
COMMISSION DES AFFAIRES
CULTURELLES ET DE
L'ÉDUCATION

Paris, le 9 février 2023

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Ministère de de l'Agriculture

Benoît BONAIME

Directeur Général de l'Enseignement et de la Recherche

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) pour le ministère de l'Agriculture ? Une stratégie nationale pour l'EMI est-elle définie en concertation avec les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture, et dans quelle enceinte ?

L'éducation aux médias et à l'information (EMI) fait partie intégrante de la convention entre le ministère chargé de l'agriculture et le ministère de la culture ; et ce, depuis de longue date. Cette convention est déclinée en région entre les DRAAF et les DRAC.

L'EMI est pratiquée selon les méthodes qui guident l'ensemble des apprentissages au sein de l'enseignement agricole : méthodologie de projet, pédagogie active, et interdisciplinarité. Ces approches permettent aux jeunes de se saisir de cette thématique dans une optique instrumentale à travers les PIC (Projet d'initiative et de communication), analytique avec l'appui des professeurs TIM-documentation (Technologies Informatiques et Multimédia), et sensible à travers l'éducation socioculturelle.

L'EMI permet à la fois d'aborder les grandes controverses qui structurent le débat public et citoyen actuel (par exemple la laïcité), que les thématiques plus directement liées à l'agriculture et le monde rural (bien-être animal, disparités villes/campagnes, etc.).

Les objectifs poursuivis par le Ministère de l'Agriculture comportent de nombreuses similitudes avec ceux de l'EN. Les rénovations des diplômes en cours se nourrissent de l'état de la recherche et des publications en matière d'EMI (Rapport Bronner, circulaire EN de janvier 2022, vadémécum EMI). Un travail d'intégration a été particulièrement réalisé dans le cadre de l'écriture du tronc commun du nouveau référentiel des différentes spécialités du baccalauréat de l'enseignement agricole.

Parmi les capacités recherchées, citons par exemple :

Développer la capacité à s'informer et à analyser afin de produire de manière libre et autonome de l'information, de communiquer, de débattre et de publier des contenus en toute responsabilité.

L'approche capacitaire développée au sein des établissements agricoles met l'accent sur le pouvoir d'agir de nos apprenants en situation. Le travail des enseignants s'appuie sur des pédagogies actives qui trouvent un point d'ancrage dans les pratiques réelles des apprenants, leurs usages en relation avec leurs centres d'intérêt. Cette approche concrète se double d'apports méthodologiques et théoriques chemin faisant (histoire, économie des médias de masse, réseaux sociaux numériques et algorithmie, quête d'attention, dimension épistémique de l'information, la place des *news* dans le champ médiatique, etc.).

La pédagogie de projet est convoquée dans de nombreux référentiels. Les apprenants deviennent des acteurs de leur formation en ce sens qu'ils sont directement impliqués dans des actions qu'ils ont planifiées et dont la réalisation dépend directement de leur engagement.

En matière de contextualisation, l'accent est mis sur des thématiques spécifiques dont la plupart ont directement trait aux champs professionnels : comprendre les mécanismes médiatiques constitutifs de l'agribashing, s'informer sur les controverses agroenvironnementales (lien avec la mission « enseigner à produire autrement » portée par l'enseignement agricole en cohérence avec l'enjeu de transition agro-écologique). Les questions socialement vives (QSV) sont débattues en relation avec les objectifs partagés de l'EMC.

Les entrées pratiquées par les référentiels de formation sont diversifiées : la question du débat et de sa représentation médiatique, les stratégies de communication et les jeux d'acteurs, l'exercice de son libre-arbitre, la construction de son identité numérique à travers le prisme de la citoyenneté mais aussi la construction de sa propre identité à travers sa relation aux médias.

Concernant la stratégie nationale pour l'EMI est-elle définie en concertation avec les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture, et dans quelle enceinte ?

Un projet de convention a été rédigé en 2020. Il s'intitulait « éducation aux médias et à l'information ». Il envisageait un partenariat entre le ministère de la Culture, le ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, le ministère de l'Agriculture et de la souveraineté alimentaire, le Réseau CANOPÉ et son service le CLEMI. Cette convention n'a pas encore été signée. Les échanges avec le Délégué général pour un conventionnement ont été relancés par la DGER (bureau de l'action éducative et de la vie scolaire).

Ce projet réaffirmait la priorité accordée par le MASA au sein de l'enseignement agricole aux enjeux de citoyenneté relatifs à la diffusion de la culture et de la communication médiatisée. Ces enjeux sont notamment rappelés dans le code de l'éducation, le code rural et de la pêche maritime, la convention interministérielle « Culture - Agriculture » signée en 2011 entre les Ministères chargés de l'agriculture et de la culture (cette convention est en cours de réécriture actuellement) et les référentiels de formation des diplômés.

Du point de vue des compétences professionnelles et des champs d'intervention des disciplines principalement concernées par l'EMI, le référentiel professionnel du métier de **professeur d'éducation socioculturelle** (circulaire DGER/SDEPC/C2006-2002 du 21 mars 2006) ainsi que l'arrêté du 13 juillet 2016 relatif au référentiel des compétences professionnelles des métiers du professorat et de l'éducation au sein de l'enseignement agricole déterminent les compétences propres aux professeurs **documentalistes**, aux professeurs d'**Education socioculturelle** et aux professeurs de **Technologies de l'informatique et du multimédia**

(TIM) de l'enseignement agricole. Ces trois catégories d'enseignants traitent la question de l'EMI dans le cadre des référentiels de formation et de leurs approches épistémologiques complémentaires. **Ceci est une des spécificités de l'EA en la matière** (cf. question n°3).

2. Comment l'EMI est-elle concrètement mise en œuvre dans la scolarité des élèves au sein des établissements sous votre tutelle ?

- L'EMI est mise en œuvre dans le cadre des associations de lycéens, étudiants, stagiaires et apprentis dans les établissements d'enseignement agricole public, avec une coordination par les enseignants d'éducation socio-culturelle.
- L'EMI est également mise en œuvre dans le cadre de résidences d'artistes au sein des établissements agricoles

La mise en œuvre concrète s'effectue essentiellement sous trois formes :

- a. Sous forme d'étude de cas concrets rencontrés par les apprenants dans leurs usages, d'analyses de messages médiatiques, etc. **pendant les enseignements disciplinaires** (toutes disciplines). L'EMI est l'affaire de tous, comme à l'EN. Par exemple, l'ensemble des enseignants intervenants en BTSA « Viticulture-Œnologie » sont invités à s'interroger sur l'EMI dans le cadre du module M8 « Accompagnement aux changements » : « Cet enseignement est à mettre en relation avec celui apporté en vue de l'atteinte de capacités du domaine commun et plus particulièrement des capacités C1.2 « Se situer dans des questions de société » et C3.1 « Répondre à des besoins d'information pour soi et pour un public ».

En effet, co-constituer des réponses adaptées au changement dans un contexte de transition agro-écologique suppose l'utilisation d'informations en toute connaissance et responsabilité. Cela nécessite de mobiliser des aptitudes au jugement critique, au traitement, à la caractérisation et à l'évaluation de la qualité d'une information, à l'approche des questions sociotechniques dans toute leur complexité.

- b. **Sous forme de projets pluri/interdisciplinaires** (les projets et activités pluridisciplinaires sont toujours au cœur de la dynamique pédagogique de l'EA.).

En 2017 Sabine BOSLER écrivait : « L'enseignement agricole offre un nouveau modèle d'EMI, dans lequel celle-ci n'est ni reléguée ni tout à fait instituée comme une discipline en soi : elle garde une dimension transversale grâce à la pluridisciplinarité. [...] En résumé, quatre raisons peuvent être citées comme des raisons du succès de l'EMI dans l'enseignement agricole: le temps consacré dans les plans de formation, les moyens alloués, le personnel dédié, et enfin la pluridisciplinarité et l'ouverture ». (Bosler, 2017)^[1]

Voici quelques exemples de projets pluridisciplinaires mis en œuvre dans les établissements, parfois avec l'appui des établissements du DNA.

Ex : Concours 2023 « Agroécologie, transitions – Et toi ? Tu en penses quoi ? »

« Prends la parole, crée un podcast : Le concours a pour objectif de développer une prise de parole volontaire des jeunes à propos de leur perception des transitions en cours. « Si tu as entre 14 et 21 ans et que tu es scolarisé.e dans un établissement d'enseignement agricole, tu peux y participer seul.e ou en équipe, avec un maximum de 5 jeunes par équipe ». <https://sites.ensfea.fr/concours-podcast/>

Les initiatives régionales et locales sont nombreuses en la matière :

- Résidences de journalistes
 - Club Radio (LEGTA Auch par exemple)
 - Rencontres thématiques
 - Rencontres nationales avec le CLEMI
 - Partenariat locaux avec des radios associatives
 - Club radio / journaux avec les ALESA
 - Radio lycéenne Région Centre
 - etc.
- c. Sous la forme d'un **enseignement disciplinaire** (Doc/ESC/TIM) (cf. question suivante).

EMI affaire de tous les enseignants mais également spécificité de l'EA au travers de trois disciplines : Enseignements de l'ESC / Doc et TIM dans les diplômes rénovés (cf. question suivante et annexe 1 pour le détail des modules des référentiels concernés).

^[1] BOSLER Sabine (2017). L'éducation aux médias dans l'enseignement agricole : des pratiques innovantes et méconnues. in Laurence Corroy (dir.), Les Cahiers francophones de l'éducation aux médias : Publibook Universités, 2017 (vol. 9), p. 153-161.

3. De quelle façon l'EMI est-elle pratiquée dans toutes les disciplines, comme en est annoncé l'objectif ? Comment les problématiques de l'EMI se posent-elles spécifiquement aux élèves engagés dans vos filières ?

Une approche disciplinaire de l'EMI propre à l'EA.

Si l'EMI est « l'affaire de tous » les enseignants et formateurs, par rapport à l'Education nationale (EN), l'enseignement Agricole (EA) cultivent une particularité forte en matière d'EMI aux travers de trois métiers qui lui sont spécifiques : **professeur d'Education socioculturelle (ESC), professeur de Technologies de l'Information et du Multimédia (TIM) et professeur documentaliste.**

Les professeurs d'ESC abordent plusieurs thématiques parmi lesquelles : l'histoire des médias, la construction et la diffusion de l'information, l'analyse des contenus, la notion de ligne éditoriale, les comparaisons entre médias, les pratiques médiatiques des jeunes en relation étroite avec la caractérisation de la construction de leur propre identité. Les professeurs documentalistes travaillent les questions de caractérisation et de traitement de l'information,

d'évaluation de la qualité de l'information, etc. Les professeurs de TIM abordent essentiellement la dimension médiatique spécifique aux réseaux sociaux numériques (RSE).

Cf. Annexe 1 : La place de l'EMI dans les modules des référentiels de formation de l'EA.

Cette approche disciplinaire originale a fait l'objet d'une publication scientifique en 2017 dans les Cahiers Francophones de l'Education aux Médias : « L'éducation aux médias dans l'enseignement agricole : des pratiques innovantes et méconnues » (Bosler, 2107 op. cit.).

Cette approche disciplinaire de l'EMI n'est pas exclusive. Au contraire, elle est source de collaboration interdisciplinaire dans la mise en œuvre de cette éducation « à ».

Une approche interdisciplinaire s'impose : « L'EMI n'est ni une discipline ni une éducation autonome, c'est une approche contextuelle destinée à éclairer, sous un angle particulier, des problématiques diverses rencontrées, par ailleurs, par les disciplines enseignées à l'école, au collège et au lycée. « Approche contextuelle » signifie, à cet égard, que de telles problématiques sont réinvesties, non seulement par les outils spécifiques de l'EMI, mais dans la perspective des médias et de l'information, de leur diffusion et de leurs usages traditionnels ou contemporains » (vadémécum EMI).

La mise en œuvre des référentiels de formation nécessite à tout le moins une concertation entre les trois disciplines dont les compétences en matière d'EMI peuvent relever de champs communs selon les filières avec des interconnexions complémentaires.

4. La circulaire du 24 janvier 2022 évoque une « généralisation de l'éducation aux médias et à l'information » afin de lui faire connaître une « nouvelle dynamique » : de quels moyens et dispositifs nouveaux cet objectif a-t-il été accompagné afin d'assurer qu'il soit atteint pour les établissements relevant de votre ministère ?

Le MASA n'est pas signataire de cette circulaire. Toutefois, de façon plus générale, et dans le sillage des actions lancées après les attentats de 2015, l'EMI s'est développée dans l'enseignement en tant qu'outil de décryptage du monde et d'apprentissage de la citoyenneté.

La Direction générale de l'enseignement et de la recherche dispose d'un réseau spécifique à l'animation et le développement culturel (ADC). Ce réseau apporte un appui auprès des acteurs en établissement et collabore à la création de ressources avec l'Ecole Nationale Supérieure de Formation de l'Enseignement Agricole (ENSFEA)

Au niveau de l'action de pairs à pairs, cette thématique a régulièrement été déclinée à l'occasion du Conseil National des Délégués des Élèves et des Étudiants de l'Enseignement Agricole Public, dont l'organisation fait appel à des partenaires de l'enseignement agricole tels les CEMEA, l'OCCE...

Les inspections pédagogiques conduites par l'inspection de l'enseignement agricole (IEA) sont également un moyen d'accompagner la mise en œuvre de ces nouveaux objectifs.

Le prochain séminaire de l'IEA (janvier 2023) accueillera d'ailleurs Sophie Jehel, Maître de conférence à Paris VIII, spécialiste des questions d'EMI, auteur du dernier ouvrage « l'adolescence au cœur de l'économie numérique – travail émotionnel et risques sociaux », études et controverses, INA, février 2022.

5. Quel est le budget consacré par le ministère de l'Agriculture à l'éducation aux médias et à l'information ? Quelle a été l'évolution des moyens dévolus à l'EMI ces dernières années ?

Il n'y a pas à cette date de chiffrage précis des moyens dédiés à l'EMI par le Ministère de l'agriculture, ce qui s'explique par le fait que le sujet est abordé de façon très transversale et intriquée avec différentes approches et outils, comme cela est exposé à travers les réponses aux questions précédentes.

6. Quelles sont les actions menées par le ministère pour former les professeurs, notamment dans le cadre de la formation continue, à l'éducation aux médias et à l'information ?

La formation continue est menée dans le cadre d'un dispositif national liant enseignement supérieur et enseignement technique agricole. Concernant l'éducation aux médias et à l'information, cette formation est particulièrement portée par l'ENSFEA et le réseau ADC.

Les écoles de formation et d'appui de l'EA proposent différents dispositifs de formation (initiale et continue) intégrant l'éducation aux médias et à l'information.

Formation des enseignants stagiaires issus des recrutements externes et internes :

Dans le cadre du MASTER MEEF porté par l'ENSFEA l'ensemble des enseignants stagiaires (externes de toutes les disciplines) participe à un module de formation sur la veille informationnelle dans lequel la notion d'évaluation de la qualité de l'information est abordée. L'UE « numérique » du Master intègre les aspects EMI au travers de la question de PIX (sur les 4 semestres).

Des modules individualisés, ainsi que des ateliers numérique (web radio notamment) sur le même thème sont proposés aux lauréats des concours internes.

Formation continue des enseignants.

Voici quelques exemples d'offres de stages inscrits au Plan National de Formation (PNF) et aux Plans Régionaux de Formation (PRF) :

- Le coin du podcast : Un stage de formation continue organisé en juin 2020 a permis de créer différentes ressources autour du podcast. C'est ce qui est mis en partage ici. Le stage *Créer un podcast – explorer l'expression sonore* était animé par Natacha Robert (Professeur documentaliste), Frédéric Rouzies (Professeur d'ESC) tous les deux du Lycée agricole de Auch.
- Participation d'enseignants de l'EA au Paris Podcast Festival (dans le cadre d'un PNF)
- Stage PNF en partenariat avec l'école de journalistes de Lille.
- Dans le cadre du Dispositif National d'Appui (DNA) : organisation d'un concours de « podcasts radios jeunes » autour d'EPA 2

Institut Agro (site de Florac)

La question du traitement des Fake News est au cœur de plusieurs stages inscrits au PNF.

Institut de Formation de l'Enseignement Agricole Privé (qui a pour mission première d'assurer la formation continue de tous les personnels de l'Enseignement Agricole Privé : enseignants, formateurs, éducateurs de la vie scolaire, directeurs et personnels techniques et administratifs.)

Opération régionale : Éducation aux médias et à l'information - Pour une épreuve de l'esprit critique

Outils et ressources d'auto formation et de formation accompagnée :

<https://escales.ensfea.fr/internet-medias-et-infos/> (à destination des enseignants d'ESC et de toutes les autres disciplines).

<https://bibliotheque.ensfea.fr/> (à destination des professeurs documentalistes et de toutes les autres disciplines).

7. Les référents EMI au niveau académique ont-ils tous été nommés depuis janvier 2022 ? Comment le ministère de l'Agriculture est-il intégré dans ce dispositif ? Comment les relations avec les référents du Clemi sont-elles organisées ? Quelle est la fréquence visée pour la réunion des cellules académiques EMI ?

Dans l'enseignement agricole, les référents régionaux « animation et développement culturel » en DRAAF/SRFD assurent cette mission dans le cadre d'un réseau animé par un ETP.

L'enseignement agricole a relancé les échanges avec le CLEMI (Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information) pour un conventionnement en matière d'éducation aux médias et à l'information.

L'enseignement agricole n'est pas intégrée à ce dispositif dont le pilotage est assuré au niveau national par la DEGESCO et le CLEMI.

Propositions :

Relancer le projet de conventionnement « éducation aux médias et à l'information » initié en 2020.

La circulaire du 24-1-2022 (NOR : MENE2202370C MENJS - DGESCO - C – MEAC) porte sur la « Généralisation de l'éducation aux médias et à l'information ». Il nous semblerait pertinent de pouvoir participer au comité de pilotage national des référents académiques EMI.

La participation de représentants de l'EA (SRFD, représentant du réseau ESC, animateur régional Renadoc...) aux différentes cellules académiques EMI paraît également pertinente.

De la même façon, il paraît pertinent que l'EA puisse être invité au C.A national du CLEMI. Les correspondants régionaux CLEMI pourraient également être invités à participer aux réunions biennuelles des réseaux régionaux des professeurs documentalistes ou du réseau des enseignants d'ESC, ou encore à des rencontres avec les SRFD / DRFC / etc.

8. Le ministère de l'Agriculture est-il partie prenante au partenariat entre le ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports avec Radio France, le Syndicat des radios indépendantes (SIRTI), le Syndicat national des radios libres (SNRL) et la Confédération nationale des radios associatives (CNRA) afin de favoriser l'émergence de webradios dans les collèges et de leur attribuer un parrain ? Quelles sont les initiatives les plus importantes dans les établissements relevant de la tutelle de votre ministère (Semaine de la presse etc.) ?

Il n'y a pas de conventions à date avec Radio France et les syndicats pour faire émerger des webradios. Pour autant, de nombreux projets radio sont mis en œuvre en établissements agricoles (à titre d'exemple : le 8 mars 2022 sur l'égalité entre les filles et les garçons et à venir le 16 mai 2023 sur la lutte contre l'homophobie et la transphobie).

Sauf erreur ce dispositif est essentiellement tourné vers les collèges (Plan France 2030 - EMI - Appel à projets "une webradio, un parrain" pour les collèges : <https://www.education.gouv.fr/plan-france-2030-emi-appel-projets-une-webradio-un-parrain-pour-les-colleges-340802> et touche assez peu les établissements agricoles. Par contre les projets radios et Podcasts sont assez nombreux au sein de l'EA. A titre d'exemple, sur le site de web radio (et de podcast) offert par Arte Radio (<https://audioblog.arteradio.com/>) il est possible d'écouter les travaux déposés par les lycées agricoles de Pamiers, Auch, Montmorot, Rethel, Rivesaltes, Vers près-le Puy, etc.)

De nombreuses initiatives existent au niveau local mais ne sont pas toujours suffisamment relayées ni coordonnées au niveau national.

Annexe 1

La place de l'EMI dans les modules des référentiels de formation de l'EA.

Education socioculturelle (ESC)

4ème/3ème

L'EMI est clairement affirmée dans le référentiel de formation. Si l'ESC est plutôt mobilisée sur l'éducation artistique, sa participation active à l'EMI peut trouver plusieurs entrées : les EPI, la semaine thématique (notamment dans la mise en œuvre et la réalisation de projets parmi lesquels la réalisation d'un média scolaire), les parcours éducatifs. L'objectif 2.3 : réaliser la production, la promotion et l'évaluation d'un projet artistique fait implicitement référence à la mobilisation de compétences et d'usage des médias.

CAPA

Objectif 1.2- Agir sur la construction de son identité sociale et culturelle. Cet objectif mobilise l'ESC. Durant une première période, l'enseignant aide à repérer les éléments exogènes qui façonnent l'identité culturelle et sociale des apprenants et plus particulièrement ce qui peut

déterminer leurs pratiques culturelles voire leurs modes de pensées. Un deuxième temps est consacré à l'élaboration de produits de communication qui permettent, dans une démarche collective, l'expression d'une pensée personnelle.

Objectif 1.2.1 Découvrir l'influence de l'environnement social et culturel sur les individus. Les médias de masse : comment se construit ce que je sais du monde ?

Objectif 1.2.3 Témoigner de pratiques culturelles dans des productions collectives à partager. Réalisation d'un produit de communication pour le groupe classe. (Portfolio numérique, blog...)

Seconde Pro (2022)

Le module EG3 aborde le fait médiatique en conduisant les apprenants à se questionner sur leurs pratiques d'une part, à concevoir, réaliser et donc contribuer à la production de contenus médiatiques d'autre part. Dans le module EG4, la médiatisation du projet citoyen est une application concrète des éléments analysés en EG3. Les représentations médiatiques des filières professionnelles font également l'objet d'analyse et de débat.

Extrait du document d'accompagnement : « On favorise une pensée critique qui s'appuie sur les usages des apprenants, à la fois récepteurs (consommateurs de flux informationnels) mais aussi contributeurs (producteurs de contenus). On s'intéresse particulièrement au lien entre information et communication en confrontant les différentes pratiques d'accès à l'information. Les approches sont concrètes, étayées, débattues collectivement et participent à la construction d'une pensée réflexive où chacun prend conscience de son propre rapport aux médias, à travers ses propres usages. Cela dans un va-et-vient permanent entre les pratiques individuelles et l'analyse collective.

Les pédagogies actives citées plus haut se traduisent concrètement par la production collective et la diffusion de contenus. La médiatisation du projet citoyen du module EG 4 est un exercice d'application concret qui doit être intégré dans la progression du module EG3 et présenté dès le début d'année au groupe classe.

On utilise avec discernement les outils numériques et de communication, les réseaux sociaux, pour exercer sa créativité et sa capacité d'innovation, son engagement citoyen ».

Bac Pro rénové (2023)

L'élève mobilise ses compétences développées à la suite de la seconde pro pour médiatiser son projet artistique dans une démarche de communication qui l'engage de manière personnelle et intime et participe de la construction de son identité dans son rapport aux autres et au monde. Extrait du document d'accompagnement du MG3 : « La mobilisation du champ médiatique doit conduire à la production de contenus diffusables par les apprenants sous les formes les plus diverses et permettant de questionner d'une part les pratiques numériques de chacun (en lien avec l'approche du MG2 développée par les DOC-TIM), et, d'autre part, le choix du média retenu au regard du public visé par les apprenants : Capsules vidéo, sonores, Webradio, podcast, story, photomontage, blog, clip, réseaux sociaux... »

Bac STAV

L'objectif 2 « S'exprimer, s'informer, se cultiver pour exercer pleinement sa citoyenneté » du Module C5 est très majoritairement consacré à l'EMI. « Il vise, en favorisant l'expression et le débat, en mobilisant des ressources artistiques, à mieux appréhender sa relation à

l'environnement social et culturel, notamment celle entretenue via les médias numériques, afin de s'en approprier les enjeux citoyens ».

2.1- Appréhender les modalités de construction des identités et des opinions à l'heure du numérique

2.1.1- Interroger ses pratiques culturelles et les usages du numérique

2.1.2- Observer les dynamiques de construction des identités

2.1.3- Analyser les mécanismes d'élaboration des opinions individuelles et collectives

2.2- Acquérir une culture de l'information, des médias et de l'image

2.2.1- Mettre en évidence les enjeux démocratiques de l'information médiatisée

2.2.2- Etudier les sources et le traitement de l'information

2.2.3- Examiner la place et le rôle des images dans les médias d'information

2.3- Cerner les interactions entre cultures, arts et sociétés

2.3.1- Repérer le rôle des industries culturelles dans la construction de la culture de masse

2.3.2- Débattre des fonctions de l'art et des artistes dans la société

2.3.3- Approfondir sa connaissance des arts et cultures numériques

2°GT (EATDD)

Le rôle des médias ou bien encore le traitement médiatique d'un thème étudié par l'approche pluridisciplinaire de cet enseignement est régulièrement abordé. Par ailleurs la conduite de l'EATDD en mode projet et l'objectif de valorisation de ce dernier génère des pratiques médiatiques de la part des élèves.

Bac général (AET)

Extrait du référentiel : « Exercer un esprit (jugement) critique : analyser (expliquer), relativiser (décaler et contextualiser son point de vue), débattre, confronter des points de vue, comprendre les enjeux des problématiques étudiées, se questionner et questionner les savoirs (doute initiateur de questionnement et d'exigence), identifier et vérifier la validité des sources utilisées, développer une vision systémique, opérer des changements d'échelles. »

BTSA (avec tronc commun rénové)

Le module M3.3 « Communiquer avec des moyens adaptés » est assuré essentiellement par l'ESC en collaboration avec la documentation. Il s'articule avec le module M 3.1 Répondre à des besoins d'information pour soi et pour un public. Extrait du document d'accompagnement : « On attend de l'étudiant qu'il soit capable de raisonner des choix, d'élaborer des stratégies de communication afin de délivrer des messages adaptés à un public ciblé.

Cela nécessite de mobiliser des savoirs théoriques, des techniques et des outils adaptés aux besoins d'une situation de communication. Toutes les activités qui mettent en œuvre une situation de communication sociale ou professionnelle peuvent constituer un support potentiel à mobiliser ». Ce module met en pratique des pré requis en matière d'usages médiatiques abordés dans l'enseignement secondaire.

Information-documentation

L'information médiatique est traitée par le professeur documentaliste dans le cadre des référentiels des classes de première professionnelle et en classe de BTSA.

Baccalauréat Professionnel Rénové : classe de 1ere Professionnelle (2022/2023)

MG 2.1 Au sein de la notion d'information l'information médiatique (au sens de récit d'actualité) est une information éphémère et d'utilité diffuse. On indique que l'information médiatique est basée sur l'exposé de faits et d'opinions, elle se caractérise par des précisions sur un contexte situé et limité dans le temps (mise à distance critique de l'information, démarche d'évaluation de la qualité des informations).

Les différents genres d'informations sont étudiés lors de l'utilisation des différents systèmes d'information, comme par exemple : Informations médiatiques : les réseaux sociaux numériques, les forums, les blogs ; les médias (historiques, sociaux), etc.

Les professeurs documentalistes aborderont donc tous les genres d'informations parmi lesquels l'information médiatique (provenant des différents médias qu'ils soient traditionnels ou sociaux). L'approche est adossée aux SIC.

Conséquences pour les équipes et points de vigilance : Pour l'élève, maîtriser la notion d'information et particulièrement son identification est une des premières étapes pour apprendre à évaluer la qualité de l'information, qu'elle soit médiatique, scientifique, professionnelle, etc.

C'est sous cet angle et seulement cet angle que l'information médiatique est traitée en information-documentation.

BTSA Rénové

L'enseignement des sciences de l'information et de la communication vise à permettre à l'apprenant d'acquérir une culture informationnelle fondée sur l'acquisition de savoirs spécifiques. Cette culture est nécessaire pour permettre notamment aux apprenants d'analyser l'information et de communiquer dans des situations et des contextes variés tout en augmentant leur niveau de connaissance. Elle leur permet de mener à bien leurs études supérieures éventuelles, leurs vies professionnelle, personnelle et de citoyen.

L'acquisition d'une culture informationnelle mobilise des compétences numériques dont les niveaux de maîtrise sont appréciés au regard du cadre de référence des compétences numériques (CRCN).

Comprendre les enjeux de la notion d'information permet sa mise à distance critique et rend possible une démarche d'évaluation de la qualité des informations utiles dans les domaines : scolaire, personnel et professionnel.

Maîtrise des contextes et circuits de production, d'édition et de diffusion de l'information

La notion de paysage informationnel est traitée au travers de la connaissance des contextes et circuits de production, d'édition et de diffusion de l'information et du document.

Il s'agit ici de mettre en évidence leur rôle dans l'accès aux savoirs et à leur partage qui permet de souligner l'importance du rôle des différents acteurs du paysage informationnel (éditeur, diffuseur, producteur, réalisateur, auteur, récepteur ...).

Analyse de l'information : condensation et indexation, évaluation de la qualité

Il est attendu du technicien supérieur qu'il soit en mesure d'analyser l'information qu'il met en œuvre et qu'il soit capable d'explicitier cette analyse.

L'accent est mis sur deux phases importantes :

- La sélection de l'information effectuée par l'apprenant doit tenir compte à la fois de son support, car le support contraint l'information et du suivi, d'une « traçabilité » de l'information identifiée c'est-à-dire qui l'a émise avec quelle intention et qui la communique. Les apprenants apprennent à sélectionner en repérant les liens entre le support et l'information, ce qui sera mobilisé par d'autres capacités notamment la capacité C3.3.

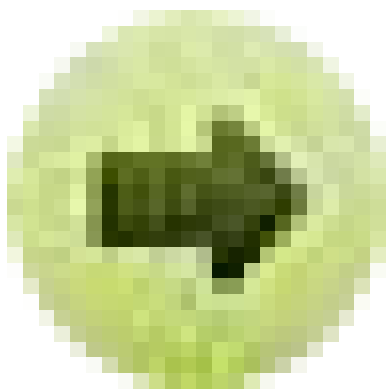
- Afin de sélectionner l'information, l'apprenant doit évaluer la qualité de l'information, étape qui s'opère à partir des connaissances sur l'information et sur le document, en prenant en compte l'identification, la validité et la pertinence de l'information tout en veillant également à la pertinence de son support, le document.

<https://apden.org/Demandons-des-moyens-d-enseignement-pour-l-EMI.html>



Demandons des moyens d'enseignement pour l'EMI !

- Menu central
- Actions
- L'A.P.D.E.N. répond à ...



Date de mise en ligne : mercredi 1er juin 2022

Copyright © APDEN - Tous droits réservés

Des journalistes, des associations de journalistes s'inquiètent, à juste titre, des problèmes engendrés dans nos démocraties par le phénomène de manipulation de l'information, de désinformation. Ils regrettent, dans une tribune rendue publique le 31 mai, le manque d'ambition de l'État pour lutter, à l'école, contre ces phénomènes. Ils déplorent le manque de moyens et demandent qu'un fonds Éducation aux médias et à l'information soit débloqué pour permettre ces apprentissages.

Si l'Association des professeurs documentalistes de l'Éducation nationale partage l'inquiétude de ces professionnels des médias et de ces structures d'intervention dans le cadre scolaire, elle ne partage ni leur diagnostic ni leurs propositions.

Il ne faut sans doute pas réduire le problème du complotisme à la désinformation, à l'outillage méthodique devant l'information diffusée sur les réseaux sociaux et dans les médias. Ainsi la lutte contre la désinformation est permise par des connaissances diverses, solides, par une éducation civique, politique, réduite actuellement à une portion congrue dans les programmes, mais également par des approches philosophiques, sociologiques et économiques insuffisantes à l'École. Aujourd'hui dépendantes de la bonne volonté de certains enseignants, des séances pédagogiques fréquentes autour de l'actualité pourraient demain répondre aux besoins d'une culture générale des enfants et adolescents, au développement de leur esprit critique au quotidien.

Il est aisé de reprocher aux plateformes numériques de conforter une situation néfaste, contre des médias en lesquels il faudrait avoir une totale confiance. C'est oublier tout ce que permettent par ailleurs les réseaux sociaux, en matière d'échanges, d'expressions, avec des zones d'ombre, oui, mais aussi quantité de partages positifs. Maîtriser cet environnement médiatique vaste, en tant qu'individu, en tant que citoyen, nécessite des moyens pédagogiques pour lesquelles l'Association des professeurs documentalistes de l'Éducation nationale se bat depuis des décennies, avec des échos rares. Nous représentons des enseignants certifiés, spécialistes dans les Sciences de l'information et de la communication. Dans tous les collèges et lycées, 11 000 professeurs documentalistes ont pour mission l'enseignement de la culture de l'information et des médias. Mais, faute d'heures auprès des élèves, faute aussi de personnels, de temps de concertation et de travail en équipe, cet enseignement ne peut pas être correctement dispensé. Alors que ces phénomènes complexes supposent des apprentissages réguliers, progressifs, en matière de recherche d'information, de consultation de sources, de production et de publication, de maîtrise du droit et de l'économie de l'information, ces apprentissages sont actuellement impossibles à une échelle nationale.

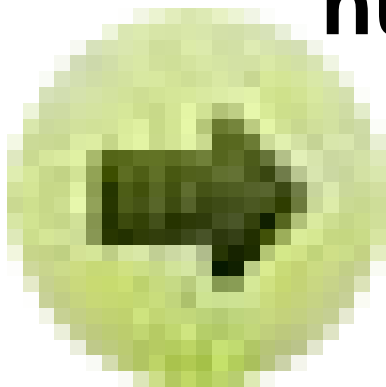
Des enseignants, dont les professeurs documentalistes, font intervenir des journalistes et associations de journalistes, comme ils font intervenir des auteurs, des élus, des artistes, des professionnels. C'est un choix pédagogique qui doit être maintenu par des budgets d'établissement. Mais la réussite de l'Éducation aux médias et à l'information, dont nous partageons le caractère essentiel avec ces professionnels des médias, est avant tout le fruit d'une meilleure ambition pour que les enseignants puissent, à différents niveaux, porter ces apprentissages.

C'est en ce sens que nous demandons, sans discontinuer, un travail de fond sur les compétences et les connaissances à enseigner ainsi que des heures fléchées pour la Culture de l'information et des médias au collège et au lycée, dont l'acquisition, par tous les élèves, doit être garantie par les professeurs documentalistes en tant qu'enseignants et maîtres d'œuvre, dans le cadre d'un parcours de formation construit en concertation et évalué. En toute logique, nous demandons aussi un nombre suffisant de ces enseignants dans les établissements, à hauteur d'un professeur documentaliste certifié par établissement et un poste supplémentaire par tranche de 400 élèves. Sans cette ambition le pays ne sera pas à même, encore, de répondre aux enjeux liés à l'évolution des médias, de l'information, de la communication.

<http://www.apden.org/L-EMI-contribution-aux-travaux-de-la-Commission-Les-Lumieres-a-l-ere-numerique.html>



L'EMI : contribution aux travaux de la Commission « Les Lumières à l'ère numérique »



- Menu central
- Actions
- L'A.P.D.E.N. répond à ...
-

Date de mise en ligne : lundi 7 février 2022

Copyright © APDEN - Tous droits réservés

L'Éducation aux Médias et à l'Information : contribution de l'A.P.D.E.N. aux travaux du Comité d'évaluation et de contrôle de l'Assemblée nationale sur la formation à la citoyenneté et à ceux de la Commission « Les Lumières à l'ère numérique ». Décembre 2021

[Lire l'article en anglais / Read it in English](#)

1. Éléments de réflexion

« Plus encore que l'enseignement moral et civique, l'éducation aux médias et à l'information est le parent pauvre des enseignements qui structurent le parcours citoyen de l'élève [...] cette matière est peu enseignée, ce qui est paradoxal à une époque où elle devient de plus en plus importante en raison de l'usage croissant qu'ont les jeunes des médias » (La formation à la citoyenneté. Rapport de la Cour des comptes, octobre 2021, p. 84). L'A.P.D.E.N. ne peut que souscrire à ce constat et rappeler le caractère très hétérogène de l'EMI, tant au niveau des contenus abordés que des modalités de mise en oeuvre avec de fortes disparités entre les établissements selon la priorité accordée, ou non à cette thématique au niveau du pilotage de l'établissement, mais aussi au sein d'un même établissement, selon que les élèves auront pu croiser ou non, dans leur parcours scolaire, des enseignants sensibilisés aux enjeux de l'EMI.

Malgré l'introduction de compétences qui s'y rattachent dans la plupart des programmes, des repères de mise en oeuvre pour les cycles 2 et 3, un « programme » dédié au cycle 4, des chapitres au sein du programme Sciences Numériques et Technologie (SNT) en 2nde, l'EMI subit le sort de toutes les « éducation à », souvent repoussées à la périphérie des enseignements disciplinaires. La complexification de l'écosystème informationnel et médiatique, son évolution constante, le caractère très sensible de certains sujets, constituent un terrain d'enseignement très instable et peu sécurisant sur lequel ne s'engagent que très peu d'enseignants, une situation qu'un dispositif de formation, aussi performant soit-il, ne pourra totalement corriger, les actions de formation continue dans le domaine de l'EMI rassemblant le plus souvent des collègues déjà convaincus et investis. Il nous semble par ailleurs important d'accepter l'idée que certaines compétences, particulièrement pointues, relèvent d'une approche de spécialistes en sciences de l'information et de la communication (SIC).

Nous pouvons néanmoins raisonnablement penser que la construction d'un parcours EMI peut s'appuyer, dans chaque établissement, sur une équipe de quelques enseignants issus de différentes disciplines dont, bien sûr, le professeur documentaliste, le seul à détenir un CAPES spécialisé en Sciences de l'Information et de la Communication et à être missionné très explicitement sur le champ de l'EMI, en tant qu'« enseignant et maître d'oeuvre de l'acquisition par tous les élèves d'une culture de l'information et des médias » (circulaire de mission du 28 mars 2017), expertise que vient de lui reconnaître la Cour des comptes qui recommande de « s'appuyer davantage sur le professeur documentaliste, seul enseignant qui a reçu une formation initiale spécialisée » (op. cit. p. 85). Selon leur circulaire, les professeurs documentalistes doivent former tous les élèves à l'information documentation, domaine qui participe largement de l'EMI, qui l'inspire dans les enjeux et les contenus. C'est notamment cette mission que les professeurs documentalistes n'ont bien souvent pas les moyens d'assurer.

En l'absence d'un programme dédié (celui du cycle 4 de 2015 se limitant à un référentiel de 27 compétences), la profession s'est très fortement investie dans l'identification des connaissances et compétences liées au champ de l'EMI et dans leur didactisation avec le souci de couvrir les différentes cultures concernées : culture informationnelle, culture médiatique, culture technique et numérique en lien avec les enjeux sociétaux et éthiques qui s'y rattachent. L'A.P.D.E.N. joue un rôle moteur dans ce processus depuis de nombreuses années et travaille actuellement à la mise à jour d'un [curriculum en information-documentation](#) du cycle 2 au cycle terminal, publié initialement en 2014,

qui définit, pour chaque cycle et chaque niveau, des objectifs de formation et les notions qui y sont associées selon 4 champs :

1. Environnements informationnels et numériques
2. Processus d'information et de documentation
3. Recul critique sur les médias, les TIC et l'information
4. Responsabilité légale et éthique relative à l'information

Ce curriculum est complété par le projet collaboratif [Wikinotions Info-doc](#) qui associe acteurs de terrain et chercheurs dans la définition des notions essentielles et la mutualisation de pistes pédagogiques en lien avec ces notions.

Par ailleurs, une simple recherche des fiches indexées « EMI » sur la plate-forme de recensement des pratiques pédagogiques du MEN, Edubases, montre la très forte représentation des professeurs documentalistes dans la production de ces ressources mais aussi leur capacité à concevoir et conduire des séquences en interdisciplinarité qui privilégient le plus souvent une pédagogie active inscrite dans une dynamique de projet. Il nous semble néanmoins important de souligner que ces modalités d'enseignement, qui visent l'acquisition de connaissances par la pratique des élèves, demandent des moyens en conséquence, heures dédiées dans les emplois du temps des élèves mais aussi temps de concertation entre membres de l'équipe pédagogique, des temps qui ne sont plus que rarement dégagés sur les dotations horaires globales (DGH).

Dans ce contexte, les professeurs documentalistes ne peuvent plus continuer à subir, sur le terrain, l'obligation d'une négociation permanente auprès de leurs collègues des autres disciplines mais aussi du chef d'établissement pour « placer » des séquences pédagogiques, sachant aussi que les collaborations acquises une année peuvent être remises en question l'année suivante à la faveur des changements de direction ou des rotations des équipes pédagogiques. Les premiers à pâtir de cette situation sont bien sûr les élèves mais aussi toute une profession qui attend depuis de nombreuses années la juste reconnaissance de son investissement.

Enfin, si la profession est peu ou prou parvenue à pallier l'absence de programmes et à identifier les contenus d'enseignement relevant du champ de l'EMI, l'absence d'un cadre horaire fléché dans les emplois du temps des élèves constitue un problème majeur. Le recul, voire la disparition des horaires dédiés aux dispositifs interdisciplinaires, en particulier au lycée, est venue compliquer la situation. Les professeurs documentalistes effectuent aujourd'hui moins d'heures d'enseignement qu'il y a cinq ans, notamment en lycée, ce qui va contre toute logique. Un cadre horaire dédié contribuera fortement à pérenniser et généraliser l'EMI pour une formation équitable et systématique de tous les élèves, quelles que soient les difficultés que pourront encore rencontrer les établissements dans la construction des parcours éducatifs. Le parcours citoyen, dont relève l'EMI et qui en est l'un des deux piliers comme le relève la Cour des comptes, ne pourra d'ailleurs que s'en trouver renforcé et consolidé.

Les sept propositions ci-après sont le fruit de plus de 30 années de travail, de réflexion, d'expérience, pour trouver les moyens de cet enseignement.

2. Propositions :

1. Créer un curriculum des compétences et connaissances en éducation aux médias et à l'information de l'école au lycée.
2. Définir sur chaque niveau, au collège et au lycée, des modules horaires EMI dans les emplois du temps des

classes pour une moyenne hebdomadaire a minima de 0,5 heure confiés à des équipes interdisciplinaires incluant le professeur documentaliste. En classe de seconde, ce module pourrait s'inscrire dans le cadre de l'enseignement SNT dont il conviendrait de ré-affirmer de toute urgence le caractère transversal et l'ambition initiale d'un enseignement de « culture générale » pour tous les élèves. Sur les autres niveaux, au collège et au lycée, la ré-introduction de dispositifs interdisciplinaires dans les emplois du temps nous semble tout aussi importante.

3. Garantir, dans le temps de service des professeurs documentalistes, un cadre horaire consacré à l'enseignement, entre 1/4 et 1/3 du temps de service, afin d'éviter que le cadre horaire élève, proposé ci-dessus, ne soit utilisé pour « boucler » les services des collègues d'autres disciplines, phénomène déjà connu pour l'EMC et qui, s'il était reproduit pour l'EMI, pourrait évincer les professeurs documentalistes de cet enseignement (voir rapport de la Cour des comptes). Rectifier, en conséquence, dans la circulaire de missions des professeurs documentalistes de 2017, les formulations ambiguës qui octroient à leur mission enseignante un caractère facultatif, la met en tension avec l'ouverture du CDI et soumet sa réalisation à l'arbitrage du chef d'établissement.

4. Faire appliquer sans ambiguïté le décompte des heures d'enseignement prévu dans la circulaire de missions de 2017 et le décret sur les Obligations Réglementaires de Service de 2014, pour toutes les heures d'enseignement effectuées par les professeurs documentalistes, seuls ou en co-intervention, dont les heures d'EMI.

5. Augmenter le nombre de postes au CAPES avec un nombre de postes par établissement tenant compte du nombre d'élèves avec un minimum d'un poste par établissement.

6. Créer une agrégation afin d'accorder aux professeurs documentalistes les mêmes possibilités d'avancée de carrière et permettre la création d'un corps d'inspection spécifique.

7. Affecter dans les CDI des personnels de catégorie B pour des missions de gestion et d'accueil afin de mettre fin à la tension qui existe actuellement entre la mission d'accueil et la mission d'enseignement.

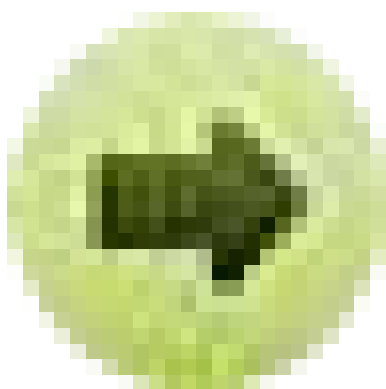
<https://apden.org/Vademecum-EMI-Lettre-ouverte-au-Ministre-Jean-Michel-Blanquer.html>



Vademecum EMI : Lettre ouverte au Ministre Jean-Michel Blanquer

- Menu central
- Actions
- L'A.P.D.E.N. interpelle l'institution
-

Date de mise en ligne : mercredi 2 février 2022



Copyright © APDEN - Tous droits réservés

Monsieur le Ministre,

Les efforts déployés par notre association ces derniers mois, en particulier au sein du groupe de travail pour l'éducation aux médias et à l'information (EMI) piloté par le CLEMI auquel vous nous avez fait l'honneur de nous convier, auront permis de confirmer la place centrale des professeurs documentalistes dans la mise en oeuvre de cet enseignement. **Ces efforts n'auront en revanche pas réussi à vous convaincre, Monsieur le Ministre, de la nécessité d'accorder à l'éducation aux médias et à l'information un cadre clair et précis de mise en oeuvre tel qu'en bénéficient tous les enseignements fondamentaux**, cadre à même de former tous les élèves de la Nation, sur la base d'un socle de connaissances et de compétences clairement identifiées et évaluées, inscrit explicitement dans le parcours scolaire des élèves avec un horaire dédié.

Si le vademecum EMI qui vient d'être publié par vos services souligne la nécessité de construire « un enseignement progressif et structuré », inscrit « au coeur du projet pédagogique et des enseignements », **on cherche en vain, dans la circulaire [1]** qui l'accompagne, les dispositions qui permettront à cet ambitieux et non moins indispensable projet de prendre corps. En vain, puisque l'essentiel de ce document n'est qu'un rappel de l'existant, à l'exception de la disposition relative au renforcement du pilotage académique auquel les recteurs devront désormais consacrer un voire deux équivalents temps plein. Fussent-ils multipliés par dix, ces moyens ne permettront aucunement de surmonter les obstacles majeurs que constituent les conditions d'exercice des professeurs documentalistes ainsi que la dilution complète de l'EMI dans les disciplines qui, loin, très loin de la placer « au coeur des enseignements », la condamne à graviter encore pour longtemps à leur périphérie, au point d'être bien souvent perdue de vue, comme en témoignent les piètres résultats des élèves français à l'enquête PISA 2018 [2] et ainsi que l'a identifié récemment le rapport de la Cour des Comptes sur la formation à la citoyenneté [3].

Le vademecum [4] renvoie à la seule responsabilité des équipes de direction des collèges et lycées la « création des conditions favorables à la mise en oeuvre concrète des actions par les acteurs centraux de l'EMI que sont les professeurs documentalistes dans le second degré », grâce, notamment, aux outils que sont le projet d'établissement et la politique documentaire. Les difficultés de mise en oeuvre de l'EMI ne seraient donc que la conséquence d'erreurs locales de pilotage, de mauvaise utilisation des moyens octroyés, d'incompréhension des enjeux que recouvre cette éducation, obstacles qu'un pilotage académique parviendrait à lever très rapidement. Permettez-nous d'en douter, Monsieur le Ministre, au regard des efforts déployés par notre profession pour une meilleure prise en compte de ces problématiques à l'échelle de l'établissement et du faible retour sur investissement, à de rares exceptions près.

