues dominantes, ont pour objet de prôner une liberté maximale pour les entreprises, de réduire au maximum le rôle de l'Etat et de valoriser l'individualisme et la compétition.

### Zaï Zaï, un roman-Photo bruité et musicalisé

#### ↳ Le Roman-photo

Genre narratif qui s'inspire de la bande dessinée et du cinéma, dans lequel une succession de photographies, généralement agrémentées de textes ou de dialogues conduit la narration. En plus de permettre une lecture simple et rapide, les récits permettaient aux lecteurs de s'identifier à travers des thèmes universels : amour, jalousie, trahison, vengeance, mort. Il sert de miroir d'une époque, nous raconte des histoires d'amour en nous donnant à lire les rêves et les fantasmes d'une partie de notre société.

Souvent considéré comme un art mineur, populaire, racontant des histoires à l'eau de rose, le roman-photo a aussi été utilisé à des fins de détournement subversif à travers la modification des textes. Il a aussi porté des messages politiques. Ceux des communistes, qui y trouveront un formidable outil pour éduquer la classe ouvrière. Ou des situationnistes qui, dans les années 1960, vont détourner des romans-photos, ces purs produits de « la société du spectacle », pour dénoncer les phénomènes d'aliénation des masses. Le roman-photo se change en tract. Il est critique et subversif.

### « L'absurde est mon outil de survie » (Fabcaro)

#### Quel avenir pour le roman photo ? Entre kitsch et subversion, est-il toujours à la mode ?

- 1940 : Le roman-photo naît en 1947 en Italie à la sortie de la Seconde Guerre Mondiale, au moment où seul le rêve permet aux gens de tenir le coup.
- 1950 : Au départ destiné à un lectorat féminin, il connaît un grand succès populaire. Jugé bête et immoral par les intellectuels, il était tenu à l'écart de la Culture avec un grand C à l'instar de la bande dessinée, la télévision, le rock ou le jazz
- 1960 : 1 personne sur 3 lit des romans-photos dans les magazines. De nombreuses stars y sont apparues, souvent pour des raisons alimentaires, avant de devenir célèbres.
- 1970 : Il connaît un déclin et se diversifie avec l'apparition de magazines d'humour satirique, la pornographie et les histoires d'horreur. Il se vend via un circuit beaucoup plus clandestin.
- 1980 : De nouvelles tentatives expérimentales sont proposées
- Aujourd'hui, on tourne et on produit toujours des romans-photos, malgré la concurrence des séries télé. Il se développe essentiellement à travers le numérique. Et que ce soit dans la parodie ou dans un registre plus poétique, beaucoup d'artistes s'y intéressent et créent des récits inédits. (ex: *Douleur exquise* de l'artiste Sophie Calle).

#### Road Movie

Genre cinématographique qui dépeint la fuite ou l'errance, de personnes qui, en rupture avec leur environnement, traversent une région, un pays, voire des continents. (*Lola vers la mer*, *Captain Fantastic*, *Into the Wild*, *Little Miss Sunshine*, *Paris Texas*,...)



Un film de François Desagnat adapté de la BD *Zaï zaï zaï zaï* sort en 2021 avec Jean-Paul Rouve, Julie Depardieu et Yolande Moreau