La pluridisciplinarité, affirmée dans le vademecum comme un cadre pédagogique essentiel pour l'EMI, ne s'oppose pas à un fléchage de moyens horaires qui serait à même de stimuler et garantir la mise en oeuvre de cet enseignement sur l'ensemble du territoire, pour tous les élèves. De même, l'identification d'un enseignement EMI autonome, à l'instar des enseignements transversaux que sont au lycée l'EMC et les SNT, n'est en rien incompatible avec une approche pluridisciplinaire de cet enseignement dans lequel les professeurs documentalistes pourraient prendre toute leur part : ils sont titulaires d'un CAPES spécialisé en Sciences de l'information et de la communication et ont pour mission de former tous les élèves à l'information documentation [5]. A l'extrême opposé de cette conception et de l'idée inscrite dans le vademecum lui-même d'un « enseignement structuré et progressif » qui doit bénéficier d'une « approche spiralaire des apprentissages, appuyée sur un travail sur des savoirs, compétences et connaissances précisément identifiés à chaque étape », nous avons la déconvenue de trouver dans ce même document, la réduction de l'EMI à une simple « approche », voire à un simple « outillage » au service des problématiques disciplinaires : « L'EMI n'est ni une discipline ni une éducation autonome, c'est une approche contextuelle destinée à éclairer, sous un angle particulier, des problématiques diverses rencontrées, par ailleurs, par les disciplines enseignées à l'école, au collège et au lycée ». Les connaissances et compétences de l'EMI sont tout autant à même d'éclairer les problématiques disciplinaires, si tant est que l'Ecole les accepte un jour à parité dans la famille des savoirs fondamentaux. L'occasion est manquée, ici, une fois encore.

Nous ne comprenons pas, par ailleurs, la proposition de généralisation à tous les collèges d'une webradio dans la mesure où celle-ci contredit le vademecum lorsqu'il précise qu' « il n'existe pas un seul projet d'éducation aux médias et à l'information », que celui-ci devra « s'adapter aux besoins et aux moyens de l'école ou de l'établissement » et que les « projets qui ne visent qu'un petit nombre ne sont en général que peu efficaces », ce qui est nécessairement le cas de ce type de projet à très haute technicité. Nous voyons même dans cette proposition un risque important de sur-investissement de moyens humains et financiers sur ce seul dispositif, tant au niveau académique qu'à celui de l'établissement, au détriment d'un travail de fond, moins spectaculaire, mais sans nul doute beaucoup plus efficace et une fois encore plus conforme au besoin d'installer un « enseignement structuré et progressif ». Cette disposition nous semble par conséquent très éloignée de l'ambition initiale fixée par vous-même, Monsieur le Ministre, au groupe de travail EMI, de penser un dispositif à même de doter tous les élèves d'une culture informationnelle, médiatique et numérique commune, garante de l'exercice d'une citoyenneté libre et éclairée. Le contexte de grande fragilisation de notre démocratie, la convergence des rapports sur la nécessité de faire de cette formation, qui touche bien-sûr à celle de l'esprit critique, une cause prioritaire voire nationale, nous laissait espérer un plan d'une tout autre portée.

Enfin, pour notre profession c'est toujours, au-delà de la reconnaissance de notre compétence et de notre engagement, l'attente de mesures concrètes à même de mettre fin aux tensions qui s'exercent entre les différentes missions qui lui sont confiées et qui entravent très fortement l'engagement possible sur la mission enseignante ainsi que l'a parfaitement identifié le rapport récent de la Cour des Comptes. **Rappeler, comme cela est fait dans le vademecum, que les professeurs documentalistes ont un rôle central dans la mise en oeuvre de l'EMI, s'accorde mal avec les coupes drastiques dans le nombre de postes au concours** ainsi qu'avec, à ce jour, l'absence complète d'avancées sur la réduction des inégalités de traitement qui nous sont infligées au sein du corps des certifiés auquel nous appartenons depuis trente-deux ans, inégalités dont nous nous sommes déjà entretenus avec vos services : refus du décompte de nos heures d'enseignement, régime indemnitaire discriminatoire, absence d'agrégation, de corps d'inspection dédié et, plus récemment, exclusion du bénéfice de la prime informatique.

Si rien ne devait être entrepris sur ces derniers points, ce serait encore à la plus grande des précarités de leurs conditions d'exercice que ce plan de renforcement de l'EMI condamnerait les professeurs documentalistes, condamnant par là même cette éducation à ne rester qu'un dispositif très marginal, déployé de façon très inégalitaire sur le territoire et dont la portée resterait très difficilement mesurable. Nous voulons encore croire, Monsieur le Ministre, à la possibilité d'une prise en compte de ces demandes légitimes d'amélioration des conditions de travail des professeurs documentalistes et de respect de leur statut d'enseignants certifiés afin de soutenir leur forte implication dans la formation à la citoyenneté de tous nos élèves.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Ministre, en nos sentiments dévoués et respectueux.

Catherine Novel, présidente de l'A.P.D.E.N.

[1] MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS. "Circulaire « Une nouvelle dynamique pour l'éducation aux médias et à l'information », 27/01/2022. <https://www.education.gouv.fr/bo/22/Hebdo4/MENE2202370C.htm>

[2] SUAREZ-ALVAREZ, J., « Are 15-year-olds prepared to deal with fake news and misinformation ? », PISA in Focus, n° 113, Éditions OCDE, 2021 Paris, <https://doi.org/10.1787/6ad5395e-en>

[3] COUR DES COMPTES. "La formation à la citoyenneté - Communication au comité d'évaluation et de contrôle des politiques publiques de l'Assemblée nationale", 15/10/2021. <https://www.vie-publique.fr/rapport/282438-la-formation-la-citoyennete-rapport-de-la-cour-des-comptes>

Vademecum EMI : Lettre ouverte au Ministre Jean-Michel Blanquer

[4] MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS. "Vademecum pour l'éducation aux médias et à l'information", 01/2022. <https://eduscol.education.fr/document/33370/download?attachment>

[5] MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS. "Les missions des professeurs documentalistes". 28/03/2017. https://www.education.gouv.fr/bo/17/Hebdo13/MENE1708402C.htm?cid_bo=114733

24/11/2022 13h-15h

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon votre organisation ?

L'APEM considère que l'éducation aux médias est un enjeu de société. Elle participe aujourd'hui de la défense des valeurs démocratiques à travers un usage et une compréhension éclairés de la liberté de la presse par tous les citoyens. Savoir s'informer est devenu un atout essentiel dans la société numérique. Créée et protégée par les deux plus gros syndicats de presse écrite, elle représente des entreprises qui emploient 62% des journalistes en France.

Les enfants comme les adultes font face à de nombreux et complexes obstacles dans leur accès à l'information qui compliquent, voire transforment, leur compréhension du monde. Face à la mésinformation et à la désinformation, délibérées ou non, face aussi à la transformation profonde du monde des médias et des pratiques médiatiques depuis une vingtaine d'années, où chacun peut à la fois essayer et recevoir de l'information, l'APEM veut compléter le bénéfice des outils de vérification de l'info disponibles, par une action plus profonde, dans la durée et transversale. Cette démarche s'appuie sur une meilleure connaissance du travail de la presse par le grand public.

Les journalistes n'agissent pas impunément, leur travail est encadré par la loi, par des règles déontologiques et des processus professionnels éprouvés. Pour mieux défendre la liberté d'informer, l'APEM estime qu'il est essentiel d'expliquer au plus grand nombre comment travaillent les journalistes et les entreprises qui les emploient, dans quel but et avec quels bénéfices pour les citoyens.

L'APEM a pour mission de :

- . coordonner et développer les actions d'EMI dans le champ scolaire
- . mettre en place des programmes à destination des adultes
- . accompagner la professionnalisation des actions d'EMI

Pouvez-vous présenter votre structure et son mode de fonctionnement ?

Association loi 1901, l'APEM compte deux organismes professionnels dans son conseil d'administration : l'Alliance de la presse d'information générale (APIG) et le Syndicat des Editeurs de la Presse Magazine (SEPM). Au total, les entreprises de ces syndicats emploient 62% des journalistes professionnels en France.

Ses membres associés sont le CLEMI, la Fondation Varennes et la WAN-IFRA (association mondiale des éditeurs de presse).

Président du conseil d'administration : Pascal Ruffenach, président du directoire de Bayard Presse.

Vice-présidente : Marie-Anne Denis, directrice générale de Milan Presse.

Trésorier : Pierre Mauchamp, directeur de la rédaction de La Voix du Nord

Secrétaire : Julie Joly, directrice générale de l'Obs.

Directeur : Etienne Millien, journaliste.

L'APEM s'appuie sur une commission de journalistes issus de titres de la PQR, PQN et de la presse magazine pour développer ses actions.

Son directeur est le seul salarié à temps plein. L'APEM bénéficie du soutien administratif de l'APIG et du SEPM.

2. Vous appuyez-vous sur des définitions spécifiques pour définir les objectifs poursuivis par vos missions dans le champ de l'EMI ?
Quels sont vos documents de référence ?

En tant qu'héritière des premières organisations d'éducation aux médias, l'APEM s'appuie sur les ouvrages de référence édités sur le sujet (La presse à l'école - PUF...), elle se réfère aux définitions proposées par le CLEMI, mais se contraint à une approche fonctionnelle.

Nous nous inspirons des textes fondateurs du fonctionnement des rédactions (Charte de Munich) et de l'EMI en France (déclaration de Grunwald).

« L'éducation aux médias sera plus efficace si les parents, les maîtres, le personnel des médias et les responsables des décisions reconnaissent qu'ils ont tous un rôle à jouer pour favoriser l'émergence d'une conscience critique plus aiguë des auditeurs, des spectateurs et des lecteurs. Renforcer l'intégration des systèmes d'éducation et de communication constitue sans nul doute une mesure importante pour rendre l'éducation plus efficace. »

Nous considérons que l'éducation aux médias est avant tout une éducation aux contenus d'information et à leurs usages. A ce titre, elle empiète sur la connaissance des outils ; notamment pour appréhender les modes de diffusion ; mais ne couvre pas toute l'éducation à la citoyenneté.

Nous privilégions une approche restrictive, limitée à notre champ d'expertise : la valeur ajoutée de l'information.

Notre initiative de publication d'appel au Président de la République sous forme de tribune le 31 mai dernier soulignait la multiplicité des approches dans l'EMI. Elle ne s'est pas étendue sur l'absence de définition de l'EMI, ni de son champ, qui pourraient être nécessaires.

3. Quelles sont les actions menées par votre organisme ? A quel public s'adressent-elles et par qui sont-elles proposées ? Combien de personnes avez-vous pu toucher ces dernières années lors de vos actions ? Disposez-vous d'éléments statistiques ou de bilans quant aux résultats de celles-ci ?

Rencontre avec des journalistes

Dans les classes ou au sein des rédactions, près d'un millier de rencontres associent journalistes et élèves chaque année. Ce sont des expériences uniques pour découvrir les métiers de l'information, le fonctionnement d'une entreprise de presse, comprendre les règles. Nous. Sommes en train de les standardiser dans le cadre de l'offre Pass Culture.

500 rencontres par an en moyenne (avant Covid)

Europorters

Concours national de reportages pour les primaires, collèges et lycées. Europorters permet de se glisser dans la peau d'un journaliste et de prendre conscience de sa citoyenneté européenne.

Thématique 2022-2023: L'UE, une Union pour quoi faire ?

voir plus

Edition 2022 : 100 productions

Parcours Médias

Parcours Médias s'adresse aux élèves de 3e en stage de découverte en entreprise de presse. Il se structure autour d'une découverte du monde de l'information à travers une série d'activités en ligne et l'échange avec des professionnels pendant le stage.

2022-2023 : premier déploiement Objectif 2023

Ce projet fait l'objet d'un suivi scientifique qui permet d'évaluer la pertinence de l'objet et

SPME

Rendez-vous phare des actions d'EMI dans le monde scolaire, la SPME, organisée par le CLEMI, mobilise chaque année des centaines de titres de presse écrite quotidienne et hebdomadaire.

Les entreprises de presse offrent près d'un million d'exemplaires de journaux et magazines aux classes chaque année.

voir plus

Certification formations

A la demande du CPNEF audiovisuel et du CPNEF presse, l'APEM a participé à la préparation du cahier des charges et à la sélection de lauréats de l'appel à projets de certification de formation des professionnels en EMI. 8 formations ont été retenues.

Incise : France en pointe sur l'EMI

[4. Observez-vous des évolutions particulières dans l'approche par les jeunes des médias et de l'information ces dernières années ? Quels effets a pu avoir le](#)

développement de nouveaux moyens techniques numérique d'information sur le traitement de l'information ? Avec quelles conséquences pour sa réception ?

Approche plus massive et diffuse de l'informatisation. La démocratisation des smartphones, la domination des réseaux sociaux comme porte d'entrée sur les contenus en ligne brouille la compréhension du paysage médiatique. Flux constant et massif.

Course à la rapidité qui peut dénaturer l'importance d'une actualité aux yeux du public.

L'obsession pour la lutte contre les fake-news réduit l'éducation aux médias à une approche blanc/noir contre-productive et renforce la méfiance envers les journalistes. Enlever les yahourts périmés de son frigo ne suffit pas pour savoir se nourrir correctement.

La montée en puissance de médias d'opinions complexifie le paysage médiatique. Pour profiter pleinement de la pluralité dans le débat d'idée, le lecteur/spectateur d'information doit être bien armé intellectuellement pour distinguer les faits du commentaire.

5. Quels sont selon vous les principaux sujets de préoccupation que soulève la prépondérance des réseaux sociaux et plateformes numériques dans l'accès des jeunes à l'information ?

Mélange de types de contenus sur un même plan (divertissement, info, jeux, parodie) : l'actualité est abaissée au même niveau que la promotion ou le divertissement or elle ne répond pas aux mêmes règles, objectifs, fonctions.

Il y a besoin d'aider le jeune public à naviguer de manière autonome.

De la même manière, culpabiliser les jeunes pour leur usage des réseaux sociaux pourrait se révéler contre-productif et va contre le sens de l'Histoire. Là où la presse ne peut exercer librement son travail en Iran, ce sont les réseaux sociaux qui informent le monde sur les manifestations de la population contre la dictature idéologique des Mollahs en permettant la diffusion d'images qu'on ne voyait pas lors des soulèvements précédents.

La baisse d'attention et le risque d'ultra-simplification de la pensée peuvent être compensées par un usage plus étendu des contenus de presse écrite. Ils renforcent le degré de concentration de l'utilisateur, l'habituent à canaliser son attention plus longtemps et l'exposent aux nuances de l'argumentation.

Des valeurs essentielles pour aiguïser l'esprit critique.

6. Comment comprenez-vous la notion « d'apprentissage de la citoyenneté numérique » introduite récemment dans le code de l'Éducation ? Vous y référez-vous pour élaborer vos actions, et de quelle façon ?

Cette notion renvoie à l'exercice de la citoyenneté à l'ère numérique. Elle tente de recouvrir l'exercice des libertés et obligations des citoyens en ligne. L'EMI est concernée par cette notion dans ce qu'elle permet au citoyen d'accéder, choisir et s'appuyer sur une information de qualité qui nourrira son libre arbitre. Du point de vue des créateurs de contenus d'information, l'EMI est un vecteur qui favorise un

usage éclairé de la citoyenneté numérique. Elle pointe les dangers et les risques, informe sur les potentiels négatifs et positifs de l'espace numérique. Nous ne sommes pas des enseignants mais des intermédiaires dans le fonctionnement du débat dans la société.

7. Comment les actions menées pour l'EMI s'articulent-elles avec vos autres domaines de compétence ?

Nécessairement l'EMI concerne la relation avec les lecteurs (comment et de quoi leur parle-t-on ?), la prospective (qui sont les usagers de nos médias, comment s'informent-ils etc ? cf sondages IPSOS, Defacto et Milan sortis en début de semaine), la publicité (distinction info/promo ; quid du native-advertising) et le réactionnel (modes de traitement de l'actu).

8. Avez-vous des liens avec des structures publiques (ministères de l'Éducation, de la Culture ou autre, collectivités territoriales) ? Le cas échéant, pouvez-vous décrire la nature de ces liens ?

- Collaboration, échanges avec le MC
- APEM membre du COP du CLEMI (et réciproquement CLEMI membre associé au CA de l'APEM)
- travail avec le MC et les DRAC pour Pass Culture.
- Majorité du travail à l'échelle locale se fait avec les CD et les CR. (Prix pour la Paix Caen, opérations J1J etc...)...

9. Recevez-vous des financements de la sphère publique, par exemple dans le cadre de partenariats ? Quelle évolution ces financements ont-ils connu le cas échéant ?

Soutien du MC pour le projet parcours Médias et du MAE pour Europorters en 2022.
Demande de soutien au MEJS en 2023.
Soutien croissant.
Appels à projet européens. ! Fond plateformes

10. Quelles améliorations seraient selon vous envisageables pour accroître l'efficacité de l'éducation aux médias et à l'information ? Quels acteurs celles-ci devraient-elles mobiliser prioritairement selon vous ?

Définir précisément son champ.
Renforcer sa place dans l'éducation. Ne doit pas être laissée à l'appréciation d'un enseignant ou chef d'établissement.
Exiger un niveau de compétence reconnu des acteurs.
S'assurer de la place des professionnels dans l'EMI => Pas seulement une question d'enseignement.
Soutenir les médias dans leur démarche pédagogique. Pourquoi faisons-nous de l'EMI aujourd'hui si ce n'est pour soutenir le fonctionnement d'une société démocratique ?

Direction des Publics, du Pluralisme et de la Cohésion sociale

Education aux médias et sensibilisation au droit d'auteur

5 décembre 2022

**Mission flash « Education critique aux médias »
Table-ronde secteur de l'audiovisuel
Mercredi 7 décembre 2022**

Questionnaire indicatif

1. *Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) ?*
2. *Comment ces objectifs doivent-ils selon vous être intégrés dans les missions de l'audiovisuel public ? Quelle peut en être l'approche pour les acteurs privés du secteur ?*
3. *Quels sont vos liens avec les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture pour l'accomplissement de ces objectifs ? Avec le CLEMI ? Ces liens sont-ils nationaux/locaux ? Peuvent-ils être améliorés pour accroître la portée de vos actions ?*
4. *Pouvez-vous présenter les différents programmes et dispositifs mis en œuvre par votre organisation et visant à contribuer à l'EMI ? Quels moyens humains et budgétaires consacrez-vous à ces actions ?*
5. *De quelle façon les outils numériques sont-ils mobilisés dans les programmes d'EMI mis en œuvre ?*

La multiplication des sources disponibles, la participation des individus - non journalistes - à l'élaboration des contenus informatifs et la modification de la temporalité de production de l'information, ont conduit les médias audiovisuels, les plateformes en ligne et l'Arcom à prendre conscience de la nécessité de donner des clés de compréhension des logiques informationnelles aux publics.

En matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique, l'action de l'Arcom comporte **deux dimensions** :

- ❖ Première dimension : elle vérifie que **les chaînes du service public (France Télévisions, Radio France et France Médias Monde) qui disposent d'obligations en matière d'EMI les respectent** (cf. article 43-11 de la loi du 30 septembre 1986).

Concernant les chaînes du secteur privé, l'Arcom veille depuis 2020 à ajouter une stipulation en la matière dans les conventions qu'elle signe avec ces dernières. Ainsi, un éditeur doit : « [...] [transmettre] chaque année à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique des éléments d'information relatifs à son action, ou celle du groupe auquel il appartient, en vue de contribuer à l'éducation aux médias et à

l'information. ». Il convient de préciser que sur la base du volontariat, ces acteurs s'impliquent fortement en EMI.

Concernant les plateformes en ligne, depuis la loi du 22 décembre 2018 sur la lutte contre la manipulation de l'information, elles ont l'obligation de mettre en œuvre des mesures en matière d'éducation aux médias et à l'information. Pour rappel, cette loi prévoit que l'Arcom veille à ce que les plateformes en ligne mettent en œuvre les moyens de lutter contre les fausses informations ; elle pose ainsi le cadre d'une régulation systémique et non des contenus, ce qui diffère du travail de régulation mené par l'Autorité auprès des chaînes de télévision et de radio.

L'Arcom rend compte des actions menées par ces acteurs (ex : publication de ressources pédagogiques, interventions dans les classes, etc.) dans le cadre de son rapport annuel consacré à l'éducation aux médias et à l'information ; son dernier rapport a été publié le 24 novembre dernier.

❖ Deuxième dimension : elle participe à la formation des enseignants, co-construit et met à disposition sur son site internet, différents types de ressources :

- **Poursuite et renforcement de la contribution de l'Arcom à la formation des enseignants** : depuis septembre 2021, 6 sessions de formation ont été assurées par l'Arcom dans les académies de Créteil et Versailles : 1 concernant l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias, 1 portant sur la liberté d'expression et ses limites, 1 consacrée au rôle de régulateur de l'Arcom et à ses actions en matière d'éducation aux médias et à l'information, 1 portant sur la représentation de la société française et la lutte contre les discriminations dans les médias audiovisuels et enfin 2 relatives au respect du droit d'auteur dans le cadre scolaire. À ce jour, l'Arcom a contribué à la formation de plus de 600 professeurs dans les académies de Créteil, Versailles et Tours. En région, à l'occasion de journées de formation organisées par le Réseau Canopé, des professeurs documentalistes ont pu bénéficier d'interventions des délégués territoriaux de Lille et de Toulouse ;
- **Un kit pédagogique qui traite des enjeux de représentations médiatiques** : élaboré en partenariat avec le CLEMI de l'académie de Créteil et l'INA, ce kit pédagogique publié en octobre 2020, permet aux professeurs du premier et du second degrés de disposer d'outils concrets pour aborder les questions d'égalité, de représentation et de citoyenneté dans les médias audiovisuels. Il se compose de fiches ressources, de scénarios pédagogiques développés en partenariat avec les professeurs de l'académie de Créteil et aisément mobilisables en classe et de ressources vidéos issues des archives de l'INA.

A ce jour, il compte trois thématiques : la liberté d'expression et ses limites dans les médias audiovisuels ; l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias audiovisuels ; la représentation de la société française et la lutte contre les discriminations¹.

¹ Lien pour accéder au kit pédagogique : <https://www.arcom.fr/nos-ressources/education-et-citoyennete-numerique>.

➤ **Des ressources qui abordent les enjeux de respect du droit d’auteur et de la promotion de l’offre légale :**

- Des fiches mémos pour comprendre le droit d’auteur² réalisées en collaboration avec le ministère de l’Education nationale et de la Jeunesse, à destination des enseignants ;
- Des modules pédagogiques dématérialisés : destinés à la communauté éducative (primaire, collège et lycée), ils visent à donner aux élèves les clés pour des usages culturels responsables sur Internet : les sensibiliser à la protection de la création, notamment en plaçant en situation de créateurs, les informer sur les risques d’une consommation illicite et de ses impacts sur l’ensemble de la création culturelle, leur apprendre à distinguer les offres légales des offres illicites et comprendre le fonctionnement des plateformes et la rémunération des auteurs en ligne ;
- Une FAQ sur le droit d’auteur pour les enseignants³ : un projet porté par l’EUIPO (l’Office de l’Union européenne pour la propriété intellectuelle) et plus particulièrement par le réseau « Propriété intellectuelle dans l’enseignement », ce document présente les principales questions que les enseignants peuvent se poser dans le cadre de leurs fonctions, en matière de droit d’auteur ;
- « Documentaire de poche », est un projet pédagogique et artistique en partenariat avec la Scam (société civile des auteurs multimédia) et le Forum des images, autour du documentaire pour les classes de lycée. Ce dispositif, mis en œuvre par les enseignants, permet de sensibiliser les élèves à des usages culturels responsables d’Internet via la réalisation de courts films documentaires. Pour cette huitième édition, six lycées ont été retenus pour participer au projet : quatre lycées parisiens et proche banlieue, un lycée de Lille et un lycée à Verdun. La thématique : « Filmer la création ».

➤ **Le kit pédagogique du citoyen numérique à destination des formateurs et des parents :** l’Arcom, la CNIL et le Défenseur des droits se sont associés pour créer un kit pédagogique regroupant l’ensemble de leurs ressources conçues pour l’éducation du citoyen numérique. Cette initiative conjointe a trouvé notamment une traduction concrète lors du dernier salon « Educatech expo » (du 30 novembre au 2 décembre), au travers d’un stand commun et de l’animation d’ateliers. A cette occasion, une étude réalisée par l’institut « Opinion Way » pour le compte de l’Arcom a été présentée. Elle visait notamment à identifier les besoins des professeurs interrogés (784 au total) autour de la citoyenneté numérique et de son enseignement⁴.

❖ **Concernant les liens, nationaux et locaux, de l’Arcom avec le ministère de l’Education nationale et de la Jeunesse :** dans la continuité des conventions conclues par l’Hadopi et le CSA avec le ministère de l’Education nationale et de la Jeunesse, respectivement en 2019 et 2020, l’Arcom a souhaité renouveler et

² Lien pour accéder aux fiches mémos : [Comprendre les droits d’auteur avec les fiches de l’Hadopi | éducol | Ministère de l’Éducation nationale et de la Jeunesse - Direction générale de l’enseignement scolaire \(education.fr\)](https://www.education.fr/education/fr/le-droit-d-auteur-avec-les-fiches-de-l-hadopi).

³ Lien pour accéder à la FAQ : https://euipo.europa.eu/ohimportal/fr/web/observatory/faq-teachers-fr#faqanchor_FR.

⁴ Lien pour accéder à l’étude : <https://www.arcom.fr/sites/default/files/2022-11/Etude%20OpinionWay%20-%20Les%20enseignants%20et%20la%20citoyennet%C3%A9%20num%C3%A9rique.pdf>.

renforcer ses engagements en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique auprès de ces acteurs incontournables que sont le ministère et ses opérateurs, le Réseau Canopé et le CLEMI. Ainsi, une nouvelle convention sera signée dans le courant du mois de janvier 2023. Cette dernière définira de manière globale les axes de coopération à venir entre les institutions : développer et organiser des actions éducatives communes, mobiliser les réseaux de chaque institution (le réseau des coordinateurs pour le CLEMI et le réseau des Arcom locales pour l'Arcom) afin de faire connaître et accroître l'impact des actions menées.

- ❖ **Concernant les moyens humains et budgétaires consacrés à ces actions**, l'Arcom a récemment créé un département « Education aux médias et sensibilisation au droit d'auteur ». Ce dernier, composé d'une cheffe de département et de trois chargés de mission, est chargé de la conception de ressources, de l'initiation de partenariats et d'actions afin de contribuer à l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique. Par ailleurs, le secrétariat général aux territoires a également été renforcé avec la création d'un poste d'adjoint qui a pour mission de coordonner et d'animer l'action des délégations territoriales en matière d'éducation aux médias et à l'information.

6. Soutenez-vous les initiatives portées par les associations d'EMI telles que « Entre les lignes », « La Chance », « Lumières sur l'info » etc. ? De quelle façon pourriez-vous envisager de soutenir leur action ou de renforcer ce soutien ?

Dans le cadre de son rapport annuel consacré à l'éducation aux médias et à l'information, l'Arcom veille à valoriser les actions menées par les médias audiovisuels et numériques et certains d'entre eux collaborent avec les associations précitées (ex : le groupe TF1 avec « La Chance »).

Par ailleurs, depuis janvier 2022, l'Arcom a recours à un partenaire externe, l'association « Génération numérique », pour intervenir dans les établissements scolaires. Si son périmètre d'intervention portait jusqu'alors essentiellement sur les enjeux liés au droit d'auteur⁵, il est envisagé qu'elle porte dès janvier 2023 sur de nouvelles thématiques (ex : les enjeux de représentation, d'égalité et de citoyenneté dans les médias audiovisuels et numériques). Ainsi, entre les mois de janvier et juin, l'association a réalisé 302 séances réparties sur 105 journées : 51 journées en collège, 49 en école primaire et 5 journées en lycée, soit 8 050 élèves sensibilisés.

7. Faut-il concentrer l'EMI sur le public jeune, ou y a-t-il un enjeu à l'élargissement à tous les publics ? Faut-il mener des actions ciblées sur des publics plus spécifiques (notamment les seniors), et comment ?

8. De quelle façon l'EMI peut-elle selon vous éviter l'écueil d'apparaître aux jeunes comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel ?

Dans le cadre de ses derniers rapports relatifs à l'éducation aux médias et à l'information ou à la lutte contre les fausses informations, **l'Arcom a souligné l'importance pour les médias audiovisuels et les plateformes en ligne de s'adresser à tous les types de publics et pas seulement au public jeune**. Un constat qui s'appuyait

⁵ L'association « Génération numérique » travaillait depuis 2018 avec l'Hadopi et menait des actions de sensibilisation portant sur les missions qui lui étaient alors dévolues. Ce partenariat renouvelé avant la fusion avec le CSA a ainsi été repris par l'Arcom.

notamment sur une étude publiée le 9 janvier 2019 sur « Science Advances »⁶, qui précisait que les utilisateurs âgés de 65 ans et plus partageaient deux fois plus d'articles faux sur les plateformes que les 45-65 ans et même sept fois plus que les personnes âgées de 18 à 29 ans.

La présence de l'Autorité au salon « Educatech expo » a renforcé cette conviction puisque l'ensemble des acteurs du milieu éducatif ont insisté sur la nécessité de sensibiliser les adultes, et notamment les parents, aux enjeux de l'EMI. Toutefois, si le besoin est clairement identifié, les actions à mettre en place pour parvenir à toucher cette cible sont plus difficiles à déterminer. Soucieuse de répondre à ces attentes, l'Arcom souhaite produire des ressources à destination de ces publics adultes.

L'éveil à l'esprit critique est la clef pour donner à chacun les moyens de déceler la fiabilité des sources qu'il consulte en évitant l'écueil d'imposer un discours normatif. La mise en situation des élèves est souvent une solution pour cela, comme le fait l'Arcom dans le cadre de l'opération « Documentaire de poche » au cours de laquelle les lycéens sont amenés à concevoir un web documentaire et à appréhender les enjeux de droits d'auteur comme créateurs, face aux risques d'usages illicites.

9. Comment renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus destinés à l'EMI de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi ? N'existe-t-il pas un risque d'éparpillement des initiatives ? Cette pluralité constitue-t-elle au contraire une force ?
10. Quel bilan faites-vous de la plateforme Lumni à cet égard ?
11. Que pensez-vous de l'idée d'un « pass EMI » dont le fonctionnement serait comparable à celui du pass Culture pour sa partie « référencement » des offres proposées, et qui donnerait accès à des moments éducatifs/rencontres médias etc. ?

Au regard de la pluralité des acteurs et des ressources en EMI, **il est en effet essentiel de renforcer la structuration de ces offres**. A son échelle et à travers ses rapports, l'Arcom souhaite justement proposer un outil au service des institutions, des associations et des acteurs des médias et du numérique, permettant de rassembler dans un seul document une diversité d'actions et ainsi rendre possible une appréhension plus large de cet écosystème.

La création de la plateforme « Lumni » en 2019 est à cet égard intéressante puisque son objectif était de rassembler l'ensemble de l'offre des acteurs de l'audiovisuel public (France Télévisions, l'INA, Radio France, France Médias Monde, TV5 Monde et Arte). Il pourrait être envisagé que cette plateforme accueille également les ressources produites par d'autres acteurs du secteur public en matière d'éducation aux médias et à l'information (ex : celles de l'Arcom, de la CNIL, du Défenseur des droits). A noter toutefois que dans le cadre de son avis sur l'exécution des contrats d'objectifs et de moyens sur l'exercice 2021, en date du 7 octobre 2022, l'Arcom a relevé que certains des projets communs des acteurs de l'audiovisuel public, dont « Lumni », souffrait d'une absence de projet éditorial partagé : *« les projets communs dans le domaine du numérique se sont traduits principalement par la juxtaposition des contenus produits par les trois sociétés publiques. »*

⁶ « Less than you think : Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook », Andrew Guess, Jonathan Nagler, Joshua Tucker, *Science Advances*, le 9 janvier 2019 : <https://advances.sciencemag.org/content/5/1/eaau4586>

Enfin, la plateforme « Eduscol », le site pédagogique du ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse, est également un lieu privilégié de mise à disposition gratuite de ressources pour les enseignants.

Concernant la création d'un « pass EMI », le projet pourrait être intéressant mais il appartient aux ministères concernés de se prononcer sur cette opportunité en lien avec l'ensemble des acteurs de l'éducation.

Prochaines actions de l'Arcom en EMI - dates à retenir

- ❖ **À partir du 8 décembre**, formations des étudiants d'école de journalisme et de communication aux enjeux de liberté d'expression et de représentation dans les médias audiovisuels et numériques. Trois sessions de formations sont prévues jusqu'au 24 janvier 2023 (notamment avec le Celsa et l'IUT de Lannion) ;
- ❖ **Courant 2023** : participation de l'Arcom à l'opération « Une webradio, un parrain » lancée par le ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse : accompagner les enseignants dans la déclaration de leur webradio ; participer à la formation des professeurs des collèges sur les enjeux de représentation dans les médias (l'égalité entre les femmes et les hommes, la lutte contre les discriminations et la promotion de la diversité de la société française) ; la liberté d'expression et ses limites dans les médias (ex : le respect des règles de déontologie, le pluralisme politique, etc.) ; le respect du droit d'auteur : apprendre à publier c'est aussi identifier les cadres légaux de la propriété intellectuelle, le droit à l'image, etc.
- ❖ **Mi-janvier 2023**, renouvellement de la convention de partenariat avec le ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse ;
- ❖ **À partir de janvier**, extension des thématiques d'intervention dans les classes de l'association « Génération numérique », pour le compte de l'Arcom, aux enjeux de représentation, d'égalité et de citoyenneté dans les médias audiovisuels et numériques ;
- ❖ **Du 27 mars au 31 mars** : participation à la « Semaine de la presse et des médias dans l'école » et publication de deux scénarios pédagogiques à l'attention des enseignants du premier degré sur les enjeux de représentations médiatiques.

RAPPORT

L'éducation aux médias
et à l'information

Rapport sur l'exercice 2021-2022

Novembre 2022

Sommaire

Synthèse.....	5
Introduction	7
I. Les actions des médias audiovisuels et numériques en matière d'éducation aux médias et à l'information	8
1. <i>Le décryptage de l'actualité et la lutte contre la désinformation sont toujours au cœur des actions des médias audiovisuels</i>	9
2. <i>Les coulisses de la fabrication de l'information et du fonctionnement des médias : un angle de plus en plus traité</i>	10
>> Focus sur l'engagement d'ARTE en éducation aux médias et à l'information	12
3. <i>L'émergence de nouvelles thématiques qui participent à la construction de citoyens éclairés</i>	13
4. <i>Le renforcement de leurs engagements partenariaux</i>	14
>> Les actions des plateformes en ligne en matière d'EMI, extrait du rapport « Lutte contre les fausses informations » de l'Arcom, qui sera publié le 28 novembre 2022	16
II. Les actions de l'Arcom en matière d'éducation aux médias et à l'information	17
1. <i>La poursuite de ses actions de formation</i>	18
2. <i>La coopération avec des organismes nationaux</i>	20
3. <i>La publication d'une étude réalisée par l'institut « OpinionWay » auprès d'enseignants sur la citoyenneté numérique</i>	21
4. <i>Le développement d'initiatives à l'international</i>	24
>> Parole d'experte, Madame Divina Frau-Meigs.....	25
>> L'Éducation aux médias et à l'information dans l'espace francophone .	27

Synthèse

Principaux constats :

Concernant les actions des médias audiovisuels et numériques :

- **Un réel effort de renouvellement de la part des chaînes de télévision et de radio** (secteurs public et privé) pour aborder les enjeux d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique : de **nouveaux formats**, de **nouveaux partenaires** mais plus encore, de **nouvelles thématiques** (ex : l'environnement, les enjeux de représentations médiatiques, les bons usages des plateformes en ligne, etc.) ;
- **Les acteurs de l'audiovisuel public ont veillé à renforcer leurs actions communes et à développer de nouvelles synergies** (ex : création d'une plateforme de vérification des faits, « Vrai ou fake »¹ et signature du Pacte commun pour la jeunesse) ;
- Des initiatives intéressantes qui continuent néanmoins de s'adresser **presque exclusivement au public jeune**.

Concernant les actions de l'Arcom :

- **Une intensification de ses actions de formation** et de sa **coopération avec des organismes nationaux** ;
- La **publication d'une étude**, réalisée par l'institut « OpinionWay », portant sur **le rapport des enseignants à la citoyenneté numérique**. Les principaux constats :
 - **Plus de 80 %** des enseignants interrogés se disent préoccupés face aux connaissances et aux pratiques de leurs élèves dans l'univers numérique. Selon eux, **la principale lacune des élèves est l'exercice de leur esprit critique** vis-à-vis des informations diffusées sur les plateformes en ligne et les réseaux sociaux ainsi que celles diffusées dans les médias audiovisuels ;
 - Le **manque de formation** est la raison principale avancée par les enseignants pour justifier le fait qu'ils ne consacrent, en moyenne, que 3 heures par trimestre à l'enseignement des principes de la citoyenneté numérique ;
 - Les répondants ont exprimé **le besoin de disposer de supports pédagogiques dynamiques et ancrés dans le réel** pour parler de citoyenneté numérique en classe. Par ailleurs, ils souhaiteraient en majorité (**plus de 58 %**) **bénéficier de l'accompagnement des structures institutionnelles** comme l'Arcom.
- Le **développement de ses initiatives à l'international**.

¹ « Vrai ou infox ».

Préconisations de l'Autorité à l'égard des éditeurs :

À l'issue de ce second rapport, l'Arcom réitère un certain nombre de ses préconisations à l'attention des éditeurs en matière d'éducation aux médias et à l'information :

- En premier lieu, **s'adresser à tous les types de publics** et pas seulement au public jeune ;
- **Privilégier une approche en co-construction** des ressources pédagogiques et des actions avec les acteurs majeurs du monde de l'éducation ;
- A l'image de ce qu'a réalisé l'Arcom avec le sondage mené par l'institut « OpinionWay », **mettre en place des opérations périodiques de mesure de l'impact des actions menées et de la pertinence des ressources produites.**

Par ailleurs, au regard du caractère structurant de ces éléments, l'Arcom encourage les diffuseurs à les inscrire dans des plans pluriannuels d'actions ; des outils essentiels pour parvenir à une pérennisation des initiatives et ainsi donner de la cohérence et de la complémentarité aux actions menées.

Prochaines actions de l'Arcom - dates à retenir :

- **Le 24 novembre 2022**, publication d'un scénario pédagogique à l'attention des enseignants du premier degré (primaire), consacré à la construction de l'information & de l'étude commandée par l'Arcom à l'institut « OpinionWay » concernant le rapport des enseignants à la citoyenneté numérique ;
- **À partir du 29 novembre**, formations des enseignants de l'académie de Créteil : une sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias et la seconde, en janvier 2023, concernant la représentation de la société française et la lutte contre les discriminations ;
- **Du 30 novembre au 2 décembre**, participation de l'Arcom au salon « Educatech expo » ;
- **À partir du 8 décembre**, formations des étudiants d'école de journalisme et de communication aux enjeux de liberté d'expression et de représentation dans les médias audiovisuels et numériques. Trois sessions de formations sont prévues jusqu'au 24 janvier 2023 ;
- **Courant janvier 2023**, renouvellement de la convention de partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse ;
- **À partir de janvier**, extension des thématiques d'intervention dans les classes de l'association « Génération numérique », pour le compte de l'Arcom, aux enjeux de représentation, d'égalité et de citoyenneté dans les médias audiovisuels et numériques ;
- **Du 27 mars au 31 mars** : participation à la « Semaine de la presse et des médias dans l'école » & publication de deux scénarios pédagogiques à l'attention des enseignants du premier degré sur les enjeux de représentations médiatiques.

Introduction

La place accordée par les pouvoirs publics à l'éducation aux médias et à l'information (EMI) est de plus en plus importante ; son intégration dans le parcours d'éducation artistique et culturelle, avec la feuille de route « Réussir le 100 % éducation artistique et culturelle », programme conjoint du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse et du ministère de la Culture, en est une parfaite illustration.

Les médias audiovisuels et numériques s'inscrivent dans cette dynamique d'autant plus qu'il est désormais admis que leurs actions d'EMI auprès des publics sont essentielles. En effet, à travers la diffusion de programmes sur leurs antennes, le développement de leur présence sur les réseaux sociaux et la mise en place d'actions de terrain d'ampleur, ils participent à faire connaître leur fonctionnement ainsi que la manière dont ils influent sur notre perception de la société et structurent notre façon de vivre ensemble.

Si les médias veillent à s'impliquer davantage, l'Arcom n'est pas en reste : renforcement de ses interventions auprès des enseignants et des étudiants, développement de ressources permettant aux publics de s'emparer de ces enjeux d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique, renforcement de ses initiatives à l'international, etc. Par ailleurs, soucieuse de mesurer l'impact de ses actions, l'Autorité a souhaité conduire avec l'aide de l'institut « OpinionWay » et le soutien de la Direction du numérique pour l'éducation (DNE) du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, une étude auprès des enseignants.

Ainsi, à travers ce deuxième rapport, l'Arcom souhaite poursuivre son travail de recensement des actions d'EMI menées par les médias audiovisuels et numériques mais aussi donner un coup de projecteur sur l'engagement d'autres acteurs tels que ARTE ou le Centre québécois d'éducation aux médias et à l'information, afin de favoriser les échanges et un partage de bonnes pratiques.

I.

Les actions des médias audiovisuels et numériques en matière d'éducation aux médias et à l'information (EMI)

Les obligations des médias audiovisuels et numériques en matière d'EMI

Les chaînes de télévision et de radio

Les groupes du service public - France Télévisions, Radio France et France Médias Monde - disposent d'obligations renforcées en matière d'éducation aux médias et à l'information, issues de la loi et figurant dans leurs cahiers des missions et des charges. Au regard de leur devoir d'exemplarité, la loi du 30 septembre 1986 leur a fixé les objectifs suivants (cf. article 43-11) :

>> « **[favoriser]** le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté » ;

>> « **[concourir]** au développement et à la diffusion de la création intellectuelle et artistique et des connaissances civiques, économiques, sociales, scientifiques et techniques ainsi qu'à l'éducation à l'audiovisuel et aux médias. »

Concernant les chaînes du secteur privé, l'Arcom veille depuis 2020 à ajouter une stipulation en la matière dans les conventions qu'elle signe avec ces dernières. Ainsi, un éditeur doit : « [...] **[transmettre]** chaque année à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique des éléments d'information relatifs à son action, ou celle du groupe auquel il appartient, en vue de contribuer à l'éducation aux médias et à l'information. »

Les plateformes en ligne

Depuis la loi du 22 décembre 2018 sur la lutte contre la manipulation de l'information, les plateformes en ligne ont l'obligation de mettre en œuvre des mesures en matière d'éducation aux médias et à l'information. Ainsi, dans le cadre de sa recommandation du 15 mai 2019, le CSA a invité les opérateurs de plateformes en ligne à :

>> **aider** les utilisateurs à identifier les sources d'information fiables et celles qui ne le sont pas ;

>> **soutenir** des projets et **nouer** des partenariats contribuant à l'éducation aux médias, à l'information et aux outils numériques ;

>> **sensibiliser** les utilisateurs à l'utilisation maîtrisée des plateformes numériques et à la compréhension des enjeux, notamment démocratiques, qui s'y attachent ;

>> **soutenir** les initiatives indépendantes émanant de journalistes et de chercheurs destinées à mieux comprendre et mesurer le phénomène de la désinformation ;

>> **relayer** les campagnes de sensibilisation qui pourraient leur être adressées par des acteurs du secteur de l'éducation aux médias et à l'information et qu'ils jugeraient pertinentes pour leurs utilisateurs ».

Pour rappel, la loi du 22 décembre 2018 prévoit que l'Arcom veille à ce que les plateformes en ligne mettent en œuvre les moyens de lutter contre les fausses informations ; **elle pose ainsi le cadre d'une régulation systémique et non des contenus**, ce qui diffère du travail de régulation mené par l'Autorité auprès des chaînes de télévision et de radio.

Dans la continuité de l'exercice précédent, l'Arcom a souhaité poursuivre son travail de recensement, d'analyse et de valorisation des actions menées par les chaînes de télévision, de radio et les plateformes en ligne en matière d'éducation aux médias et à l'information.

1. Le décryptage de l'actualité et la lutte contre la désinformation sont toujours au cœur des actions des médias audiovisuels

Pour les médias audiovisuels, le décryptage de l'actualité et la lutte contre la désinformation restent des sujets majeurs de l'EMI, que ce soit sur leurs antennes, leurs plateformes numériques ou dans le cadre des actions qu'ils mènent sur le terrain.

La lutte contre la désinformation : un sujet omniprésent sur les antennes qui bénéficie d'une large audience grâce aux plateformes numériques des chaînes

Au cours de l'exercice 2021/2022, **l'ensemble des chaînes de télévision et de radio, publiques et privées, ont continué de proposer des programmes dédiés au décryptage de l'actualité et à la lutte contre les infox.** Pour certaines, cela passe par des chroniques spécialisées (ex : la chronique quotidienne « Téléscopages » sur Europe 1, la rubrique « Expliquez-Nous », diffusée dans le journal national de M6), des émissions régulières consacrées entièrement à la lutte contre les infox (ex : France 24 avec *Info ou Intox* ou *Les dessous de l'infox* sur RFI) ou plus événementielles, notamment dans le cadre de la « Semaine de la presse et des médias dans les écoles » (du 21 au 26 mars). À titre d'exemple, RFI a proposé à cette occasion, un numéro spécial de l'émission *7 milliards de voisins*, « Stop à la manipulation : décrypter l'info », qui était suivi d'un débat consacré à l'information des jeunes sur internet et à la lutte contre la désinformation.

Cette thématique est également très présente sur les plateformes numériques des chaînes de télévision et de radio, non seulement sur leurs services de télévision de rattrapage mais également sur leurs sites internet (ex : RTL qui propose des podcasts consacrés au décryptage de l'information) et leurs réseaux sociaux (ex : BFMTV qui propose des courtes vidéos de décryptage de l'actualité pour aider les jeunes à déceler les fausses informations).

Par ailleurs, les médias audiovisuels qui disposent d'équipes de *fact-checkers* ont poursuivi leur travail sur leurs antennes et investissent encore davantage les réseaux sociaux, devenus sans conteste un relais fort de cette lutte. Ainsi, l'équipe « **Les Vérificateurs** », créée par les rédactions de TF1 et LCI, **intervient au quotidien sur les différentes antennes du groupe et dispose même de ses propres canaux de diffusion sur les réseaux sociaux** (Facebook, Twitter et Twitch) pour ses chroniques et articles sur la désinformation. Depuis avril 2022, cette équipe est membre du Réseau international de lutte contre la désinformation (IFCN).

Des actions de terrain qui prennent de l'ampleur et donnent une résonance forte à la lutte contre la désinformation

Au cours de ce nouvel exercice, **les services audiovisuels ont poursuivi l'organisation de rencontres avec le monde de l'éducation** autour des sujets de lutte contre les infox et de décryptage de l'actualité que ce soit par l'intervention de journalistes dans des classes (ex : TF1, M6, etc.) ou par le biais de masterclasses. À cet égard, le groupe France Télévisions a été particulièrement actif puisqu'il en a proposées pas moins de **13** dont plusieurs portaient sur ces enjeux (ex : « Fake News sur ordonnance », « Trump, le pirate de la démocratie »).

Par ailleurs, comme lors de l'exercice précédent, le service public s'est démarqué concernant l'ampleur des projets qu'il développe pour donner aux jeunes les clefs de compréhension de l'actualité et des enjeux liés à la lutte contre les infox. Ainsi, Radio France a renouvelé son dispositif phare, « Interclass' », qui permet à des collégiens et lycéens du Réseau d'éducation prioritaire d'être accompagnés par des journalistes et des professionnels afin de découvrir les mécanismes de construction de l'information. France Télévisions a quant à elle, réuni plus de **2 100** élèves avec l'Atelier « Vrai du Faux » au cours duquel les journalistes de la cellule éponyme de franceinfo : ont proposé aux participants de découvrir les coulisses de leur travail quotidien sur la lutte contre la désinformation.

Le développement de nouveaux formats, tant sur les antennes que sur les plateformes numériques, permet au public d'intervenir et d'appréhender de manière concrète la lutte contre les infox. Ainsi, certains diffuseurs ont créé des émissions participatives. À titre d'exemple, TF1 a diffusé en direct sur sa page Facebook l'émission *Les rencontres de l'info* et s'est associée à YouTube pour faire intervenir ses journalistes à l'occasion d'un numéro proposé par la plateforme sur le thème de la vérification des faits ; les internautes ont ainsi pu échanger avec les journalistes de la chaîne. Par ailleurs, la radio franceinfo : a renouvelé *Le vrai du faux junior*, un programme de vérification des faits réalisé avec des collégiens et des lycéens en collaboration avec la cellule éponyme de la station.

Certains médias mettent également à disposition du public des ressources pour identifier les fausses informations. Ainsi, France 24 a développé en partenariat avec MediaWise une boîte à outils de la vérification qui consiste en des modules de formation et des conseils pour identifier les fausses informations sur internet et les réseaux sociaux.

Enfin, il est **particulièrement intéressant de souligner le rôle des radios associatives en la matière** au travers du déploiement de nombreuses actions qui mobilisent d'importants moyens humains, ce qui peut alors poser la question de leur financement et de l'éventuel renforcement des dispositifs d'aides adaptés.

Ces actions menées par les médias audiovisuels dans le domaine de la lutte contre les fausses informations et du décryptage de l'actualité sont des composantes essentielles de l'EMI, mais les actions des chaînes de télévision et de radio vont au-delà de ce seul domaine ; beaucoup d'entre elles font découvrir au public les coulisses des médias.

2. Les coulisses de la fabrication de l'information et du fonctionnement des médias : un angle de plus en plus traité

Au fil des années et du développement de l'EMI, il a été constaté que les chaînes de télévision et de radio accordaient une place croissante à la présentation des coulisses des médias audiovisuels et à la fabrication des programmes, notamment d'information (ex : BFMTV avec son émission *BFM inside*, présente les coulisses de la chaîne ainsi que les différents métiers de sa rédaction, RFI avec l'émission *L'atelier des médias*, etc.). Ce souci de transparence permet au public de saisir plus finement les règles qui régissent le métier de journaliste et le fonctionnement d'un média audiovisuel. Des clefs de compréhension essentielles pour permettre une prise de distance du public par rapport à ce qui lui est donné à voir dans les médias et ainsi contribuer au développement de son esprit critique.

Le renforcement des opérations de terrain : des rencontres « métiers » à la visite des locaux

Pour sensibiliser le public, en particulier les plus jeunes et le milieu éducatif, au métier de journaliste et au fonctionnement des médias, **les chaînes de télévision et de radio, dans leur grande majorité, organisent des rencontres** : accueil dans leurs locaux de stagiaires et de classes, notamment dans le cadre de la « Semaine de la presse et des médias dans l'école ». Ces visites permettent aux élèves et à leurs enseignants de découvrir le secteur audiovisuel, ses métiers (ex : journaliste, grand reporter, chargé de production, conseiller de programmes, chef monteur, etc.). Ainsi, en 2022, TF1, France Télévisions, M6, L'Equipe, France Médias Monde, Radio France, Europe 1 et RTL ont accueilli des élèves et leurs enseignants afin qu'ils visitent leurs plateaux, leurs rédactions et leurs régies.

Les professionnels de l'audiovisuel se rendent également dans les établissements pour présenter leur métier et certains de ces échanges donnent lieu à des émissions diffusées en linéaire ou sur les plateformes numériques des chaînes, telle que l'émission de BFMTV « *Le Lien* » développée en partenariat avec le CLEMI. Ce programme consiste en des échanges organisés tout au long de l'année, entre des personnalités de l'antenne et des collégiens et lycéens qui leur permettent d'expliquer les métiers, le fonctionnement des médias et de répondre à toutes les interrogations des élèves.

Par ailleurs, **Radio France organise par l'intermédiaire de ses différentes antennes de nombreux ateliers permettant aux élèves de découvrir les coulisses de la radio**. Ainsi, la rédaction de « *Franceinfo junior* » accueille une fois par mois des classes du CM2 à la 5^e autour d'un atelier radio, tandis que l'atelier de franceinfo: « *Le vrai du faux* », permet à des élèves de la 6^e à la terminale de découvrir la vérification de l'information et la prise de parole à la radio. Mouv' organise également un atelier « Mouv'Inside » pour apprendre à créer une émission de radio et France Culture propose d'apprendre à créer une histoire sonore avec l'atelier « Voix express », etc.

Au-delà de ces échanges, les groupes du service public principalement, Radio France et France Médias Monde, parrainent des classes et permettent à des élèves de participer à la création et à la réalisation d'émissions de télévision ou de radio, afin d'appréhender concrètement le métier de journaliste (ex : France 24 avec l'émission *Pas2Quartier* ou France Inter avec *InterClass*). Ces projets sont particulièrement intéressants en ce qu'ils s'inscrivent dans un temps long et permettent ainsi un accompagnement renforcé.

Le développement de formats innovants

L'Autorité relève que les chaînes de télévision et de radio ont veillé à proposer des contenus innovants pour permettre au grand public, et notamment aux plus jeunes, de découvrir le fonctionnement des médias. À titre d'exemple, France Télévisions a proposé **un webinaire** « Salut l'info ! le direct : bien s'informer ça s'apprend », diffusé en direct et qui a réuni près de **27 000** élèves d'écoles primaires. Ces derniers ont pu découvrir les coulisses du podcast « *Salut l'info !* » et poser des questions sur le métier de journaliste.

La mise à disposition de ressources dédiées

La mise à disposition de ressources est un aspect de plus en plus important de l'action des chaînes en EMI. Ainsi, France Médias Monde, à travers le site « RFI savoirs » propose au grand public et aux professionnels de l'éducation, des

ressources et des outils pour comprendre davantage les médias et le métier de journaliste.

Radio France a quant à elle poursuivi le développement de sa plateforme numérique, *InterClass'Up*, inaugurée lors de la « Semaine de la presse et des médias dans les écoles », en 2021. Cette plateforme propose en libre accès des ressources pour permettre aux enseignants de construire un programme pédagogique en éducation aux médias et à l'information.

>> Focus sur l'engagement d'ARTE² en éducation aux médias et à l'information <<

Depuis cinq ans, ARTE, la chaîne culturelle européenne, a développé de nombreuses actions en EMI par l'intermédiaire de sa filiale ARTE Education, chargée de développer ses projets éducatifs. Elle propose actuellement **2** plateformes en France, en Allemagne et à l'international, disponibles sur abonnement par les établissements : **Educ'ARTE**, pour les collèges et lycées et **ARTE Campus**, pour l'enseignement supérieur et la formation des adultes. À ce jour, environ **2 500** établissements sont abonnés aux services d'ARTE Education, ce qui représente un potentiel de **1,6** million d'élèves et étudiants.

Si l'on s'intéresse à Educ'ARTE, la plateforme qui s'adresse aussi bien aux enseignants qu'aux élèves, propose différents types de contenus. Ainsi, concernant l'accompagnement des équipes éducatives, ces dernières pourront trouver **263** vidéos (ex : des documentaires sur l'esprit critique et l'opinion publique, des vidéos sur la fabrication de l'information et le journalisme, etc.), **21** fiches pédagogiques (ex : [fiche ressource pour les professeurs documentalistes](#)) ainsi qu'un guide d'utilisation (ex : [guide d'utilisation – EMI](#)). La plateforme mène aussi des projets pédagogiques en France et en Allemagne (ex : [exemple d'un projet français sur l'EMI](#)). Des formations sont également proposées aux enseignants ainsi que des masterclasses et des webinaires dédiés (ex : « Comment enseigner l'EMI avec Educ'ARTE ? »). Concernant les élèves, des *lives* sont organisés, notamment dans le cadre de la « Semaine de la presse et des médias dans l'école », ce qui leur permet d'échanger avec des journalistes de la chaîne. A l'occasion de cet événement dont ARTE est partenaire, la plateforme offre un accès gratuit, pendant tout le mois de mars, à ses meilleurs contenus. Enfin, elle s'est également engagée dans une démarche d'évaluation de son impact sur les équipes enseignantes et les élèves³.

Concernant ARTE Campus, cette plateforme propose plus de **2 000** vidéos pour l'enseignement supérieur et la formation des adultes, en français, allemand, anglais, espagnol et italien. Les vidéos sont disponibles en *streaming* (sans enregistrement préalable) et en téléchargement, sur abonnement des établissements d'enseignement supérieur (ex : écoles, universités, INSPE, etc.). Elle propose également des outils pour créer ses propres supports, ainsi que des formations en ligne pour prendre en main la ressource.

La lutte contre la désinformation, le décryptage de l'actualité et la découverte du fonctionnement des médias, sont des piliers de l'éducation aux médias et à l'information. S'ils jouent un rôle central et sont les domaines autour desquels continuent de se

² Bien qu'ARTE ne soit pas régulée par l'Arcom, la chaîne a accepté de porter à la connaissance de l'Autorité son action en matière d'EMI.

³ Lien pour accéder à l'étude d'impact menée par la plateforme en 2021 : [Retrouvez ici notre étude d'impact 2021 \(France\)](#)

déployer l'essentiel des actions des chaînes en matière d'EMI, l'Arcom relève avec satisfaction que certains médias audiovisuels n'hésitent plus à orienter leurs actions autour de nouvelles thématiques.

3. L'émergence de nouvelles thématiques qui participent à la construction de citoyens éclairés

Les enjeux sous-jacents à l'éducation aux médias et à l'information ne peuvent se réduire à l'enseignement du fonctionnement des médias, du décryptage de l'actualité et de la lutte contre les fausses informations. Certes ces aspects sont essentiels et au fil des ans, les chaînes de télévision et de radio en ont pris conscience, mais **s'impliquer en EMI passe également par la diffusion de programmes et la mise en place d'actions participant de l'éducation culturelle et artistique des publics ainsi que d'une éducation citoyenne.**

Si les chaînes de télévision et de radio, et notamment le service public, ont continué de diffuser massivement des programmes culturels et artistiques (ex : France Télévisions avec Culturebox, Radio France avec l'enrichissement de ses podcasts comme « *Le journal Intime de Mozart* » ou « *Les odysées* » qui propose de plonger dans les aventures des grandes figures de l'histoire, RTL avec des podcasts autour de la lecture « Lis-moi une histoire », etc.), l'Arcom note avec satisfaction que certaines d'entre elles ont veillé à se consacrer à de nouvelles thématiques.

Le développement de programmes et d'actions visant à promouvoir des enjeux de citoyenneté

Certaines chaînes se sont attachées à refléter la diversité de la société française ainsi qu'à promouvoir la lutte contre les discriminations et les stéréotypes, ainsi que le respect de l'égalité entre les femmes et les hommes dans leurs programmes. À titre d'exemples, on notera la diffusion par France Télévisions, TF1 et Gulli, de la série animée *Chouette pas Chouette*, destinée aux 4-6 ans, qui vise à déconstruire les stéréotypes sexistes, ou encore la fiction *Handigang* de TF1.

Si l'on s'intéresse justement aux programmes participant à la diffusion de connaissances civiques, on relève qu'au cours de cette année 2022 marquée par une élection présidentielle, **certaines chaînes de télévision et de radio ont permis au public de se forger une opinion au-delà des traditionnelles émissions politiques**, grâce à des programmes novateurs. Ainsi, RTL a proposé l'émission *Ils refont la France* au cours de laquelle le Président de la République a répondu aux questions de six enfants âgés de 8 à 11 ans. Par ailleurs, le groupe Lagardère a diffusé sur TikTok des vidéos dont l'objectif était de mobiliser, à travers des contenus informatifs courts, les futurs électeurs : au total, **44** vidéos en lien avec la présidentielle ont été postées sur le réseau social, ainsi que **7** interviews de candidats à la présidentielle, touchant ainsi **5** millions d'internautes.

Enfin, l'Arcom constate que la protection de l'environnement et la sensibilisation à l'adoption de comportements responsables sont aussi au cœur des préoccupations de certains groupes. Le groupe M6 a ainsi renouvelé, pour la troisième année consécutive, son dispositif éditorial « La Semaine Green » tant sur ses antennes que sur ses plateformes numériques. Au total, ce sont **60** heures de programmes ou de divertissement en lien avec les enjeux environnementaux qui ont été diffusées : *Dans les yeux de Thomas Pesquet* sur M6, *2050 : Gaspillage, peut-on encore éviter le pire ?* sur W9, *Nous irons au bois* sur Téva ainsi que des contenus spécifiques sur 6Play. Par ailleurs, TF1 a abordé cette thématique dans ses programmes à l'occasion de la « Semaine Européenne du Développement Durable 2021 » (du 20 au

26 septembre) : TFOU s'est mobilisé pour proposer aux enfants une programmation jeunesse dédiée, reprenant le fil rouge de cette nouvelle édition, « Agir au quotidien ».

Des clefs de compréhension pour un bon usage des réseaux sociaux

Certains diffuseurs ont porté une attention particulière aux questions soulevées par l'usage des plateformes numériques, notamment des réseaux sociaux, par les plus jeunes. Canal+ a ainsi diffusé le programme *Culture Decode* qui informe et éveille la curiosité des jeunes téléspectateurs sur leurs usages du numérique à travers **20** épisodes de 2 minutes 30.

France Télévisions a proposé sur « Lumni » plusieurs programmes marquants en la matière : la série ludo-éducative *#DansLaToile*, qui donne aux plus jeunes les clefs pour s'orienter dans le monde numérique ainsi que *Escape News* qui offre à travers des modules courts et ludiques un décryptage du Web et donne les clés pour éviter les pièges des réseaux sociaux. Par ailleurs, dans le cadre du programme *La collab de l'info*, **20** journalistes du groupe public se sont associés à **20** YouTubeurs renommés pour faire le point sur les fondamentaux de l'éducation aux médias et à l'information. Enfin, la série *Ma vie de profil* délivre, à travers le travail d'enquête mené auprès d'acteurs, de chanteurs, de YouTubeurs et d'autres stars du Web, des conseils pour protéger ses informations personnelles et sa vie privée sur Internet.

4. Le renforcement de leurs partenariats

Dans la continuité de l'exercice précédent, la grande majorité des médias audiovisuels ont conclu des partenariats dans le domaine de l'EMI participant ainsi à des actions de grande envergure. Si ces collaborations ne sont pas nouvelles, elles prennent de plus en plus d'ampleur au fil des années.

Le renforcement des liens avec le CLEMI et l'émergence de nouveaux partenaires

Le CLEMI (le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information) reste le partenaire privilégié des acteurs de l'audiovisuel en matière d'éducation aux médias et à l'information. Bon nombre des actions s'inscrivent dans le cadre d'un projet porté par le CLEMI : accueil de classes dans le cadre de la « Semaine de la presse et des médias dans l'école » (SPME), participation aux jurys des concours « Mediatiks » ou « Zéro cliché », diffusion des programmes *Chouette pas chouette* ou *La famille Tout-écran*, etc. Le groupe Canal+ s'inscrit pleinement dans cette dynamique puisqu'il s'est engagé à construire avec cet opérateur du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse une feuille de route pour des opérations ponctuelles en EMI, à destination notamment des élèves de maternelle et de primaire. Radio France a de son côté renouvelé l'opération « Pod'classe » qui résulte d'une collaboration entre l'antenne *Mouv'* et le CLEMI ; pour cette nouvelle saison, le dispositif s'est ouvert à des établissements scolaires situés en cités éducatives comprenant au total **18** lycées et collèges répartis sur l'ensemble du territoire avec comme objectif la réalisation de podcasts autour de thématiques générationnelles et d'actualité.

Bien que le CLEMI reste incontournable, **l'Arcom relève avec satisfaction que certains groupes ont conclu de nouveaux partenariats.** Ainsi, le groupe TF1 s'est associé au musée du Louvre et La Réunion des musées nationaux - Grand Palais pour organiser une opération « Barbapapa ». Dans le cadre de cette initiative, la famille Barbapapa a invité les enfants à visiter le musée du Louvre à travers la collection d'objets *#BarbaLouvre* (chaque Barbapapa était associé à un chef-d'œuvre du musée). Ce dispositif était accompagné du livre collector *Barbapapa au Louvre*, coédité par les

éditions « Les Livres du Dragon d'Or » et les éditions du musée du Louvre. À l'occasion de cette collaboration, deux épisodes de la série sur le thème de l'art ont été diffusés sur TF1, le mercredi 3 novembre 2021.

Enfin, le groupe M6 participe au financement du programme « Mediasmart », une initiative européenne lancée en France par l'Union des marques en 2009, qui vise à former des élèves de primaire (du CE2 au CM2) et des collégiens à la publicité et plus largement aux enjeux de la communication.

Un cadre de collaboration consolidé au sein de l'audiovisuel public français

Au cours de l'exercice 2021-2022, l'ensemble des services de télévision et de radio publics ont intensifié leur collaboration en matière d'EMI. Ils ont tout d'abord, signé avec l'Etat, le 26 octobre 2021, un Pacte commun pour la jeunesse qui vise notamment à renforcer les coopérations et les synergies entre ces acteurs sur les enjeux d'éducation aux médias et à l'information. France Médias Monde a été désigné comme chef de fil et aura la charge de coordonner les actions à l'échelle de l'audiovisuel public.

Par ailleurs, ces groupes ont veillé à enrichir la plateforme « Lumni », qui a conforté son statut de plateforme éducative de référence et ont organisé, pour la première fois, dans le cadre de la « Semaine de la presse et des médias dans l'école », une conférence commune.

Enfin, l'Arcom relève que l'audiovisuel public a créé une plateforme de vérification des faits, « Vrai ou fake », qui rassemble des contenus produits par l'ensemble des sociétés publiques (Arte, l'Institut national de l'audiovisuel, France Médias Monde, France Télévisions, Radio France et TV5 MONDE). Les journalistes de ces groupes repèrent et décryptent les erreurs factuelles ou les tentatives de manipulations dans la sphère publique ou politique.

Le développement d'actions à l'international

Certains diffuseurs ont veillé à mener des actions sur l'ensemble du territoire français, métropole et Outre-Mer. Radio France est à ce titre un acteur de référence avec d'une part, son action phare « InterClass' », qui pour la première fois compte parmi les établissements participants, des classes provenant du milieu rural et, d'autre part, son réseau France Bleu qui est mis à contribution dans le cadre de l'opération « Classe Média ». BFMTV a également développé ce type d'actions en région dans le cadre de son « Tour de France BFMTV & vous ».

Par ailleurs, l'Arcom relève avec satisfaction que des groupes ont mené des actions d'EMI à l'international. Ainsi, France Médias Monde, bien aidé par son positionnement, a mené des actions dans des établissements français à l'étranger (Bucarest, Dakar, Bogota, etc.) : **504** élèves ont été touchés et ont pu échanger sur la crédibilité des médias, leur importance au sein des sociétés, etc.

Le groupe Canal+ a également participé à une action à l'échelle européenne, dans le cadre de son partenariat avec l'association « Cinéma for change ». En effet, cette dernière intervient dans les écoles dans le cadre d'un festival ludique sur les Objectifs de Développement Durable (avril 2022). Les participants sont amenés, après avoir visionné en classe les films sélectionnés, à débattre et à voter pour celui qui selon eux traite le mieux des enjeux de développement durable. Lors de la dernière édition, plus de **10 000** jeunes ont participé au vote, dont **6 500** enfants âgés de 8 à 12 ans dans **12** pays et **137** villes en France.

**Les actions des plateformes en ligne en matière d'EMI, extrait du rapport
« Lutte contre les fausses informations » de l'Arcom, qui sera publié
le 28 novembre 2022**

Dans sa recommandation du 15 mai 2019, l'Arcom invite les opérateurs à sensibiliser les utilisateurs à l'influence de leurs propres contenus et à développer leur esprit critique. Pour ce faire, ils sont encouragés à développer des outils adaptés d'analyse de la fiabilité des sources d'information et à nouer des partenariats contribuant à l'EMI.

L'Arcom note des disparités à l'égard de la quantité d'actions engagées par les opérateurs en direction des utilisateurs et retient de l'analyse des mesures prises les constats suivants :

- >> le lancement ou le soutien de plusieurs actions de sensibilisation en faveur de l'exercice de l'esprit critique face aux risques de manipulation de l'information ;
- >> le développement d'initiatives pour appeler l'utilisateur à la responsabilité et à une utilisation maîtrisée de la plateforme ;
- >> le manque d'évaluations communiquées sur l'impact réel des actions d'EMI des plateformes ;
- >> une amélioration de la coopération avec le monde de la recherche mais un accès toujours très limité aux données.

L'Arcom relève, en outre, que plusieurs opérateurs (*Dailymotion, Webedia, Pinterest, Yahoo*) n'ont pas fait état, dans leur déclaration, d'éléments relatifs à l'éducation aux médias et à l'information. Elle le déplore et appelle l'ensemble des opérateurs à s'engager avec détermination dans des actions d'EMI.

Ainsi, au regard de ces éléments d'analyse, elle formule les préconisations suivantes :

- >> **mettre en place** des actions d'éducation aux médias et à l'information sur les risques en matière de manipulation de l'information liés à l'utilisation de leur service et proposer des fonctionnalités permettant aux utilisateurs de prendre en compte ces risques lors de cette utilisation ;
- >> **développer** davantage la mesure de l'impact réel des actions d'EMI des opérateurs sur les utilisateurs et en rendre compte ;
- >> **coopérer** davantage avec la société civile à des initiatives communes permettant une meilleure compréhension des phénomènes en ligne, et plus particulièrement avec les organismes de recherche sur une meilleure accessibilité des données.

II.

Les actions de l'Arcom en matière d'éducation aux médias et à l'information

Le cadre légal dans lequel s'inscrit l'Arcom en matière d'EMI

>> **la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication** : plusieurs articles portent sur l'éducation aux médias et à l'information :

l'article 28 qui précise que les conventions conclues entre l'Arcom et les éditeurs portent sur les points suivants :

« 3° Les mesures propres à contribuer à l'éducation aux médias et à l'information ;

5° La diffusion de programmes éducatifs et culturels ainsi que d'émissions destinées à faire connaître les différentes formes d'expression artistique [...] ;

7° La contribution à des actions culturelles, éducatives et de défense des consommateurs. »

l'article 43-11 qui fixe aux sociétés du service public les objectifs suivants :

« [favoriser] le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté » ;

« [concourir] au développement et à la diffusion de la création intellectuelle et artistique et des connaissances civiques, économiques, sociales, scientifiques et techniques ainsi qu'à l'éducation à l'audiovisuel et aux médias. »

l'article 60 qui concerne les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos et qui vise parmi leurs obligations celle de : « 5° Prévoir des mesures d'éducation aux médias et de sensibilisation des utilisateurs. »

>> **la loi du 22 décembre 2018 sur la lutte contre la manipulation de l'information** : qui précise que l'Arcom doit veiller à ce que les opérateurs de plateformes en ligne mettent en œuvre des mesures en matière d'EMI.

>> **la loi du 24 juin 2020 contre les contenus haineux sur Internet** : création d'un Observatoire de la haine en ligne placé auprès de l'Arcom et chargé du suivi et de l'analyse de l'évolution des contenus haineux, en lien avec les opérateurs, associations et chercheurs. Un des sous-groupes est en charge des thèmes : « Prévention, éducation et accompagnement des publics ».

>> **le code de la propriété intellectuelle, modifié par la loi du 25 octobre 2021 relative à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique** : l'article 1 précise que l'Arcom mène : « des actions de sensibilisation et de prévention auprès de tous les publics, notamment auprès des publics scolaires et universitaires ».

L'attachement de l'Arcom au développement des actions d'EMI, s'est notamment traduit par la création d'un département « Education aux médias et sensibilisation au droit d'auteur ». Ce dernier est ainsi chargé de la conception de ressources, de l'initiation de partenariats et d'actions afin de contribuer à l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique. Par ailleurs, le secrétariat général aux territoires a également été renforcé avec la création d'un poste d'adjoint qui a pour mission de coordonner et d'animer l'action des délégations territoriales en matière d'éducation aux médias et à l'information.

L'action de l'Arcom en EMI se déploie désormais autour de trois grands axes :

- >> **l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique** : présenter l'univers audiovisuel et numérique, la place du régulateur et proposer des ressources pédagogiques qui traitent des enjeux de représentations médiatiques (les questions d'égalité, de pluralisme, de droits et libertés) ainsi que sensibiliser au droit d'auteur et promouvoir l'offre légale ;
- >> **l'éducation par les médias** : inciter les chaînes de télévision, de radio et les plateformes en ligne à contribuer à l'effort d'éducation et valoriser les actions qu'elles mènent (ex : publication de ressources pédagogiques, interventions dans les classes, etc.) dans le cadre d'un rapport annuel ;
- >> **l'éducation par l'usage des médias** : encourager le milieu scolaire à développer des webradios, des web TV, et les accompagner.

1. La poursuite de ses actions de formation

Renouvellement de la convention de partenariat conclue entre le Ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse et l'Arcom

Dans la continuité des conventions conclues par l'Hadopi et le CSA avec le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, respectivement en 2019 et 2020, l'Arcom a souhaité renouveler et renforcer ses engagements en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique auprès de ces acteurs incontournables que sont le ministère et ses opérateurs, le Réseau Canopé et le CLEMI.

Ainsi, une nouvelle convention sera signée dans le courant du mois de janvier 2023. Cette dernière définira de manière globale les axes de coopération à venir entre les institutions : **développer et organiser des actions éducatives communes, mobiliser les réseaux de chaque institution** (le réseau des coordinateurs pour le CLEMI et le réseau des Arcom locales pour l'Arcom) **afin de faire connaître et accroître l'impact des actions menées.**

Poursuite et renforcement de la contribution de l'Arcom à la formation des enseignants

Depuis septembre 2021, **6 sessions de formation ont été assurées par l'Arcom dans les académies de Créteil et Versailles** : **1** concernant l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias, **1** portant sur la liberté d'expression et ses limites, **1** consacrée au rôle de régulateur de l'Arcom et à ses actions en matière d'éducation aux médias et à l'information, **1** portant sur la représentation de la société française et la lutte contre les discriminations dans les médias audiovisuels et enfin **2** relatives au respect du droit d'auteur dans le cadre scolaire. À ce jour, l'Arcom a contribué à la formation de plus de **600** professeurs dans les académies de Créteil, Versailles et Tours. En région, à l'occasion de journées de formation organisées par le Réseau Canopé, des professeurs documentalistes ont pu bénéficier d'interventions des délégués territoriaux de Lille et de Toulouse.

Par ailleurs, l'Autorité, soucieuse de **répondre aux besoins des enseignants du premier degré** (maternelle et primaire) **de disposer de ressources pédagogiques portant sur les enjeux de représentation et de citoyenneté dans les médias audiovisuels et numériques**, s'est rapprochée du groupe de travail « 1^{er} degré » du CLEMI. Ainsi, **6** réunions de travail se sont tenues entre les mois de mai et d'octobre 2022 et ont donné lieu à la publication, dans le courant du mois de novembre, **d'un**

premier scénario pédagogique consacré à la construction de l'information⁴. **2** autres fiches pédagogiques seront publiées à l'occasion de la prochaine « Semaine de la presse et des médias dans l'école » (du 27 au 31 mars 2023).

Sur le même modèle que les ressources développées par l'Arcom à l'attention des enseignants du second degré (collège et lycée), **ces fiches pédagogiques se déploient autour de cas pratiques illustrés par des extraits vidéos et audios issus des archives de l'Institut national de l'audiovisuel (INA).**

Prise de contact et projet de partenariats avec des écoles de journalisme

Dans la continuité du travail qu'elle mène auprès des enseignants, **il a semblé naturel pour l'Arcom de s'adresser également aux élèves journalistes dont certains seront amenés à intervenir dans les médias audiovisuels.**

À l'occasion d'échanges organisés dès le mois de juin 2022, il est rapidement apparu que ce public était particulièrement intéressé par l'action de l'Arcom s'agissant notamment de la liberté d'expression et ses limites, du pluralisme politique et des enjeux de représentation (égalité entre les femmes et les hommes, lutte contre les discriminations dans les médias audiovisuels, etc.). **Si certains établissements** comme Science-Po Paris, **envisagent davantage des actions ponctuelles** (ex : invitation de représentants de l'Arcom à l'occasion de masterclasses), **d'autres ont souhaité développer des actions de plus grande ampleur** : l'Institut Pratique du Journalisme de Paris-Dauphine (IPJ), le Celsa et l'IUT de Lannion.

Ainsi, en octobre, l'Arcom est intervenue à l'IPJ et il est prévu qu'elle accueille dans ses locaux les étudiants du master 2 « Vie politique » du Celsa, les 8 et 13 décembre 2022 pour deux sessions de formation de trois heures : l'une sera consacrée à l'action du régulateur s'agissant de la liberté d'expression et du pluralisme politique et la seconde concernera les enjeux de représentation médiatique. Enfin, en janvier 2023, elle interviendra à l'IUT de Lannion pour un cours consacré à la liberté d'expression et ses limites.

En 2023, l'Arcom poursuivra sa démarche auprès des autres écoles de journalisme et de communication.

Développement des interventions auprès des élèves

En 2022, à l'occasion notamment de la « Semaine de la presse et des médias dans l'école » (SPME), **l'Arcom a reçu 3 classes dans ses locaux** : une du lycée Gustave Eiffel et deux du BTS audiovisuel Suger. Par ailleurs, le Président et les Conseillers se sont déplacés dans **4** autres établissements ; ils ont ainsi pu rencontrer des élèves de quatrième d'une classe média ou encore d'un lycée professionnel. Ces rencontres sont l'occasion de présenter le rôle du régulateur ainsi que d'insister sur un ou plusieurs aspects de son action auprès des médias audiovisuels et numériques.

Concernant les Arcom locales, si elles continuent de se mobiliser sur l'ensemble du territoire à l'occasion d'opérations événementielles comme la SPME (ex : l'Arcom Caen qui a organisé le 23 mars la visite d'une radio locale par des élèves), elles interviennent également tout au long de l'année auprès de collégiens, lycéens, étudiants. À titre d'exemples, les délégués territoriaux de Lyon, de Clermont-Ferrand et de Lille se sont déplacés dans des classes allant de la quatrième à la terminale, tandis que ceux des Arcom de Lyon, Bordeaux et Toulouse sont intervenus auprès d'étudiants,

⁴ Lien permettant d'accéder à la fiche pédagogique : <https://www.arcom.fr/la-liberte-dexpression-et-ses-limites>.

respectivement de l'Institut de communication et des médias de Grenoble (ICM) sur le thème du pluralisme, du Créadoc à Angoulême ou de Sudformedia à Toulouse.

Par ailleurs, depuis janvier 2022, l'Arcom a recours à un partenaire externe, l'association « Génération numérique », pour intervenir dans les établissements scolaires. Si son périmètre d'intervention portait jusqu'alors essentiellement sur les enjeux liés au droit d'auteur⁵, il est envisagé qu'elle porte dès janvier 2023 sur de nouvelles thématiques (ex : les enjeux de représentation, d'égalité et de citoyenneté dans les médias audiovisuels et numériques). Ainsi, entre les mois de janvier et juin, l'association a réalisé **302** séances réparties sur **105** journées : **51** journées en collège, **49** en école primaire et **5** journées en lycée, soit **8 050** élèves sensibilisés.

Enfin, l'Arcom a reconduit sur l'année scolaire 2021/2022 et pour la septième année consécutive, le projet « Documentaire de poche ». Créé en 2015, ce dispositif pédagogique vise à sensibiliser les lycéens aux enjeux liés au droit d'auteur en les plaçant notamment en position de créateurs. Aussi, l'objectif est qu'ils réalisent, à partir d'un smartphone, un web documentaire collectif autour d'un thème imposé. Pour ce faire, les équipes de l'Arcom, épaulées par trois professionnels (deux réalisateurs et une médiatrice culturelle du Forum des Images), accompagnent les élèves (**5** classes soit environ **125** élèves) et leurs encadrants en intervenant en classe dans le cadre d'ateliers alliant théorie et pratique. **8** séances ont été réalisées entre les mois de novembre et mai. Ce travail à la fois artistique et pédagogique permet aux élèves de découvrir de nouvelles formes de narration, d'aborder des notions d'écriture collective, d'approcher les différentes étapes de la réalisation d'un contenu audiovisuel (ex : scénario, tournage, diffusion) ainsi que de réfléchir à leurs pratiques numériques et à leurs conséquences. Le thème de cette septième édition était : « Portrait de femmes ». L'Arcom a renouvelé cette opération pour l'année 2022/2023 autour de la thématique « Filmer la création ».

2. La coopération avec des organismes nationaux

Consciente de l'intérêt de mener des actions d'EMI communes avec d'autres acteurs du secteur afin d'en multiplier l'ampleur et l'impact, l'Arcom a veillé en 2022 à renforcer certaines de ses collaborations et à en initier de nouvelles.

Poursuite de ses collaborations avec les acteurs de l'éducation nationale

L'Arcom a participé le 24 janvier 2022, au **Plan national de formation intitulé « Éduquer aux médias et à l'information pour former des citoyens »**, organisé par la DGESCO en partenariat avec l'Inspection générale de l'Éducation, du sport et de la recherche (IGESR), le CLEMI et la Direction du numérique pour l'éducation (DNE).

Elle a également, comme lors de l'exercice précédent, participé à plusieurs **jury de concours** organisés par le CLEMI - « Médiatiks »⁶, « Zéro cliché »⁷ - et par l'académie de Créteil - « Respect ! »⁸-, et ce sur l'ensemble du territoire grâce à son réseau d'Arcom locales (ex : Bordeaux, Caen, Clermont-Ferrand, Dijon, Marseille, Poitiers, Réunion-Mayotte et Toulouse).

⁵ L'association « Génération numérique » travaillait depuis 2018 avec l'Hadopi et menait des actions de sensibilisation portant sur les missions qui lui étaient alors dévolues. Ce partenariat renouvelé avant la fusion avec le CSA a ainsi été repris par l'Arcom.

⁶ Présentation du concours « Médiatiks » : <https://www.clemi.fr/fr/mediatiks.html>.

⁷ Présentation du concours « Zéro Cliché » : <https://www.clemi.fr/fr/zero-cliche.html>.

⁸ Présentation du concours « Respect ! » : <http://clemi.ac-creteil.fr/spip.php?article937>.

Par ailleurs, elle a été désignée par le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse partenaire de l'opération nationale « Une webradio, un parrain », lancée en mars 2022. L'objectif de l'Autorité sera alors d'accompagner les enseignants dans la déclaration de leur webradio et de participer à leur formation sur les enjeux de représentation dans les médias (l'égalité entre les femmes et les hommes, la lutte contre les discriminations et la promotion de la diversité de la société française) ; la liberté d'expression et ses limites dans les médias (ex : le respect des règles de déontologie, le pluralisme politique, etc.) ; le respect du droit d'auteur (apprendre à publier c'est aussi identifier le cadre légal de la propriété intellectuelle, le droit à l'image), etc.

Les délégations territoriales de l'Arcom ont pris une part active au déploiement de cette opération en assurant notamment la mise en relation des opérateurs radios avec leurs interlocuteurs de l'Éducation nationale. Ces rencontres et échanges, organisés entre autres par les Arcom de Bordeaux, Clermont-Ferrand, Lyon, Nancy, Poitiers, Réunion-Mayotte et Toulouse, ont permis non seulement la diffusion de l'information auprès des opérateurs et des établissements scolaires, mais également la mise en place d'un dialogue nécessaire entre ces acteurs pour assurer le meilleur accueil de cette opération par les médias. De manière générale, les Arcom locales ont veillé en 2022 à renforcer et développer leurs relations avec les rectorats et les référents académiques en EMI (ex : le 21 octobre 2022, l'Arcom Toulouse et le rectorat ont organisé à Montpellier, une journée d'échanges concernant les initiatives menées en EMI sur le territoire). Elles ont également initié le dialogue avec des institutions telles que les Directions régionales d'action culturelle (DRAC) afin d'envisager des actions communes (ex : réflexion autour des possibilités de financement des projets en EMI offertes par le PassCulture, accompagnement sur la mise en place des appels à projet « Résidences de journalistes », etc.)

Création d'une campagne de sensibilisation avec le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)

L'Arcom et le CNC se sont rapprochés afin de concevoir en partenariat une campagne de sensibilisation au droit d'auteur et de valorisation de l'offre légale. Pour ce faire, le marché a été lancé avant l'été, le choix du candidat interviendra d'ici la fin 2022 et la campagne sera diffusée (télévisions, radios, services de médias audiovisuels à la demande (SMAD), salles de cinéma, plateformes en ligne) dans le courant du premier semestre 2023.

3. La publication d'une étude réalisée par l'institut « OpinionWay » auprès d'enseignants sur la citoyenneté numérique

Dans la continuité de la publication, en janvier 2021, du kit du citoyen numérique qui présentait les ressources que proposent ces trois Autorités aux formateurs et aux parents qui accompagnent les jeunes en matière de numérique, **l'Arcom a souhaité conduire avec l'aide de l'institut « OpinionWay » et le soutien de la DNE du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, une étude permettant, d'une part, d'évaluer l'efficacité des ressources précitées et, d'autre part, d'identifier les besoins des professeurs ciblés par l'enquête autour de la citoyenneté numérique⁹ et de son enseignement.**

⁹ Dans le cadre de ce sondage, l'expression « citoyenneté numérique » recouvrait les enjeux suivants : les droits sur Internet, la protection de la vie privée en ligne, le respect de la création ainsi que l'utilisation raisonnée et citoyenne des écrans (ce qui comprend les enjeux de représentation médiatique et de liberté d'expression).

Ainsi, **784** enseignants ont répondu à un questionnaire de **18** questions, entre le 8 juin et le 7 juillet 2022.

Précisions concernant les répondants au sondage

Les **784** enseignants qui ont répondu au sondage étaient répartis en deux volets distincts :

>> **309 répondants appartenaient au volet « panel »** : cet échantillon d'enseignants est représentatif de la population des enseignants français d'écoles élémentaires, de collèges et de lycées dans l'enseignement public ou privé. Ce volet a été constitué par le prestataire « OpinionWay », selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'académie et de niveau d'enseignement ;

>> **475 répondants relevaient du volet « consultation »** : ces personnels scolaires enseignants ou non-enseignants ont participé à la consultation. Elle a été menée auprès d'un fichier de contacts de l'Education nationale regroupant des personnels sensibilisés aux enjeux de citoyenneté numérique.

Ce questionnaire s'organisait autour des **7** items suivants :

- >> le rapport des enseignants à la citoyenneté numérique ;
- >> la perception du niveau des élèves concernant la citoyenneté numérique ;
- >> l'enseignement pour faire progresser les élèves vers la citoyenneté numérique ;
- >> les ressources à la disposition des enseignants ;
- >> les besoins des enseignants éloignés des enjeux de citoyenneté numérique ;
- >> le rôle de l'établissement ;
- >> les pratiques des enseignants.

L'analyse des réponses des enseignants menée par l'institut « OpinionWay », a permis à l'Arcom d'identifier les principaux constats suivants¹⁰.

- **Constat n°1 : plus de 80 % des enseignants interrogés se disent préoccupés face aux pratiques de leurs élèves dans l'univers numérique**

Les enseignants apparaissent effectivement préoccupés face aux conceptions (88 % pour le volet « panel » et 84 % pour le volet « consultation ») **et aux pratiques** (respectivement 90 % et 83 %) **de leurs élèves** en matière de citoyenneté numérique.

Une majorité d'entre eux juge que **ces derniers n'ont pas les connaissances et les comportements appropriés en la matière**. À titre d'exemple, si les enseignants du volet « consultation » notent que leurs élèves apparaissent attachés à la liberté d'expression (79 %), ils constatent que ces derniers n'en perçoivent pas suffisamment les limites (21 %). Ces manques s'observent également dans la faible connaissance de leurs droits et devoirs en matière de protection de données personnelles, de cyberharcèlement, etc. Néanmoins, selon les enseignants, **la principale lacune des élèves est l'exercice de leur esprit critique**. Si l'on s'intéresse aux enseignants du volet « consultation », on relève que seuls **10 % estiment que leurs élèves exercent suffisamment leur esprit critique** vis-à-vis des informations diffusées **sur les plateformes en ligne et les réseaux sociaux et 11 % pour celles diffusées dans les médias audiovisuels**.

¹⁰ Le rapport complet est accessible sur le site de l'Arcom : <https://www.arcom.fr/sites/default/files/2022-11/Etude%20OpinionWay%20-%20Les%20enseignants%20et%20la%20citoyennet%C3%A9%20num%C3%A9rique.pdf>.

Des constats préoccupants qui nourrissent chez les enseignants le sentiment qu'il est essentiel de sensibiliser leurs élèves aux enjeux de citoyenneté numérique : **9 répondants sur 10 partagent cet avis** (89 % pour le panel et 94 % pour la consultation).

Ainsi, **la sensibilisation au regard critique sur les sources d'information, la liberté d'expression et ses limites ainsi que la lutte contre le cyberharcèlement arrivent en tête de la liste des enjeux sur lesquels il apparaît urgent de sensibiliser les jeunes**. Des sujets sur lesquels les enseignants se déclarent à l'aise et qu'ils abordent déjà en classe. Par ailleurs, la prévention contre l'exposition à des contenus choquants et la protection des données personnelles sont également souvent citées.

En revanche, peu d'enseignants estiment qu'il est urgent de sensibiliser leurs élèves sur les enjeux de représentation de la diversité ainsi que sur le respect du droit d'auteur en ligne. Ces enjeux sont d'ailleurs ceux sur lesquels le moins d'enseignants se déclarent à l'aise.

Ainsi, si les enseignants ressentent très majoritairement le besoin de sensibiliser leurs élèves aux enjeux de la citoyenneté numérique (84 % pour le panel et 94 % pour la consultation), au regard notamment des lacunes identifiées, il semblerait que de nombreux obstacles les empêchent de se consacrer pleinement à cet enseignement.

- **Constat n°2 : le manque de formation est la raison principale avancée par les enseignants pour justifier le fait qu'ils ne consacrent, en moyenne, que 3 heures par trimestre à l'enseignement des principes de la citoyenneté numérique**

Alors même que les enseignants se considèrent comme bien informés sur les enjeux de citoyenneté numérique (près de 70 % dans les deux volets), lorsque qu'il leur a été demandé d'indiquer ce qui pour eux était le plus compliqué lorsqu'ils étaient amenés à sensibiliser leurs élèves sur ces sujets, ils ont mentionné **le fait qu'ils n'avaient pas été formés pour le faire** (première raison invoquée par le volet « panel ») et **qu'ils manquaient également de temps** (première raison invoquée par le volet « consultation »).

Si l'on s'intéresse au manque de formation, l'analyse des résultats montre que **près de la moitié des répondants déclare qu'ils n'ont pas du tout été formés** aux enjeux de la citoyenneté numérique (46 % pour le panel et 47 % pour la consultation).

Face à ce manque de formation, on relève que **94 % des répondants pour les deux volets souhaitent recevoir un accompagnement qui viendrait majoritairement d'une personne externe** (84 % pour le volet « panel » et 89 % pour le volet « consultation »). Le souhait d'un accompagnement provenant d'une personne de l'établissement scolaire n'est que de 24 % pour les deux volets. **Par ailleurs, les structures institutionnelles sont les plus attendues pour proposer un accompagnement** (58 % pour le panel et 63 % pour la consultation), suivies de près par des structures agréées de l'éducation nationale ainsi que par des acteurs associatifs et des acteurs du monde des médias et d'internet.

Enfin, les répondants ont également exprimé **le besoin de bénéficier d'une formation dédiée** à ces enjeux ainsi que de **disposer de supports pédagogiques adaptés**.

- **Constat n°3 : un besoin de supports pédagogiques dynamiques et ancrés dans le réel pour parler de citoyenneté numérique en classe**

Les cas pratiques (34 % pour le panel et 41 % pour la consultation) et **les vidéos** (respectivement 34 % et 39 %) **sont les supports favoris des enseignants** pour aborder les enjeux de citoyenneté numérique en classe.

Si l'on s'intéresse aux raisons qui les poussent à privilégier telle ou telle ressource, on retrouve, pour les enseignants du panel, en premier **la facilité d'utilisation** (44 %) suivie de près par le **caractère ludique** (43 %) et la capacité de la ressource à présenter le sujet de manière **concrète** (40 %). Concernant le volet « consultation », les enseignants plébiscitent tout d'abord **le caractère opérationnel et concret de la ressource** (43 %), ils reconnaissent ensuite se tourner **vers celle qu'ils connaissent le mieux** (39 %) et enfin ils choisissent celle qui est **la plus facile d'utilisation** (38 %).

De manière générale, on relève que les enseignants utilisent nettement plus les ressources en ligne que les ressources physiques pour mettre à jour leurs connaissances (83 % pour le panel et 86 % pour la consultation) et proposer un enseignement toujours plus riche et pertinent (respectivement 79 % et 90 %).

Concernant les ressources provenant d'acteurs institutionnels qui sont utilisées par 24 % des enseignants du panel et 29 % de ceux de la consultation, on note qu'elles ne le sont pas davantage en raison notamment du fait qu'elles **ne sont pas connues, pas suffisamment ancrées dans les esprits des enseignants** et **difficilement accessibles**.

Enfin, les répondants estiment également qu'il est difficile pour leurs élèves de trouver des ressources pour s'informer : 70 % pour les enseignants du panel et 72 % pour ceux de la consultation.

Ces principaux constats ainsi que l'ensemble des enseignements mis en exergue par cette étude vont permettre à l'Arcom ainsi qu'à ses partenaires de proposer des interventions et des ressources pédagogiques qui veilleront à répondre le plus possible aux besoins des enseignants en matière de citoyenneté numérique.

4. Le développement d'initiatives à l'international

Alors que les initiatives régionales, nationales et internationales pour l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique progressent partout dans le monde, l'Arcom a veillé, dans la continuité des actions initiées en 2021, à s'inscrire dans cette dynamique.

Participation au groupe de travail « Media Literacy » du Réseau des instances de régulation méditerranéennes (RIRM)

Dans le cadre d'un atelier organisé par le groupe de travail « Media Literacy », en juin 2022, l'Arcom a été invitée à présenter ses actions en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique. Ainsi, elle est revenue sur le cadre juridique dans lequel elle intervient auprès des médias audiovisuels et numériques et a évoqué certaines de ses actions marquantes. Par ailleurs, soucieuse de faire connaître l'implication des médias audiovisuels qu'elle régule, l'Arcom avait convié à cette réunion des représentants de Radio France qui ont pu présenter en détail leurs actions en matière d'EMI.

Cet atelier a ainsi été l'occasion pour les participants d'échanger, de partager des retours d'expérience et *in fine* d'envisager des actions communes. À titre d'exemple, à la suite d'une proposition de Radio France, une présence du groupe de travail aux Assises internationales du journalisme a été évoquée.

>> Parole d'experte <<

Madame Divina Frau-Meigs, professeure à l'université de Paris III et titulaire de la chaire Unesco « Savoir devenir à l'ère du développement numérique durable »

« L'EMI est une grande maison... et l'Arcom en fait de plus en plus partie.

Il faut se réjouir des avancées faites dans le cadre de la nouvelle autorité publique indépendante, qui régule chaînes de télévision et services de médias numériques. Du point de vue de l'EMI, cette fusion unifie l'approche en continu des usages des médias par le public, non sans complémentarités. En effet, la télévision et la radio sont toujours en maîtrise des récits et des formes narratives longues, les réseaux sociaux et médias numériques sont l'espace de commentaires et formes narratives courtes..

Avec ses rapports annuels sur l'EMI qui promettent d'être des rendez-vous attendus, l'Arcom contribue à combler un des écarts notés par la recherche, à savoir l'absence de mécanismes inter-sectoriels entre les acteurs de l'EMI, notamment entre les ministères de référence (éducation et culture) et les associations de terrain et autres opérateurs. Grâce à son groupe de travail sur la désinformation et son observatoire « égalité, éducation et cohésion sociale », l'utilité publique de l'EMI est valorisée, avec des partenaires multiples qui dialoguent en terrain commun, pour les valeurs de la liberté d'expression, de la protection et participation de la jeunesse et de la lutte contre les désordres de l'information.

Ces mécanismes inter-sectoriels se mettent en place au niveau européen, incluant l'EMI. Ainsi EPRA, la plateforme européenne des instances de régulation, vient de créer un groupe de travail sur l'éducation aux médias, EMIL, avec ERGA, le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels. Cela s'articule avec les nouvelles dispositions de la Directive Européenne des Services Numériques (DSA) qui donne des missions dans ce sens aux régulateurs, en lien avec EDMO, l'observatoire européen des médias numériques. Ces nombreux sigles ne sauraient cacher la relative cohésion des initiatives en lien avec l'EMI, notamment du côté de la sensibilisation et de la formation des décideurs du secteur, avec des retombées vers le grand public, soulignant ainsi la dimension citoyenne de l'EMI.

L'Arcom fait office de pionnière en la matière, notamment en lien avec les services de médias numériques. Elle a mené des audits réguliers concernant ces plateformes désormais reconnues comme « structurantes » du fait de leur influence systémique sur tous nos échanges. A chaque fois, elles ont dû rendre des comptes sur leur position à l'égard de l'EMI. Même s'il est encore trop tôt pour se prononcer, il apparaît clairement que la vigilance s'impose car, lorsqu'elles y touchent, c'est souvent en ignorant les avancées dans le domaine, notamment en matière de compétences et d'évaluation indépendante. »

Renforcement de sa collaboration avec l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO)

En 2022, et en plus de participer à deux de ses groupes de travail, « Intellectual property in education » et « Public awareness », l'Arcom a mené deux projets d'ampleur avec l'EUIPO.

Le premier projet consistait en la publication, en mai 2022, d'une Foire aux questions (FAQ) sur le droit d'auteur à destination des enseignants¹¹. Ce document leur permet de trouver des informations sur l'utilisation de contenus protégés par le droit d'auteur dans le cadre de l'éducation et de la formation, en particulier en ligne. Il présente également aux enseignants et aux étudiants les possibilités que la protection du droit d'auteur peut leur offrir en tant que créateurs potentiels d'œuvres dans le contexte de l'Education nationale.

Cette FAQ s'organise autour de 15 questions : *les enseignants peuvent-ils faire des photocopies ou numériser des pages de livres ou de journaux pour leurs élèves ? Dans quelles conditions les enseignants peuvent-ils projeter des films en classe ou à l'école de manière générale ? Un enseignant peut-il traduire une courte partie d'un livre ou traduire et adapter les paroles de chansons existantes en vue de les utiliser en classe ? etc.*

Le second projet consistait en l'organisation d'une session de formation pour des enseignants du premier et du second degrés, sur les enjeux de respect du droit d'auteur. Ainsi, le 20 mai, l'Arcom a accueilli dans ses locaux une dizaine d'enseignants et a pu leur présenter son action en la matière : les ressources pédagogiques qu'elle propose sur cette thématique¹² ainsi que la FAQ élaborée en partenariat avec l'EUIPO.

Participation de l'Arcom à un nouveau groupe de travail européen, celui de l'EPRA : « EMIL »

L'EPRA est un réseau d'échange d'informations et de bonnes pratiques ainsi qu'un forum de discussions informelles, entre les régulateurs audiovisuels européens sur des sujets d'intérêt commun (**55** régulateurs issus de **47** États y siègent). Depuis deux ans, il a mis en place des groupes de travail qui se réunissent plusieurs fois dans l'année, dont l'un d'eux concerne l'éducation aux médias et à l'information.

L'Arcom a choisi de rejoindre ce groupe de travail puisque ce dernier est particulièrement actif et qu'il réunit **25** régulateurs et **11** intervenants et institutions extérieurs. Outre la découverte de nouvelles pratiques en EMI, cette instance sera l'occasion pour l'Autorité de faire connaître ses actions en la matière et plus encore d'aborder des sujets faisant échos aux problématiques qu'elle a identifiées (ex : l'évaluation de l'efficacité des campagnes d'EMI).

¹¹ Lien permettant d'accéder à la FAQ : https://euiipo.europa.eu/ohimportal/fr/web/observatory/faq-teachers-fr#faqanchor_FR.

¹² Lien permettant d'accéder aux ressources de l'Arcom en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique : <https://www.arcom.fr/nos-ressources/education-et-citoyennete-numerique>.

>> L'Éducation aux médias et à l'information dans l'espace francophone <<

Entretien avec **Madame Line Pagé**, Présidente du Centre québécois d'éducation aux médias et à l'information (CQEMI) et **Monsieur Serge Barbet**, Directeur délégué du CLEMI

Comment est né le partenariat entre le CLEMI et le CQEMI ?

Serge Barbet : « La coopération entre la France et le Québec en matière d'éducation aux médias et à l'information remonte à plusieurs décennies. Après l'élection présidentielle de 2016 aux États-Unis et l'ampleur du phénomène des fake news, la Fédération des journalistes professionnels du Québec a souhaité renforcer les actions d'éducation aux médias et à l'information. C'est ainsi qu'un cycle de rencontres a été organisé à Paris avec l'équipe du CLEMI autour du projet de création d'une semaine de la presse et des médias au Québec dont la première édition a vu le jour en 2019, s'inspirant de la « Semaine de la presse et des médias dans l'école » organisée en France depuis près de quarante ans. La version québécoise de cette action a d'emblée été pensée en direction de tous, aussi bien les plus jeunes à l'école qu'auprès de tous les autres publics.

Comment s'organise l'éducation aux médias et à l'information au Québec ?

Line Pagé : Au Québec, l'éducation aux médias et à l'information fait partie du programme scolaire mais est donnée de façon très asymétrique selon les écoles. Cela dépend souvent de l'intérêt et de la compétence des enseignants en cette matière.

L'étude des médias ne constitue pas une autre discipline comme le français, les mathématiques ou les arts plastiques. Dans le Programme de formation de l'école québécoise, du ministère de l'Éducation, les médias représentent un domaine général de formation, tout comme la santé, l'entrepreneuriat, la citoyenneté et l'environnement. Selon le Programme, l'éducation aux médias vise à amener l'élève à faire preuve de sens critique, éthique et esthétique à l'égard des médias et à produire des documents médiatiques respectant les droits individuels et collectifs. Le Québec offrira dans les écoles secondaires à l'automne 2023 un nouveau cours sur la culture et la citoyenneté québécoise. Le cours est actuellement offert dans une cinquantaine d'établissement pour en tester le contenu auprès des jeunes qui sont âgés entre 12 et 17 ans. Ce cours devrait faire une place à l'éducation aux médias et à l'information. Nous avons manifesté notre intention d'y participer.

Mentionnons qu'au Québec, quelques organismes sans but lucratif, comme le CQEMI, se sont développés pour offrir dans les établissements scolaires des ateliers ou ressources en éducation aux médias et à l'information ou encore en littérature numérique. Le CQEMI, qui est une initiative de journalistes professionnels, a remporté un certain succès auprès des établissements avec ses ateliers sur la désinformation intitulés #30secondes avant d'y croire rejoignant plus de 40 000 élèves depuis sa création en 2018.

Quels sont vos rapports avec le régulateur québécois ainsi que les médias audiovisuels et numériques ?

LP : *Contrairement au CLEMI dont l'action nous a inspiré, le CQEMI ne relève pas des pouvoirs publics. C'est un organisme sans but lucratif dont le conseil d'administration est formé de journalistes professionnels. Son budget de fonctionnement, sous forme de subvention, pour les trois prochaines années provient cependant d'un organisme public : le Secrétariat québécois à la jeunesse. Le CQEMI souhaite développer des liens plus organiques avec le ministère québécois de l'Éducation notamment dans le cadre du nouveau cours Culture et Citoyenneté québécoise qui sera offert à l'automne 2023. Les médias québécois appuient le CQEMI en ce sens que plusieurs de leurs employés sont les journalistes-formateurs qui donnent les ateliers #30secondes avant d'y croire dans les établissements scolaires. Tous ces journalistes sont aussi membres de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, un organisme qui existe depuis plus de 50 ans, ou de l'Association des journalistes indépendants du Québec.*

Vous avez noué un partenariat fructueux avec le CLEMI, envisagez-vous des collaborations avec d'autres acteurs en France comme l'Arcom ou les médias audiovisuels et numériques français ?

LP : *Le CQEMI s'intéresse à toutes les initiatives en éducation aux médias et à l'information particulièrement au sein de la francophonie. Il est avantageux de partager des initiatives, de faire des actions communes, de réfléchir ensemble sur ce qu'est une bonne hygiène informationnelle.*

La mission première du CQEMI est d'aider les citoyens, jeunes et moins jeunes, à mieux s'informer et à développer leur esprit critique afin de combattre la désinformation. Il travaille aussi à faire connaître le journalisme et son rôle essentiel dans une société démocratique. Nous sommes donc intéressés à collaborer avec tout organisme qui partage les mêmes buts. »

Qu'attend le CLEMI de ce partenariat fructueux avec le CQEMI, en particulier en matière de coopération avec d'autres acteurs internationaux comme l'Arcom ou les médias audiovisuels et numériques français ?

SB : *L'EMI a toujours été au centre des coopérations internationales dans les domaines de l'éducation, de la culture et de la citoyenneté. Il y a 40 ans, la Déclaration de Grunwald était d'ailleurs une initiative de l'Unesco. Ce partenariat entre le CLEMI et le CQEMI s'inscrit dans cette logique de renforcer nos compétences et expertises respectives en nous appuyant sur l'échange de bonnes pratiques dans les champs de la formation et des ressources éducatives. C'est ce que nous avons initié en 2019 et qui a vocation à se renforcer avec l'appui d'autres acteurs impliqués sur ces thématiques, qu'ils soient médiatiques, associatifs ou institutionnels. Ce partenariat doit aussi pouvoir servir d'exemple à d'autres régions qui souhaiteraient créer des structures comme le CLEMI et son cousin québécois le CQEMI, entièrement dédiées à l'EMI. »*

Fiche pédagogique n°3 *Cycle 3*

La construction de l'information

L'Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique) est garante de la liberté de communication. Elle a pour mission de contrôler le respect par les médias audiovisuels de règles déontologiques en particulier l'honnêteté et la rigueur de l'information. Elle s'attache notamment à ce que les informations diffusées soient exactes, complètes, sourcées et vérifiées.

À l'école, ces éléments relèvent de l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI) avec des compétences précisées par les [*Orientations du Conseil Supérieur des Programmes de 2018*](#), sous les intitulés « Rechercher, identifier et organiser l'information » (compétences info-documentaires) et « Ecrire, créer, publier » (Création et collaboration).

Ces Orientations font partie des éléments de cadrage à partir desquels le CLEMI élabore des ressources à destination des professeurs des écoles.

La séquence pédagogique qui vous est proposée ci-dessous, porte sur la thématique de la construction de l'information.

Pour l'enseignant, il s'agira de faire comprendre aux élèves :

- ce que sont les éléments essentiels de l'information ;
- ce qu'est une source et en quoi elle est fondamentale pour la qualité de l'information ;
- comment rédiger une brève sur une information d'actualité.

Prérequis :

Avant de proposer les séances suivantes à vos élèves, il est souhaitable de :

- travailler avec eux la définition de l'information, afin de la différencier de la rumeur, de l'opinion ou de l'anecdote ;
- préciser avec eux la notion de média, en procédant par exemple à des exercices de catégorisation (presse écrite, radio, télé, etc.).

Liens vers des ressources : [CLEMI LesEssentiels2022 int-PDF.pdf](#)

Précision : La séquence pédagogique qui suit est construite sur la base d'un reportage de journal télévisé répondant à certains critères (l'accessibilité de la thématique et du propos, des sources variées et présentées sous différentes formes) qui favorisent son étude par des élèves de cycle 3. Vous pouvez, si vous le souhaitez, proposer la même séquence sur la base des reportages suivants, qui répondent aux mêmes critères en abordant d'autres sujets, dont certains peuvent faire écho à des thèmes traités en classe. Le processus pédagogique est le même, il s'agira simplement pour vous d'adapter les supports élèves.



« 5G, l'alerte du Haut Conseil pour le Climat », journal télévisé de 19h, France 3, diffusé le 19 décembre 2020



« Ours polaire, le géant vulnérable », journal télévisé de 20h, France 2, diffusé le 27 février 2021



« Biodiversité, 2 400 espèces menacées en France », journal télévisé de 12h, France 3, diffusé le 3 mars 2021

○ Séance 1

- **Objectif élève** : analyser un reportage télévisé et distinguer les rôles des différents intervenants ;
- **Durée** : 45 minutes à une heure ;
- **Modalités** : en classe entière ;
- **Matériel** : un vidéoprojecteur pour diffuser le reportage.



« Toussaint, ruée sur les vacances », journal télévisé de 20h, France 2, diffusé le 19 octobre 2021

L'enseignant **fait visionner aux élèves le reportage** issu du journal télévisé de France 2 du 19 octobre 2021, puis leur demande de le décrire globalement. Dans un deuxième temps, il est important de déterminer quels sont les différents intervenants visibles et audibles lors de ce reportage, afin notamment de bien distinguer le rôle du journaliste et celui des personnes interviewées. L'enseignant peut vérifier la bonne compréhension des élèves en leur demandant, à travers un nouveau visionnage par étapes, « qui dit que... ? ».

Au fil des échanges guidés, il est important **de faire émerger et d'explicitier certaines notions**, qui seront définies sur une affiche : « journal télévisé », « reportage télévisé », « journaliste », « interview » (et donc l'intervieweur et l'interviewé).

Dans un dernier temps, l'enseignant demande aux élèves **à quel moment se déroule ce reportage**. Sur la base des réponses des élèves, il guide les débats afin qu'ils soient bien au clair sur la chronologie du sujet présenté car ici, le reportage porte sur les vacances de Toussaint 2021, mais il est réalisé avant celles-ci et utilise donc des images d'archives. Pour consolider cette notion, il est possible de construire avec les élèves cette chronologie, en plaçant pour commencer la date du jour et celle du reportage (19 octobre 2021).

○ Séance 2

- **Objectif élève** : comprendre ce que sont les éléments essentiels de l'information et savoir les identifier ;
- **Durée** : 1h ;
- **Modalités** : par petits groupes, puis en classe entière ;
- **Matériel** : un vidéoprojecteur pour diffuser le reportage, des fiches élèves (disponibles en annexe 1).



« Toussaint, ruée sur les vacances », journal télévisé de 20h, France 2, diffusé le 19 octobre 2021

Dans un premier temps, **faire visionner à nouveau aux élèves le reportage** issu du journal télévisé de France 2 du 19 octobre 2021. Répartis en binômes ou trinômes, les élèves doivent lister sur une *fiche* les principaux éléments d'information qui sont apportés aux téléspectateurs (sujet du reportage, période, personnes et lieu concernés).

Une fois ce premier travail effectué, **mener un retour collectif avec les élèves et remplir avec eux un tableau récapitulatif** reprenant globalement les éléments ci-dessous.

Sujet du reportage	Malgré la crise du Covid, encore en cours, les réservations touristiques remontent fortement
Période concernée	Vacances de Toussaint 2021
Personnes interrogées	Des professionnels du tourisme (un hôtelier, un glacier, une chargée de tourisme)
Pays concerné	La France

Une fois ce tableau complété, **demander** aux élèves, toujours en groupe classe, à quels types de questionnements, liés aux circonstances de l'évènement d'actualité, répondent ces différents éléments.

Au fil des échanges, compléter avec la classe le tableau de la manière suivante :

Sujet du reportage	Malgré la crise du Covid, encore en cours, les réservations touristiques remontent fortement	Quoi ? Pourquoi ?
Période concernée	Vacances de Toussaint 2021	Quand ?
Personnes concernées	Des professionnels du tourisme (un hôtelier, un glacier, une chargée de tourisme)	Qui ?
Pays concerné	La France	Où ?

Expliquer que ces éléments constituent les éléments essentiels de l'information, qui doivent typiquement figurer dans tout reportage ou article d'actualité : on parle de 5W, en référence aux termes anglais « who », « why », « when », « where » et « what ». En Français, on parle de « QQQQCCP » (qui, quoi, où, quand, comment, combien, pourquoi).

Une trace écrite reprenant ces explications est rédigée avec les élèves.

○ Séance 3

- **Objectif élève** : comprendre ce qu'est une source journalistique ;
- **Durée** : 1h ;
- **Modalités** : par petits groupes, puis en classe entière ;
- **Matériel** : un vidéoprojecteur pour diffuser le reportage, une fiche élève (disponible en annexe 2).



« Toussaint, ruée sur les vacances », journal télévisé de 20h, France 2, diffusé le 19 octobre 2021

Faire visionner à nouveau le sujet d'actualité de la séance 1. **Demander** aux élèves par quels moyens le journaliste a-t-il pu recueillir tel ou tel élément d'information en posant la question « *Qui dit que... ?* », afin d'introduire la notion de source d'information. Dans un deuxième temps, demander aux élèves de **repérer**, grâce à un nouveau visionnage, les sources utilisées et citées dans le reportage pour valider l'information. Attention, ces sources peuvent être présentées de différentes façons : directement (personne interviewée) ; intégrées dans le commentaire du journaliste ; par une incrustation à l'écran, par exemple pour accompagner des infographies ou des données chiffrées.

○ Séance 4

- **Objectif élève** : réinvestir les acquis des séances précédentes à travers une courte production médiatique ;
- **Durée** : 1h ;
- **Modalités** : par binômes, puis en classe entière ;
- **Matériel** : un support pour faire écouter les trois brèves radio.

Dans un dernier temps, pour réinvestir les notions abordées, **demandez aux élèves**, répartis en binômes, **de rédiger une brève** – c'est-à-dire un texte très court – sur l'un des sujets ci-dessous (l'enseignant répartit les thèmes entre les binômes). Les élèves vont devoir répondre aux 5W et citer la ou les source(s) utilisée(s). A chaque fois, ils doivent choisir de retenir ou d'éliminer un ou plusieurs éléments et sources d'information, en s'interrogeant sur l'intérêt et la fiabilité de chacun.

Incendie de Notre-Dame de Paris (Information 1)

Un incendie s'est déclaré à la cathédrale Notre-Dame de Paris, concernée actuellement par des travaux de rénovation. La cliente d'un magasin à proximité dit qu'il s'agit d'un acte criminel, car elle est presque sûre d'avoir vu un homme sortir en courant de la cathédrale. Le porte-parole des pompiers déclare de son côté que l'incendie a commencé dans les combles de la cathédrale.

Correction : il ne faut pas retenir le témoignage de la cliente car elle n'est pas du tout sûre de ce qu'elle a vu, la source n'est donc pas fiable.

Epidémie de rougeole (Information 2)

L'organisation mondiale de la santé (OMS) s'inquiète. Selon elle, les cas de rougeole, une maladie très contagieuse, sont en forte hausse dans le monde entier : 300 %

d'augmentation par rapport à 2018, et même 700 % de hausse en Afrique. Pour l'OMS, cette évolution est causée par le rejet des vaccins dans les pays les plus riches, mais aussi par un accès aux soins limité dans les autres pays. De son côté, le YouTubeur Marc Urocrome, qui adore commenter les séries télévisées médicales, déclare que ces chiffres sont faux car il n'a jamais vu de cas de rougeole dans ses séries préférées.

Correction : Il ne faut pas retenir le témoignage de Marc Urocrome, qui n'est pas un spécialiste fiable des questions médicales mais seulement un amateur de séries télévisées.

Manifestations contre la réforme des retraites (Information 3)

Les manifestations contre la réforme des retraites ont rassemblé hier dans toute la France un grand nombre de personnes : elles étaient 800 000 selon les autorités, 1,5 million selon la CGT. Une story partagée sur Snapchat par le cousin d'un manifestant affirme que cette manifestation est la plus importante depuis plus de cinquante ans. Le patron de la CGT, Philippe Martinez, a de son côté précisé que les manifestants venaient à la fois du secteur privé et du secteur public.

Correction : Il ne faut pas utiliser le témoignage du cousin du manifestant, sauf s'il a été vérifié que cette information était exacte. Le fait d'être le cousin d'un manifestant ne fait pas de cette source une source fiable.

Une fois les brèves rédigées, l'enseignant organise un retour collectif en comparant notamment les différentes productions réalisées sur les mêmes sujets. L'enseignant guide les débats pour déterminer si les choix sont pertinents et justifiés.

En guise de correction, faire écouter aux élèves *des brèves radio* sur ces mêmes sujets pour qu'ils puissent comparer avec leur travail. Pour finir, réaliser une trace écrite sur la notion de source d'information et son importance dans la construction d'une information de qualité : « *Un journaliste travaille avec des sources qui lui donnent des éléments pour construire l'information. Une source doit être fiable : plus elle est proche du sujet traité, mieux c'est. Par exemple, pour parler d'un incendie, un pompier ayant participé à l'intervention est une source très fiable. Par ailleurs, il est important de pouvoir avoir plusieurs sources pour vérifier l'information et être parfaitement sûr qu'elle est exacte* ».



L'incendie de Notre-Dame, franceinfo., le 15 avril 2019



L'épidémie de rougeole en France, franceinfo., le 15 avril 2019



Manifestation contre la réforme des retraites, France Inter, le 6 décembre 2019

Il est intéressant de permettre aux élèves de réinvestir ou d'approfondir les compétences travaillées lors de cette séquence, à l'aide de plusieurs prolongements possibles.

➡ Séance de prolongement 1 :

- **Objectif élève** : comprendre l'importance de la pluralité des points de vue ;
- **Durée** : 1h ;

- **Modalités** : par petits groupes, puis en classe entière ;
- **Matériel** : un vidéoprojecteur pour diffuser le reportage, des fiches élèves (disponibles en annexes 1 et 2).



« L'œil du 20h : Extensions d'aéroports : une loi a minima ? », journal télévisé de France 2, diffusé le 24 février 2021

Faire visionner aux élèves, répartis en petits groupes, ce reportage issu du journal télévisé de France 2 du 24 février 2021, et effectuer le même **travail de contextualisation** que lors de la séance 1 de la séquence. Les élèves répondent ensuite sur leur *fiche* aux questions suivantes : Qui intervient dans ce reportage ? Que disent les différents intervenants ?

A l'issue de ce premier temps, **organiser un retour collectif** et faire percevoir aux élèves que les différentes personnes interrogées par les journalistes ne sont pas d'accord. Conclure en réalisant une trace écrite expliquant que le respect de la pluralité des points de vue est une règle importante pour le journaliste, qui doit, notamment quand le sujet qu'il traite fait débat, présenter une information complète et équilibrée.

➡ Séance de prolongement 2

- **Objectif élève** : réaliser un contenu journalistique en respectant les principes essentiels de la construction de l'information.

En utilisant les apports de connaissance des séances précédentes, les élèves doivent **réaliser un reportage** sur une thématique et sous un format (écrit, audio, vidéo) déterminés par l'enseignant. La production devra avoir pour objectifs de rassembler les éléments essentiels de l'information (les 5 W), de faire appel à des sources qui seront citées, de respecter, si le sujet l'exige, la pluralité des points de vue.

Annexe - Support élèves

- **Séance 2 - Visionnage du reportage issu du journal télévisé de France 2 du 19/10/2021.**

Après avoir regardé le reportage (une ou plusieurs fois), liste les différentes informations qui sont données aux téléspectateurs en remplissant ce tableau

Sujet du reportage	
Période concernée	
Personnes concernées	
Pays concerné	

- **Séance 3 - Visionnage du reportage issu du journal télévisé de France 2 du 19/10/2021.**

Après avoir regardé le reportage (une ou plusieurs fois), complète le tableau en indiquant quelle source est utilisée par le journaliste pour donner les différents éléments d'information dans son reportage

Élément d'information	Source
Il y a 75% de réservations touristiques en plus pour les vacances de la Toussaint 2021 par rapport à celles de 2020.	<i>Correction : Logis Hotel (incrustation écran)</i>
L'hôtel Belles Rives à Antibes est occupé à 70% pour le premier week-end des vacances.	<i>Correction : Stéphane Vuillaume, directeur général de l'hôtel Belles Rives à Antibes (interview)</i>

<p>La région Auvergne-Rhône-Alpes est en tête pour la réservation de gîtes pour les vacances de Toussaint 2021.</p>	<p><i>Correction : Gîtes de France (incrustation écran)</i></p>
<p>36% des Français envisagent de partir pour les vacances de la Toussaint 2021, contre 26% en 2020.</p>	<p><i>Correction : un sondage (commentaire du journaliste)</i></p>

- ***Séance de prolongement 1 - Visionnage du reportage issu du journal télévisé de France 2 du 24/02/2021***

Après avoir regardé le reportage (une ou plusieurs fois), complète le tableau en indiquant quels sont les trois intervenants et les points de vue qu'ils défendent, en répondant aux questions posées dans les cases.

Intervenant	Point de vue
<p>1</p> <p><i>Correction : Christophe Coulon (président du syndicat des aéroports de Lille et Merville)</i></p>	<p><i>L'extension de l'aéroport de Lille est-elle une bonne ou une mauvaise chose ? Pourquoi ?</i></p>
<p>2</p> <p><i>Correction : Stéphane Baly, élu écologiste à la métropole de Lille</i></p>	<p><i>L'extension de l'aéroport de Lille est-elle une bonne ou une mauvaise chose ? Pourquoi ?</i></p>

<p>3</p> <p><i>Correction : Agathe Bounfour, association Réseau Action Climat</i></p>	<p><i>Cette troisième personne est-elle plutôt d'accord avec l'intervenant 1 ou avec l'intervenant 2 ?</i></p>
---	--

Paris, le 16 février 2023

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Table-ronde du 11 janvier 2023

Bibliothèque nationale de France

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon votre organisation ? Pouvez-vous présenter votre structure et son mode de fonctionnement ?

Pour la BnF, l'EMI est à la fois englobée dans notre politique d'éducation artistique et culturelle et posée – d'un point de vue de bibliothèque – sur un plan plus général d'accès au savoir et de construction de la connaissance.

L'objectif poursuivi est ainsi double :

- fournir des outils pour décrypter l'information, les images, exercer son esprit critique au travers d'actions éducatives (cf. détail infra) ;
- favoriser l'accès aux ressources presse et documentaires et de manière générale aux « sources fiables », offertes par la BnF avec des systèmes de recherche qui favorise la « découvrabilité », la profondeur historique et la comparaison dans un cadre propice au recul et à la réflexion.

La BnF s'appuie pour cela sur trois piliers complémentaires :

- la promotion de son offre et de ses outils ordinaires sur place ou à distance. Il est nécessaire d'y insister même si ce n'est pas une offre spécifiquement tournée vers l'EMI dans la mesure où le but ultime de l'EMI est, sans doute, de susciter cette envie d'information et de recherche ;
- les actions mises en œuvre par la direction des publics et son département de développement des publics et de médiations qui, globalement, agit en partenariat avec les acteurs de l'éducation, sur temps scolaire et dans nos emprises physiques, pour concevoir et animer des ateliers, visites, supports, projets spécifiques – souvent au long cours - d'EMI ;
- de manière complémentaire, BnF-Partenariats, qui agit en matière d'EMI comme bras armé numérique de la BnF-P en diffusant plus de 2000 titres de presse couvrant la période 1631 à 1950 et des contenus éditorialisés retraçant l'histoire de l'information et de la presse. Ces contenus sont accessibles à distance, pour les acteurs de l'éducation ou les élèves et permettent de donner des décryptages sur l'EMI ou tout simplement de d'éclairer le grand public.

2. Vous appuyez-vous sur des définitions spécifiques pour définir les objectifs poursuivis par vos missions dans le champ de l'EMI ? Quels sont vos documents de référence ?

L'offre EMI est élaborée en lien étroit avec le MEN et s'appuie sur les textes de référence suivants

1. L'article L332-5 du code de l'Éducation :

Article L332-5 (Modifié par LOI n°2018-1202 du 22 décembre 2018 - art. 17)

La formation dispensée à tous les élèves des collèges comprend obligatoirement une initiation économique et sociale et une initiation technologique ainsi qu'une **éducation** aux médias et à l'information qui comprend une formation à l'analyse critique de l'information disponible.



2. La circulaire de 24/01/2022 de l'Education nationale sur la généralisation de l'Education aux médias et à l'information.
3. Les bulletins officiels du ministère de l'Education nationale, de la jeunesse et des sports relatifs aux programmes d'enseignement des différents niveaux scolaires, ainsi que les bulletins officiels relatifs au cadre de référence des compétences numériques et des professeurs documentalistes.

- Bulletin officiel spécial no 11, 26 novembre 2015 pour les programmes des d'enseignement du cycle des apprentissages fondamentaux (cycle 2), du cycle de consolidation (cycle 3) et du cycle des approfondissements (cycle 4)
- Bulletin officiel n°31 du 30 juillet 2020 pour la modification des programmes des d'enseignement de l'école maternelle (cycle 1), du cycle des apprentissages fondamentaux (cycle 2), du cycle de consolidation (cycle 3) et du cycle des approfondissements (cycle 4)
- Bulletin officiel spécial n°1 du 22 janvier 2019 pour les programmes de seconde et première de lycée général et technologique
- Bulletin officiel spécial du 25 juillet 2019 pour les programmes de terminale de lycée général et technologique
- Bulletin officiel spécial n°5 du 11 avril 2019 pour les programmes de lycée professionnel
- Bulletin officiel n°1 du 06 février 2020 pour les programmes de première terminale de lycée professionnel
- Bulletin officiel n°37 du 10 octobre 2019 pour le cadre de référence des compétences numérique
- Bulletin officiel n°12 du 30 mars 2017 pour les missions du professeur documentalistes

3. Quelles sont les actions menées par votre organisme ? A quel public s'adressent-elles et par qui sont-elles proposées ? Combien de personnes avez-vous pu toucher ces dernières années lors de vos actions ? Disposez-vous d'éléments statistiques ou de bilans quant aux résultats de celles-ci ?

La Bnf organise des formations pour les enseignants, bibliothécaires et relais éducatifs. Chaque année nous proposons des formations autour de l'EMI en lien avec le DEP, le Clemi et l'Education nationale.

Les formations suivantes sont programmées en 2023:

-«Comprendre la Laïcité avec la BnF» -«L'éducation à la lutte contre les discriminations»
-«Enjeux de la liberté d'expression» -«Dessins de presse et liberté d'expression»;-«La fabrique de la désinformation : des 1ers canards aux réseaux sociaux»

Nous proposons ces formations sur site mais aussi à distance en fonction des besoins exprimés par les territoires. En 2022 nous avons formé 700 personnes, dont 170 sur l'EMI.

Des ateliers pour les publics scolaires du CP à la licence sur le site François Mitterrand.

Atelier «Dessine ton actu», à partir du CE2, Atelier «Connais-tu la presse ?» pour les CM2, en partenariat avec le service presse du DEP, Atelier «Presse et liberté d'expression» à partir de la 3^{ème} à Bac +2, présentation de la lente et fragile accession à la liberté de la presse, des lois encadrant cette liberté. Atelier «Histoires des Fausses nouvelles» de 4^{ème} à la terminale, présentation de la fausse nouvelle (histoire, exemples patrimoniaux, typologies) confrontant des exemples du passé et contemporains. Atelier «Peut-on tout lire ?» pour les 4^{ème}-3^{ème}, présentation de publications critiquées ou censurées et débat. En 2022 720 élèves ont participé à l'un de ces ateliers.

Des projets à l'année avec des établissements scolaires et des partenaires associatifs sur le territoire.



Les projets menés à l'année *concours Médiatiks1*, projet sur le dessin de presse pour des élèves de classes de primaire parisiens et de creteil, partenaire du prix du dessin de presse « P'tits citrons », avec le Clemi et l'Ecole Estienne, participation aux médias scolaires (webradio, journaux en ligne ou papier...), de résidences de journalistes dans des collèges de Seine Saint Denis font l'objet d'évaluations croisées (BnF . partenaires, enseignants)

La BnF produit et met à disposition des ressources en ligne (dossiers, ressources pédagogiques, exposition en ligne) diffuse des expositions sur panneaux sur l'ensemble du territoire et propose des ateliers à distance

	2020	2021	2022
Fréquentation totale de nos activités	7694	13179	35249
Nombre de personnes ayant fréquenté un atelier EMI	504	269	719
Nombre de personnes formées	1106	1762	690
Nombre de participants à nos formations autour de l'EMI	108	440	170

RetroNews, le site de presse de la BnF, met à disposition plus de 2000 titres couvrant la période 1631 à 1950 et a pour vocation de retracer l'histoire de l'information et de la presse depuis les Lumières à l'immédiat après-guerre. Cette période se trouve au cœur de la construction médiatique contemporaine. Media web natifn Retronews déploie son action, autour de l'histoire des médias et de l'information, sur l'ensemble des dispositifs *social media* Youtube compris.

Dans ce cadre, les équipes éditoriales de RetroNews ont développé une offre clé en main à destination des professeurs et élèves du secondaire notamment.

- Des entrées dédiées aux programmes scolaires regroupent les articles produits par des universitaires de la 5eme à la Terminale
- Des séquences pédagogiques créées avec l'APHG, en lien avec les programmes scolaires et accessibles gratuitement aux enseignants, sont mises à disposition et trouvent un écho dans la newsletter Education mise en place par RetroNews (environ 11k inscrits)
- Des dossiers créés dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias à l'Ecole en lien avec le CLEMI et regroupant chaque année un ensemble de ressources mis à disposition des élèves et professeurs
- Des Formats vidéos «Qu'est-ce qu'une fausse nouvelle ? » et « 1914-1918, la presse et la guerre » (deux séries de vidéos produites avec France Info TV)
- Des Audio/podcasts : les grands articles de la presse lus par des comédiens

RetroNews propose par ailleurs un **ensemble d'expositions**, diffusées lors de festivals (Festival international du film d'histoire de Pessac) ou d'événements. Elles sont ensuite **mises à disposition en ligne**. Les mécanismes de l'information et la construction des représentations dans la presse y sont présentés, notamment :

- L'Affaire Dreyfus à la Une (en partenariat avec Ouest France à l'occasion de la commémoration du procès de Rennes en 2019)
- Masculin-féminin : toute une histoire (dans le cadre du festival de Pessac en 2022)
- Histoire(s) d'éthique journalistique (en partenariat avec France Télévision en 2018)

¹ Pour rappel, la BnF est partenaire du CLEMI

Depuis leur lancement en 2021 les séquences pédagogiques sur le site Internet ont cumulé plus de 35000 vues. RetroNews a une fréquentation annuelle de plus de 7 millions de visiteurs.

4. Observez-vous des évolutions particulières dans l'approche par les jeunes des médias et de l'information ces dernières années ? Quels effets a pu avoir le développement de nouveaux moyens techniques numérique d'information sur le traitement de l'information ? Avec quelles conséquences pour sa réception ?

Les risques sont évidents et connus (recherche sans esprit critique, algorithmes prescriptifs qui rabattent vers des domaines d'intérêt répétitifs ou trop étroits, absence de différenciation des sources, absence de réflexivité ou de distance). Mais il faut souligner, également, que la presse conserve son pouvoir d'émancipation et qu'Internet offre des possibilités d'accès aux ressources très supérieures à ce qu'ont connu les générations précédentes.

Le service de l'EAC constate ainsi chez les élèves qui participent à des dispositifs EMI (concours Médiatik2, projet sur le dessin de presse pour des élèves de classes de primaire parisiens « P'tits citrons », participation aux médias scolaires (webradio, journaux en ligne ou papier...), projets annuels avec des journalistes ou des collections de presse de la BnF...), une réelle implication et une maturité citoyenne remarquables avec un sens critique très développé. Les ateliers, les projets sur l'EMI avec les élèves ont un impact mesurable sur l'engagement citoyen de ces élèves et leur esprit critique.

L'enjeu est donc bien un enjeu d'éducation pour permettre aux jeunes – et pas seulement – de faire bon usage des ressources disponibles et d'accéder utilement au trésor démocratique qu'est la presse. C'est la raison pour laquelle l'EMI est un enjeu critique pour construire les futurs citoyens et pour qu'ils trouvent leur chemin dans le volume des informations disponibles.

5. Quels sont selon vous les principaux sujets de préoccupation que soulève la prépondérance des réseaux sociaux et plateformes numériques dans l'accès des jeunes à l'information ? (cf supra)

6. Comment comprenez-vous la notion « d'apprentissage de la citoyenneté numérique » introduite récemment dans le code de l'Éducation ? Vous y référez-vous pour élaborer vos actions, et de quelle façon ?

Cette notion est au cœur des actions menées dans les ateliers et les projets menés par le service EAC de la BnF, menés au quotidien avec des publics scolaires. La BnF a créé des affiches sur l'histoire des fausses nouvelles en partenariat avec le CLEMI permettant au travers de ses collections patrimoniales de remettre en perspective la diffusion de l'information et de la désinformation. Ce support permet de s'adresser à un public plus large d'association, de centres sociaux, la maison des réfugiés ou encore du SPIPP.

La BnF par ses outils (le catalogue général, le dépôt légal du web, Gallica, RetroNews, les Essentiels) permet au citoyen de (re)trouver la source d'une information qualifiée puisque signalée par un professionnel, de la vérifier afin de mieux identifier l'intention qui motive sa diffusion (diffusion de savoirs scientifiques, idéologiques, publicités commerciales, communautaires...) et donc de se positionner en conscience par rapport à cette information.

L'accueil réservé aux lecteurs et l'aide personnalisée à la recherche documentaire dispensés dans les salles de lecture par les bibliothécaires et notamment par le département de la découverte des collections et de l'accompagnement à la recherche participe de cet apprentissage de la citoyenneté numérique



RetroNews met en place des ateliers ou des interventions en festival pour apprendre à utiliser les outils numériques de RetroNews, effectuer des recherches, des comparaisons de sources autour des médias. Ex : « Reconstruire l'itinéraire d'une fausse nouvelle ».

7. Comment les actions menées pour l'EMI s'articulent-elles avec vos autres domaines de compétence ?

L'EMI n'est pas une composante à part de notre action. Elle part des collections de la bibliothèque et, idéalement, doit ramener à la bonne utilisation de ces mêmes collections et à ce qu'elles permettent. On retrouve donc, en bout de ligne, les objectifs traditionnels d'une grande bibliothèque qui sont de collecter les documents (dont la presse) assurer leur accès intellectuel (découvrabilité) et pratique (sur place ou à distance).

Nos actions EMI sont ainsi conçues à partir des collections presse, elles visent à valoriser la richesse de nos collections, favoriser la consultation sur place (fréquentation des salles de lecture) et l'accès aux ressources à distance (Gallica, RetroNews, Portail Les Essentiels)

8. Avez-vous des liens avec des structures publiques (ministères de l'Éducation, de la Culture ou autre, collectivités territoriales) ? Le cas échéant, pouvez-vous décrire la nature de ces liens ?

Les actions en matière d'EMI sont essentiellement conçues de manière partenariale.

Nous avons de nombreux liens avec des structures publics à l'échelle local, régionale et nationale. Ces partenariats reconductibles à l'année s'inscrivent dans la durée et font pour certains l'objet de financements spécifiques.

Partenariat avec la Mission EAC de la DGESCO

Partenariats avec les trois académies Franciliennes (Plan académique de formation, projets de territoire, accueil de classes pour des ateliers)

Partenariat avec la Préfecture de Région et les deux villes de Mantes la Jolie et Mantes la Ville dans le cadre d'un jumelage culturel

Partenariat PEAC avec la Région Ile de France

Partenariat avec la Mairie du 13^{ème} pour le 100% EAC

Partenariat avec le CLEMI pour la production de ressources

Partenariat avec le Médiatix et L'Ecole Estienne pour le prix Médiatix Press citron

Participation au jury des prix EMI des assises internationales du journalisme

RetroNews a développé une offre dédiée à l'EMI sur Eduthèque (Lumni aujourd'hui).

Paris, le 16 février 2023

Mission flash « Éducation critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Réponse de la Bibliothèque publique d'information

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon votre organisation ? Pouvez-vous présenter votre structure et son mode de fonctionnement ?

La Bibliothèque publique d'information est une bibliothèque publique nationale dépendant du Ministère de la Culture hébergée dans le Centre Pompidou à Paris. Ouverte à tous gratuitement et sans inscription, la Bpi met à la disposition de tous les publics d'importantes collections encyclopédiques, en accès libre (près de 400 000 documents imprimés) ou numériques déployées sur trois niveaux ainsi que de multiples services gratuits : accompagnement des usagers à la recherche documentaire, accès à Internet, expositions, espace d'autoformation, ateliers divers allant de l'accompagnement à la recherche d'emploi à des ateliers d'apprentissage du français pour les primo-arrivants... Ouverte tous les jours sauf le 1^{er} mai et les mardis, sur une amplitude hebdomadaire de 64 heures d'ouverture, elle accueille chaque année plus d'1,4 million d'usagers.

Bibliothèque d'information, l'accès à l'actualité fait partie intégrante des missions de la Bpi, définies dans l'article R342-2 du Code du Patrimoine. Ainsi, engagée depuis toujours à apporter à son public un éclairage culturel et scientifique solide sur les questions de société, la Bpi s'est rapidement et logiquement investie dans l'éducation aux médias en structurant une offre éducative pour les publics scolaires et le public adulte, mais également en proposant des services pour les professionnels via la mission nationale EMI qui lui a été confiée par le Ministère de la Culture.

À travers l'EMI, la Bpi vise à aider les publics à développer leur esprit critique, mieux appréhender les médias dans toute leur complexité, les réseaux et les phénomènes informationnels dans toutes leurs dimensions (économique, sociétale, technique, éthique).

2. Vous appuyez-vous sur des définitions spécifiques pour définir les objectifs poursuivis par vos missions dans le champ de l'EMI ? Quels sont vos documents de référence ?

Le plan de 2015 du ministère de la Culture a permis de poser l'EMI comme un engagement prioritaire, notamment à destination des jeunes, permettant ainsi le déploiement d'une politique d'éducation aux médias et à l'information.

Plus récemment, la publication en début d'année 2022 du Rapport de la Commission Bronner propose des recommandations visant au renforcement de l'esprit critique et de l'éducation de toutes et tous aux médias et à l'information à l'ère numérique.

À retenir également le texte du ministère de l'Éducation nationale sur la généralisation de l'EMI, fondée notamment sur le développement des projets pédagogiques et le renforcement des réseaux d'acteurs.

3. Quelles sont les actions menées par votre organisme ? À quel public s'adressent-elles et par qui sont-elles proposées ? Combien de personnes avez-vous pu toucher ces dernières années lors de vos actions ? Disposez-vous d'éléments statistiques ou de bilans quant aux résultats de celles-ci ?

La Bpi travaille l'éducation aux médias d'une part, en tant qu'opérateur direct en proposant une offre d'ateliers en direction des publics scolaires et adultes, et d'autre part, en tant qu'établissement en charge d'une mission nationale sur l'EMI d'animation de réseaux professionnels et de coopération nationale :

Les actions menées pour les publics scolaires :

- ⇒ Un Parcours Média : Afin de mieux envisager l'ensemble des problématiques liées à la connaissance et aux usages des différentes sources d'information, le Parcours Média de la Bpi est constitué de trois modules indépendants :

- Atelier Info/Intox

Lors de cet atelier, les élèves doivent démêler le vrai du faux en se servant des ressources du Web. L'occasion de revoir un peu de méthodologie sur les sources, leur évaluation et la propagation de l'information.

- Atelier Construire son opinion

Les élèves analysent le traitement de sujets d'actualité par différents titres de presse, s'approprient le vocabulaire journalistique et exercent leur esprit critique. Ils recherchent des informations et les contextualisent, observent et analysent le traitement d'une information par différents médias et abordent les questions de pluralité. L'intervention d'un journaliste peut accompagner cet atelier.

- Atelier Les stéréotypes dans les médias

Les stéréotypes sexuels, sociaux, ethniques, professionnels sont encore et toujours présents dans les discours médiatiques.

Qu'est-ce qu'un stéréotype, un préjugé ? Comment sont-ils véhiculés et comment les repérer ?

Cet atelier permet aux élèves de répondre à ces questions en prenant du recul sur le discours médiatique via l'analyse de unes de presse, d'articles et de publicités. L'intervention d'un journaliste peut accompagner cet atelier.

⇒ Journée contributive Wikipédia

Issue d'une collaboration entre la Bpi, le CLEMI et le Centre Pompidou, cette action permet d'initier les élèves aux principes encadrant le développement de cette encyclopédie collaborative. Les objectifs pédagogiques sont multiples : mettre en place d'une méthodologie, évaluer la fiabilité de l'information sur Internet, effectuer des recherches documentaires de plus en plus approfondies, mettre en forme et rédiger un article.

Cette journée de contribution qui se tient à la Bpi et pendant laquelle les élèves participent à l'enrichissement d'articles de l'encyclopédie est précédée d'une visite du Musée national d'art moderne, où un·e guide leur présente une sélection d'œuvres, puis d'une formation aux principes de Wikipédia en classe.

En accompagnant les élèves dans leurs recherches documentaires, les bibliothécaires ont l'occasion de présenter les ressources offertes en bibliothèque et les bases de la recherche documentaire.

⇒ Ateliers images médiatiques / images documentaires

Forte de son expertise sur le cinéma documentaire, la Bpi a développé une offre à destination des scolaires (primaire et secondaire) qui permet de sensibiliser des élèves à deux formes différentes d'écriture du réel, avec des sujets qui ont accompagné l'histoire du documentaire.

⇒ Ateliers Philo et Créations

Un atelier pour les élèves de collège leur permettant d'expérimenter leur pensée critique par l'exercice de l'écoute, du dialogue et de l'argumentation, mais aussi de s'exprimer sur un sujet de philosophie en se confrontant dans le respect et la curiosité à la pensée de l'autre.

Exemples de thèmes proposés : « L'image et les réseaux sociaux : suis-je celle ou celui que je montre aux autres ? », « Les imaginaires du futur : l'intelligence artificielle pense-t-elle ? », « La démocratie : un apprentissage de la liberté humaine », « L'amour / l'amitié : peut-on définir l'amour et "justifier" ce qu'on aime ? ».

En 2022, la Bpi a accueilli 1065 élèves lors de 38 actions.

Les actions menées pour les adultes

⇒ Ateliers

À travers les ateliers *Je repère les fake news*, la Bpi initie une démarche EMI à destination du public adulte. Le but est de donner les moyens aux personnes en difficulté avec le numérique de se poser des questions quand elles sont face à une information : connaître les sources d'information, présenter les nomenclatures des sites web, comprendre l'importance des mots clés dans une recherche, etc.

⇒ Cycles

La Bpi a développé des propositions liées aux préoccupations journalistiques, telles que les cycles « Place aux revues », « Reportages : état des lieux » et « Profession reporter ». Développé en partenariat avec le Prix Albert Londres, le cycle « Profession reporter », qui permet au public de la Bpi de rencontrer des professionnels de l'information, s'articule à la valorisation générale des collections Presse-Actualité en direction de l'ensemble des publics.

Les actions menées pour les professionnels dans le cadre de la mission nationale EMI

Missionnée par le Service du livre et de la lecture (SLL) du ministère de la Culture pour participer à l'animation du réseau de lecture publique dans ce domaine, la Bpi propose des instances de réflexion et de coopération avec les bibliothèques de lecture publique, apportant ainsi une dimension nationale à ses actions.

Une page dédiée à l'Éducation aux médias et à l'information sur le site professionnel de la Bpi a ainsi été créée. Cette rubrique favorise les partages d'expérience et la réflexion entre professionnels qui souhaitent mettre en place des actions similaires dans leurs établissements. Elle recense des ressources numériques regroupant expériences, bonnes pratiques et ressources utiles sur l'éducation aux médias et à l'information pour accompagner de nouvelles initiatives.

Par ailleurs, trois des journées d'étude ont été organisées à destination de tous types d'établissements de lecture publique.

- ⇒ En 2018, la première portait sur « Éducation aux médias et à l'information en bibliothèque » et interrogeait la place des bibliothèques publiques, qu'elles soient territoriales ou universitaires, dans l'EMI.
- ⇒ En 2020, sous la forme d'un webinaire sur « EMI en bibliothèques : quelles pédagogies ? », où se posait la question d'une pédagogie spécifique pour développer et animer des projets EMI dans les bibliothèques de lecture publique.
- ⇒ Dernière journée d'étude en 2021 avec comme thématique « Confiance dans l'information : quel rôle pour les bibliothèques ? » et le rôle qu'elles peuvent jouer dans la construction des liens de confiance qui font société.

Toujours au titre de cette mission nationale, la Bpi est aussi présente dans plusieurs instances nationales (le comité de suivi de l'Enssib, l'appel à projet du ministère de la Culture, les Journées numériques de la BnF, etc.). Elle reçoit de nombreux collègues bibliothécaires en observation lors de ses ateliers et a édité en collaboration avec le SLL un [Guide pratique de l'EMI en bibliothèque](#) en 2020. Celui-ci a été conçu en réseau avec le groupe de bibliothèques qui avaient déjà engagé des expérimentations sur le territoire (Groupe EMI).

Pour chaque action menée, la Bpi dispose d'outils de suivi, ce qui permet d'établir un bilan à la fois quantitatif et qualitatif compilés dans le rapport d'activité annuel.

Les journées d'étude ont rassemblé en moyenne entre 100 et 150 personnes, sont enregistrées et comptabilisent 1600 vues en ligne sur Facebook en incluant le replay.

4. Observez-vous des évolutions particulières dans l'approche par les jeunes des médias et de l'information ces dernières années ? Quels effets a pu avoir le développement de nouveaux moyens techniques numérique d'information sur le traitement de l'information ? Avec quelles conséquences pour sa réception ?

Le numérique et les réseaux sociaux ont profondément modifié le paysage médiatique et l'accès à l'information, notamment pour des jeunes de plus en plus connectés. Cette multiplication des canaux et leur profusion peuvent créer à la fois une confusion sur les sources d'informations, donc une difficulté à en faire le tri et une « fatigue informationnelle », voire un stress face au flux continu de l'information. Les jeunes, comme l'ensemble de la population, peut ainsi se retrouver à propager des « fake news » sans forcément en avoir conscience. L'EMI est un outil essentiel de sensibilisation au regard de ces problèmes.

5. Quels sont selon vous les principaux sujets de préoccupation que soulève la prépondérance des réseaux sociaux et plateformes numériques dans l'accès des jeunes à l'information ?

Sensibiliser les jeunes générations à une approche critique des médias est un enjeu majeur d'autant que l'hyperconnexion et la surexposition aux informations ne garantissent pas le fait de pouvoir s'informer sans difficulté ni la fiabilité de l'information reçue.

Souvent peu conscients des mécanismes à l'œuvre dans les réseaux sociaux avec la personnalisation des contenus par les algorithmes, les jeunes peuvent se retrouver pris dans une bulle d'isolement intellectuel et informationnel. Enfin, en tant que producteurs de contenus, ils ne sont pas toujours conscients de leur responsabilité en la matière. Les enjeux de protection de la vie privée et des données à caractère personnel sont aussi des sujets à aborder dans le cadre de l'EMI.

Notons que le public adulte n'est pas toujours plus armé que les jeunes générations pour faire face à un paysage médiatique profondément complexifié. Même si l'éducation aux médias s'adresse de façon prioritaire aux publics scolaires, le développement d'actions auprès des adultes n'est certainement pas à négliger.

6. Comment comprenez-vous la notion « d'apprentissage de la citoyenneté numérique » introduite récemment dans le code de l'Éducation ? Vous y référez-vous pour élaborer vos actions, et de quelle façon ?

Cette notion d'apprentissage de la citoyenneté numérique regroupe les droits et les devoirs des élèves en matière d'usage des outils et des ressources numériques. C'est-à-dire, la liberté d'opinion ou encore la protection de la vie privée tout en s'engageant de manière positive et responsable avec les autres.

Les actions EMI de la Bpi s'inscrivent dans cette lignée pour que l'éducation à la citoyenneté numérique forme des élèves capables de faire face aux enjeux numériques auxquels sont confrontées les sociétés contemporaines.

7. Comment les actions menées pour l'EMI s'articulent-elles avec vos autres domaines de compétence ?

L'offre de la Bpi en matière d'EMI, mais également d'EAC, s'imbrique très logiquement dans les missions et les domaines de compétences de la Bpi à plusieurs titres :

- ⇒ En tant que bibliothèque publique d'information, l'accès aux médias et l'éducation aux médias font partie intégrante des missions de la Bpi telles que définies dans le code du patrimoine
- ⇒ La Bpi a développé au cours des années une réelle expertise et expérience sur des domaines d'excellence à travers sa programmation culturelle, les expositions qu'elle organise et le cinéma documentaire. Sur ce dernier volet en particulier, la Bpi, en proposant des ateliers comme « Images médiatiques / images documentaires », établit un lien fort entre ses deux domaines d'expertise que sont l'éducation à l'image par le cinéma documentaire d'une part et l'éducation aux médias d'autre part.
- ⇒ En tant que bibliothèque associée au Centre Pompidou, la Bpi multiplie également les occasions de partenariats avec celui-ci afin de favoriser le croisement des publics. À ce titre, plusieurs propositions d'ateliers en EAC et en EMI sont organisées en coopération avec le Centre Pompidou (« À la recherche du tableau », journées de contribution à Wikipédia...).
- ⇒ Enfin, en tant qu'établissement national, la coopération nationale et notamment l'animation de réseaux professionnels font partie des missions historiques de la Bpi. Sur le volet de l'EMI, la bibliothèque s'est donc vue confier par le ministère de la Culture une mission nationale qui s'insère logiquement dans les activités de la Bpi et s'appuie sur une expertise ancienne d'animation de réseaux professionnels, d'organisation de journées d'étude, de programmes de recherches, de formations...

8. Avez-vous des liens avec des structures publiques (ministères de l'Éducation, de la Culture ou autre, collectivités territoriales) ? Le cas échéant, pouvez-vous décrire la nature de ces liens ?

La Bpi est missionnée par le Service du livre et de la lecture (SLL/DGMIC) du Ministère de la Culture pour participer à l'animation du réseau de lecture publique dans le domaine de l'EMI. De fait, nous proposons des instances de réflexion et de coopération avec les bibliothèques de lecture publique qu'elles soient municipales, d'agglomération ou départementales...

À ce titre, la Bpi est également présente dans plusieurs instances nationales (le comité de suivi de l'Enssib, l'appel à projet du Ministère de la Culture, les Journées numériques de la BnF, etc.) et a édité en collaboration avec le SLL un « Guide pratique de l'EMI en bibliothèque » en 2020.

9. Quelles améliorations seraient selon vous envisageables pour accroître l'efficacité de l'éducation aux médias et à l'information ? Quels acteurs celles-ci devraient-elles mobiliser prioritairement selon vous ?

La question de la formation est prioritaire. Concevoir et développer une offre de formation à destination de tous les médiateurs de l'information exerçant en particulier auprès d'enfants

et d'adolescents pour permettre une maîtrise des principes et référentiels de l'EMI et une capacité à développer auprès d'un public jeune une culture de l'information et des médias.

Massifier le dispositif pour qu'un parcours médias soit possible tout au long de la vie

Evaluer les médiations et ceux qui les donnent afin d'éviter d'éventuelles dérives.



Pour une société numérique humaine **Au service du pouvoir d'agir des habitant.e.s**



Manifeste du réseau des centres sociaux et socioculturels de France

Juillet 2020

La crise sanitaire majeure que le monde a vécu ces derniers mois a bouleversé nos vies, nos organisations, notre société et nos liens. Elle a révélé de formidables solidarités locales et nationales, remettant en lumière la valeur centrale du lien social dans notre société. Elle a aussi mis en lumière de nombreuses inégalités, déjà existantes, mais dont l'impact s'est cruellement accru pendant le confinement.

Il en est ainsi du numérique. Les outils et usages numériques ont été des vecteurs essentiels de maintien des liens sociaux, culturels, éducatifs, économiques... Pour autant, ils ont laissé sur le côté des personnes et des familles non connectées, non équipées, non acculturées, accentuant ainsi leur isolement, le décrochage voire de l'exclusion.

Les constats ne sont pas nouveaux. Les inégalités numériques sont profondes. Celles et ceux qui les vivent en éprouvent les effets depuis longtemps. Dans un contexte où la dématérialisation s'est avérée fondamentale pour faire vivre une société dans ses différents pans, nous avons collectivement pris conscience que la fracture numérique provoque une injustice sociale trop

forte pour qu'on se contente de n'offrir que des réponses parcel-laires.

Nous, actrices et acteurs du réseau des centres sociaux, sommes présents partout en France, au quotidien et au plus près des habitant.e.s de toutes générations. Acteurs du lien social et animateurs de la vie sociale, nous avons maintenu durant le confinement ce lien aux habitants. Nous avons accompagné des familles et des personnes, agi pour lutter contre le creusement des inégalités, développé de nombreuses solidarités, ouvert les possibles en utilisant notamment le levier numérique. Ces initiatives ont pris appui sur le développement de dynamiques territoriales animées dans notre réseau depuis plusieurs années, souvent construites en coopération avec les acteurs institutionnels, toujours inscrites dans une approche résolument humaine au service du pouvoir d'agir des habitants.

L'ensemble des constats de cette période de confinement nous incite aujourd'hui à appeler à une véritable mobilisation des pouvoirs publics, comme des acteurs de proximité afin d'agir sur cette injustice de l'inégalité face au numérique.

Le confinement, révélateur d'une société numérique inégale

La crise sanitaire a révélé l'extraordinaire opportunité proposée par les outils numériques pour prolonger et maintenir la relation humaine, tant dans la sphère familiale, amicale, que professionnelle, associative ... Les outils de visioconférence, les mails, les réseaux sociaux ont permis à des personnes, à des familles et des amis de rester en lien, ils ont permis de maintenir une activité professionnelle à chaque fois que c'était possible, de poursuivre la scolarité à distance, de conserver des droits, d'accéder autrement à la culture via les livres, expositions, spectacles en ligne ... Mais ces quelques mois de confinement ont aussi accentué les inégalités et disparités, touchant des pans entiers de la population, dans de nombreux domaines de la vie :

- **Comment accéder à internet lorsque des territoires restent encore aujourd'hui non couverts** ou que les connexions sont de mauvaise qualité ?
- **Comment faire lorsque l'on ne possède pas le matériel numérique adapté** : ordinateur, scanner, imprimante ..., voire en plusieurs exemplaires en cas de télétravail et de scolarité à distance ?
- **Comment utiliser internet dès lors que l'on n'a pas les moyens de souscrire un abonnement** adapté et suffisant ?
- **Comment exploiter les outils numériques**, si l'on n'est pas à minima formé à cet environnement et si personne dans notre entourage n'est pas en capacité d'accompagner l'apprentissage ?
- **Comment appréhender sereinement ses droits** lorsque on se sent en fragilité sur les usages numériques et que les pouvoirs publics veulent faire de la dématérialisation un mode de relation quasi unique entre citoyens et institutions en 2022 ?
- **Comment garantir le respect des libertés des personnes** quand tant de questions d'ordre éthique concernant la sécurité des données et le monopole des GAFAM se posent ?

Pour une politique publique ambitieuse, structurée et pérenne

Nous, actrices et acteurs des centres sociaux, appelons les pouvoirs publics à engager une politique ambitieuse pour une véritable société numérique humaine, qui ne laissera personne sur le côté, en prenant appui sur trois leviers.

LA RECONNAISSANCE D'UN DROIT UNIVERSEL AU NUMÉRIQUE

L'accès et l'usage du numérique doivent être considérés dans notre société comme un droit fondamental, un commun qui doit être partagé et non exclu.

- Permettre à tout foyer de disposer des équipements numériques adaptés à ses besoins.
- Garantir partout dans le territoire une connexion internet de qualité.
- Créer un forfait social pour les publics en précarité.
- Accompagner la montée en compétences des personnes sur de l'acculturation numérique.

Reconnaître un droit universel au numérique exige également de sortir des logiques segmentées portées par les institutions. Le droit au numérique doit se traduire dans l'ensemble des champs qui touchent à la vie des habitant.e.s, de toutes générations. D'où l'importance d'une réflexion décloisonnée, tant interministérielle, qu'interbranches, qui permette de penser et de construire une approche globale de ce droit universel.

Reconnaître un tel droit, enfin, implique de reconnaître le droit au refus des outils numériques d'une part, et le fait que des personnes ne parviendront jamais à utiliser de tels outils d'autre part. D'où la nécessité de maintenir, dans les administrations notamment, un accueil et un accompagnement physiques.



Nous souhaitons un « plan Marshall du Numérique » qui affiche un fort engagement en termes d'ambition et de moyens.



LA STRUCTURATION D'UNE FONCTION DE MÉDIATION NUMÉRIQUE, ANCRÉE DANS LES TERRITOIRES ET AU SERVICE DES HABITANT.E.S

- **Permettre l'accompagnements des habitants en difficulté par les structures de proximité**, afin de développer des réponses en adéquation avec les besoins repérés.
- **Inscrire ces accompagnements dans le temps long** pour créer les conditions de la confiance entre les personnes et les structures et faciliter des apprentissages permanents.
- **Equiper les structures locales du matériel nécessaire** et favoriser la montée en compétences de leurs acteurs.
- **Développer une offre de médiation numérique nationale** qui maille l'ensemble du territoire et qui s'appuie sur des coordinations territoriales.

Cette structuration de l'offre de médiation doit s'appuyer sur des structures locales, reconnues comme tiers lieux de proximité qui savent conjuguer le numérique, l'animation globale, le développement social territorial, l'intergénérationnel et le lien social. Ce soutien doit être décorrélé d'objectifs d'autosuffisance économique, contre-productifs par rapport aux enjeux énoncés, afin d'offrir une fonction de médiation numérique de qualité, transversale et qualifiée, recouvrant l'ensemble des besoins et aspirations des habitant.e.s.

“ Nous souhaitons dans la durée une vraie reconnaissance des structures qui portent des projets de médiation numérique, basée sur des financements pluriannuels pour l'ingénierie, le fonctionnement et l'équipement.

VERS UN NUMÉRIQUE ÉTHIQUE !

La prise de conscience de l'univers numérique nous amène aussi à nous poser la question des formes de consommation et de leurs impacts. Il est urgent d'œuvrer à :

- Réduire la surconsommation des ressources naturelles qui amène à leur raréfaction dans le monde en s'appuyant, par exemple, sur des filières de reconditionnement,
- Lutter contre l'obsolescence programmée en prolongeant la durée de vie des matériels, au travers du concept d'économie circulaire
- S'assurer de la répartition des richesses créées par ce secteur économique, par exemple, en promouvant l'usage de solutions logicielles diversifiées
- Instaurer un numérique respectueux des libertés des personnes en étant vigilant à l'utilisation des données.

“ Nous souhaitons la constitution d'un groupe de travail national ouvert, qui pourrait s'appuyer sur l'initiative de la Fing « Reset 2022 » et associerait des acteurs tels la MedNum, April..., pour réfléchir à des solutions concrètes pour un numérique plus frugal, plus respectueux de son environnement et donc plus éthique.

“ Nous souhaitons également que le rôle des acteurs de l'éducation populaire autour des enjeux et des usages démocratiques du numérique soit encouragé et soutenu. C'est dans cette éducation tout au long de la vie que les personnes développent un regard éclairé et un esprit critique et qu'elles construisent les conditions de leur participation citoyenne.



Avec un réseau des centres sociaux qui s'engage

Le réseau fédéré des 1300 centres sociaux et socioculturels de France est prêt à se mobiliser aux côtés des pouvoirs publics pour agir dans la perspective d'une société numérique humaine.

Cette proposition exhorte le réseau à s'engager à :

- S'acculturer plus fortement aux impacts du numérique dans la société et auprès des habitants, en tenant compte des effets positifs comme des risques.
- Engager les acteurs bénévoles (administrateurs notamment) et professionnels dans une démarche de formation et de montée en compétences afin de faire de la médiation numérique une compétence transversale au sein de l'ensemble des structures.
- Développer en coopération avec les autres acteurs, de véritables stratégies territoriales pour structurer des offres de qualité adaptées à chaque contexte et/ou s'associer aux stratégies déjà existantes.
- Renforcer les centres sociaux dans leur rôle de tiers lieux, ceux-ci étant déjà des espaces de croisement de toutes les générations et de toutes les catégories socioprofessionnelles, et qui s'ouvrent à toutes les thématiques de la vie en société
- Utiliser notre pratique d'éducation populaire, pour accompagner de nouvelles logiques d'apprentissage et de connaissance et permettre l'émancipation de chacun face au numérique.

Déjà de nombreuses expériences de dynamiques territoriales sont déployées par notre réseau, à l'image des "Centres sociaux Connectés" en Nord-Pas-de-Calais, du "Hub connecté" en Pays de la Loire de "Germaine", le café numérique mobile en Vendée, de Centres sociaux 2.0 6.0 8.0 en Pays Picards et d'autres

en Bretagne, Auvergne-Rhône Alpes, Occitanie... Celles-ci ne demandent qu'à se poursuivre et à être essaimées en prenant appui sur l'ADN des centres sociaux, à savoir l'émancipation, le pouvoir d'agir, l'éducation populaire, lien social et développement des territoires....



Par ce manifeste, notre réseau appelle à une vision partagée et se propose de contribuer encore plus fortement à :

- Une société numérique qui respecte chacun dans son altérité.
- Une société numérique qui affirme l'égalité d'accès aux droits et aux biens.
- Une société numérique qui favorise la citoyenneté et la vie démocratique.
- Une société numérique qui suscite de la créativité.
- Une société numérique qui accompagne le développement des territoires.
- Une société numérique qui encourage le pouvoir d'agir de tous !



Enjeux et missions des centres sociaux en matière d'Education critique aux médias

Fédération des centres sociaux

Note de synthèse – Janvier 2023

Le réseau des centres sociaux représente 1 400 centres sociaux et espaces de vie sociale adhérents et 57 fédérations et unions départementales, interdépartementales et régionales. Les centres sociaux sont des structures de proximité, ancrées sur leur territoire, présentes en ville comme à la campagne, partout en France et en Outre-mer. Structures d'éducation populaire, ils font vivre le lien social, animent le débat démocratique, accompagnent des mobilisations et des projets d'habitant.es, et construisent de meilleures conditions de vie.

Le réseau des centres sociaux ne porte pas de mission spécifique autour de l'EMI, et la FCSF n'anime pas – encore – de chantier national sur le sujet. Les structures locales, autonomes, se saisissent donc différemment de l'EMI d'un territoire à un autre. Toutefois, le réseau des centres sociaux voit dans l'EMI de forts enjeux d'éducation populaire, de démocratie, de justice sociale et de prévention. En effet, l'EMI est un champ traditionnel de l'éducation populaire, ancrée dans les pratiques des centres sociaux. Avec l'avènement du numérique, le foisonnement des écrans et la multiplication des informations, l'éducation au numérique et aux médias revêt une importance de plus en plus nécessaire. Pour les centres sociaux, il s'agit de considérer les nouveaux médias comme de potentiels leviers d'émancipation de l'individu, à travers l'accès à l'information, la production d'une parole propre, l'acquisition d'expérience collective et la possibilité d'un élargissement des mondes et des milieux sociaux.

Parmi les actions principales des centres sociaux en matière d'EMI, on retrouve :

- Des médias citoyens (web tv, web radio), permettant l'expérimentation et la production de contenu pour mieux comprendre le fonctionnement des médias et encourageant les habitants à participer au dialogue citoyen, à développer leur expression citoyenne
- Des ateliers en lien avec des journalistes, des actions de lutte contre les fake news, l'organisation de débats, afin de développer son esprit critique
- La création de jeux, de ressources (escape game, "médiapoly", murder party, dessin animé...) pour traiter de différents sujets (protection des données, identité en ligne, parentalité numérique) via une approche ludique et culturelle et des contenus adaptés aux besoins des habitants
- La création de contenus en lien avec le centre social (wiki, contenu pour les réseaux sociaux...), des actions de présence en ligne via le dispositif Promeneurs du Net coordonné dans certains départements par des fédérations de centres sociaux, comme d'autres formes de participation et d'implication des jeunes – complémentaires à ce qui se travaille en présentiel dans les structures
- Des actions de prévention en lien avec les écoles, les collèges, les lycées, et d'autres acteurs éducatifs en dehors de l'Education nationale
- Des actions de sensibilisation, d'analyse des médias, avec des enfants comme avec des adultes
- Et en interne : la formation pour une montée en compétence des acteurs des centres sociaux en lien avec les jeunes et les parents

Une approche spécifique aux centres sociaux et complémentaire

- Une approche par le « faire » : complémentaires à l'analyse et la compréhension des médias, la fabrication de contenu et l'expérimentation permettent une meilleure appropriation et un apprentissage à partir des capacités et des savoirs de chacun.e, comme une distanciation et un recul critique nécessaires

- Une approche centrée sur le développement du pouvoir d'agir : en tant qu'acteurs de l'éducation populaire, nous utilisons l'EMI comme levier d'émancipation, afin de permettre à chacun.e d'avoir plus de contrôle sur ce qui est important pour soi. Avec une spécificité dans les centres sociaux : la mise en place d'actions collectives, afin d'apprendre les un.es des autres et répondre collectivement aux besoins ou problématiques que l'on rencontre chez soi et dans son territoire.
- Une dimension transversale et globale : quand les centres sociaux mènent des actions autour de ce sujet, cela impacte tous les secteurs et champs d'intervention de la structure, ce qui donne plus de force à l'action. Au centre social, l'EMI se travaille de la petite enfance aux seniors. Elle se travaille aussi via le secteur jeunesse et ses animateur.rices jeunes, via les actions et médiateur.rices numérique, ou encore via le secteur famille et ses actions autour de la parentalité. Cette approche intergénérationnelle permet ainsi de considérer les enjeux de l'EMI au regard de la globalité des familles, enfants, jeunes et leurs parents.
- Une présence continue et dans la durée : les centres sociaux qui interviennent en milieu scolaire retrouvent ces mêmes jeunes dans les espaces de loisirs, de construction de projet du centre social. Ce lien qui se tisse permet d'aller en profondeur, de travailler les sujets dans la durée sous diverses formes, mais aussi, grâce à la relation de confiance qui existe, de pouvoir parler de sujets et situations complexes.
- Un ancrage local et un maillage territorial : reconnus pour accompagner des mobilisations territoriales, nous sommes en lien avec l'ensemble des acteurs de la jeunesse ou de la famille qui ont un rôle à jouer et un enjeu autour de l'EMI. Ceci nous permet d'appréhender le sujet avec les parties prenantes et aussi de contribuer à ce que l'échange puisse se faire au sein des familles, entre frères et sœurs, entre copains... le tout en prenant appui sur les ressources existantes (les outils ministériels, les autres réseaux associatifs, les acteurs institutionnels ou éducatifs...)

Des besoins pour renforcer l'action des centres sociaux en matière d'EMI

- Aujourd'hui, animateurs jeunesse, éducateurs spécialisés, médiateurs numériques, référents famille... (mais aussi professeurs ou documentalistes dans l'Education Nationale) peuvent se retrouver à faire de l'EMI, sans référentiel ou socle de formation commun. Il existe donc un besoin transversal en matière de formation dans le champ du numérique comme du travail social et ou de l'éducation, par ailleurs autant technique (maîtrise des outils et des usages numériques) qu'en termes d'acculturation et de compréhension de la littératie numérique, ou encore de posture (faire avec et non à la place de, partir des besoins des premiers concernés...)
- Car c'est bien en partant des besoins, comme des connaissances et des capacités, des enfants, des jeunes et de leurs parents, que l'on peut concevoir des outils et des actions efficaces et appropriables. Il nous semble donc que l'EMI doit accorder une place aux premiers concernés dans l'élaboration et la structuration de sa politique publique
- On l'a montré, les structures d'éducation populaire sont complémentaires à celles de l'Education nationale dans leur intervention. Il existe donc un enjeu à reconnaître et soutenir – sur le fond comme financièrement - les partenariats Education nationale / Education populaire sur le sujet du développement de l'esprit critique et reconnaître la pertinence des structures d'éducation populaire
- Un enjeu à structurer et pérenniser les actions d'EMI sur la durée
- Les structures ont aussi intérêt à être présentes et développer leurs actions d'EMI en ligne, pour rester en lien avec les jeunes, travailler la question de l'EMI là où ils se trouvent, voire toucher des jeunes autrement absents,. Elles ont besoin pour cela d'un soutien financier des fonctions de présence et d'animation de la transition numérique dans les structures et sur les territoires

- En termes de partenariat, il y a un enjeu à réactiver le lien entre Ministères de la culture, de l'éducation nationale et le champ de l'éducation populaire, et notamment à structurer à l'échelle locale le soutien des DRAC aux actions d'EMI
- Localement, proposer un soutien financier aux médias citoyens associatifs (semblable au FSER pour la radio)

Questionnaire assemblée nationale – table ronde 24/11/22

Dessinez Créez Liberté

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon votre organisation ? Pouvez-vous présenter votre structure et son mode de fonctionnement ?

Dessinez Créez Liberté (DCL), est une association loi 1901 d'éducation aux médias, au dessin de presse et à la citoyenneté, fondée par Charlie Hebdo et SOS Racisme au lendemain des attentats de janvier 2015. Elle est née d'une nécessité : initier la jeunesse au dessin de presse -en particulier à la satire et la caricature- et offrir au plus grand nombre de professionnels des outils pédagogiques originaux pour ouvrir les débats et aborder les thématiques qui font l'actualité et agitent la société.

-Former au décryptage du dessin de presse et aiguïser l'esprit critique

-Eduquer à la citoyenneté par le dessin de presse - favoriser les débats

-Encourager la créativité et la pratique artistique

Nous nous appuyons sur des dessins d'enfants envoyés à Charlie Hebdo après les attentats de 2015 et sur des dessins de presse professionnels, historiques ou actuels, pour apprendre à les décrypter et à les commenter, en adoptant une pédagogie interactive et une analyse progressive en 4 étapes :

1-observation attentive et description détaillée,

2-recontextualisation,

3-interprétation

4-positionnement personnel et argumentation.

Mode de fonctionnement : 3 salariés ETP + bénévoles formés à nos outils / méthode intervenant ponctuellement aux côtés des salariés, notamment de jeunes dessinateurs et dessinatrices amateurs intéressés par le dessin de presse que nous accompagnons dans leur formation artistique et intellectuelle : le collectif MARGE.

Nous intervenons toujours en binôme.

2. Vous appuyez-vous sur des définitions spécifiques pour définir les objectifs poursuivis par vos missions dans le champ de l'EMI ? Quels sont vos documents de référence ?

Plan d'éducation aux médias et à l'information du Ministère de la culture, du Clémi (MEN).

3. Quelles sont les actions menées par votre organisme ? A quel public s'adressent-elles et par qui sont-elles proposées ? Combien de personnes avez-vous pu toucher ces dernières années lors de vos actions ? Disposez-vous d'éléments statistiques ou de bilans quant aux résultats de celles-ci ?

Publics :

- professionnels de l'éducation, de l'animation, de la prévention, de l'information,
- jeunes à partir de 10/11ans à l'école, collège, lycée. Centres sociaux, MJC, associations, unités éducatives de la PJJ ou établissements de placement de la PJJ, structures d'insertion : missions locales, EPIDE. ...
- universités, grandes écoles (écoles de journalisme, de droit, d'art, Science Po...)
- prisons
- tout public : festival de dessin de presse fin juin

Actions

- Formation à nos outils et à notre méthode (#Jedessine/ le dessin de presse : décrypter et débattre/ initiation au dessin de presse = atelier de pratique)
- Formation de jeunes dessinateurs amateurs en organisant des ateliers rencontres avec des pro du dessin de presse : les Ateliers Dessinez
- Interventions de 2 heures « one shot »
- Ou ce que nous privilégions car c'est ce qui est le plus efficace, les parcours de plusieurs séances de 2 heures avec une même classe ou un même groupe sur plusieurs jours/semaines ou mois, en fonction des publics. Parcours de 4 à 12 h. Importance de la répétition.
- Module #Jedessine 2h
- Le dessin de presse : décrypter & débattre > Introduction au dessin de presse 2h
- brève histoire de la caricature et du dessin satirique en France 1h
- Le dessin de presse : décrypter & débattre > analyse de dessins de presse et de vidéos pédagogiques (tutos dessin de presse Et série pour apprendre à distinguer des dessins (images) haineux de dessins (images) qui dénoncent la haine > épisode 1 - Raciste pas raciste ? - épisode 2 > Antisémitisme ? (en cours de finalisation). 2h
- Atelier d'initiation au dessin de presse : 2h
- Rencontre : 1h avec un professionnel des médias (journaliste, rédacteur ou dessinateur) ou un grand témoin ou un pro de la justice (avocat etc...)

Lors des parcours de plusieurs séances, nous abordons le sujet des « Fake news », des « fake pictures » et de l'importance d'aiguiser son esprit critique pour se prémunir des manipulations sur les réseaux sociaux. Comment en se posant 4 questions : Qui ? Où ? Quand ? Pourquoi ?

Nombre de bénéficiaires en sept ans :

Fin 2021 = 15 356 bénéficiaires dont 11 548 jeunes âgés de 10 à 25 ans bénéficiaires de nos actions depuis janvier 2016. **EN 2022** pour l'instant = 2 000 jeunes et environ 600 adultes touchés.

4. Observez-vous des évolutions particulières dans l'approche par les jeunes des médias et de l'information ces dernières années ? Quels effets a pu avoir le développement de nouveaux moyens techniques numérique d'information sur le traitement de l'information ? Avec quelles conséquences pour sa réception ?

Certains jeunes pensent que Charlie est une personne. On parle de « dessin de presse » alors que le mot même de « presse » est abstrait pour nos publics : pour la majorité d'entre eux, ils n'ouvrent jamais un journal papier, d'où l'importance d'en montrer, de leur montrer comment s'est construit, comment se prépare un numéro, qui fait quoi, qu'est-ce qu'un journaliste ? ...

Quand nous intervenons auprès des publics, au moment de l'introduction, lorsque nous parlons de la création de DCL et de ses membres fondateurs, nous leur montrons un exemplaire de Charlie Hebdo avec un personnage politique facile à reconnaître en une pour monter et définir ce qu'est une caricature, un dessin satirique, à quoi ça sert. Mais aussi de leur montrer ce qu'on trouve à l'intérieur de ce journal. L'idée est de commencer faire tomber des préjugés souvent négatifs envers le journal CH avec des dessins faciles à comprendre et non polémiques. L'idée est d'ouvrir la discussion et se le dessin les fait rire, c'est un premier pas !

Quand on leur demande comment ils s'informent, ils nous répondent par des canaux de diffusion : « internet », « google », « les réseaux sociaux », ou encore parfois « le bouche à oreille : je ne m'informe pas, d'autres le font pour moi ». Ce qui est assez inquiétant selon qui est la personne de référence et qui montre que le jeune est en proie aux manipulations et ne se pose pas assez voire pas du tout de questions.

5. Quels sont selon vous les principaux sujets de préoccupation que soulève la prépondérance des réseaux sociaux et plateformes numériques dans l'accès des jeunes à l'information ?

Quand on leur demande s'ils savent qui ils suivent sur les réseaux, quel est le statut des auteurs, s'ils connaissent leurs sources bien souvent, ils ne savent pas, nous constatons qu'ils sont incapables de hiérarchiser l'info, de questionner la véracité de ce qu'ils lisent. Ils ont souvent dans une approche émotionnelle et pas dans une analyse rationnelle.

Nous les encourageons à se poser des questions, à réfléchir par eux même à questionner les sources.

La méthodologie en 4 étapes est applicable au dessin de presse mais en réalité à toute image, toute info.

Qui publie ? qui est l'auteur ? Où est ce publié ? quand ? le contexte et pourquoi, quelle est l'intention de l'auteur ? le ton de la publication ? que veut-il nous dire ? Transmettre une information, commenter une actualité, faire réagir ...

6. Comment comprenez-vous la notion « d'apprentissage de la citoyenneté numérique » introduite récemment dans le code de l'Éducation ? Vous y référez-vous pour élaborer vos actions, et de quelle façon ?

Développer les connaissances, les aptitudes et la compréhension, nécessaires pour exercer et défendre leurs droits et être responsables de leurs propos en ligne. Importance de sensibiliser les jeunes à la question de responsabilité : Se poser la question : à quoi je participe quand je partage une publication ?

On peut critiquer des idées mais on ne peut pas inciter à la haine envers des personnes, publier des menaces de mort, faire l'apologie du terrorisme... qui peuvent mettre en danger des personnes. C'est puni par la loi et des poursuites judiciaires sont possibles. La redac de Charlie reçoit beaucoup de menaces de mort. La jeune Mila a reçu aussi beaucoup de menaces de mort, et de messages extrêmement violents. Il y a eu un procès et la question du harcèlement en ligne de masse était le cœur des débats. certains des détracteurs de Mila ont été au tribunal et on se rend compte quand on lit les CR qu'ils ne mesuraient pas l'impact de leur publication, qu'ils ne pensaient pas que la justice remonterait jusqu'à eux, qu'ils disent parfois des mots terribles et les oublie presque aussi tôt...

7. Comment les actions menées pour l'EMI s'articulent-elles avec vos autres domaines de compétence ?

Articulation du volet EMI avec le volet création par la mise en place d'ateliers d'initiation au dessin de presse mais c'est de l'EMI aussi par un autre angle, celui d'expérimenter en se mettant dans la peau d'un dessinateur de presse : revue de presse, recherche de sujet d'actu qui les interpellent, recherches d'idées de message à faire passer , de situation à dénoncer, comment, par quels moyens graphiques... ateliers animés par des dessinateurs et dessinatrices du collectif Marge.

8. Avez-vous des liens avec des structures publiques (ministères de l'Éducation, de la Culture ou autre, collectivités territoriales) ? Le cas échéant, pouvez-vous décrire la nature de ces liens ?

Oui soutien financier du ministère de la culture, de l'éducation, le CIPDR, l'ANCT, la DILCRAH.

9. Recevez-vous des financements de la sphère publique, par exemple dans le cadre de partenariats ? Quelle évolution ces financements ont-ils connu le cas échéant ?

Subventions annuelles. Subventions stables et pérennes pour ce qui concerne le ministère de la culture, le CIPDR, l'ANCT. Pour l'éducation nationale : subvention en baisse et assez faible alors que nous faisons beaucoup d'interventions en milieu scolaire.

10. Quelles améliorations seraient selon vous envisageables pour accroître l'efficacité de l'éducation aux médias et à l'information ? Quels acteurs celles-ci devraient-elles mobiliser prioritairement selon vous ?

C'est très inégal selon les établissements scolaires, selon les structures et ça dépend bien trop de la bonne volonté des profs ou des éducateurs, de leur engagement personnel. Beaucoup de supers projets sont mis en place par des gens motivés mais ça demande du temps et de l'énergie. Ce serait essentiel de systématiser cela à tous, que l'EMI soit obligatoire dans le cadre de l'enseignement scolaire avec plusieurs heures dédiées à cela avec des objectifs spécifiques par niveaux pour faciliter la mise en place de projets sur la durée car c'est la répétition qui fonctionne pour l'apprentissage et qui favorise aussi la mise en place de rencontres avec des professionnels des médias, des dessinateurs, rédacteurs...

Paris, le 16 février 2023

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Mme Divina Frau-Meigs, professeure à l'université Sorbonne Nouvelle, sociologue des médias, Titulaire de la chaire UNESCO en EMI « Savoir Devenir », présidente de l'association Savoir Devenir

1. *Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon vous ?*

- **Analyser** les médias en termes de productions, langages, représentations, et publics (audiences et communautés)
- **Comprendre** la fabrique de l'information et ses modes d'accès et de diffusion
Développer l'esprit critique au regard des médias
- **Savoir utiliser** les médias, à la fois en termes de consommation que de production et de création
- **Maîtriser** les nouveaux modes de participation et d'interaction

Décoder les malentendus interculturels, maîtriser le dialogue interculturel dans le cadre de la liberté d'expression

- **Lutter** contre la désinformation, alerter sur les mécanismes de manipulation, former aux outils de vérification et produire des contre-discours positifs

2. *Comment l'EMI s'articule-t-elle concrètement dans la scolarité des élèves avec le parcours citoyen et l'éducation artistique et culturelle ?*

Historiquement, le parcours citoyen créé en 2015, suite aux attentats contre *Charlie Hebdo*, était censé avoir deux piliers : EMC et EMI. Mais l'EMC tend à l'emporter, avec les professeurs d'histoire et la transformation de l'éducation morale et civique en « enseignement » avec 1 heure par semaine dédiée. Ce n'est pas le cas pour l'EMI, ce qui crée donc un déséquilibre des deux piliers. Quant au lien à l'EAC, il n'est pas formalisé, donc laissé à la bonne volonté des enseignants et des DRAC dans les rectorats.

3. *Comment améliorer la continuité des enseignements d'EMI tout au long de la scolarité des élèves ?*

il faut créer un enseignement EMI (comme l'EMC) de la primaire à la terminale, tout en gardant la compétence transversale pour les autres disciplines. C'est une littératie de base : comme apprendre à écrire, lire et compter permet de transférer cette compétence à toutes les matières (en mathématiques comme en histoire il faut savoir écrire, lire et compter), de même l'EMI comme translittératie permet de naviguer et de produire dans les trois cultures de l'information : les médias, les documents et les données.

4. *De quelle façon l'EMI peut-elle selon vous éviter l'écueil d'apparaître aux élèves comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel ?*

L'EMI propose une réflexion en surplomb qui vise le pouvoir d'agir des élèves, ce qu'ils apprécient. Surtout, l'EMI fait prendre en main les concepts et les outils et donc établit une relation plus horizontale entre pairs. Ce qui n'ôte rien aux compétences critiques et créatives indispensables dans les formations à base de projets centrés sur les élèves. Pour ce qui est du discours officiel, c'est plutôt le risque de l'EMC (morale, institutions...), d'où la nécessité de bien séparer EMI de EMC. En EMI, rester focaliser seulement sur la lutte contre la désinformation risque d'être perçu comme une imposition venue d'en haut, d'où l'importance de travailler sur les opportunités (identité en ligne, vie privée, sécurité, droits et libertés...) autant que sur risques (discours de haine, stéréotypes...).

5. *Que pensez-vous du budget consacré par le ministère de l'Éducation nationale à l'éducation aux médias et à l'information ? par le ministère de la Culture ? Quelle est votre appréciation de l'évolution des moyens dévolus à l'EMI ces dernières années ? le caractère interministériel de cette action publique est-il selon vous suffisamment développé ?*

Le ministère de l'Éducation nationale n'affiche pas un budget clairement dédié à l'EMI ; il s'éparpille dans des soutiens à la production de ressources ou des subventions à des associations (fonds de partenariats), notamment à travers l'opérateur CANOPE, bien doté, et l'opérateur CLEMI (inclus dans CANOPE) dont la dotation a très peu évolué depuis sa création alors que les attentes et urgences ont augmenté quant à elles. Le ministère de la Culture est plus transparent, notamment sur des publics plus larges, avec des financements de la DGMIC et un soutien aux journalistes et associations de l'éducation populaire. Ces dernières années les fonds ont progressé, surtout en lien à la lutte contre la désinformation. Quant au caractère interministériel, il reste embryonnaire, y compris dans l'optique de la convention-cadre signée entre ministère de l'éducation et le ministère de la Culture (depuis 2014). Le véritable angle-mort est l'enseignement supérieur et la formation des professeurs du primaire et secondaire.

6. *Quelles sont les actions supplémentaires nécessaires selon vous pour former les professeurs, notamment dans le cadre de la formation continue, à l'éducation aux médias et à l'information ?*

En formation continue, les actions de formation qui existent sont inégalement réparties dans le territoire. Elles tendent à être courtes et ciblées (1 jour à 1 jour et demi en moyenne dans la carrière d'un enseignant). Le recours à des MOOC (cours massifs en ligne ouverts et libres), certifiants, dédiés à l'EMI pourrait palier ces carences s'ils étaient construits comme un programme continu et si les enseignants pouvaient les suivre en partie sur leur temps de travail. L'exemple réussi du MOOC « Désinformation Pas à Pas » montre un réel appétit pour ce genre de mise à jour, notamment auprès des professeurs-documentalistes.

En formation initiale, il faut que les INSPE adoptent toutes un contingent horaire de formation à l'EMI, au sein des enseignements disciplinaires. Mais il faudrait aussi créer une discipline EMI à l'université, pour donner un périmètre, une épistémologie, des ressources et des recherches capables de solidifier et nourrir un enseignement EMI dans le secondaire. Le « CAPES doc » existant est une bonne base mais ne signale pas la réalité triple de l'EMI comme translittératie (médias, documents, données).

7. *Quelle intégration des objectifs de l'EMI pour le cycle 1 : comment concilier l'éducation aux médias et les recommandations quant au temps d'exposition des plus jeunes enfants aux écrans ?*

Les plus jeunes doivent être formés à un usage maîtrisé des écrans, dans toute leur diversité (audiovisuel, numérique...), avec des projets scolaires qui leur montrent en quoi les médias peuvent augmenter les apprentissages... Pour cela il faut des plateformes, des jeux, des médias dédiés, et compatibles avec l'âge des élèves. Et ce, d'autant que les enseignants du cycle 1 ne bénéficient pas de l'appui des professeurs-documentalistes et de sites comme les CDI. Cela suppose aussi une EdTech spécifique, qui se concentre sur l'enfance et la petite enfance, comme dans les pays anglophones.

8. *Comment renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus destinés à l'EMI de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi ? Quel bilan faites-vous de la plateforme Lumni à cet égard ?*

La plateforme Lumni est très bien sur le principe ; elle a bien réagi lors du confinement et proposé une offre alternative et diverse. Mais la politique de Lumni à l'égard des contenus d'accompagnement est peu claire, surtout quand ils proviennent du ministère de la Culture et d'acteurs de l'éducation populaire. C'est le ministère de l'Education nationale qui semble avoir le contrôle alors que le partenariat est avec toute la sphère de l'audiovisuel public (Arte, Ina, France télévisions...). Lumni pourrait évoluer davantage vers une plateforme dédiée intersectorielle, avec une gouvernance incluant tous les partenaires (y inclus les médias et l'ARCOM). Elle pourrait du coup aussi mieux atteindre les publics non scolaires, comme les seniors, les migrants, eux aussi en besoin de formation rapide à l'EMI. Elle pourrait faire la curation des ressources et s'assurer de leur découvrabilité, une notion qui monte (voir le rapport de la mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne, 2020)!

9. *Quelle place le service public de l'audiovisuel doit-il prendre selon vous dans l'effort de renforcement de l'EMI, et de quelle façon ?*

Le service public de l'audiovisuel a joué un rôle historique dans le renforcement de l'EMI en mettant à disposition des ressources authentiques et des documents d'accompagnement. Au sein de l'ARCOM, l'EMI est évaluée et fait l'objet d'un rapport désormais annuel, côté audiovisuel comme côté plateformes Internet (non publiques). Les ambiguïtés sont à lever, mais l'idée d'un rapport annuel est excellente. Elle viendrait préfigurer le rapport triennal exigé par la Directive des Services de Médias Audiovisuels, qui fait de l'EMI une obligation des Etats-membres de l'UE.

Elements supplémentaires joints au questionnaire :

Rapport de recherche YouVerify.eu

Site de référence : savoirdevenir.net notamment la partie savoirdevenir.net/projets



Recommandations de politiques publiques pour renforcer l'EMI en Europe

L'objectif de cette recherche est d'évaluer de manière comparative les politiques et initiatives actuelles en matière d'éducation aux médias et à l'information dans trois États membres de l'UE (France, Roumanie et Espagne), et d'identifier les possibilités d'amélioration, en émettant des préconisations utiles pour toute l'Europe.

Les recommandations qui en découlent sont basées sur les données de recherche recueillies dans le cadre du projet "YouVerify !", financé en France par l'Union européenne, le Ministère de la culture, avec pour partenaires le SNSPA (Roumanie), l'UNED (Espagne), l'AFP et Savoir*Devenir (France). Le projet, coordonné par Savoir*Devenir, visait à mettre à l'échelle et à diffuser les compétences en matière d'éducation aux médias et à l'information, notamment la vérification des images et des vidéos à travers l'Europe. Son objectif était de relever les défis cruciaux posés par la désinformation et d'aider les jeunes à acquérir les connaissances et le savoir-faire nécessaires pour faire la différence entre des images et des vidéos authentiques et manipulées.

Les recommandations ci-dessous sont le fruit de 30 interviews conduites entre janvier et mars 2022 dans les trois pays cités auprès de personnalités politiques, de représentants d'institutions, et d'experts en éducation et en communication. Elles sont extraites d'un rapport de recherche complet, consultable [ICI](#) (en anglais)

RECOMMANDATIONS CLES

Constat : Des différences significatives existent entre les pays étudiés en terme de cadre pour les actions en EMI

Recommandation 1: Adapter les mesures au stade d'avancement (précoce/avancé/très avancé) de chaque pays, et tirer parti d'échanges d'expériences internationales

Les données suggèrent que la France, la Roumanie et l'Espagne rencontrent chacune des difficultés spécifiques dans la mise en œuvre d'un cadre EMI, la France étant la plus avancée dans ce domaine, tandis que la Roumanie et l'Espagne en sont encore aux premiers stades. Cette diversité du contexte national et la disparition des facteurs de réussite exigent une adaptation minutieuse des mesures et des approches. Les initiatives doivent être promues auprès du public et adaptées au contexte national, à l'infrastructure numérique et au système éducatif. Cependant, la nécessité d'adapter les meilleures pratiques/normes internationales au contexte national n'exclut pas la nécessité d'une collaboration entre pays. Les parties prenantes et les décideurs politiques doivent créer des opportunités supplémentaires pour des initiatives conjointes de recherche et de pratique dans le domaine des technologies de l'information et de la communication, sous l'égide de partenariats et de programmes publics-privés.

Constat : Afin d'apporter une contribution décisive à la lutte contre la désinformation, l'EMI doit être formalisée dans le système éducatif et bénéficier de ressources adéquates.

Recommandation 2 : Accroître le rôle de l'éducation aux médias et à l'information dans les programmes scolaires et allouer les ressources financières et humaines nécessaires à sa mise en œuvre.

L'EMI devrait être une discipline obligatoire avec des heures et des enseignants dédiés, et le programme devrait être élaboré avec l'aide d'experts qui ont prouvé leur efficacité dans la lutte contre la désinformation. La pédagogie à l'école et à l'université devrait être repensée pour développer les compétences nécessaires au développement de l'esprit critique et à la lutte contre la désinformation (collaboration, apprentissage entre pairs, soutien mutuel, créativité). Les politiques éducatives devraient s'attacher à faire de l'éducation aux médias et à l'information une

matière à part entière, adaptée à l'âge et au cycle scolaire, en phase avec les tendances actuelles de la désinformation (c'est-à-dire en mettant l'accent sur l'éducation visuelle). D'autres types d'interventions EMI peuvent être mises en œuvre par la société civile, par exemple des manuels de vérification des informations, programmes télévisés dédiés, podcasts, etc.

Recommandations spécifiques par pays :

- Roumanie : Les problèmes systémiques, tels que l'analphabétisme fonctionnel et les abandons précoces de l'éducation et de la formation, peuvent entraver de manière décisive les efforts de l'EMI. Des efforts doivent être faits pour améliorer la qualité globale et l'accès à l'éducation, condition préalable à la réussite de l'EMI.
- France : Les initiatives EMI sont à des stades relativement avancés, avec une grande variété d'acteurs publics et privés impliqués, mais le champ d'action reste étroit. Le niveau d'ambition des initiatives peut être augmenté en s'appuyant sur des ressources externes et des projets européens, et en créant un espace dédié où toutes les ressources EMI pourraient être identifiées pour que tous les acteurs puissent les utiliser et se former. Il faudrait davantage former les professeurs-documentalistes pour qu'elles / ils se sentent légitimes à développer des actions EMI.
- Espagne: Il conviendrait de renforcer l'intérêt du gouvernement pour l'EMI, y compris (éventuellement) par des amendements à la loi sur l'éducation et intensifier les initiatives actuelles

Constat : Les mesures EMI sont efficaces, mais elles ne parviennent pas à atteindre des segments importants de la société.

Recommandation clé 3 : Envisager des groupes cibles moins évidents, mais vulnérables.

Les politiques EMI ne doivent pas se limiter aux élèves et étudiants de l'enseignement primaire, secondaire ou supérieur, mais faire en sorte que l'éducation aux médias et à l'information fasse partie de la formation continue pour tous les citoyens. D'autres groupes cibles à considérer sont : les fonctionnaires et les élites au plus haut niveau de l'État qui doivent surmonter leur propre déficit en matière d'éducation aux médias, les utilisateurs des réseaux sociaux, les groupes vulnérables, tels que les personnes âgées ou les immigrants.

Constat. Il existe un manque persistant de coordination entre les parties prenantes dans le domaine de l'EMI, et entre les initiatives publiques et privées (y inclus associatives).

Recommandation 4 : Etablir des mécanismes intersectoriels clairs et un cadre de collaboration en EMI avec des connexions permanentes entre les acteurs publics et privés.

Recommandations spécifiques par pays :

- Roumanie : Des contributions précieuses sur le terrain de la part de l'Enseignement supérieur, et des soutiens et apports d'expériences de la société civile existent, mais les initiatives ne sont pas coordonnées, et les institutions publiques ne sont pas l'une des principales forces de plaidoyer en faveur de l'éducation aux médias. L'Union européenne, les médias nationaux, le monde universitaire, les influenceurs et autres leaders d'opinion publique peuvent influencer les décideurs politiques pour qu'ils prennent davantage d'initiatives dans le domaine de l'éducation au numérique ou à la pensée critique. L'EMI doit être placée au rang de priorité nationale par le biais d'un partenariat privé-public.
- France : Des structures dédiées à l'EMI existent au sein du système public, et il existe une volonté politique d'utiliser l'EMI pour accroître la résilience à la désinformation en ligne, mais la coordination entre les parties prenantes est insuffisante. Tous les acteurs dans le domaine de l'EMI devraient être regroupés dans un collectif, au sein d'une structure flexible et agile au-delà du ministère de l'éducation nationale, un collectif intersectoriel situé au niveau national. Il conviendrait par ailleurs de prendre des mesures au niveau interministériels, en suivant une impulsion européenne de coordination.
- Espagne : Il faudrait évaluer dans quelle mesure les initiatives gouvernementales et celles de la société civile s'harmonisent et identifier les opportunités et les défis pour une meilleure coordination

Constat. Il n'existe pas de normes complètes pour évaluer l'impact des interventions en EMI, ce qui peut retarder les politiques fondées sur des preuves dans ce domaine.

Recommandation 5 : concevoir un système d'indicateurs clés de performance pertinents et mettre en œuvre une méthodologie unifiée pour mesurer l'impact des actions EMI

Recommandations spécifiques par pays :

- Roumanie : l'évaluation et les études d'impact doivent devenir une préoccupation. Comme il y a peu de visibilité publique sur le sujet, il faut d'abord organiser des consultations publiques, avec toutes les parties prenantes concernées, puis utiliser la future méthodologie d'évaluation et l'ensemble des indicateurs pour produire une évaluation exhaustive, à l'échelle nationale, des pratiques actuelles d'EMI et de leur succès.
- France : il y a peu de visibilité publique sur l'impact de l'EMI à l'école ou ailleurs. Il s'agit là principalement d'un problème de pratiques d'évaluation, et de ressources appropriées pour mener ces évaluations. Il est nécessaire de procéder à une évaluation de l'EMI, non pas tant en termes de fonds dépensés, mais pour mesurer ce qui a un impact, avant de poursuivre et de cibler la prochaine stratégie de soutien.
- Espagne : les outils actuellement disponibles pour lutter contre la désinformation sont encore peu maniables, et il est nécessaire de disposer d'informations sur la portée et l'efficacité des mesures gouvernementales. L'évaluation et les études d'impact doivent devenir une préoccupation.



Un projet soutenu par l'Union européenne et le Ministère de la culture



Entre les lignes

[Entre les lignes](#) est une association d'éducation aux médias et à l'information (EMI) qui regroupe un merveilleux collectif de plus de 240 journalistes et des retraités issus des rédactions de l'Agence France-Presse (AFP), du groupe Le Monde et de Contexte, qui interviennent bénévolement dans les classes et ailleurs partout en France.

- 1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon votre organisation ? Pouvez-vous présenter votre structure et son mode de fonctionnement ?*
- 3. Quelles sont les actions menées par votre organisme ? A quel public s'adressent-elles et par qui sont-elles proposées ? Combien de personnes avez-vous pu toucher ces dernières années lors de vos actions ? Disposez-vous d'éléments statistiques ou de bilans quant aux résultats de celles-ci ?*

Notre fonctionnement:

Notre initiative est ancienne et originale dans la mesure où elle est partie des rédactions. L'attentat contre Charlie Hebdo a malheureusement donné un coup d'accélérateur.

Aujourd'hui Entre les lignes regroupe 240 bénévoles de l'AFP, du groupe Le Monde et de Contexte et des retraités de ces rédactions qui vont en classe partout en France par engagement citoyen. On forme ces bénévoles, on leur propose des contenus pédagogiques clés en main et actualisés chaque année avec leurs retours d'expérience et leurs idées. Par exemple, cette année, nous avons conçu un nouvel atelier sur la déontologie pour les lycéens. Les professeurs se pré-inscrivent chaque été et on essaie de trouver un bénévole pour chaque demande mais on ne réussit pas à répondre à toutes les demandes. Sur ce sujet, nous voudrions souligner l'importance de la logistique, de la mise en relation et du suivi de ces demandes pour que les ateliers se concrétisent.

En 2022, nous avons animé 410 ateliers, 15 formations professionnelles, touchant au total environ 6.500 personnes. Nous sommes d'ailleurs depuis peu certifiés par la [CPNEF de l'audiovisuel](#) et la [CPNEF de la presse](#).

L'association fonctionne grâce à trois salariés dont deux ex-journalistes, sept membres d'un Conseil d'administration très investis et des bénévoles très actifs pour certains.

Nos directions soutiennent ce projet et ils prennent leur part dans ce sujet, c'est important et il faut saluer toute initiative de médias allant dans ce sens. Par exemple, la formation à l'EMI est proposée en formation interne et la plupart des rédactions du groupe Le Monde et de l'AFP sont en passe de permettre désormais de faire

certaines des interventions sur notre temps de travail en offrant un jour de mécénat de compétence par an. Contexte met déjà à disposition des bénévoles d'Entre les lignes deux jours par an.

Nos objectifs:

Notre objectif numéro 1 est de donner le goût de l'information. Avec la lutte contre la désinformation on a tendance à oublier ce point et à transmettre un rapport anxiogène à l'information.

Notre objectif numéro 2 est de donner des outils et des réflexes à nos élèves pour trouver et recouper de l'information pour leur permettre d'être de futurs citoyens éclairés (qu'est-ce qu'une info ? W5, sources d'une info, d'une image, d'une vidéo).

Et évidemment tout ça pour nourrir leur esprit critique, les ouvrir sur le monde, leur faire comprendre la valeur de la liberté de la presse et de la liberté d'expression et les aider à se responsabiliser dans leurs usages notamment à travers la notion d'éthique de partage.

Comment on y arrive ? A travers six ateliers thématiques proposés aux enseignants, aux bibliothécaires. Nos ateliers sont très concrets avec chaque fois des mises en situation, beaucoup de débat et d'horizontalité et un principe: partir de leurs usages et ne jamais juger leurs pratiques mais recadrer quand des propos sortent du cadre de la loi.

Pour nous ces échanges avec les élèves sont cruciaux, permettent de les bousculer, les faire réfléchir, de tenter de mettre de la nuance et de la prudence dans leur approche.

A ce titre, les interventions face à des groupes nous semble devoir être une priorité car aucun contenu numérique ne p

2. Vous appuyez-vous sur des définitions spécifiques pour définir les objectifs poursuivis par vos missions dans le champ de l'EMI ? Quels sont vos documents de référence ?

Tous nos contenus sont co-construits et éprouvés avec les enseignants avec lesquels nous travaillons, certains depuis de longues années. Nous existons depuis 12 ans et à cette époque, le paysage médiatique et numérique était très différent, mais les fondamentaux restent les mêmes : avoir des réflexes de journalistes pour être bien informé et être capable de faire le tri face à l'hyper-information.

Notre démarche est empirique: chaque année nous actualisons et tentons d'améliorer nos contenus pédagogiques sur la base de nos retours d'expérience, des retours des enseignants et des études/travaux publiés à ce sujet et grâce aussi aux connaissances spécifiques de certains de nos journalistes fact-checkers ou spécialistes des réseaux sociaux.

4. Observez-vous des évolutions particulières dans l'approche par les jeunes des médias et de l'information ces dernières années ? Quels effets a pu avoir le développement de nouveaux moyens techniques numérique d'information sur le traitement de l'information ? Avec quelles conséquences pour sa réception ?

TikTok est très séduisant pour les enfants et nous voyons des écoliers devenir producteurs de contenus alors que jusqu'à présent ils étaient passifs devant des vidéos YouTube. Il nous semble important de commencer à l'EMI de plus en plus tôt et c'est un constat partagé avec beaucoup d'acteurs du secteur dont le Clémi ou Marie-Rose Farinella qui nous avait interrogés dans le cadre de la mission Bronner. Nous avons donc commencé à intervenir dès le CM1.

5. Quels sont selon vous les principaux sujets de préoccupation que soulève la prépondérance des réseaux sociaux et plateformes numériques dans l'accès des jeunes à l'information ?

Les jeunes nous semblent très malins sur les fake news, sur les problèmes posés par les influenceurs, peut-être moins sur les algorithmes.

Le principal problème pour nous est la déconnexion entre leurs usages, ce qu'il s'y passe et la réalité de l'école, de leurs vies en famille, des sujets que nous traitons nous journalistes dans des médias traditionnels et les sujets qui les interpellent sur les réseaux sociaux.

Il y a donc un besoin urgent de casser cette barrière à l'école, avec les parents, dans les médias, de rétablir du dialogue sur leurs usages et ce qu'ils voient ou produisent sur internet. En tant que journalistes intervenant en EMI, nous tentons de restaurer ce dialogue, de leur ouvrir d'autres perspectives en leur parlant de sujets qui ne sont pas dans leurs radars. Importance aussi pour nous médias de traiter davantage les sujets qui les touchent dans des formats qui pourraient aller jusqu'à eux (ex TikTok du Monde, stories de l'AFP). Par exemple, l'affaire Mila et l'affaire Benjamin Ledig les ont passionnés ces trois dernières années et auraient pu être traitées plus en largeur dans les médias traditionnels et pas que sous l'angle politique. A ce sujet, vous pouvez lire notre making of: [Dans les smartphones des collégiens](#).

6. Comment les actions menées pour l'EMI s'articulent-elles avec vos autres domaines de compétence ?

Nos expériences sur le terrain nourrissent en permanence nos interventions, permettent d'illustrer des exemples, de répondre à certaines de leurs interpellations sur la fabrication de l'information qu'ils imaginent souvent industrielle alors qu'elle reste très artisanale.

Et nos interventions en classe nourrissent nos pratiques journalistiques, nous rappellent en permanence l'importance de faire de la pédagogie, de ne pas utiliser de jargon, d'être transparent sur notre méthode de travail et de tenter de mieux traiter certains sujets pour toucher ce public là.

8. Avez-vous des liens avec des structures publiques (ministères de l'Éducation, de la Culture ou autre, collectivités territoriales) ? Le cas échéant, pouvez-vous décrire la nature de ces liens ?

Liens historiques avec l'Education nationale et le ministre de la Culture qui s'est remarquablement investi sur le sujet. Nous avons un agrément de l'Education nationale et nous sommes au Conseil d'orientation du Clémi.

9. Recevez-vous des financements de la sphère publique, par exemple dans le cadre de partenariats ? Quelle évolution ces financements ont-ils connu le cas échéant ?

Oui nous sommes soutenus et de façon stable par les ministères cités ci-dessus et par la Dilcrah.

10. Quelles améliorations seraient selon vous envisageables pour accroître l'efficacité de l'éducation aux médias et à l'information ? Quels acteurs celles-ci devraient-elles mobiliser prioritairement selon vous ?

- Nous pensons que c'est une très bonne chose que l'EMI soit portée par une grande diversité d'acteurs, des professeurs et en particulier les professeurs documentalistes, l'éducation populaire, les bibliothèques, les associations, les journalistes, les médias. Cela donne une richesse d'approches complémentaires. Mais beaucoup de ces initiatives sont petites et éclatées, doivent passer des étapes critiques de croissance. Il y a donc besoin de synergies, de soutien et de moyens de la force publique. Nous soutenons aussi l'idée de sanctuariser des heures au collège et au lycée pour l'EMI. Alors faire de l'**EMI une grande cause nationale** pourrait sans doute permettre de mettre à plat tous ces enjeux.
- L'EMI est pour nous une **éducation à la complexité** qui passe par les échanges. Nous défendons donc les interventions sur le terrain, face à un public. Nous avons relevé lors de nos multiples interventions en classe à quel point le débat contradictoire est devenu compliqué sur des sujets délicats comme la religion ou la santé par exemple: accepter qu'on ne soit pas d'accord est quand même un fondement de la démocratie. Et un débat constructif est un débat argumenté avec des faits, des sources, donc en plein coeur des objectifs de l'EMI
- Nous pensons également qu'il pourrait être intéressant de creuser la possibilité de **dispositifs incitatifs pour les organes de presse** qui détachent des journalistes pour faire de l'EMI.
- Enfin, évidemment **le développement de la formation professionnelle** nous semble une priorité.

France Médias Monde et l'Éducation aux Médias et à l'Information

Contribution écrite à la *mission flash relative à l'éducation critique aux médias*

Décembre 2022

La politique d'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI) de France Médias Monde s'organise autour de deux axes principaux : d'une part, **une offre de contenus qui visent à donner des clefs de compréhension du fonctionnement des médias** et à contribuer au développement de l'esprit critique des publics, notamment pour lutter contre les infox, et d'autre part, **des échanges privilégiés entre journalistes et élèves et enseignants**, notamment dans le cadre de visites des rédactions et d'interventions de journalistes dans les classes. **Cette politique s'appuie, en outre, sur les spécificités internationales de FMM**, avec ses 3 médias, RFI, France 24 et MCD, qui émettent à l'échelle du monde, en français et en 20 langues étrangères.



Les actions du groupe pour l'Éducation aux Médias et à l'Information ont été renforcées au fur et à mesure des années grâce à l'impulsion donnée par la Présidence-direction générale du groupe, la mobilisation des collaboratrices et collaborateurs et la mise en place de partenariats fructueux avec des acteurs de l'EMI, au premier rang desquels le CLEMI (Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information). Fort de cet engagement de FMM dans le domaine de l'EMI, **la Présidente-directrice générale du groupe, Marie-Christine Saragosse, a été invitée à participer** sur proposition du Directeur général du CLEMI, et en tant que représentante des médias engagés pour l'EMI, **au groupe d'experts chargé par le Ministre de l'Éducation nationale de rédiger un rapport sur le renforcement de l'Éducation aux médias et à l'information et de la citoyenneté numérique.** »¹ Ce dernier a été publié en juin 2021

I – Présentation de la politique d'Éducation aux Médias et à l'Information de France Médias Monde

1) De nombreuses ressources et programmes dédiés sur les antennes

RFI, France 24 et MCD proposent de nombreux programmes dédiés à la lutte contre les infox et à la compréhension des médias qui peuvent être utilisés par les enseignants comme ressources pour l'EMI. Cette liste de ressources est transmise chaque année au CLEMI pour diffusion auprès des enseignants et enseignantes, notamment dans le cadre de la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École.

¹ [Consulter le rapport](#)

(→ la liste de l'ensemble des ressources proposées par FMM est annexée au présent bilan)

■ Compréhension des médias et du métier de journaliste

La compréhension du fonctionnement des médias et du métier de journaliste est au cœur de l'éducation aux médias. « **L'atelier des médias** » sur RFI, au travers d'entretiens et de reportages, propose aux auditeurs l'exploration d'un monde en perpétuelle mutation.

Le site **RFI Connaissances**, destiné au grand public comme aux professionnels de l'éducation, propose des ressources et des outils pour sensibiliser à l'EMI. On y retrouve notamment un dossier complet consacré à l'Education aux Médias. A travers celui-ci, les internautes ont accès à une sélection d'articles, d'exercices, de liens et de sons pour les aider à décrypter l'information traitée dans les médias.

■ Lutte contre la désinformation

FMM a développé plusieurs ressources qui permettent, grâce à des formats variés, de lutter contre la désinformation. « **Info ou Intox** » sur France 24 et « **Les dessous de l'infox** » sur RFI sensibilisent ainsi à la désinformation et proposent des solutions concrètes pour déconstruire les infox. Il convient de noter que la rédaction des Observateurs de France 24, qui produit la chronique « **Info ou Intox** », réalise chaque année un module spécial pour la Semaine de la Presse et des Médias dans l'Ecole en mettant à contribution des élèves en milieu scolaire (cf. point III).

■ Des programmes participatifs

La rédaction des **Observateurs de France 24** travaille en coopération avec une communauté d'internautes (+ de 5000 observateurs dans le monde entier) qui s'est formée autour de l'émission et qui participe à cette dernière en envoyant aux journalistes de l'émission des vidéos et des photos. La rédaction des Observateurs vérifie la fiabilité des informations (« fact-checking ») remontées par ces internautes observateurs avant de les publier (avec une mise en contexte). Le programme, participatif, permet à tous d'être acteur de l'information.

De même, « **L'atelier des médias** » collabore étroitement avec son auditoire ; le média se veut aussi un réseau social sur lequel tous peuvent s'exprimer et partager leur expérience de débusquage de fausses informations.

L'émission de France 24 « **Pas2Quartier** » s'attache également à donner la parole aux jeunes des quartiers populaires, en leur permettant de prendre le micro et d'élaborer les épisodes avec les journalistes.

■ Des ressources en langues étrangères

Le plurilinguisme des médias de FMM, qui émettent en français mais aussi en 20 langues étrangères, permet au groupe de l'audiovisuel extérieur français d'accompagner les actions d'EMI menées dans les **cours de langues vivantes**. Des émissions en langues étrangères (dont l'anglais et l'espagnol) peuvent ainsi être mises à disposition des enseignants qui le souhaitent sur demande, en complément des actions hors antenne menées par les journalistes des rédactions en langues étrangères.

■ Apprendre le français avec l'actualité internationale

Un nouveau site d'apprentissage du français par l'écoute de la radio, « **[Le français facile avec RFI](#)** » (destiné aux apprenants de tous niveaux qui souhaitent perfectionner leur français) **permet aussi de renforcer ses connaissances linguistiques sous l'angle de l'actualité internationale**. Ce nouvel écran proposé par la radio mondiale offre à ses utilisateurs une version enrichie, tant en termes d'expérience que de contenus. On y retrouve **notamment « [Le journal en français facile](#) »**, podcast le

plus écouté de RFI et journal quotidien d'information de 10 minutes sur l'actualité internationale en français qui replace, avec des mots simples, chaque événement dans son contexte. Grâce à un lecteur intelligent, l'apprenant peut l'écouter en lisant simultanément sa transcription, avec la possibilité de choisir la vitesse de lecture, mais aussi d'avancer ou reculer dans le podcast.

■ **ENTR, l'offre 100% vidéo et réseaux sociaux à destination des jeunes Européens**

En partenariat avec Deutsche Welle et une dizaine de médias de 6 pays européens, France Médias Monde a aussi lancé en mai 2021 [ENTR](#), une offre numérique 100% vidéo et 100% réseaux sociaux pour les jeunes Européens, disponible en 6 langues (français, anglais, allemand, portugais, polonais, roumain). Avec une forte dimension interactive, les journalistes d'ENTR couvrent tous les sujets qui suscitent l'intérêt des jeunes (écologie, sexualité, lutte contre les discriminations, etc.) et ils produisent des contenus au format innovant, publiés sur tous les grands carrefours d'audience sur le numérique (Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok).

■ **Les médias de FMM permettent aussi de promouvoir les valeurs républicaines et les principes humanistes, tels que la laïcité**

Les médias de FMM, à travers notamment leurs nombreuses émissions sociétales, contribuent aussi à promouvoir et **porter les valeurs républicaines et les principes humanistes** en français et dans toutes leurs langues de diffusion, que ce soit auprès de leurs publics internationaux qu'auprès des publics français. **FMM fournit, par exemple, un contenu laïc, républicain, défendant l'égalité entre les sexes et l'émancipation des femmes, en langue arabe** au travers de ses **médias arabophones aussi disponibles en France** : cet impact se mesure notamment avec **France 24 en arabe** (la France est le 4ème visiteur de la chaîne sur YouTube) et la diffusion depuis 2021 de **MCD en DAB+ en Île-de-France et à Marseille**.

Il convient de rappeler **qu'expliquer le principe de la laïcité fait aussi partie des missions de FMM, un rôle réaffirmé ces dernières années**, notamment suite au terrible assassinat perpétré contre l'enseignant Samuel Paty en octobre 2020 et des débats sur la liberté d'expression qui s'en sont suivis. Malgré les critiques et les menaces dont ils ont été la cible, les trois médias du groupe continuent de se mobiliser pour effectuer, dans toutes leurs langues, un travail pédagogique sur ce principe. **FMM est d'ailleurs le seul groupe de médias internationaux à faire ce travail en arabe ou en anglais à l'échelle internationale**, ce qui constitue l'une de ses spécificités dans le paysage audiovisuel mondial.

■ **Un engagement partagé avec les autres sociétés de l'audiovisuel public**

Dans le cadre du développement des coopérations au sein de l'audiovisuel public français, les équipes de France Médias Monde échangent également régulièrement avec celles des autres sociétés sur ces questions. **FMM participe à l'offre jeunesse commune de l'audiovisuel public, « Lumni »**, en mettant notamment à disposition des contenus basés sur ses spécificités de médias internationaux et plurilingues. Le groupe contribue également à alimenter la rubrique spécialement dédiée à l'EMI. Des journalistes de France Médias Monde interviennent aussi dans des événements consacrés à l'EMI et proposés par d'autres médias de l'audiovisuel public, à l'image d'une **conférence commune organisée lors de la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École 2022** où sont intervenus Maëva Poulet (France 24) et Steven Jambot (RFI). Par ailleurs, dans le cadre de la signature du **Pacte jeunesse** par les acteurs de l'audiovisuel public dans le cadre des COM 2020-2022, **FMM a été désigné « chef de file » pour coordonner les actions EMI à l'échelle de l'audiovisuel public**.

■ **Des ressources complémentaires produites avec CFI**

Filiale du groupe France Médias Monde, CFI, l'agence de coopération médias, agit pour favoriser le développement des médias en Afrique, dans le monde arabe et en Asie du Sud Est. L'agence a

notamment développé « [Conseils de journalistes](#) » en partenariat avec RFI, France 24 et MCD pour renforcer les connaissances et les compétences des jeunes journalistes, blogueurs ou étudiants à travers le monde et dans différents domaines du journalisme. Ce programme s'adresse aussi aux professeurs et aux élèves dans le cadre d'activités pédagogiques d'EMI. CFI a aussi développé avec l'ESJ de Lille « [24h dans une rédaction](#) », avec 100 fiches conçues en 9 langues au service de la formation professionnelle des journalistes dans le monde entier. Enfin, CFI propose aussi « [Luttons contre les infox](#) », une application développée avec la rédaction des Observateurs de France 24 qui consiste en un parcours de formation complet au fact-checking.

2) Tout au long de l'année : des échanges privilégiés entre journalistes, élèves et enseignants

■ Visites des rédactions de RFI, France 24 et MCD

Des **visites des rédactions de RFI, France 24 et MCD** sont régulièrement organisées pour des classes scolaires afin de permettre aux élèves et à leurs accompagnateurs de découvrir les coulisses et le fonctionnement de médias d'information internationaux et plurilingues, et d'échanger avec les journalistes et les techniciens de production. Ces visites sont organisées soit à la demande des partenaires (en particulier du CLEMI), soit sur demande motivée d'enseignants.

■ Des interventions de journalistes dans les établissements scolaires en France et à l'international

Les journalistes de FMM interviennent régulièrement auprès des élèves pour leur expliquer leur métier et leur apporter des clefs de compréhension du fonctionnement des médias, le plus souvent à partir d'exemples concrets issus de leur activité. Ces interventions, qui mobilisent aussi bien des journalistes des rédactions en **français** qu'en **langues étrangères**, sont organisées en France (le plus souvent en lien avec le CLEMI) **mais aussi à l'international en partenariat avec le réseau des lycées français et l'AEFE (Agence pour l'enseignement français à l'étranger)** notamment à partir des rédactions délocalisées sur les 5 continents et du réseau de correspondants partout dans le monde.

■ Des projets tutorés par des journalistes particulièrement engagés

Des journalistes de FMM particulièrement engagés pour l'Education aux Médias et à l'Information mènent également des **actions de plus long-terme** avec des classes scolaires, certains parrainant par exemple régulièrement des classes-médias.

C'est le cas aussi des journalistes issus des rédactions en langues étrangères, comme par exemple celle de RFI en espagnol qui, dans le cadre de la 32ème édition de la Semaine de la Presse et des Médias dans l'Ecole, de la Semaine des langues vivantes et de la Fête de la Radio, a produit en partenariat avec le CLEMI de l'Académie de Créteil, une [activité pédagogique en espagnol](#) permettant d'allier apprentissage de langue vivante et éducation aux médias et à l'information (sur la base de contenus de RFI en espagnol).

Au total, plus de **4 000 élèves** ont bénéficié d'une intervention d'un journaliste de France Médias Monde en 2021, en France et à l'international

■ Des séminaires de formation d'enseignants organisés par France Médias Monde

Chaque année, France Médias Monde organise un ou plusieurs **séminaires d'enseignants en partenariat avec le CEFPEP** (Centre d'études et de formation en partenariat avec les entreprises et les professions). Ces journées de formation sont une opportunité pour les enseignants de découvrir les rédactions et le fonctionnement des médias de FMM, et de découvrir les ressources proposées en matière d'EMI et d'apprentissage, en échangeant le plus souvent avec les journalistes qui les produisent.

Paroles d'enseignants ayant participé à des actions d'EMI mises en place par FMM

« *Notre parcours fut jalonné de rencontres, d'échanges, d'observations, de réflexions, qui nous ont permis de voir, de manière plus large et par un cheminement passionnant au travers des coulisses, les modalités de co-construction de l'information et tout ce qui se joue de grand en elle.* » (Enseignant en lettres dans un collège des Bouches-du-Rhône)

« *Merci pour la qualité des supports de travail proposés, qui nous permettrons d'aller plus loin encore avec nos élèves, pour essayer de les épauler et de les éclairer, un peu, dans le monde bouleversant qui nous entoure* » (Professeure-documentaliste dans un collège du Puy-de-Dôme)

« *Des échanges enrichissants pour comprendre tout ce qui se joue autour de la véracité des faits, des expériences vécues, de l'exercice du libre arbitre et de l'esprit critique, autant de points majeurs qui rejoignent nos enseignements, dans le vœu que nous formons chaque jour de former ces jeunes consciences, ces citoyens en devenir que sont nos élèves* » (Professeur-documentaliste dans un lycée professionnel des Ardennes)



→ A noter également qu'en octobre 2021, **des journalistes de la rédaction des Observateurs de France 24 ont animé**, en lien avec le CLEMI, **des ateliers d'Education aux Médias et à l'Information lors de la Conférence annuelle d'eTwinning**, organisée en partenariat avec la **Commission européenne**. Lancé par la Commission en 2005, ce programme permet la coopération en matière d'innovation et d'échanges de bonnes pratiques dans le champ de l'éducation. Lors de cette conférence, les journalistes Maëva Poulet et Derek Thomson (France 24) ont chacun animé un atelier en anglais et en français destinés à des enseignants venant de toute l'Europe, afin d'offrir aux professeurs des ressources pédagogiques sur l'EMI ainsi que des clés de compréhension sur la lutte contre les infos mobilisables dans les missions d'enseignement qu'ils exercent au quotidien.

■ La participation de France Médias Monde à « Médias en Seine »

Enfin, **France Médias Monde est partenaire du festival « Médias en Seine »** organisé par franceinfo et le groupe Les Echos – Le Parisien, dont la dernière édition s'est déroulée le mardi 22 novembre à la Maison de la Radio et de la Musique et au siège du groupe Les Echos. **De nombreux journalistes de**

FMM ont pu échanger tout au long de l'événement avec des jeunes – particulièrement nombreux pour l'occasion – notamment autour des stands d'ENTR, des **Observateurs de France 24** et de **RFI Savoirs – volet connaissances**.

3) Un engagement renforcé à l'occasion de la Semaine de la Presse et des Médias dans l'Ecole

Outre son engagement tout au long de l'année, FMM a renouvelé en 2022 sa mobilisation pour la 33^{ème} Semaine de la Presse et des Médias dans l'Ecole.

1) Des interventions et actions auprès des élèves

- **Plus d'une dizaine de journalistes de FMM** ont réalisé des interventions dans différents établissements scolaires en France, **permettant de toucher 360 élèves**.
- **En s'appuyant sur ses rédactions délocalisées** (Bucarest, Dakar ou Bogota notamment) et sur son **réseau de correspondants**, FMM a également mené des actions d'éducation aux médias et à l'information dans les **établissements d'enseignement français à l'étranger** :



A **Bucarest**, l'équipe d'ENTR de RFI România a réalisé des interventions auprès d'élèves de 1^{ère} au Lycée français Anna de Noailles pour échanger sur l'importance des médias et la manière dont s'informent les jeunes (notamment sur internet et les réseaux sociaux). Les élèves ont également pris part à la production d'une vidéo-mobile au format d'ENTR consacrée à la francophonie et diffusée sur les pages d'ENTR et de RFI România (ainsi que sur les réseaux sociaux du Lycée).

A **Dakar**, la correspondante de RFI au Sénégal a réalisé une série d'interventions au Lycée français dans 3 classes pour échanger avec les élèves sur l'éducation aux médias et à l'information

Aux **Etats-Unis**, le correspondant de RFI à Houston a mené une séance d'éducation aux médias et à l'information au Lycée international d'Awty pour parler de l'intérêt et de la crédibilité que les jeunes accordent aux médias, en particulier la radio. Cette séance a donné lieu à un reportage diffusé sur RFI (dans « *7 milliards de voisins* »).

A **Abidjan**, le correspondant de RFI, a également réalisé deux interventions au Lycée Français Blaise Pascal et au Collège-Lycée Jules Verne.

A **Bogota**, la rédaction de France 24 en espagnol a reçu 11 classes du Lycée français tout au long de la semaine, permettant aux journalistes d'échanger avec les élèves.



→ Au total, **ce sont 864 élèves** qui ont bénéficié de l'intervention d'un journaliste de FMM lors de la **Semaine de la Presse et des Médias dans l'Ecole**, que ce soit en France ou à l'international.

- Dans le cadre de la SPME 2022, **deux visites des rédactions** ont été organisées : l'une autour de la directrice-adjointe de RFI en charge de l'info-monde, avec un groupe de 30 lycéens, l'autre autour de la rédaction des Observateurs, qui a accueilli la classe de 1^{ère} ayant participé au tournage de l'émission « *Info ou Intox* » spécial SPME 2022.
- France Médias Monde a également participé à **l'événement commun à l'audiovisuel public consacré à l'éducation aux médias et à l'information**, organisé par Radio France avec l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel public, où sont intervenus Maëva Poulet (« *Info ou Intox* » sur France 24) et Steven Jambot (« *L'Atelier des médias* » sur RFI). Les deux journalistes ont présenté leurs émissions au public d'élèves, celles-ci constituant des ressources pédagogiques innovantes pour développer l'EMI en milieu scolaire.



2) Des programmes dédiés sur les antennes

- **Outre l'ensemble des ressources proposées par FMM** en matière d'éducation aux médias et à l'information (cf. *note ressources en annexe*), les antennes de RFI et de France 24 ont proposé des **programmes spécifiques** à l'occasion de la SPME 2022 :

Sur **France 24**, le numéro spécial de « *Info ou Intox* » produit par la rédaction des Observateurs, a fait participer activement les élèves d'une classe de 1^{ère} du Lycée Paul Valéry à la production de l'émission. Les élèves ont choisi le thème et l'exemple de l'émission, et ont mené la vérification de l'infox avec les journalistes. Le programme est présenté par deux élèves de la classe. Diffusé sur les antennes et les réseaux sociaux de la chaîne, l'épisode est disponible en français, anglais, arabe et espagnol.



Sur **RFI**, l'émission « *7 milliards de voisins* » a proposé un numéro spécial à l'occasion de la SPME 2022 : « *Stop à la manipulation : décrypter l'info* » avec un débat consacré à l'information des jeunes sur internet et à la lutte contre la désinformation dont ils peuvent être victimes.

Paris, le 2 février 2023

RÉPONSES DE FRANCE MÉDIAS MONDE

Mission flash « Education critique aux médias »

Table-ronde secteur de l'audiovisuel

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) ?

La politique d'éducation aux médias et à l'information (EMI) de France Médias Monde s'organise autour de deux axes principaux : d'une part, une offre de contenus qui visent à contribuer au développement de l'**esprit critique des publics**, notamment pour **lutter contre les infox**, et d'autre part, des **échanges privilégiés entre journalistes et élèves et enseignants**, notamment dans le cadre de visites des rédactions et d'inventions des journalistes dans les classes, pour donner des **clefs de compréhension du fonctionnement des médias**.

2. Comment ces objectifs doivent-ils selon vous être intégrés dans les missions de l'audiovisuel public ? Quelle peut en être l'approche pour les acteurs privés du secteur ?

En tant que société nationale de programme, **France Médias Monde est pleinement engagé pour l'EMI et ses actions ont été renforcées au fur et à mesure des années grâce à l'impulsion donnée par la Présidence-direction générale**, la mobilisation des collaboratrices et collaborateurs, et la mise en place de partenariats avec les acteurs de l'EMI.

L'engagement de FMM pour l'EMI s'appuie notamment sur les **spécificités internationales du groupe**, qui a la particularité d'offrir des **ressources plurilingues** (à partir du français et de 20 autres langues), de disposer d'un **vivier de journalistes qui disposent, le plus souvent, d'une double-nationalité ou d'une double culture**, et de **rédactions délocalisées et un vivier de correspondants** sur les 5 continents qui interviennent aussi auprès des établissements scolaires à l'étranger.

A l'échelle de l'audiovisuel public, l'EMI est un engagement que toutes les sociétés portent en partage. Dans cette mobilisation de l'ensemble du secteur, **France Médias Monde apporte sa signature internationale en contribuant notamment à la plateforme commune du service public, « Lumni »**, qui rassemble les contenus et les offres à destination de la jeunesse. France 24 y met par exemple à disposition des publics son module « *Info ou Intox* », produit par la rédaction des Observateurs.

Dès que cela lui est possible et que cela est cohérent avec ses missions internationales, **FMM s'associe à toutes les initiatives des autres sociétés de l'audiovisuel public**, en participant par exemple en avril 2022 à une conférence organisée par Radio France où

Maëva Poulet (journaliste de la rédaction des Observateurs de France 24) et Steven Jambot (journaliste et présentateur de « *l'Atelier des médias* » sur RFI) sont intervenus pour présenter leur travail à plusieurs dizaines d'élèves présents.

Dans le cadre du **Pacte pour la Jeunesse** signé par toutes les entreprises de l'audiovisuel public avec l'Etat, **France Médias Monde est devenu chef de file pour coordonner les actions d'EMI à l'échelle de l'audiovisuel public**. Cet engagement a vocation à se renforcer dans le cadre des coopérations à l'échelle de tout le secteur, et pourrait par exemple passer par la constitution d'un vivier commun de journalistes intervenant dans les établissements scolaires.

3. Quels sont vos liens avec les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture pour l'accomplissement de ces objectifs ? Avec le CLEMI ? Ces liens sont-ils nationaux/locaux ? Peuvent-ils être améliorés pour accroître la portée de vos actions ?

- **Le groupe France Médias Monde est un partenaire historique du CLEMI** (Centre pour l'éducation aux médias et à l'information), **et leurs équipes travaillent ensemble tout au long de l'année**, notamment pour l'organisation de visites de groupes d'élèves et / ou d'enseignants dans les rédactions, ou pour l'intervention de journalistes dans des établissements scolaires. FMM participe également chaque année à la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École, avec des programmes et émissions dédiés sur les antennes, une mobilisation renforcée des journalistes dans les écoles, et des visites de classes dans les rédactions.

En tant que partenaire du CLEMI, **FMM est membre à part entière de son Comité d'orientation et de perfectionnement (COP)**, ainsi que des groupes de travail thématiques qui ont été mis en place cette année. Et, fort de l'engagement du groupe en matière d'EMI, **la Présidente-directrice générale de FMM a été invitée à participer sur proposition du Directeur général du CLEMI, et en tant que représentante des médias, au groupe d'experts chargé par le Ministre de l'Éducation nationale de rédiger le rapport sur le renforcement de l'Éducation aux Médias et à l'Information et de la Citoyenneté numérique** (remis en juin 2021).

- Outre le CLEMI, FMM travaille aussi en lien avec le **Ministère de l'Éducation nationale et plus particulièrement avec le CEFPEP** (Centre d'études et de formation en partenariat avec les entreprises et les professions) qui permet au groupe d'organiser, chaque année, un à deux séminaires avec des enseignants venus de toute la France, leur permettant ainsi de mieux appréhender les outils et ressources pédagogiques pouvant servir de support à leurs actions d'EMI dans leurs classes.

4. Pouvez-vous présenter les différents programmes et dispositifs mis en œuvre par votre organisation et visant à contribuer à l'EMI ? Quels moyens humains et budgétaires consacrez-vous à ces actions ?

→ *pour une réponse précise à cette question, se référer à l'annexe « Liste des ressources pédagogiques proposées par France Médias Monde en matière d'EMI »*

RFI, France 24 et MCD proposent de **nombreuses ressources et programmes dédiés à l'EMI sur les antennes** (TV et radio), sur le **numérique**, cela dans leurs **21 langues de diffusion**. Ces contenus peuvent être utilisés par les enseignants comme ressources pour l'EMI. Cette liste de ressources est transmise chaque année au CLEMI pour diffusion auprès des enseignantes et enseignants, notamment dans le cadre de la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École. (*la liste de l'ensemble des ressources proposées par FMM est annexée au présent questionnaire*)

A noter que les médias de FMM contribuent aussi à promouvoir les valeurs républicaines et les principes humanistes, au premier rang desquels la laïcité (cf. contribution écrite de France Médias Monde à la mission flash, annexée au présent questionnaire).

Outre les nombreux programmes dédiés sur chacun de nos médias, des échanges privilégiés sont organisés tout au long de l'année entre journalistes, élèves et enseignants :

- Des **visites des rédactions de RFI, France 24 et MCD** sont régulièrement organisées pour permettre aux élèves et à leurs accompagnateurs de découvrir les coulisses et le fonctionnement de médias d'information internationaux et plurilingues, et d'échanger avec les journalistes et les techniciens de production.
- Les **journalistes de FMM interviennent aussi régulièrement auprès des élèves dans les classes pour leur expliquer leur métier, et leur apporter des clés de compréhension du fonctionnement des médias.** Ces interventions, qui mobilisent aussi bien des journalistes des rédactions en français qu'en langues étrangères, sont organisées en France (le plus souvent en lien avec le CLEMI), mais aussi à l'international en partenariat avec le réseau des lycées français et l'AEFE (Agence pour l'enseignement français à l'étranger), notamment à partir des rédactions délocalisées sur les 5 continents et du réseau de correspondants partout dans le monde.
- Des **journalistes de FMM particulièrement engagés pour l'éducation aux médias et à l'information mènent aussi des actions de plus long-terme**, avec notamment des projets de **mentorat** ou **tutorat** de certaines classes, y compris en langues étrangères. Ce fut le cas par exemple l'année dernière avec la rédaction de RFI en espagnol, qui a contribué à l'élaboration d'une activité pédagogique en espagnol en partenariat avec le CLEMI de Créteil.

⇒ S'agissant des moyens humains et financiers utilisés par FMM afin de mener à bien sa politique d'éducation aux médias et à l'information, il est difficile de quantifier précisément combien cela représente, aussi bien en termes de budget qu'en termes d'ETP et de masse salariale. Il convient de rappeler que **l'engagement de FMM repose d'abord sur le volontarisme des collaboratrices et des collaborateurs**, et que les ressources spécifiquement créées pour l'EMI sont financées par des **redéploiements**. Le groupe ne dispose d'aucun budget ou financement ad hoc qui serait dédié à la politique d'EMI. En outre, **les interventions dans les établissements scolaires des journalistes impliquent également des coûts car ceux-ci sont majoritairement réalisés sur le temps de travail** (avec des surcoûts liés au remplacement).

5. De quelle façon les outils numériques sont-ils mobilisés dans les programmes d'EMI mis en œuvre ?

Le groupe FMM mobilise aussi les **outils numériques** dans ses missions d'éducation aux médias et à l'information, notamment s'agissant des ressources et des programmes que ses médias proposent, par exemple avec **RFI Connaissances** (volet du site RFI Savoirs), qui propose un dossier complet sur l'éducation aux médias et à l'information. Le groupe propose aussi **ENTR, offre 100% réseaux sociaux et 100% vidéos** à destination des jeunes Européens.

De manière générale, **les médias de FMM sont très présents sur tous les grands carrefours d'audience où se trouvent les jeunes sur les réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, et désormais Tik Tok et Twitch** avec de premières expérimentations qui sont en cours...

Cette stratégie « d’hyper-distribution », couplée à une **forte innovation dans les contenus** (podcasts natifs, vidéos-mobiles, news-sketching, stories, etc.) permettent aux médias du groupe d’être **en première ligne sur les univers numériques où les infox essaient le plus, et d’y opposer à chaque fois une information libre, indépendante, honnête et professionnelle**. Rappelons que les médias de FMM comptent aujourd’hui plus de **95 millions d’abonnés** et ont enregistré, en 2021, **2,2 à 2,3 milliards de sons et vidéos lancés**.

6. **Soutenez-vous les initiatives portées par les associations d’EMI telles que « Entre les lignes », « La Chance », « Lumières sur l’info » etc. ? De quelle façon pourriez-vous envisager de soutenir leur action ou de renforcer ce soutien ?**

Parmi les associations citées, France Médias Monde dispose d’une **convention de partenariat depuis 2021 avec « La Chance »**, premier dispositif égalité des chances dans le secteur des médias qui accompagne chaque année 80 boursiers dans leur préparation aux concours des écoles de journalisme reconnues par la profession. Dans le cadre de ce partenariat, **FMM s’engage dans une dimension d’insertion professionnelle** (accueil de stagiaires, de contrats de professionnalisation, diffusion d’offres d’emploi...) **et d’accompagnement** (visite des rédactions aux étudiants, diffusion en interne des besoins de bénévolat, animation d’ateliers CV et lettres de motivation aux bénéficiaires...).

FMM est aussi membre-fondateur de la Fondation Engagement Médias pour les Jeunes aux côtés de France Télévisions et TV5 Monde qui, chaque année, soutient des **actions ou organismes d’intérêt général qui répondent à l’inclusion sociale par le biais de l’expression orale et écrite, l’éloquence et la confiance** des jeunes de 14 à 35 ans, en situation de fragilité.

7. **Faut-il concentrer l’EMI sur le public jeune, ou y a-t-il un enjeu à l’élargissement à tous les publics ? Faut-il mener des actions ciblées sur des publics plus spécifiques (notamment les seniors), et comment ?**

Outre les jeunes publics, **certaines actions et ressources d’EMI développées par FMM ciblent aussi d’autres publics, notamment plus âgés**. A titre d’exemple, des journalistes de France 24 ont produit « *La boîte à outils de la vérification* », une offre en français développée en partenariat avec MediaWise (initiative de l’Institut Poynter sur l’éducation aux médias numériques et la lutte contre la désinformation) et qui s’adresse plus spécifiquement aux adultes. A travers 10 vidéos pédagogiques de 2 à 3 minutes, les journalistes Alexandre Capron et Pauline Paccard proposent une formation et prodiguent de nombreux conseils pour aider les spectateurs à identifier les fausses informations sur Internet et les réseaux sociaux. Toutes ces vidéos sont accessibles sur les réseaux sociaux, notamment WhatsApp, ainsi que sur les pages de France 24 en français.

Au-delà des contenus diffusés sur le numérique, les médias de FMM produisent aussi des **programmes diffusés en broadcast** (radio / TV) qui ont aussi une **mission éducative et s’adressent à des publics adultes**, comme par exemple l’émission « *Priorité santé* » sur RFI qui, chaque jour, permet de promouvoir la santé publique, l’hygiène et les bonnes pratiques de vie notamment auprès de publics plus vulnérables. D’autres modules de lutte contre les infox sont aussi diffusés sur les antennes, comme « *Les dessous de l’Infox* » sur RFI, ou « *Les Observateurs* » sur France 24.

8. De quelle façon l'EMI peut-elle selon vous éviter l'écueil d'apparaître aux jeunes comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel ?

De nombreux journalistes de France Médias Monde ont l'habitude d'échanger directement avec des élèves, que ce soit lors de visites au sein des rédactions ou lors d'interventions dans les établissements scolaires. **Ces échanges directs permettent aux élèves de mieux comprendre le fonctionnement d'un média – en particulier de service public – ses missions, et le métier de journaliste.**

Parce que la transparence nourrit aussi la confiance, de la même manière, **les journalistes de FMM ont de plus en plus vocation à montrer comment fonctionnent les médias « en coulisses »** : c'est déjà le cas avec « *L'Atelier des médias* » sur RFI qui, chaque semaine, discute des (r)évolutions au sein des médias et décrypte leur fonctionnement.

Pour l'avenir, **FMM a le projet d'introduire un fil rouge éditorial « portes ouvertes », avec des rendez-vous réguliers pour montrer comment travaillent les journalistes du groupe**, découvrir les coulisses de l'information, de nos émissions et du travail au sein des rédactions, mais aussi des métiers qui concourent à l'activité de FMM.

9. Comment renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus destinés à l'EMI de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi ? N'existe-t-il pas un risque d'éparpillement des initiatives ? Cette pluralité constitue-t-elle au contraire une force ?

La **pluralité** des ressources d'EMI constitue une force car elle permet à la fois de garantir une **grande diversité des contenus**, mais aussi de **répondre à tous les besoins**, pour tous les âges, dans toutes les disciplines. C'est le cas notamment avec France Médias Monde qui a la spécificité de proposer des ressources à partir de 21 langues, et en lien avec l'actualité internationale.

S'il est légitime de s'interroger sur la structuration éditoriale des contenus destinés à l'EMI, **il convient de rappeler que le CLEMI réalise déjà ce travail et cela en particulier à l'occasion de la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École**, où l'ensemble des ressources proposées par chaque média sont **référencées** chaque année sur son site internet.

En outre, **le Ministère de l'Éducation nationale, à travers sa plateforme Educscol**, référence aussi certaines ressources pédagogiques en lien avec l'EMI.

10. Quel bilan faites-vous de la plateforme Lumni à cet égard ?

La plateforme commune à l'audiovisuel public destinée aux jeunes publics, **Lumni, constitue une piste intéressante pour renforcer le référencement et la structuration des contenus d'EMI édités par l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel public**. La majorité des contenus de FMM en la matière y sont d'ailleurs déjà référencés.

Une montée en puissance de la production de contenus issus des médias de FMM ne pourrait toutefois se réaliser que **sous couvert de moyens supplémentaires, la participation actuelle du groupe à Lumni étant financée par des redéploiements de moyens**.

11. Que pensez-vous de l'idée d'un « pass EMI » dont le fonctionnement serait comparable à celui du pass Culture pour sa partie « référencement » des offres proposées, et qui donnerait accès à des moments éducatifs/rencontres médias etc. ?

FMM n'aurait, par principe, pas de difficulté à travailler sur une telle initiative à condition que cela se fasse en concertation et en partenariat avec les acteurs référents dans le domaine de l'EMI (CLEMI, Ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse, Ministère de la Culture, sociétés de l'audiovisuel public, etc.) et sous réserve de ressources humaines et financières adaptées à la charge supplémentaire que cela pourrait impliquer pour le groupe.

Paris, le 1er février 2023

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Table-ronde secteur de l'audiovisuel

Mercredi 7 décembre 2022

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) ?

Fin 2021, 85 % des jeunes âgés de 10 à 15 ans croyaient à au moins une théorie du complot¹ et 69 % des adolescents admettaient ne jamais rechercher, ou très rarement, la source d'une information. Si la famille demeure pour 30 % des adolescents la principale source d'information, elle est suivie de près par la télévision (pour les 10-13 ans) et par les réseaux sociaux (pour les 14-15 ans).

Dans ce contexte de multiplication des sources d'information et de réflexes insuffisants face aux fausses informations, France Télévisions est profondément convaincue du rôle majeur que le service public de l'audiovisuel doit jouer dans le renforcement de l'éducation aux médias et à l'information (EMI). Les actions d'EMI permettent en effet aux jeunes de se réappropriier l'information et de développer une pratique citoyenne et critique des médias, en prenant notamment du recul par rapport aux contenus proposés sur les réseaux sociaux.

Les effets bénéfiques et pérennes de l'EMI sur les comportements informationnels des jeunes sont majeurs : deux tiers des jeunes ayant bénéficié d'actions en EMI vérifient souvent les informations auxquelles ils accèdent contre 42 % pour ceux qui n'en ont pas bénéficié². 68% des Français estiment d'ailleurs essentiel ou important que les enfants soient systématiquement formés au traitement de l'information par les médias pendant leur scolarité³.

¹ Enquête Milan presse – CSA réalisée de 2 au 8 novembre 2021 auprès de 1005 adolescents âgés de 10 à 15 ans.

² Médiamétrie, Enquête en ligne auprès d'un échantillon de 2000 internautes de 15 à 34 ans (novembre 2017).

³ Résultats de l'édition 2022 du baromètre La Croix Kantar Public onepoint, réalisée en janvier 2022.

2. Comment ces objectifs doivent-ils selon vous être intégrés dans les missions de l'audiovisuel public ? Quelle peut en être l'approche pour les acteurs privés du secteur ?
4. Pouvez-vous présenter les différents programmes et dispositifs mis en œuvre par votre organisation et visant à contribuer à l'EMI ? Quels moyens humains et budgétaires consacrez-vous à ces actions ?

Dans le contexte précédemment décrit, France Télévisions conserve un important capital de confiance : 80% des français font confiance à France Télévisions (il s'agit du score le plus élevé de tout l'audiovisuel). Afin de renforcer encore ce capital de confiance tout en jouant pleinement notre rôle de média de service public, nous avons placé les enjeux d'éducation aux médias et de lutte contre les fausses informations au cœur de nos missions et avons multiplié les initiatives en ce sens :

- **une offre éditoriale dédiée riche et diversifiée sur l'ensemble des antennes** : émissions de décryptage et de pédagogie (*Vrai ou Fake*, *Chasseur de Fake*), cellule de vérification de l'information (*Les Révélateurs*), magazines avec des invités experts (*C dans l'air*, *C à vous*), séquences dédiées à la lutte contre les fake news et à la vérification de faits au sein de nos éditions d'information (*L'œil du 20h*) ;
- **une offre à destination des enseignants et des élèves avec Lumni**, le média éducatif des acteurs de l'audiovisuel public, piloté par France Télévisions et l'INA avec l'appui du ministère de l'Éducation nationale et de ses partenaires (Centre pour l'éducation aux médias et à l'information et Réseau Canopé). Cette offre éducative, gratuite, vérifiée et sans publicité propose des séries et modules consacrés à l'EMI (ex : lancement en 2023 de *Resotutots*, tutoriels sur l'usage des réseaux sociaux à destination des collégiens et lycéens). Une rubrique consacrée à l'EMI sera prochainement créée dans l'espace Lumni dédié aux enseignants avec une trentaine de nouveaux modules pour donner aux enseignants des contenus pédagogiques à utiliser en classe et des méthodes d'animation des séquences d'EMI (fabrication de l'information, évaluation de l'information, analyse des images d'actualité...) ;
- **#vraiofake est devenu, depuis un mois, le hashtag de référence de la lutte contre les fausses infos**, pour sensibiliser, sur l'ensemble de nos antennes, à l'existence des fake news ainsi qu'au besoin de les identifier et de les dénoncer ;
- **Lancement, les 19 et 20 octobre derniers à Amiens, du dispositif inédit de Tour de France académique de l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté, inscrit au plan académique de formation**, en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse (MENJ), le CLEMI et le réseau académique. France Télévisions souhaite diffuser le plus largement possible sur le territoire son dispositif pour accompagner au plus près enseignants et élèves. Le dispositif est ainsi déployé de façon massive en 2023 tout au long de l'année dans 5 académies. Une deuxième séquence du dispositif a eu lieu à Rennes le 30 janvier dernier. Le dispositif sera ensuite déployé à Marseille les 29 et 30 mars, en Guyane les 10, 11 et 12 mai et sous réserve de confirmation, à Poitiers et Nancy-Metz à la fin de l'année 2023, autour :
 - d'ateliers thématiques pour la formation des enseignants,
 - de master classes à destination des élèves,
 - d'ateliers thématiques à destination des formateurs des cités éducatives consacrés aux dérives de l'information sur les réseaux sociaux.

France Télévisions a également lancé en janvier 2023 un dispositif spécifique de formation à destination des enseignants des 3 académies d'Île-de-France. La première séquence de ce dispositif a eu lieu avec l'académie de Créteil le 18 en janvier 2023. Tous les 15 jours, France Télévisions accueillera des enseignants pour échanger, débattre, découvrir les coulisses de fabrication de l'information.

Cette ambition est portée par l'ensemble du groupe : direction de l'information, réseaux régionaux de France 3 et des Outre-Mer La 1^{ère}, direction générale déléguée aux antennes et aux programmes, secrétariat général, etc. Chacune de ces entités investit des moyens humains et financiers mais cet investissement est difficilement mesurable et quantifiable.

3. Quels sont vos liens avec les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture pour l'accomplissement de ces objectifs ? Avec le CLEMI ? Ces liens sont-ils nationaux/locaux ? Peuvent-ils être améliorés pour accroître la portée de vos actions ?

France Télévisions est un partenaire historique du ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse et de ses opérateurs, ainsi que de nombreuses associations d'éducation populaire, telles que la ligue de l'enseignement, les Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active (CEMEA). Cela se traduit par différentes actions à destination de la communauté éducative : élèves, enseignants, formateurs :

- **coproductions de programmes** : *Les clés des médias* (coproduction France Télévisions, Radio France, Canopé, CLEMI et ministère de l'Education nationale), *Data sciences vs fake* (coproduction France Télévisions, Arte, Univers sciences et TV5 Monde) ;
- **opérations de terrain dans les établissements scolaires** : tout au long de l'année scolaire, nous organisons des master classes en prenant appui sur les programmes du groupe, que nous utilisons comme des supports pédagogiques pour susciter le débat et répondre aux questions des élèves ;
- **diffusion sur nos antennes de campagnes de sensibilisation du CLEMI**, comme *La famille tout écran* (diffusée sur France 4). Cette série a pour objectif de prévenir les familles sur les risques, les informer et les accompagner dans les bons usages des multiples écrans qui nous entourent.

5. De quelle façon les outils numériques sont-ils mobilisés dans les programmes d'EMI mis en œuvre ?

10. Quel bilan faites-vous de la plateforme Lumni à cet égard ?

Lumni est aujourd'hui connue par 47% des familles et des élèves et elle ne cesse de monter en puissance avec 1,2 millions de visiteurs uniques par mois (soit +78% par rapport à 2019)

En collaboration avec le MENJ, la plateforme a permis d'assurer **une continuité pédagogique lors de la crise sanitaire de 2020 et pendant le confinement**, saluée par les familles et les

enseignants et la diffusion de contenus permettant d'aider les jeunes à mieux décrypter l'information.

Lumni reprend des programmes diffusés sur nos antennes linéaires. Outre les programmes diffusés sur France 4, comme *Un jour une question*, Lumni propose aussi des programmes comme *Decod'actu*, des modules d'information à destination des collèges et lycées, diffusés parallèlement sur les antennes de franceinfo et permettant de comprendre les différents enjeux du moment.

Lumni propose aussi, exclusivement en ligne, un ensemble de ressources pédagogiques sur l'EMI : *Justin Fox* (vidéaste empreint d'une fausse naïveté qui identifie dans chacun des 17 épisodes une fausse information puis creuse le sujet pour rétablir la vérité), *Ma vie de profil* (11 modules où des personnalités populaires auprès des jeunes se soumettent au jeu d'une enquête numérique qui permet de comprendre quelle trace numérique ils ont laissée sur les réseaux sociaux), *Les veilleurs de l'info* (programme de compréhension et de décryptage de l'information au sein des structures jeunesse gérées par la Ligue de l'enseignement).

Lumni poursuit enfin sa collaboration avec les partenaires de l'audiovisuel public en valorisant sur sa plateforme des contenus tels que *Info intox* (programme de France 24).

Au-delà de Lumni, notre chaîne numérique à destination des adolescents et jeunes adultes, **france.tv Slash**, diffuse la web-série documentaire, *L'intox, c'est nous*, qui explore le monde de la désinformation.

France Télévisions produit enfin un certain nombre de programmes pour comprendre le fonctionnement des médias numériques : #dans la toile (co-production avec l'Union européenne de radio-télévision - UER), lancement en 2023 de *Resotutos*, tutoriels sur l'usage des réseaux sociaux à destination des collégiens et lycéens sur Lumni ou les pièges du numérique sur france.tv.

6. Soutenez-vous les initiatives portées par les associations d'EMI telles que « Entre les lignes », « La Chance », « Lumières sur l'info » etc. ? De quelle façon pourriez-vous envisager de soutenir leur action ou de renforcer ce soutien ?

Ce sont des initiatives de grande qualité auxquelles des journalistes de France Télévisions participent. Le Tour de France académique de l'EMI que nous portons est tout à fait complémentaire de ces initiatives.

7. Faut-il concentrer l'EMI sur le public jeune, ou y a-t-il un enjeu à l'élargissement à tous les publics ? Faut-il mener des actions ciblées sur des publics plus spécifiques (notamment les seniors), et comment ?

La lutte contre les fausses informations est un sujet prioritaire pour nos publics et qui concerne toutes les classes d'âge. Sur Facebook, les seniors diffusent jusqu'à 7 fois plus de fausses informations que les 18-29 ans⁴.

⁴ Science Advances, « Less than you think : prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook », 9 janvier 2019.

C'est la raison pour laquelle nous avons fait le choix de nous adresser à tous les publics, par les magazines et les rendez-vous récurrents au sein de notre offre d'information mais aussi grâce à des outils davantage destinés à un public plus jeune (présence sur Twitch de nos journalistes et notamment de Samuel Etienne, compte TikTok de Franceinfo, magazines disponibles uniquement en ligne comme *Les pièges du numérique*). Pour les enfants, nous nous appuyons beaucoup sur Lumni ainsi que sur certains programmes diffusés sur France 4 et mentionnés *supra*.

8. De quelle façon l'EMI peut-elle selon vous éviter l'écueil d'apparaître aux jeunes comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel ?

Tout l'enjeu pour France Télévisions repose sur le fait d'aller sur le terrain, à la rencontre des enseignants, des élèves et des parents.

Au-delà de son engagement unique avec le lancement du « Tour de France académique de l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté », France Télévisions organise régulièrement des master classes autour de ses programmes, et va à la rencontre des élèves pour les sensibiliser au besoin de vérifier les informations qui leur sont transmises et pour leur donner quelques clés en ce sens.

Des conventions de partenariats ont été signées à Bordeaux, Lille et Orléans pour associer directement les directions régionales de France 3 et les rectorats d'académies et favoriser l'intervention des rédactions locales auprès des établissements.

Outre leurs interventions dans les classes, **les journalistes du réseau sensibilisent des jeunes lors d'événements** tels que les Assises internationales du journalisme, la semaine de la presse et des médias à l'école, le Press'tival, et participés au prix médiatiks (CLEMI).

9. Comment renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus destinés à l'EMI de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi ? N'existe-t-il pas un risque d'éparpillement des initiatives ? Cette pluralité constitue-t-elle au contraire une force ?

Avec le lancement du Tour de France académique de l'EMI, France Télévisions accentue son engagement sur le terrain, au plus près des enseignants et des élèves. France Télévision est en effet convaincue que **le besoin de la communauté éducative réside moins dans la production de ressources que dans l'échange et l'interaction** pour répondre aux interrogations et demande de la communauté éducative. Ceci explique sans doute le très fort engouement des académies pour notre Tour de France de l'EMI.

11. Que pensez-vous de l'idée d'un « pass EMI » dont le fonctionnement serait comparable à celui du pass Culture pour sa partie « référencement » des offres proposées, et qui donnerait accès à des moments éducatifs/rencontres médias etc. ?

Il semble important à France Télévisions que les offres des acteurs culturels en matière d'EMI soient mieux connues et plus accessibles aux différents publics concernés. Le pass Culture actuel comprend des offres en éducation artistique et culturelle ainsi qu'en éducation aux médias. Il nous semblerait dès lors **plus utile d'accentuer la communication sur les offres EMI proposées dans le Pass Culture plutôt que de créer un Pass spécifiquement EMI.**



Contribution écrite – Groupe Cafeyn
Mission flash sur l'éducation critique aux médias
Février 2023

Cafeyn, une plateforme française de streaming d'informations, au service du pluralisme des médias

Fondée en 2006 par Ari Assuied, Cafeyn est la **première plateforme européenne de streaming d'informations**, comptabilisant aujourd'hui **2,5 millions d'utilisateurs** actifs mensuels. Le site et l'application Cafeyn permettent d'accéder de manière simplifiée et illimitée à plus de **2 600 titres** de presse à la fois nationaux et internationaux pour moins de 10 euros par mois.

L'**offre médiatique de Cafeyn est très diversifiée** puisqu'elle propose à la fois des médias généralistes **nationaux** tels que Le Figaro, Le Parisien, Libération ou RTL, des médias **régionaux** comme La Voix du Nord, Nice Matin ou Sud-Ouest, de la presse **magazine** avec Paris Match, le Journal du Dimanche, Society, Le Point ou L'Express et enfin des éditeurs **pure-players** tels que l'AFP, Slate, Arrêt sur images, Euronews ou The Conversation. La plateforme dispose par ailleurs de multiples partenariats de distribution à long terme avec des opérateurs tels que Bouygues Telecom, Canal+, Free ou SFR. Cafeyn développe également de **nouveaux formats** (fils d'actualité, audios, vidéos) afin de correspondre aux usages de consultation de l'information des Français, et afin d'intéresser de nouveaux consommateurs de l'information (public plus jeune, éloigné des médias dits « traditionnels ».)

Constats sur les pratiques informationnelles des Français : un attachement à l'information, mais de la difficulté à payer le prix correspondant

La relation entre les Français et les médias, et plus précisément entre les Français et l'information, est contrastée, dans un contexte de multiplication des canaux de diffusion de l'information et de défiance grandissante envers les médias, largement entretenue par la diffusion de « fake news ».

Pour autant, selon un sondage Ipsos pour Cafeyn d'octobre 2022 que vous trouverez ci-joint, l'attrait des Français pour l'information reste fort. **98% des Français s'informent tous les jours**. La télévision reste le premier média utilisé avec 77% des Français qui l'utilisent pour s'informer, mais une très bonne nouvelle de ce sondage est que près d'un Français sur deux (46%) lit des journaux et des magazines. Cela confirme l'attachement des Français à la presse.

Les sources d'information se diversifient, et sont de plus en plus adaptées aux pratiques des nouvelles générations : **les réseaux sociaux comme source d'information ont pris de l'ampleur, étant aujourd'hui utilisés pour s'informer par 41% des Français**. Nous pouvons ajouter que pour 21% des Français, l'information se fait via des sites de streaming comme YouTube ou Twitch.

Ainsi, le numérique semble prendre le pas sur la presse papier, puisque 82% des lecteurs de presse utilisent au moins un canal numérique. Ce chiffre impressionnant explique la numérisation des titres de presse et conforte les stratégies numériques des éditeurs pour attirer de nouveaux lecteurs sur des formats innovants, et simples d'accès.

Ce sondage nous apprend également que 22% des Français utilisent un kiosque numérique, tel Cafeyn, et que ce type de service est une porte d'entrée pour la consommation de la presse



: 76% des utilisateurs de kiosque numérique déclarent avoir acheté un ou plusieurs titres de presse après les avoir redécouverts sur le kiosque.

Pour ce qui est du temps accordé à l'information, **61% des Français y consacrent moins d'une heure par jour**, 33% y passent entre 1h et 3h par jour et seulement 5% plus de 3h par jour.

Enfin, ce sondage s'intéresse aux dépenses des Français dans la presse. Dans un contexte de crise de financement des médias et alors que les prix des éditions papier de la majorité des titres de presse ont augmenté en 2022, l'étude d'Ipsos laisse apparaître de fortes disparités budgétaires allouées à l'information chez les Français. Ainsi, **un Français sur deux (47%) dépense moins de 5 euros par mois dans la presse**, 21% entre 5 et 10 euros, et 32% plus de 10 euros.

Les enjeux : faire de la pédagogie sur le coût de l'information, tout en évitant des « déserts de l'information »

Nous avons collectivement un devoir de pédagogie à réaliser pour apprendre aux Français le coût de l'information et du travail des journalistes. Ce travail est indispensable si l'on souhaite maintenir en France une information de qualité, libre et diversifiée. Si les canaux gratuits d'accès à l'information se multiplient, ils ne doivent pas pour autant affaiblir les sources d'information payantes. **La gratuité généralisée des contenus n'est pas une solution.** Elle entraînerait la précarisation encore accrue des titres de presse, qui mettrait en danger l'accès à une information de qualité et ne ferait qu'augmenter la méfiance vis à vis des médias.

Dans le même temps, rares sont ceux qui peuvent s'offrir un, voire plusieurs abonnements aux médias, pourtant indispensables pour bénéficier d'une information travaillée et vérifiée et se forger une opinion. Cette inégalité médiatique rend pour certains d'autant plus difficile l'accès à une pluralité de sources, pourtant essentielle pour disposer d'une vue complète et impartiale sur l'information et éviter le piège des « **bulles cognitives** », largement entretenues par les réseaux sociaux.

Parallèlement, la quantité d'informations disponibles peut être perçue comme étouffante pour les citoyens, qui peinent à les hiérarchiser. Ce phénomène dit d'« infobésité » est caractéristique de notre époque. Il a été qualifié de « fatigue informationnelle » par la [Fondation Jean Jaurès](#) en septembre 2022 : 53% des interrogés disent en souffrir et 59% que le trop plein d'informations les empêche de prendre du recul. Un lien est établi entre fatigue informationnelle, santé et bien-être : les personnes souffrant de fatigue informationnelle souffrent plus que les autres de stress, d'anxiété, de déprime ou d'addiction.

Pour y remédier, 77% des Français déclarent qu'il leur arrive de limiter ou de cesser de consulter les informations. Plutôt que d'en arriver à cette situation extrême qui n'améliore pas la qualité des informations disponibles, et ne réduira pas leur quantité, nous pensons qu'il faut pouvoir doter les Français d'outils d'autodéfense intellectuelle pour les aider à mieux s'informer, et non à « trop s'informer ». **La position vers laquelle se diriger est celle d'une « sobriété ou hygiène informationnelle ».**

Nous observons également des inégalités géographiques croissantes, avec l'émergence de « **déserts de l'information** » où **les bureaux de presse et les journaux locaux, premières victimes de l'inflation du prix du papier, se font de plus en plus rares.**

Enfin, des disparités dans les pratiques informationnelles existent naturellement, principalement en fonction de l'âge des publics. Selon l'étude réalisée par Ipsos, 62% des moins de 25 ans utilisent principalement les réseaux sociaux pour s'informer. Ce phénomène



renforce la nécessaire transition numérique des sources d'information, avec la mise à disposition d'outils spécifiques correspondant aux modes de consommation des nouveaux consommateurs.

Les propositions de Cafeyn : renforcer la facilité d'accès à l'information et les contacts avec ceux qui font l'information

- **Création d'un Pass Information**

Face à la difficulté d'accorder un budget à la consommation de la presse, notamment chez les publics jeunes, nous recommandons la création d'un « **Pass Information** » sur le modèle éprouvé du « Pass culture » pour les jeunes de 15 à 18 ans. Ce dispositif leur permettrait de disposer d'une somme à dépenser uniquement dans les sources d'information de leur choix. Ce dispositif faciliterait alors l'accès à une information de qualité et permettrait de lutter contre l'exposition aux fake news.

D'autres alternatives existent, telles que le fait de **flécher une partie du Pass Culture** vers un abonnement à la presse ou aux plateformes d'agrégation de titres de presse. Un dispositif similaire pourrait être disponible **dans le Pass Emploi**, le mécanisme régional pour faciliter le retour à l'emploi des personnes en situation de chômage. Pour ces publics, des fonds seraient mis à leur disposition pour s'abonner à la presse ou aux plateformes d'agrégation de titres de presse.

- **Persévérer dans les crédits d'impôt à la presse**

Le **crédit d'impôt pour un premier abonnement** à un journal ou à un service de presse en ligne a été supprimé pour les abonnements souscrits à compter du 1er janvier 2023. Ce crédit trop peu connu des Français présentait des démarches administratives trop lourdes et des critères trop restrictifs, et représentait ainsi un projet surdimensionné pour le nombre réel de demandes (budgété à 60 millions d'euros par an, son impact réel sur les finances publiques n'aurait pas dépassé 500 000 euros par an).

Nous proposons de relancer ce dispositif, en y attribuant cette fois-ci les moyens réels de son exploitation : campagne massive de promotion dans les médias traditionnels, avec l'appui des régies médias ; incitation par de l'affichage public dans les bâtiments de l'administration publique et les Maisons France Service ; démarche de défiscalisation simplifiée comme l'envoi d'une documentation avec la première feuille d'imposition ; ouverture à l'ensemble des Français, hors conditions de revenus ; ... Cette nouvelle mouture devrait évoluer en acceptant la souscription à des offres innovantes d'accès à l'information, comme les kiosques numériques qui étaient exclus de la première initiative.

Nous proposons également de créer un **crédit d'impôt aux entreprises**, pour toutes les PME qui proposeraient un abonnement à la presse ou à une plateforme d'agrégation numérique à la disposition de leurs collaborateurs. Au quotidien, nous constatons quotidiennement l'intérêt d'entreprises à souscrire à ce type d'offre, sans toutefois en avoir les moyens financiers. Un dispositif dimensionné pour les entreprises répondrait aux besoins des dirigeants et de leurs collaborateurs ; a fortiori, un abonnement à une plateforme d'agrégation de contenus pourrait permettre aux salariés de découvrir un titre dans le cadre de leur travail, et de s'y abonner à un titre personnel.



- **Faire de l'Éducation aux Médias et à l'Information une grande cause nationale**

Nous proposons de faire de l'Éducation aux Médias et à l'Information une grande cause nationale. Cette matière qui devrait être dispensée dans les écoles mérite un budget et une visibilité nationale à la hauteur de l'importance du sujet.

Cela pourra se traduire par **des cours dédiés à cette cause, insérés au sein des programmes des collèges** généralistes et professionnels. Ils porteraient sur la sensibilisation aux grands enjeux contemporains de l'industrie numérique et de la presse, que sont notamment la fabrication journalistique, la désinformation, l'accès aux médias, notamment payants, la question de la protection des mineurs sur les plateformes en ligne, l'utilisation des réseaux sociaux, ...

À la formation au sein des écoles pourrait s'ajouter un **module de formation pendant le service national universel** qui traiterait de la liberté de la presse et de l'accès à l'information. Le SNU ayant la volonté de « faire vivre les valeurs et principes républicains » et de « développer une culture de l'engagement », il apparaît naturel de proposer des ateliers qui développent ces valeurs, en ouvrant les perspectives de chaque jeune Français de se forger sa propre opinion, par la consommation d'une information de qualité.

A l'inverse des matières traditionnelles, l'ensemble de ces cours et ateliers auront vocation à « faire vivre » la pratique informationnelle, de sa conception à sa diffusion. Nous recommandons **l'intervention dans les établissements scolaires et extra-scolaires de journalistes**, d'éditeurs, de défenseurs de la liberté de la presse, de lanceurs d'alerte et de toutes personnes travaillant dans les médias et l'information qui pourrait apporter un éclairage pertinent. Au cours de ces ateliers, des professionnels pourraient ainsi apprendre aux jeunes à décrypter les informations, reconnaître les fakes news, se familiariser avec le vocabulaire utilisé dans la plupart des médias, et comprendre le coût derrière la recherche d'une information.

Ces ateliers pourraient aussi prendre la forme de **débats** au cours desquels chaque jeune pourra s'exprimer sur un fait d'actualité. La consommation d'informations pour la préparation des séances mettrait en pratique les enseignements d'une éducation critique à l'information.

Enfin, il semble nécessaire de rendre obligatoire pour chaque établissement à partir du collège la mise à disposition d'un ou plusieurs abonnements à la presse, ou à des plateformes d'agrégation numériques de titres de presse.

- **Créer un fonds de soutien pour l'innovation dans l'éducation critique aux médias**

Nous proposons enfin la création d'un **fonds de subventions pour toute initiative innovante favorisant l'éducation aux médias et la lutte contre la désinformation**. Ce fonds permettrait d'accompagner financièrement le développement de solutions innovantes et de médias destinés à fournir une information de qualité aux Français, par des projets de fact-checking ou de valorisation de ces contenus.

Ces projets doivent s'inscrire dans la volonté de proposer aux Français de développer une hygiène informationnelle. Des contenus digitaux ; des agrégateurs de fact-checking ; des algorithmes de vérification des sources ; de la gamification ; ... pourraient être développés pour faciliter l'accès à un contenu vérifié.

Le fonds prendrait la forme d'un appel à projets où les dispositifs répondant au mieux aux critères d'éligibilité pourraient être aidés. Les solutions à destination des publics les plus



jeunes, notamment dans les écoles, ou les publics les plus vulnérables à la désinformation, comme les personnes victimes « d'illectronisme ».

Ce fonds pourra être à destination des grands groupes d'éditeurs présentant des solutions innovantes, comme des pure players, ainsi que des kiosques numériques ou des acteurs indépendants (Youtubeurs, blogueurs, ...), afin d'encourager l'ensemble du secteur des médias de se mobiliser pour une éducation critique aux médias.

Par ailleurs, nous pouvons imaginer que ce fonds s'associe à un programme d'incubation, dont la validation délivrerait un label reconnu par l'État « d'outils de lutte contre la désinformation ». À travers le conseil et la formation, ces programmes d'incubation renforceraient la visibilité et donc l'attractivité de l'innovation dans la presse et plus largement dans les médias.

En parallèle de la création de ce fonds, nous recommandons d'améliorer les dispositifs existants en les rendant plus visibles et plus accessibles pour tous les acteurs, et notamment les acteurs « non-historiques ». Le Fonds de soutien à l'émergence et à l'innovation dans la presse (FSEIP) ou le Fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) pourraient s'ouvrir à des entreprises innovantes ou sur des projets portés par de jeunes acteurs. Un meilleur accès à ces outils seraient bénéfiques pour développer les solutions d'hygiène informationnelle, aussi auprès des publics qui ne consomment pas de la presse traditionnelle.



Note be. my media - Mission flash “Education critique aux medias”

Note du mardi 29 novembre 2022

Créée en 2018, be. my media est une entreprise à mission qui s’est fixée comme objectif de développer une pratique éclairée de l’information, en rendant l’information accessible, sûre et émancipatrice pour toutes et tous. En cherchant à adresser au plus grand nombre les enjeux d’une information vectrice d’esprit critique et de curiosité, c’est près de 20 000 personnes, à travers la France, qui sont actuellement accompagnées par be. my media. Plus encore, c’est un public extrêmement varié qui bénéficie aujourd’hui du parcours pédagogique et de la première et seule **solution numérique éducative consacrée à l’Education aux Médias et à l’Information (EMI)** ainsi qu’aux compétences informationnelles. Lycéens, apprentis, demandeurs d’emploi, entreprises, étudiants en école de commerce ou d’ingénieur, sportifs de haut niveau, jeunes issus de quartiers « politique de la ville », ce sont tout autant de personnes aux parcours et aux besoins divers qui ont été accompagnées depuis quatre ans, de leur sensibilisation aux enjeux d’une information responsable à l’acquisition de compétences solides.

Ces accompagnements variés ont donc permis à be. my media l’acquisition d’un savoir-faire et d’une expertise de terrain concrète et approfondie. Aujourd’hui, notre **statut d’entreprise à mission reconnue** nous encourage et nous conforte dans notre volonté de mettre notre expertise au service du plus grand nombre. Le constat que nous dressons et les solutions que nous proposons sont donc le fruit de notre expérience de terrain de l’EMI. A nos yeux, les compétences informationnelles et la littératie numérique représentent aujourd’hui le second enjeu du XXI^e siècle après la crise climatique et, nous en sommes persuadés, la conception de dispositifs ambitieux d’enseignement d’EMI et leur large diffusion peut permettre à nos sociétés d’aborder plus sereinement l’avenir et de préparer les défis futurs.

C’est en ce sens que l’EMI, et plus largement la transmission de compétences informationnelles, se doit, selon nous, de bénéficier aujourd’hui d’un traitement et d’une attention toute particulière, au regard notamment de sa capacité à développer la compétence d’« **apprendre à apprendre** », ainsi que plus largement la **curiosité** et l’**esprit critique**. Ces compétences primordiales, au regard de leur apport dans l’apprentissage des autres disciplines et « éducations à... », se doivent ainsi d’être sacralisées et d’être adressées à toutes et tous sans distinctions. Enfin, c’est aussi de manière transversale et décroisée que doivent être transmises et adressées ces compétences essentielles à la professionnalisation tout comme à l’exercice d’une citoyenneté éclairée.

Malheureusement, nous observons quotidiennement que même si les travaux récents ont permis de précieuses avancées dans la prise en compte de l’importance des enjeux entourant une information libre et émancipatrice ainsi que dans la distinction d’interlocuteurs à l’échelle des académies notamment, **la transmission de ces enjeux et de ces compétences reste globalement cloisonnée au seul cadre de l’Éducation Nationale et inégalement adressée au sein de ce cadre**. C’est pourquoi, il nous apparaît que la mise en place d’un **double travail de sanctuarisation de l’EMI au sein de l’Éducation Nationale et de large décroisement de la transmission des outils nécessaires à une pratique responsable de l’information** doit être mené pour proposer à chacun de nos concitoyens les clés pour aborder sereinement les défis de demain.

1) Le lycée, une place privilégiée pour l’EMI à consolider

Bien que l’EMI soit aujourd’hui adressée dans les programmes tout au long de la scolarité de nos jeunes concitoyens pour un nécessaire travail de sensibilisation et d’acquisition de compétences fondamentales, le niveau lycée nous semble être malgré tout le niveau privilégié pour adresser à toutes et tous les notions nécessaires à la transmission d’outils critiques vis-à-vis de l’information et des médias. Or, nous avons pu constater au gré de nos échanges avec les lycées que nous accompagnons que, même si l’EMI figure dans les programmes du lycée (générale et



technologique ou professionnel) de manière transversale entre les différentes classes et les différents enseignements et que des interlocuteurs en la personne des professeurs documentaliste ont été identifiés dans le *Référentiel de compétences des métiers du professorat et de l'éducation* du 25 juillet 2013, la mise en place de temps consacrés à l'EMI et par conséquent **la transmission des compétences visées restent tributaires de la démarche pédagogique des enseignants et de leurs ressources en temps et outils pédagogiques**. Cela nous conduit donc à observer dans nos accompagnements quotidiens (auprès de classes de terminales ou d'étudiants du supérieur) **une rupture d'égalité** parfois profondément marquée, et donc une **importante disparité de compétence en matière d'EMI**, entre les élèves ayant fréquentés des établissements porteurs de projets d'EMI et des enseignants intéressés et formés sur ces questions, et les autres élèves bien plus démunis en compétences informationnelles et de littératie numérique.

Nos propositions : Pour remédier à cette rupture d'égalité et ainsi s'assurer que tous nos jeunes concitoyens sortent du lycée, dotés des outils nécessaires pour s'informer de manière responsable en faisant preuve d'un esprit critique et d'un minimum de curiosité, nous estimons que **des temps d'EMI doivent être sacralisés dans les programmes de l'Éducation Nationale au niveau lycée**. Comme cela est déjà le cas pour les lycées de l'enseignement agricole (où l'EMI est même une unité d'enseignement évaluée lors de la validation du BTS par exemple), nous pensons que l'EMI transmet des compétences beaucoup trop importantes pour ne pas s'assurer de leur égale transmission auprès de tous les élèves. A l'instar du Brevet Informatique et Internet (B2I) qui certifie la maîtrise de la compétence numérique pour tous les élèves, la **mise en place d'une évaluation ou d'une certification propre à l'EMI au lycée** permettrait également l'organisation systématique, dans tous les lycées et auprès de tous les élèves, de temps d'EMI.

II) Outiller et former : un travail essentiel à destination des enseignants et formateurs

Face à la difficulté que nous venons de souligner de sacraliser des temps dédiés à l'EMI au lycée, nos échanges réguliers avec les communautés pédagogiques soulignent bien moins le manque d'intérêt de ces communautés pour la question de l'EMI que l'absence d'une conscience réelle et concrète autour des enjeux d'une pratique de l'information responsable, ainsi (et surtout) qu'un **manque d'outillage de ressources pédagogiques et opérationnelles**. De l'aveu même des membres des communautés éducatives, ces manques semblent hérités de la très faible part laissée à l'EMI et aux compétences informationnelles et de littératie numérique dans la formation des enseignants, mais aussi, plus largement, des responsables pédagogiques du supérieur et des formateurs intervenant en entreprise. Plus encore, il semble que l'absence de ressources de qualité pour adresser l'EMI sur une **pédagogie du temps long et de la pratique** soit un autre frein à la sacralisation de l'EMI au lycée, auprès de tous les élèves. Ainsi, **ces lacunes dans leur formation initiale et continue tend donc à rendre les enseignants et formateurs démunis en compétences et en ressources face à des technologies complexes aux mutations rapides** (réseaux sociaux, algorithmes, etc.). Enfin, plusieurs témoignages que nous avons pu recueillir témoignent d'une réelle appréhension d'aborder en classe la question de la désinformation étant donné la grande sensibilité sociale du sujet et la faiblesse des clés confiés aux enseignants pour aborder par exemple les sujets complotistes.

Nos propositions : Afin de doter les enseignants et formateurs en connaissances, compétences et outils nécessaires pour aborder de manière adéquate l'EMI et ses enjeux en classe, il nous paraît essentiel d'**envisager la question de l'EMI et des compétences informationnelles à l'échelle des Instituts Nationaux Supérieurs du Professorat et de l'Éducation (INSPE)**. Cette nécessité, évoquée par de nombreux enseignants que nous rencontrons, doit permettre à toute la communauté éducative de l'Éducation Nationale de prendre pleinement conscience des enjeux que porte la transmission d'une information responsable et de se doter des outils essentiels à cette transmission. Plus largement, nous croyons qu'un profond travail doit être mené pour proposer aux enseignants et formateurs, du lycée, du supérieur et de la formation continue, de **bénéficier d'outils qui proposent une pédagogie du temps long et de la pratique** dont il a été souligné à de très nombreuses reprises qu'elle était idéale pour l'EMI (*Vademecum EduScol Éducation aux Médias et à l'Information*, Rapport de la Commission Bronner *Les lumières à l'ère du Numérique*). La mise à disposition de tels outils doit permettre aux communautés pédagogiques d'**aller au-delà d'actions de**



sensibilisations ponctuelles essentielles, mais sans impacts à moyen et long terme (selon une étude réalisée par le Laboratoire de psychologie Caen Normandie sur le dispositif de la Semaine de la Presse) sur les pratiques de l'information par les publics visés et malheureusement trop épisodiques. Enfin, pour se fondre facilement dans les usages des publics les plus jeunes et être ainsi régulièrement utilisés par les élèves, les outils développés se doivent de **disposer d'une ergonomie intuitive, simple, invitant à une prise en main facile, régulière et sans contraintes.**

III) L'EMI tout au long de la vie

Comme nous venons de la souligner, la transmission des notions d'EMI et des pratiques nécessaires à une information responsable est essentielle dans le cadre de l'Éducation Nationale et plusieurs pistes doivent, selon nous, être questionnées pour sacraliser ce cadre et s'assurer de l'égalité des apprentissages en la matière. Pour autant, l'accompagnement que nous effectuons de publics divers et différents des publics lycéens nous a amené à penser la transmission des compétences informationnelles tout au long de la vie des citoyens et citoyennes, en dehors du seul cadre de l'EMI et de l'Éducation Nationale. Ce décroisement du giron de l'Éducation Nationale doit permettre un gommage permanent des expositions différenciées à l'EMI durant les scolarités de chacun, ainsi qu'une actualisation permanente des pratiques informationnelles aux nouvelles technologies et à leur réactualisation constante. **Adresser la transmission des notions de littératie numérique et de compétences informationnelles tout au long de la vie** de nos concitoyens nous apparaît d'autant plus important que l'Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE) reconnaît ces savoir-faire comme des compétences de demain et souligne leur importance en vue d'une meilleure employabilité des personnes les maîtrisant. Plus encore, l'OCDE souligne surtout l'importance de ces compétences au regard de leur capacité à aiguiser, chez les personnes qui les maîtrisent, un esprit critique et une curiosité fortement utile en tant que citoyen comme dans l'univers professionnel. L'accompagnement que nous pouvons effectuer auprès de demandeurs d'emploi, de jeunes publics décrocheurs ou même plus largement des établissements d'enseignement supérieur nous alerte sur l'urgence de **donner à tout un chacun les outils pour apprendre à s'informer de manière enrichissante et émancipatrice tout au long de sa vie.** L'avènement de carrières professionnelles de plus en plus hachées et faites de reconversions rend plus encore nécessaire la mise en place d'un accompagnement permanent, tout au long de la vie des individus, vers des pratiques responsables de l'information. Enfin, tout comme les responsables pédagogiques de l'enseignement supérieur et les formateurs que nous croisons, nous sommes convaincus qu'une pratique responsable et enrichissante de l'information permet le développement chez tout un chacun des cultures métiers et ainsi l'ouverture d'esprit nécessaire pour **faire face le plus sereinement possible à un marché du travail et une société en pleine mutation.**

Nos propositions : Afin de s'assurer d'un accompagnement vers des pratiques responsables de l'information, tout au long de la vie de nos concitoyens, il nous apparaît primordial d'**identifier les acteurs susceptibles de relayer, financer et accompagner de telles missions et de s'assurer de leur sensibilisation** aux questions et aux enjeux d'une information émancipatrice et enrichissante. Ainsi, comme la question de la sensibilisation et de la formation aux enjeux du climat est actuellement traitée pour les cadres de la fonction publique et des grandes entreprises, nous pensons qu'il est essentiel que **les acteurs de la formation professionnelle** (Pôle Emploi, Directions Régionales de l'Économie, de l'Emploi, du Travail et des Solidarités/DREETS, etc.) **et de l'enseignement supérieur soient aussi sensibilisés aux enjeux entourant une pratique responsable et critique des médias.** Pour ce faire, nous pensons par exemple qu'il serait judicieux d'adresser aux cadres de la fonction publiques, responsables des questions de formation professionnelle et d'enseignement supérieur, des ateliers de sensibilisation pour leur permettre d'accéder aux enjeux d'une information émancipatrice et enrichissante dans toute leur complexité. Enfin, au regard des travaux de l'OCDE et des échanges que nous entretenons avec différents services de ressources humaines en entreprise et de scolarité dans l'enseignement supérieur, **il nous apparaît central de placer les compétences informationnelles et leur capacité d' « apprendre à apprendre » au centre des référentiels de compétences de l'enseignement supérieur et des formations professionnels** que sont chargés de définir le Ministère du Travail du Plein Emploi et de l'Insertion et le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Paris, le 16 février 2023

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Table-ronde du 24 novembre 2022

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon votre organisation ? Pouvez-vous présenter votre structure et son mode de fonctionnement ?

La Chance est une association soutenue par des partenaires publics et privés dont l'objet est d'agir pour favoriser une plus grande diversité dans les médias au travers de trois axes principaux :

- La mise en œuvre d'une préparation gratuite aux concours des écoles de journalisme pour des étudiants boursiers
- L'accompagnement des étudiants dans leur insertion professionnelle
- La sensibilisation des publics par la conduite d'actions d'éducation aux médias et à l'information (EMI) en s'appuyant en priorité sur les jeunes journalistes que l'association a contribué à former. La Chance conduit des interventions pour tous les publics, de 7 à 77 ans.

Pour La Chance, les objectifs de l'EMI sont

- D'expliquer les métiers du journalisme, la production de l'information, ses enjeux et ses contraintes. Présenter les médias dans leur diversité, leur rôle. Interroger le public sur leur vision et leur pratique des médias et des réseaux sociaux, répondre à leurs interrogations
- D'aiguiser l'esprit critique : apprendre à trier, vérifier, contextualiser une information / une image, à porter un regard éclairé sur toutes les sources d'information (réseaux sociaux, médias), penser contre soi-même, ne pas s'en tenir aux certitudes toutes faites, pouvoir participer au débat public en toute conscience
- D'éveiller la curiosité, l'envie d'aller vers les autres, de se confronter à leurs opinions et de s'ouvrir au monde dans toute sa diversité
- De faire pratiquer le public de manière ludique avec des ateliers tournés vers l'action et la mise en situation. En agissant en journaliste, le public comprend qu'il faut chercher, croiser des sources différentes pour vérifier un fait et arriver à se faire une opinion raisonnée

C'est aussi pour les journalistes intervenants, une possibilité de rester en contact avec le terrain, de connaître les préoccupations, les blocages du public et avoir l'opportunité de répondre à ses questions, voire ses reproches sur un mode horizontal et respectueux.

C'est aussi pour les journalistes indépendants une source de revenus supplémentaires leur permettant de le rester, de choisir ses sujets et de faire un travail de qualité.

Par ailleurs, lors des interventions EMI, les intervenants peuvent faire connaître la prépa de La Chance et la possibilité d'accéder à la profession de journaliste, même issue d'un milieu modeste.

2. Vous appuyez-vous sur des définitions spécifiques pour définir les objectifs poursuivis par vos missions dans le champ de l'EMI ? Quels sont vos documents de référence ?

Oui, entre autres, celles du CLEMI, de l'UNESCO etc: l'éducation aux médias et à l'information est une éducation qui contribue à la formation du citoyen en permettant aux élèves de connaître les médias, d'appréhender avec esprit critique les discours médiatiques et de produire de l'information.

Mais il y en a d'autres et celle de l'éducation populaire nous interpelle quand il s'agit de prendre conscience de la manière dont tel ou tel groupe est médiatisé, de lui permettre d'acquérir les outils pour reconstruire une image, un discours plus satisfaisant, moins stigmatisant pour ce groupe. Ce type de travail fait l'objet de projets longs comme ceux conduits autour des stéréotypes de genre, de l'homophobie, du sexisme etc.

3. Quelles sont les actions menées par votre organisme ? A quel public s'adressent-elles et par qui sont-elles proposées ? Combien de personnes avez-vous pu toucher ces dernières années lors de vos actions ? Disposez-vous d'éléments statistiques ou de bilans quant aux résultats de celles-ci ?

Notre association intervient dès l'école primaire, jusqu'au lycée et au-delà, dans les médiathèques et maisons de quartiers, partout sur le territoire, particulièrement auprès des jeunes publics en Rep, Rep+, en quartiers prioritaires de la ville et en zones rurales, en différenciant les formats :

- Ateliers d'EMI sur une ou plusieurs thématiques ; en format souvent court dans le cadre de la Semaine de la Presse et des Médias à l'école; ou plus long durant toute l'année pour un impact renforcé
- Classe média sur un temps long pour accompagner la production journalistique d'un groupe (journal, blog, podcast, vidéo, réseaux sociaux)
- Ateliers dans un cadre périscolaire en partenariat avec des associations locales
- Interventions dans des maisons de quartier, missions locales, écoles de la deuxième chance (E2C), médiathèques...

Nous faisons des bilans de nos actions régulièrement à nos bailleurs et en particulier au ministère de la Culture et au CLEMI. Voici un bref aperçu de nos actions sur les 3 dernières années

- 2019 / 2020 : 98 interventions – 978 bénéficiaires touchés.
- 2020 / 2021 : 150 interventions – 1680 bénéficiaires touchés.
- 2021 / 2022 : 340 interventions – 3030 bénéficiaires touchés.

4. Observez-vous des évolutions particulières dans l'approche par les jeunes des médias et de l'information ces dernières années ? Quels effets a pu avoir le développement de nouveaux

moyens techniques numérique d'information sur le traitement de l'information ? Avec quelles conséquences pour sa réception ?

La Chance intervenant principalement dans des zones éloignées des médias constate le manque de connaissance, voire d'intérêt des jeunes pour les médias traditionnels et de la confusion sur les différents intervenants dans l'espace médiatique. On peut aussi noter une défiance vis-à-vis des institutions se portant aussi envers les journalistes estimés être des « agents du pouvoir » ; lequel exactement reste assez confus mais exprime une fracture et une hostilité envers les « sachants » en général (médecins, hommes politiques, journalistes, experts...), entre Paris et les provinces, entre le Nord et le Sud...

5. Quels sont selon vous les principaux sujets de préoccupation que soulève la prépondérance des réseaux sociaux et plateformes numériques dans l'accès des jeunes à l'information ?

La prépondérance des réseaux sociaux et des plateformes peut poser problème chez certains jeunes qui ont du mal à distinguer ce qui relève de l'information véhiculée par les journalistes des messages véhiculés par les commentateurs, les influenceurs, etc. Le sujet de la hiérarchisation de l'information est aussi problématique dès lors qu'on est dans un flux continu de nouvelles provenant de tous côtés. Ces problématiques touchent les jeunes mais aussi les adultes et principalement les seniors peu digitaux

6. Comment comprenez-vous la notion « d'apprentissage de la citoyenneté numérique » introduite récemment dans le code de l'Éducation ? Vous y référez-vous pour élaborer vos actions, et de quelle façon ?

Nous le comprenons comme un apprentissage au maniement des technologies numériques pour apprendre à chercher de l'information avec discernement mais aussi pour créer du contenu. Ceci passe aussi par la connaissance de ses droits et de ses devoirs dans ces espaces, en particulier sur la liberté d'expression et ses limites, l'utilisation de l'image / vidéo qui sont des sujets récurrents et dont les règles sont à rappeler régulièrement.

Par ailleurs compte tenu de ce qui est parfois remonté aux intervenants, La Chance va se former plus profondément sur toutes les problématiques de cyber harcèlement, de cyber sexualité, d'exposition à la pornographie, aux images violentes dès le plus jeune âge.

7. Comment les actions menées pour l'EMI s'articulent-elles avec vos autres domaines de compétence ?

La spécificité de La Chance est d'envoyer des journalistes passés par son programme de prépa gratuite aux concours des écoles de journalistes destinée à des boursiers, formés à l'EMI et qui ont de ce fait, un profil proche des publics auxquels ils s'adressent. Ceci favorise l'identification, peut avoir valeur d'exemple et pousser certains jeunes à oser croire en leurs rêves.

Par ailleurs, La Chance contractualise et rémunère ses intervenants afin de soutenir leur insertion professionnelle et consolider leur confiance en eux et en leur légitimité.

8. Avez-vous des liens avec des structures publiques (ministères de l'Éducation, de la Culture ou autre, collectivités territoriales) ? Le cas échéant, pouvez-vous décrire la nature de ces liens ?

Oui, La Chance est soutenue financièrement par la Culture, l'ANCT, l'Ile de France, le Conseil de la Seine St Denis, de Haute Garonne ; nous sommes aussi un des partenaires du CLEMI et nous nous associons d'autres structures locales Mom'Sud, Leo Lagrange, Unicités, les Cordées de la réussite etc pour des projets ponctuels et locaux.

9. Recevez-vous des financements de la sphère publique, par exemple dans le cadre de partenariats ? Quelle évolution ces financements ont-ils connu le cas échéant ?

Oui, nous sommes soutenus financièrement par la Culture, l'ANCT, l'Ile de France, de manière régulière et stable, par le Conseil de la Seine St Denis (parcours AGORA), de Haute Garonne Parcours Laïc et Citoyen pour des appels à projet locaux. Nous avons été soutenues par le CIPDR mais ne le sommes plus cette année par défaut de stratégie sur les réseaux sociaux comme attendue par le comité.

10. Quelles améliorations seraient selon vous envisageables pour accroître l'efficacité de l'éducation aux médias et à l'information ? Quels acteurs celles-ci devraient-elles mobiliser prioritairement selon vous ?

L'EMI gagnerait à être une matière à part entière, enseignée dans le parcours scolaire dès le plus jeune âge et proposée aussi dans la formation des journalistes.

L'EMI gagnerait aussi à toucher des publics adultes, et en particulier les seniors qui véhiculent 7 fois plus d'infox que les autres mais ce public est difficile à toucher et une action coordonnée et spécifique serait vraiment utile et importante.

Il serait sans doute utile d'avoir un référencement et une sorte de labellisation des divers acteurs intervenant auprès de la jeunesse : l'EMI représente une source de financement qui peut attirer des acteurs sans scrupule et sans grande compétence, voire nuisibles à la cohésion sociale. Pour notre part, nous avons demandé le statut de partenaire agréé par l'Education Nationale.

Par contre, certains formateurs, pionniers et innovants en matière d'éducation aux médias ne sont pas nécessairement certifiés « Qualiopi » ou par une autre norme et il serait regrettable de scléroser la communauté des acteurs avec un cadre trop stricte.

De nombreux acteurs sont légitimes à apporter leur part à l'EMI : les documentalistes, les enseignants, les éducateurs s'ils sont formés et a priori les journalistes sont les plus à même de le faire.

La responsabilisation des plateformes quant à leur part dans la diffusion des fausses nouvelles, de théories complotistes etc représenterait un grand pas.

Paris, le 16 décembre 2022

Mission flash « Education critique aux médias »

Mme Sylvie Leleu-Merviel, professeure d'université, directeur de l'École DREAM & du
Laboratoire DeVisu

Sommaire : Partie 1, réponses au questionnaire indicatif, page 1

Partie 2, bilan et synthèse des préconisations, page 6

Partie 3, Transcriptions des verbatims recueillis en entretiens de terrain, page 8

Partie 1 : Réponses au questionnaire indicatif

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon vous ?

Ce qu'est l'Education aux médias et à l'information est bien défini dans le BO n°4 du 27 janvier 2022 « Une nouvelle dynamique pour l'éducation aux médias et à l'information ».

NOR : MENE2202370C, Circulaire du 24-1-2022

<https://www.education.gouv.fr/bo/22/Hebdo4/MENE2202370C.htm>

Enjeux : « L'objectif d'une éducation aux médias et à l'information est de permettre aux élèves d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication, de former des citoyens éclairés et responsables, capables de s'informer de manière autonome en exerçant leur esprit critique ».

Mise en œuvre : « Cette éducation visant à comprendre la fabrication et la diffusion d'une information, passe par la connaissance et l'utilisation des médias (télévision, radio, presse écrite, web, réseaux sociaux) d'une part, et par la mise pratique des élèves d'autre part ».

Position de la communauté éducative : « La communauté éducative s'est fortement exprimée lors des états généraux du numérique pour l'éducation à travers la proposition n°12 « développer la citoyenneté numérique et renforcer l'éducation aux médias et à l'information en s'appuyant sur le CLEMI » ».

De fait, la filière et les ressources en appui sont bien structurées en France : il y a une discipline scientifique d'accueil qui sont les sciences de l'information et de la communication (discipline qui n'existe qu'en France, section 71 du Conseil National des Universités), il existe un CAPES de documentation et des masters au sein des INSPE (Instituts Nationaux Supérieurs du Professorat et de l'Education, masters MEEF Métiers de l'Education et de la Formation parcours information-documentation) pour les professeurs documentalistes qui sont les principales chevilles ouvrières de cette mise en œuvre. <https://www.reseau-inspe.fr>

Il existe également une Ecole Nationale Supérieurs des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, l'ENSSIB à Lyon. <https://www.enssib.fr>

Enfin le CLEMI, Centre de Liaison pour l'Education aux Médias et à l'Information, produit et diffuse des ressources de référence (voir par exemple *Les essentiels. Education aux médias et à l'information*), impulse des actions de formation initiale et continue, organise des événements (La

Semaine de la presse et des médias dans l'Ecole®, des dispositifs (lors de La fête de la science par exemple) et concours (**Concours ARTE-CLEMI Reportage**). <https://www.clemi.fr>

Le CLEMI est chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif. L'éducation aux médias et à l'information (EMI) permet aux élèves d'apprendre à lire, à décrypter l'information et l'image, à aiguiser leur esprit critique, à se forger une opinion, compétences essentielles pour exercer une citoyenneté éclairée et responsable en démocratie. L'EMI a également pour objectif d'accompagner la parole des élèves dans le cadre scolaire, pour les former à la responsabilité et à l'exercice de la liberté d'expression. L'essentiel de la formation de terrain, formation initiale et formation continue en éducation aux médias et à l'information, est pris en charge par les académies.

La **Semaine de la presse et des médias dans l'Ecole®** a pour objectif d'aider les élèves, de la maternelle au lycée, à comprendre et décrypter l'univers des médias, apprendre à vérifier les sources et l'information, développer leur goût pour l'actualité et se forger leur identité de citoyen.

Concours ARTE-CLEMI Reportage

27 September 2022

Encore quelques semaines pour s'inscrire au concours Arte-CLEMI Reportage. Il s'agit pour les collégiens et lycéens, individuellement ou en groupe, de monter un reportage de deux à trois minutes à partir des images ayant servi à la réalisation d'un sujet diffusé dans Arte Journal. Les enseignants inscrivent leurs élèves en ligne avant 21 octobre 2022.

Nouveauté cette année avec 2 nouvelles catégories : prix reportage d'antenne et un prix reportage réseaux sociaux.

www.clemi.fr/fr/evenements/concours/arte-reportage/plus-dinfos-sur-le-concours-2023.html

La 31^e édition de la **Fête de la Science** se déroule du 7 au 17 octobre en métropole et du 10 au 27 novembre en outre-mer et à l'international sous le thème du changement climatique. Pour permettre à chacun de découvrir le monde des sciences, les femmes et les hommes qui font la science d'aujourd'hui, le CLEMI s'associe à l'opération en proposant une sélection de ressources et fiches pédagogiques mêlant éducation aux médias et à l'information et Sciences.

Mais il est possible de s'affranchir de l'obligation à faire de l'Education aux médias et à l'information en restant sur les « vieux médias du siècle dernier », sans aborder le Web et les réseaux sociaux, ou en faisant ponctuellement appel à des intervenants extérieurs (journalistes, policiers, artistes) sans que ce soit une discipline qui rentre en tant que telle dans les obligations scolaires.

« L'EMI est une toute petite partie des programmes de lycée. Du coup, les enseignants ne s'engagent pas car ils ne sont pas formés. Et puis depuis l'assassinat de Samuel Paty, les enseignants ont peur. Ils sont confrontés à beaucoup d'opposition de la part des parents d'élèves (...) L'école, elle n'a pas d'arme contre ça. Du coup, les médias et les sujets qu'on peut traiter, c'est ceux du siècle dernier (...) Donc, pour ce qui est des médias, la documentaliste fait venir un journaliste. Mais elle voit avec lui les sujets : rien en rapport avec l'actualité pressante ». Verbatim LS, audition n°3.

« Enfin, il y a beaucoup de collègues qui s'affranchissent de leur obligation de faire de l'EMI en se limitant aux médias anciens et classiques : presse essentiellement, que les jeunes (et leurs familles) ne lisent pas ». Verbatim MR, audition n°1.

2. Comment l'EMI s'articule-t-elle concrètement dans la scolarité des élèves avec le parcours citoyen et l'éducation artistique et culturelle ?

L'EMI souffre de deux faiblesses. La première est d'être réparti entre divers intervenants sans attribution bien définie, et sans obligations précises. De ce fait, chacun peut se défaire sur les autres, en arguant que son propre programme est déjà très chargé et qu'il n'a pas le temps de traiter des ajouts « supplémentaires ». La deuxième est que la responsabilité de l'EMI est dévolue aux documentalistes, mais qui n'ont pas le statut de professeur au même titre que les autres. C'est dévalorisant pour eux. Et ils doivent « s'arranger avec les profs », ce qui n'est pas simple.

« Qui est en charge de ça ? Si c'est tout le monde, en fait, c'est personne ». Verbatim LDM, audition n°2.

« Concernant l'articulation concrète de l'EMI avec le parcours citoyen et l'éducation artistique et culturelle, les troisièmes par exemple préparent un oral. Ils doivent trouver leur sujet et sont encadrés par un référent, dans un des parcours : citoyenneté, santé, culture/artistique ou avenir/orientation. L'idéal serait de faire de l'EMI dans chacun des parcours. Mais ce n'est pas le cas. C'est un travail d'équipe difficile à formaliser, difficile à faire rentrer dans les obligations. Ça marche, ou pas (...) Concrètement, l'EMI fait partie du programme. Mais ça dépend du bon vouloir des équipes. Il n'y a aucune obligation dans les faits. En réalité, on fait ce qu'on peut avec ce qu'on a ». Verbatim MR, audition n°1.

« Pour ce qui est de l'éducation aux médias, c'est cruellement simple : rien. Hormis une légère approche en EMC (Education Morale et Civique), il n'y a rien. Quant à l'éducation à l'information, elle est abordée de manière très lacunaire et laconique. Quelques points encore en EMC et en spécialité HGGSP (géopolitique et sciences politiques) mais rien de bien étoffé et approfondi ». Verbatim OM, audition n°4.

3. Comment améliorer la continuité des enseignements d'EMI tout au long de la scolarité des élèves ?

L'EMI ne doit pas être cantonnée dans le cadre de l'enseignement et à la seule scolarité, mais faire l'objet d'un continuum à travers tous les aspects de la vie. Cela devrait devenir une cause nationale, car il faut former aussi les parents, les grands-parents, les familles. Chaque citoyen doit être éduqué aux médias et à l'information et posséder l'esprit critique nécessaire pour s'informer de manière autonome. C'est une culture partagée, sociale et citoyenne, qu'il faut instaurer en tant que telle.

« Améliorer la continuité des enseignements d'EMI tout au long de la scolarité, c'est un problème. Il faut le faire, c'est obligatoire. Mais là on bidouille ». Verbatim MR, audition n°1.

« Il faudrait former les parents aussi, qu'ils viennent faire de la prévention avec leurs enfants ». Verbatim LS, audition n°3.

4. De quelle façon l'EMI peut-elle selon vous éviter l'écueil d'apparaître aux élèves comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel ?

Seule une pédagogie adaptée permet d'éviter cet écueil. D'où la nécessité d'une véritable discipline qui réfléchisse à ses contenus et à ses modalités pédagogiques, qui fasse de la recherche, qui innove et qui organise un recueil commun de ressources et de pratiques. Par ailleurs, l'EMI se prête à des formes de traitement qui ne relèvent pas de la didactique classique : interventions de professionnels dans la classe, de journalistes, expositions itinérantes, spectacles vivants accueillis dans les établissements, démonstrations directes de vols de données en quelques secondes (par des criminologues spécialistes du Web)... Toutes ces formes viennent accréditer le fait que l'EMI, c'est tout le temps et partout. C'est une cause collective à laquelle beaucoup peuvent contribuer avec leurs propres compétences et ressources. Enfin, des lieux ressources dédiés, de type Fablab, peuvent être disséminés sur le territoire pour accueillir les élèves et leurs professeurs et encadrants pour aller jusqu'à la réalisation finale, par exemple, réaliser un JT (avec des plateaux, des invités, des reportages, etc...).

« Les élèves ne prennent pas l'EMI comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel, quand c'est bien traité. Il faut bien le traiter. Il faut commencer par : « je n'ai rien à vous apprendre, vous êtes plus forts que moi. Et moi je suis à X heures sur mon smartphone par jour ». Il ne faut pas être moralisateur. Il faut une réflexion profonde sur la façon de faire passer le message. Par exemple, les séances avec un policier qui vient en classe pour faire de la morale, c'est compliqué. Surtout que les policiers, ils disent : « il ne faut pas aller sur tel site ». Vous dites ça à des ados, le premier truc qu'ils font, c'est d'aller voir ! Une solution, c'est la classe inversée ou la classe renversée, pour qu'ils soient acteurs de l'apprentissage, comme ils sont acteurs avec leur smartphone. Les expos itinérantes, c'est une très bonne solution aussi ». Verbatim MR, audition n°1.

« Chez nous par exemple, des policiers viennent parler de cybercriminalité : 1H en sixième et en cinquième. Le formateur est un policier antidrogue qui est aux stupés et travaille sur les réseaux sociaux. J'ai aussi une compagnie théâtrale, la compagnie Mauberti, qui est venue jouer ici une pièce de théâtre, *Une proie facile*. Très bien, ça a bien marché. Et c'est pris en charge par l'académie ». Verbatim LDM, audition n°2.

« Pour les enseignants, il faut que les personnes soient formées, sensibles à cette problématique, et cela s'ajoute à leurs charges antérieures. C'est compliqué pour eux. L'idéal, c'est de faire intervenir des professionnels qui

travaillent là-dessus au quotidien. Parce que ça bouge très vite, Il y a une grosse veille documentaire à faire et à se former constamment ». Verbatim LB, audition n°5.

« Quand on parle aux gens du vol de données, de la protection de leur identité numérique, ils pensent tous que c'est pas pour eux, que eux ils sont protégés parce qu'ils sont prudents. Alors, quand en présentiel, on leur démontre qu'en quelques secondes, on peut savoir sur eux des choses très privées, ça a un impact très fort, c'est immédiat. Ils deviennent blêmes et ils sont immédiatement sensibilisés à la cause (...) Les gens ne se rendent pas compte que l'on parle de délits et de crimes derrière ». Verbatim HP, audition n°6.

5. **Que pensez-vous du budget consacré par le ministère de l'Éducation nationale à l'éducation aux médias et à l'information ? par le ministère de la Culture ? Quelle est votre appréciation de l'évolution des moyens dévolus à l'EMI ces dernières années ? le caractère interministériel de cette action publique est-il selon vous suffisamment développé ?**

Non renseigné. Le CLEMI lui-même, dont c'est la mission, semble souffrir d'un manque cruel de moyens. Le plan de formation des enseignants est aussi très insuffisant et mal adapté. Et la recherche dans le domaine est très peu soutenue. Enfin pour les enseignants, on leur ajoute sans cesse des charges ou des thématiques supplémentaires sans jamais rien alléger, on arrive aux limites du procédé.

6. **Quelles sont les actions supplémentaires nécessaires selon vous pour former les professeurs, notamment dans le cadre de la formation continue, à l'éducation aux médias et à l'information ?**

Tout est à revoir sur ce plan, et ce doit être le premier chantier. Il faut d'abord instaurer auprès de tous l'idée que c'est une priorité absolue. Une fois ce premier combat remporté et tout le monde motivé, il faut remettre en place un plan de formation complet. Les verbatims sont très explicites sur ce point.

« Question formation, tous les collègues n'ont pas le niveau, par exemple, en recherche d'information. Les formations existent, mais les collègues ne pensent pas : « pour moi, c'est un incontournable ». C'est pas leur priorité. Pour eux, ce n'est pas le cœur des apprentissages, c'est du niveau d'un club de fans. Pour les former, on a les FE, les formations établissements, prises en charge par l'autorité académique. Mais c'est très compliqué. Les plans de formation ne répondent pas à leurs besoins de formation. J'ai par exemple une formation LGBT. C'est bien, mais moi ce qu'ils veulent c'est « comment gérer les conflits » ou « le harcèlement ». Et ça y a pas. En plus, les cours c'est tout en visio, on doit regarder pendant des heures des vidéos venues d'en haut, c'est pas possible. Il faut du présentiel, du participatif. La formation continue a longtemps été sur catalogue, et c'est la personne qui choisissait. Maintenant, c'est imposé depuis le ministère. Donc ils sont tous démotivés, il n'y a plus de formations demandées. Pour un chef d'établissement qui n'a pas de perspective nouvelle de carrière ou de statut par exemple, il n'existe aucune formation. Il n'y a pas de CPF, trusté par le ministère pour la préparation aux concours. Tout ça est trop téléguidé. En plus, on leur demande de récupérer les cours. Donc c'est sur leur temps et leurs deniers personnels. Il y a 20 ans, il y avait des formations de 4 à 5 jours qui se passaient ailleurs, ça faisait une respiration. Maintenant c'est une journée et demie max. Ca va pas. Il faudrait des stages de communication, de la formation en psychologie de l'enfant. Et que tout ça ne se ramène pas toujours à des questions budgétaires ». Verbatim LDM, audition n°2.

Pour mémoire, quelques éléments fournis par le CLEMI.

CLEMI-FORMATION

Le CLEMI assure la formation de formateurs et d'enseignants du 1er et du 2nd degré, dans l'ensemble des disciplines. Les actions de formation se voient renforcées à l'école primaire, où lire et écrire l'info, publier en sachant respecter autrui, sont des compétences fondamentales que doivent acquérir les élèves.

Il ouvre son offre de formation à une communauté éducative élargie, intégrant des publics diversifiés d'éducateurs, des travailleurs sociaux, et se mobilise par des actions de sensibilisation des familles. Le numérique est désormais au cœur des stratégies de formation du CLEMI : intégration de l'éducation aux données, évolution des modalités de formation, hybridation des ressources.

Le référentiel enseignants et formateurs ainsi proposé par le CLEMI distribue les compétences en EMI en cinq axes thématiques qui s'ancrent dans :

- Une culture médiatique, constituée par la connaissance des médias, de leur fonctionnement, de leurs formats et de leurs langages ;
- Une culture informationnelle, permettant de comprendre ce que sont les acteurs, les processus de production, de diffusion et de réception de l'information ;
- Une culture sociale et citoyenne, construite à partir d'une connaissance partagée des droits et devoirs liés à l'usage des médias et de l'information, et d'une capacité à mettre en œuvre des pratiques informationnelles et communicationnelles éthiques et responsables en termes de vivre ensemble et de citoyenneté ;
- Une culture technique et numérique, autorisant un accès égalitaire à une connaissance et à une maîtrise des outils permettant un usage raisonné, responsable et créatif de l'information et des médias ;
- Une culture didactique et pédagogique, rendant compte des concepts, méthodes et courants en éducation les plus favorables à l'apprentissage-enseignement des fondamentaux de l'EMI.

Les compétences identifiées dans ce référentiel CLEMI peuvent s'évaluer selon trois niveaux d'acquisition progressive, correspondants à la découverte, au renforcement et enfin à l'expertise.

- Je connais : La compétence et les notions associées ont été décryptées, expliquées par la formatrice ou le formateur ;
- Je maîtrise : La compétence et les notions associées ont été mises en œuvre par les apprenants ;
- J'enseigne : La compétence et les notions associées ont été enseignées par les apprenants.

7. Quelle intégration des objectifs de l'EMI pour le cycle 1 : comment concilier l'éducation aux médias et les recommandations quant au temps d'exposition des plus jeunes enfants aux écrans ?

Selon les principaux intéressés, cela ne semble pas souhaitable en cycle 1.

« Il n'y a pas d'intérêt à avoir des nouvelles technologies en maternelle. Les enfants, maintenant ont un smartphone en fin de cycle 2 ou au début du cycle 3 (avant c'était en sixième, c'est de plus en plus tôt). Il faut les laisser tranquilles en maternelle ». Verbatim MR, audition n°1.

8. Comment renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus destinés à l'EMI de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi ? Quel bilan faites-vous de la plateforme Lumni à cet égard ?

Il faut du collectif autour de ça, une cause commune, de la capitalisation d'expériences et de connaissances, que chacun se sente impliqué et concerné, que les bonnes idées circulent, que les personnes directement impliquées ne se sentent pas seules face à l'importance de l'enjeu. D'où encore une fois la nécessité d'une véritable discipline qui réfléchisse à ses contenus et à ses modalités pédagogiques, qui fasse de la recherche, qui innove et qui organise un recueil commun de ressources et de pratiques.

« Ce qui serait intéressant, c'est une ressource collective et du partage d'expérience (...) J'ai déjà utilisé aussi la plateforme LUMNI, c'est vraiment une ressource top ». Verbatim MR, audition n°1.

9. Quel place le service public de l'audiovisuel doit-il prendre selon vous dans l'effort de renforcement de l'EMI, et de quelle façon ?

C'est l'une des parties-prenantes essentielles, un pourvoyeur de contenus de premier rang.

« Le recours au service public de l'audiovisuel est essentiel. Mobiliser France Info, le JT pour le jeu *Classe Investigation* est très utile. J'ai déjà utilisé aussi la plateforme LUMNI, c'est vraiment une ressource top ». Verbatim MR, audition n°1.

Partie 2 : Bilan et synthèse des préconisations

Le bilan est établi à partir des verbatims d'entretiens, dont la transcription exhaustive figure dans le paragraphe suivant. On pourra s'y reporter pour étayer l'argumentation.

4 points sont inégalement traités en EMI, même dans les équipes les plus impliquées :

- L'EMI peut se limiter aux médias de masse traditionnels (presse et radio) et occulter complètement les réseaux sociaux et le Web, pourtant inscrits dans le quotidien des jeunes
- La composante « information » de l'EMI peut se limiter au JT (ou aux articles de presse) et ne pas aborder du tout la recherche d'information sur le Web, Internet, les moteurs de recherche...
- La protection des arnaques en ligne, le vol de données personnelles, les risques de la pédopornographie ou de la cybercriminalité sont des sujets souvent inexistantes
- Il peut y avoir une confusion entre Education aux médias et Education à l'Image

4 points sont aveugles, toujours inexistantes, et largement inconnus des enseignants :

- L'importance de l'algorithme qui conditionne les réponses aux requêtes et produit un enfermement dans une bulle de proximité, risque qui va empirer avec l'IA et les deep-fakes
- La présence de biais cognitifs dans le traitement rapide des messages reçus : biais de confirmation (ne porter crédit qu'à ce qu'on croit déjà), biais de conformité sociale (ne pas vouloir se distinguer des autres)...
- Le retour d'un enseignement de rhétorique, qui montre comment on peut embobiner quelqu'un par le discours (texte et images). Cela contribue au développement de l'esprit critique, qui figure explicitement dans les enjeux mais est trop peu pris en compte
- L'indexation et la sémantisation qui sont les outils techniques permettant d'adresser une unité d'information donnée en réponse à une requête

7 préconisations peuvent être avancées :

- P1 : élargir l'EMI (éducation aux médias et à l'information) et passer au DECEMI (développement de l'esprit critique et éducation aux médias et à l'information)
- P2 : faire du DECEMI une discipline scolaire à part entière, avec une agrégation et un vrai statut de professeur pour les documentalistes
- P3 : instaurer une grande cause nationale autour du DECEMI
- P4 : diffuser la formation au DECEMI dans l'ensemble de la société civile
- P5 : créer un continuum entre le temps scolaire, l'université, le monde culturel, le monde du travail, la société civile, le domicile, la famille...
- P6 : mettre en place une politique publique interministérielle de DECEMI via une chaîne coordonnée (voire une entité dédiée de type délégation interministérielle ?) associant les protagonistes et impliquant chefs d'établissements scolaires, inspecteurs de l'Education Nationale, recteurs, enseignants, policiers et gendarmes, responsables de bibliothèques,

auteurs, artistes, élus, DRH... aux fins de se concerter, de mutualiser, de valoriser les ressources à disposition, de promouvoir les solutions qui ont fait leurs preuves...

- P7 : missionner (et financer) une cellule recherche pour travailler toutes ces questions et produire de la connaissance validée scientifiquement concernant les erreurs interprétatives et/ou informationnelles les plus fréquentes et la façon de lutter contre. Elle aura pour mission de multiplier les expérimentations, et surtout de les évaluer, et de fournir des méthodologies robustes.

6 pistes restent ouvertes :

- O1 : mettre en place un « passeport pour Internet » (à voir par rapport au PIX qui existe déjà)
- O2 : obliger les médias à afficher les biais de représentativité – lorsque sur un plateau une personne dont l'opinion ne correspond qu'à un très faible pourcentage de l'opinion publique dispose d'un temps de parole et de présence égal, voire supérieur aux autres parce qu'il crée de la polémique et du conflit ; ou lorsqu'un citoyen non expert a un temps de parole et de présence égal ou supérieur à un expert légitime – et le faire contrôler par l'ARCOM
- O3 : obliger les plateformes à donner la possibilité de désactiver les métriques de popularité et la recommandation ou les choix algorithmiques
- O4 : mettre en place d'autres métriques permettant de mieux représenter l'état de la société et la prévalence réelle des opinions
- O5 : aider les chercheurs à élaborer un vrai plan d'auto-défense contre l'influence insidieuse, l'ère de la post-vérité et la désinformation.
- O6 : les abonnements presse quotidienne et magazine sont éligibles au PASS culture, mais jamais choisis. De plus, les structures artistiques (théâtres, orchestres, opéras...) disent qu'ils ne voient aucune retombée du PASS culture individuel, mais que cela marche plutôt bien pour le PASS culture collectif. Réfléchir à une composante PASS média ?

Partie 3 : Transcriptions des verbatims recueillis en entretiens de terrain

Audition N°1 : MR, documentaliste certifiée depuis 8 ans, collègue Voltaire à Louches

MR a obtenu un master MEEF en documentation à Lille. Puis elle a obtenu le CAPES. Elle dit d'entrée de jeu qu'il faudrait un niveau supplémentaire. Il faudrait faire de l'EMI une discipline comme les autres, et proposer une agrégation. Sinon, il y a une sorte d'infériorité vis-à-vis des autres professeurs, un peu de mépris disciplinaire. Elle se dit bouillonnante d'énergie et convaincue que l'EMI est majeur. Mais elle se sent frustrée parce que pas reconnue : c'est un enseignement très dévalorisé, personne ne sait ce que c'est. En plus, il y a une génération pour qui l'EMI c'est non. Il y a aussi des professeurs d'autres disciplines qui ont été reconvertis en documentalistes parce qu'ils ne voulaient plus d'élèves et de classes en frontal. Du coup, ceux-là se contentent d'être les personnes qui ouvrent le CDI ! Enfin, il y a beaucoup de collègues qui s'affranchissent de leur obligation de faire de l'EMI en se limitant aux médias anciens et classiques : presse essentiellement, que les jeunes (et leurs familles) ne lisent pas.

La formation des enseignants est indispensable. Il faut quelque chose de très concret, et d'adapté. Pour continuer à se former tout au long de la carrière, il y a le plan académique de formation. Il y a une grande part d'auto-formation sur Internet. Sinon, on se forme beaucoup entre collègues (il faut un CAPA – qui est une certification – pour former les collègues, mais en pratique, ce n'est pas obligatoire). Les blogs de collègues ou les comptes personnels sur Twitter sont très utiles. Ce qui serait intéressant, c'est une ressource collective et du partage d'expérience. Il y a aussi le réseau Canopé, mais ce n'est pas très pratique. Le CLEMI peut donner des idées, mais les séances ne sont jamais réutilisées comme telles, il faut arranger à sa sauce, mais ce qu'ils proposent est vraiment adapté. Enfin, les réunions entre documentalistes de bassin, deux fois par an, permettent l'échange de pratiques d'une part, et l'animation de district (*i.e.* le lien entre l'inspection et les collègues de terrain) d'autre part.

Concrètement, l'EMI fait partie du programme. Mais ça dépend du bon vouloir des équipes. Il n'y a aucune obligation dans les faits. En réalité, on fait ce qu'on peut avec ce qu'on a.

Le ou la documentaliste cumule 3 missions :

- 1) L'accès aux ressources documentaires
- 2) L'ouverture culturelle sur le local, l'international et l'orientation, le contexte professionnel (organisation d'expositions, culture scientifique, travail coordonné avec les médiathèques, les centres culturels, ...)
- 3) L'EMI

Dans cette multiplicité de tâches et responsabilités, chaque collègue donne un peu la priorité à ce qu'il veut. Seuls les génies arrivent à gérer complètement les trois.

Après des élèves, il y a 3 types d'intervention :

- 1) En permanence, lorsque les élèves sont en autonomie au CDI pendant une heure
- 2) Dans son établissement, les sixièmes ont un créneau dans leur emploi du temps une fois tous les 15 jours, en alternance avec un cours de français par demi-groupe (accord avec la prof correspondante)
- 3) Enfin, actions ou activités avec les collègues de discipline, selon le bon vouloir (ou pas) de chacun. Elle n'a pas les cinquièmes, quatrièmes et troisièmes en cours, il faut s'arranger avec les profs. Du coup, tous les élèves n'ont pas la même chose, cela dépend de leur classe.

MR considère que l'EMI, c'est avant tout la recherche d'information, et une formation aux enjeux des différents médias et notamment du Web. Il faut leur apprendre avant tout le recul critique, et le média principal doit être les réseaux sociaux. En gros, le programme que MR a mis en place, c'est :

- 1) Sixièmes : progression spiralée. Déjà le CDI : présentation du lieu, comprendre et s'approprier le lieu, initiation à la documentation pure. Puis en SVT et/ou en histoire, ils ont un exposé à faire : a) différence entre le Web et Internet ; b) navigateur, moteur de recherche, Google versus Qwant ; c) données récupérées ; d) vocabulaire du Web (lien, adresse...). La recherche en appui se fait à la fois en documents papiers et sur ressources Web.
- 2) Cinquièmes : Identité numérique. Enjeux, protection, pourquoi, risques.
- 3) Quatrièmes : séquence en cours de français : s'informer, informer, déformer avec comme support la presse écrite (journaux et magazines). Enjeux de la presse écrite et fake news. Participation à la semaine de la presse à l'école et au jeu Canopé *Classe investigation* (ils doivent découvrir à partir d'une dépêche et aller jusqu'à préparer un reportage TV – qu'ils ne réalisent pas).
- 4) Troisièmes : travail sur la radio en SVT. Ecoute de chroniques scientifiques. Ils doivent au final préparer une chronique de 2 minutes (qu'ils ne réalisent pas non plus). Sur cet exercice, on a le temps de voir le fond et la forme.
- 5) Egrené un peu tout le temps : savoir interroger son sujet, questions de droits d'auteur (sensibilisation aux risques du copié-collé) et petites séances de recherche d'information.

En termes de certification, il y a PIX, qu'ils doivent obtenir en troisième (son ancêtre était le B2i). Concrètement, on ne traite pas : a) l'algorithme. C'est compliqué. Pas de lien avec les maths ou l'info. Pas le temps ; b) l'autodéfense : arnaques en ligne, cybercriminalité. On essaye, mais pas le temps ; c) les biais cognitifs : on n'en parle pas du tout. C'est à d'autres collègues de le faire.

Concernant l'articulation concrète de l'EMI avec le parcours citoyen et l'éducation artistique et culturelle, les troisièmes par exemple préparent un oral. Ils doivent trouver leur sujet et sont encadrés par un référent, dans un des parcours : citoyenneté, santé, culture/artistique ou avenir/orientation. L'idéal serait de faire de l'EMI dans chacun des parcours. Mais ce n'est pas le cas. C'est un travail d'équipe difficile à formaliser, difficile à faire rentrer dans les obligations. Ça marche, ou pas.

Et en ce qui concerne la continuité avec le milieu familial et les parents, les parents disent : il se débrouille, il connaît mieux que moi, il sait. Les parents font confiance parce que leurs jeunes sont nés là-dedans, ce qui n'est pas leur cas.

Les élèves ne prennent pas l'EMI comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel, quand c'est bien traité. Il faut bien le traiter. Il faut commencer par : « je n'ai rien à vous apprendre, vous êtes plus forts que moi. Et moi je suis à X heures sur mon smartphone par jour, je ne vais pas vous faire la morale ». Il ne faut pas être moralisateur. Il faut une réflexion profonde sur la façon de faire passer le message. Par exemple, les séances avec un policier qui vient en classe pour faire de la morale, c'est compliqué. Surtout que les policiers, ils disent : « il ne faut pas aller sur tel site ». Vous dites ça à des ados, le premier truc qu'ils font, c'est d'aller voir ! Une solution, c'est la classe inversée ou la classe renversée, pour qu'ils soient acteurs de l'apprentissage, comme ils sont acteurs avec leur smartphone. Les expos itinérantes, c'est une très bonne solution aussi.

Améliorer la continuité des enseignements d'EMI tout au long de la scolarité, c'est un problème. Il faut le faire, c'est obligatoire. Mais là on bidouille.

Le recours au service public de l'audiovisuel est essentiel. Mobiliser France Info, le JT pour le jeu Classe Investigation est très utile. MR a déjà utilisé aussi la plateforme LUMNI, c'est vraiment une ressource top.

En revanche, il n'y a pas d'intérêt à avoir des nouvelles technologies en maternelle. Les enfants, maintenant ont un smartphone en fin de cycle 2 ou au début du cycle 3 (avant c'était en sixième, c'est de plus en plus tôt). Il faut les laisser tranquilles en maternelle.

Ce qui a fait beaucoup de tort aux documentalistes et à l'EMI, c'est la création du CAPES d'informatique par Blanquer. C'est une catastrophe, car on a cru, on croit que l'information c'est de l'informatique. C'est complètement faux, c'est absolument autre chose. Ça doit être enseigné à tout le monde, comme le français.

Audition N°2 : LDM, principal, collège Voltaire à Louches

Les enseignants référents pour l'EMI sont les documentalistes, mais en lien avec les autres professeurs. Il y a un lien évident avec la littérature ou l'histoire, mais ça doit être le cas avec les sciences aussi par exemple. Si je traite, représentations de l'univers, conceptions de l'univers, hé bien une recherche d'information permet de s'apercevoir qu'il existe plusieurs conceptions, et de les confronter. Donc c'est partout.

Evidemment, il faut ajouter à l'EMI la dimension citoyenne. Ca concerne aussi l'enseignante référente citoyenneté. Chez nous par exemple, des policiers viennent parler de cybercriminalité : 1H en sixième et en cinquième. Le formateur est un policier antidrogue qui est aux stupés et travaille sur les réseaux sociaux. J'ai aussi une compagnie théâtrale, la compagnie Mauberti, qui est venue jouer ici une pièce de théâtre, *Une proie facile*. Très bien, ça a bien marché. Et c'est pris en charge par l'académie.

Avec mon public, un problème que j'ai, c'est l'accompagnement de l'élève vers l'autonomie numérique. Avant, il y avait le B2i, supporté par le prof de techno. Maintenant il n'existe plus. Donc la question de la maîtrise de l'outil informatique n'est plus traitée. C'est supposé acquis, mais c'est pas du tout le cas. Résultat, j'ai les profs de techno et de SVT qui ont déposé un projet pédagogique commun pour rétablir cet enseignement. Encore, j'ai de la chance, j'ai un AED (aide éducateur spécialisé) qui a pris en main les TICE. Mais il y a plein d'établissements où il n'y a pas ça. Je ne sais pas comment ils font. Maintenant, il y a la labellisation PIX/habilitation. PIX c'est bien, mais qui est en charge de ça ? Si c'est tout le monde, en fait, c'est personne. Le référent PIX, c'est le prof de physique chez moi.

Question formation, tous les collègues n'ont pas le niveau, par exemple, en recherche d'information. Les formations existent, mais les collègues ne pensent pas : « pour moi, c'est un incontournable ». C'est pas leur priorité. Pour eux, ce n'est pas le cœur des apprentissages, c'est du niveau d'un club de fans. Pour les former, on a les FE, les formations établissements, prises en charge par l'autorité académique. Mais c'est très compliqué. Les plans de formation ne répondent pas à leurs besoins de formation. J'ai par exemple une formation LGBT. C'est bien, mais moi ce qu'ils veulent c'est « comment gérer les conflits » ou « le harcèlement ». Et ça y a pas. En plus, les cours c'est tout en visio, on doit regarder pendant des heures des vidéos venues d'en haut, c'est pas possible. Il faut du présentiel, du participatif. La formation continue a longtemps été sur catalogue, et c'est la personne qui choisissait. Maintenant, c'est imposé depuis le ministère. Donc ils sont tous démotivés, il n'y a plus de formations demandées. Pour un chef d'établissement qui n'a pas de perspective nouvelle de carrière ou de statut par exemple, il n'existe aucune formation. Il n'y a pas de CPF, trusté par le ministère pour la préparation aux concours. Tout ça est trop téléguidé. En plus, on leur demande de récupérer les cours. Donc c'est sur leur temps et leurs deniers personnels. Il y a 20 ans, il y avait des formations de 4 à 5 jours qui se passaient ailleurs, ça faisait une respiration. Maintenant c'est une journée et demie max. Ca va pas. Il faudrait des stages de communication, de la formation en psychologie de l'enfant. Et que tout ça ne se ramène pas toujours à des questions budgétaires.

Audition N°3 : LS, proviseur, lycée Paul Duez à Cambrai, récemment mutée dans un collège

L'EMI est une toute petite partie des programmes de lycée. Du coup, les enseignants ne s'engagent pas car ils ne sont pas formés. Et puis depuis l'assassinat de Samuel Paty, les enseignants ont peur. Ils sont confrontés à beaucoup d'opposition de la part des parents d'élèves. Un de mes enseignants a essayé de faire ça, de l'EMI, et il a été persécuté sur Internet. Les enseignants ne sont pas soutenus et ils sont constamment mis en cause par les parents. La prudence, c'est : on ne se confronte pas au « clan des parents » et on ne veut pas subir le harcèlement. Donc tout ce qui est actualité, on en parle pas. Pas Charlie Hebdo, pas le Canard Enchaîné. Peut-être tout au plus un journal étranger comme The Sun ou un petit article sans enjeu. Mot d'ordre : pas de bâton pour se faire battre, ou pire... L'autorité ou la force se confrontent à une force décuplée en face, donc on ne fait pas.

La situation sur la laïcité, c'est que c'est dur de chanter La Marseillaise quand il y a un hommage officiel, c'est tout juste. Mélenchon a tellement fait dans l'excès (et il est tellement suivi par les médias) que pour les gens, c'est simple : il y a les fachos, et il y a les autres. La contestation est devenue la culture dominante. Si les enfants affirment un truc faux, genre la terre est plate, ils disent : « Vous devez me respecter ». Et si on leur rétorque que c'est tout simplement faux, ils insistent : « Mais c'est mon opinion.

Vous devez la respecter ». Les fondements de la conscience, de la pensée, du raisonnement n'existent plus. Ils ont une pensée qui réagit tout de suite (système 1 et biais cognitifs), avec les tripes.

C'est difficile d'enseigner les médias parce qu'il y a plus de mauvais exemples que de bons. Touche pas à mon poste, Hanouna, la boxe verbale, le conflit, la fight, c'est leur modèle. Et Tik-Tok est leur référence. Les parents, ils sont irradiés par BFMTV, CNews... Ils viennent dire comment il faut faire. Le professeur, il n'a plus la bonne parole, eux ils savent mieux. Donc, dès qu'un truc ne leur va pas, ils viennent râler (a minima). Si un enfant est puni, le parent vient pour dire que la punition ne sera pas faite. Et les parents, ils viennent pour discuter et contester : on peut toujours s'arranger, passer outre. Mettre 10 pour qu'il ait le Bac même s'il n'a pas les connaissances. Par exemple, des parents sont venus aussi se plaindre parce qu'on a dit en sixième que le Père Noël n'existe pas. D'ailleurs, on ne peut plus parler de Noël, on dit « le repas de fin d'année ». Le harcèlement à l'école est impossible à gérer, parce qu'ils sont défendus par les parents, qui eux-mêmes s'invectivent sur les réseaux. Ils ont raison, ça ne se discute pas. Il y a des têtes, des meneurs. Ils disent qu'il n'y a pas de preuve de harcèlement. Ils disent que la façon dont ils élèvent leurs enfants est la bonne. L'école, elle n'a pas d'arme contre ça. Du coup, les médias et les sujets qu'on peut traiter, c'est ceux du siècle dernier.

Donc, pour ce qui est des médias, la documentaliste fait venir un journaliste. Mais elle voit avec lui les sujets : rien en rapport avec l'actualité pressante. Rien en lien avec la famille et sa façon de penser. Pour Samuel Paty, on essaye d'expliquer, mais il y a toujours des jeunes pour dire : « il l'a bien cherché ». Tout ce qui est porteur d'enjeux : la religion, les choix politiques, la laïcité, ... on ne touche pas. On gomme tout ce qui était la tradition, parce que ce sont des traditions judéo-chrétiennes. Le militaire, le géo-politique, le respect de l'état, impossible. D'ailleurs l'Etat n'est plus respectable pour eux. C'est Canal + qui a commencé à faire du mal avec Les Guignols. Mais aujourd'hui, c'est partout et tout le temps. Le désordre et la débâcle que l'on voit à l'Assemblée, c'est aussi un modèle pour eux, surtout repris en boucle par les médias.

D'ailleurs, il y a beaucoup d'absentéisme, même en primaire. C'est un indicateur peu remonté. On commence à en parler dans la hiérarchie, mais c'est caché. La parole s'est libérée. Pape N'Diaye fait beaucoup pour essayer de remettre de l'ordre. Alors que Blanquer a tout laissé aller. Reparler de bienveillance, de tolérance, c'est important. Prévention sur la santé aussi. Et le sexe, l'alcool. Cybercriminalité et arnaques sur Internet, non, il n'y a pas de formation. Il faudrait former les parents aussi, qu'ils viennent faire de la prévention avec leurs enfants.

Ces gens-là, ils souffrent et on les écoute pas. C'est Le cri de Munch. LS dit qu'elle s'en sort parce qu'il y a des très gros budgets de fonds sociaux. Donc ils accompagnent les enfants dans beaucoup d'achats : lunettes, pulls, anoraks, affaires de sport, et des cahiers de rattrapage. Le bilan à l'entrée en sixième : 1/3 corrects, 2/3 déficients. En primaire, ils sont très délurés, très dégourdis, mais ils n'ont plus du tout de socle de compétences. Et ils zappent tout le temps. Du coup, en sixième, il faut les calmer. Mais en même temps, ils ne sont plus très sportifs. Ils ne savent pas courir, ils ne savent plus marcher. Ils sont fragiles. Ils se scarifient à 13 ans. Parfois, ils se donnent la mort à la fin... Ils sont en perte totale de repères. Parmi eux, il y a beaucoup trop de cas déstructurés. Ils ne peuvent pas faire d'études, ils ont d'autres soucis à régler : quoi manger, où dormir ? Ils se foutent de l'avenir. Il y a les aides, le RSA, ça ira toujours. Les parents ont tous des voitures sans permis. Pour LS, ils sont attachants. Mais les profs dans la classe, ils n'ont pas cette vision-là. Ces gens-là ne sont pas des fachos, c'est l'expression d'un haro général contre l'autorité. Comme l'autorité est défaillante, elle n'est plus incontestable, ses représentants sont attaquables. Et eux, ils n'ont rien à perdre.

Le COVID a aussi changé quelque chose. Les enfants et les adultes aussi ? Ca a ramolli tout le monde. Pas de ponctualité, moins d'exigence, pas aussi vite qu'avant. La lenteur, l'inertie se sont installées, et c'est pas grave. De toutes manières, on travaille et on travaillera plus tard de chez soi.

Il faut déjà acheter la paix sociale. Et seulement après, on peut faire classe.

Audition N°4 : OM, professeur de géographie, EMC et HGGSP, lycée Léonard de Vinci, Calais.

Pour ce qui est de l'éducation aux médias, c'est cruellement simple : rien. Hormis une légère approche en EMC (Education Morale et Civique), il n'y a rien.

Quant à l'éducation à l'information, elle est abordée de manière très lacunaire et laconique. Quelques points encore en EMC et en spécialité HGGSP (géopolitique et sciences politiques) mais rien de bien étoffé et approfondi.

En revanche, moi j'arrive à faire un concours de caricatures inter-classes tous niveaux, sans aucun problème.

Audition N°5 : LB, consultant numérique, Mon assistant numérique Cambrésis.

Mon assistant numérique est un réseau de 110 personnes professionnelles, mais indépendantes. Ils couvrent le territoire, mais avec des trous. Par exemple, en Hauts-de-France, ils couvrent le Nord-Pas-de-Calais, mais pas le Sud de la région. Et dans la Creuse, c'est sûrement pas évident. Les professionnels du réseau peuvent tout à fait être mobilisés dans ce cadre. Ils sont habilités à répondre à des commandes au niveau local. Ils sont tous indépendants et sont libres de choisir leurs thèmes ou spécialités. Mais à travers la franchise, ils partagent tous les mêmes valeurs.

LB a conçu une conférence grand public sur le deep-fakes et les moyens de se prémunir contre le complotisme. Elle s'est beaucoup vendue en entreprises ou pour des agglos, des communes, etc... Dans les collèges et les lycées, il n'y a pas de financements pour le faire venir. En CM1 et CM2, les communes peuvent financer, il a régulièrement des commandes de deux heures. Et il intervient à la demande dans le supérieur, les écoles et l'université. Il y a quand même un problème de ligne budgétaire. Les tarifs, pour une heure c'est à peu près 180 euros et pour deux heures, 300 euros.

Pour les enseignants, il faut que les personnes soient formées, sensibles à cette problématique, et cela s'ajoute à leurs charges antérieures. C'est compliqué pour eux.

L'idéal, c'est de faire intervenir des professionnels qui travaillent là-dessus au quotidien. Parce que ça bouge très vite, il y a une grosse veille documentaire à faire et à se former constamment.

Audition N°6 : HP, criminologue spécialisé dans le Web.

Quand on parle aux gens du vol de données, de la protection de leur identité numérique, ils pensent tous que c'est pas pour eux, que eux ils sont protégés parce qu'ils sont prudents. Alors, quand en présentiel, on leur démontre qu'en quelques secondes, on peut savoir sur eux des choses très privées, ça a un impact très fort, c'est immédiat. Ils deviennent blêmes et ils sont immédiatement sensibilisés à la cause.

Cela arrive à HP d'intervenir dans les établissements scolaires, mais toujours de façon ponctuelle, il n'y a rien d'organisé. Ce serait essentiel de pouvoir organiser ça. Les gens ne se rendent pas compte que l'on parle de délits et de crimes derrière.

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Table-ronde du secteur du numérique

Jeudi 15 décembre 2022

1. Quels sont selon votre organisation les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) ?

Chez Meta, nous partageons l'analyse de nombreux experts et autorités en France comme le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI) ou l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) qui ont souligné ces dernières années la nécessité de renforcer l'éducation aux médias des citoyens pour les aider à identifier les fausses informations et adopter les bons réflexes en ligne.

Par son ambition, le défi de l'éducation aux médias dépasse le strict cadre des plateformes numériques comme Meta et concerne l'ensemble de la société. Mais nous estimons que nous avons un rôle positif à jouer pour sensibiliser les citoyens de tous âges aux fausses informations, les aider à mieux les détecter et ainsi, à mieux comprendre les informations auxquelles ils sont exposés.

C'est la raison pour laquelle nous avons déployé de nombreuses actions en ce sens depuis de longues années, depuis le lancement de notre premier fonds pour le civisme en ligne à la mise au point de programmes ambitieux avec des partenaires reconnus pour leur expertise. Nous détaillerons plus avant nos principaux champs d'action en la matière dans notre réponse aux questions 2, 3 et 4 ci-dessous.

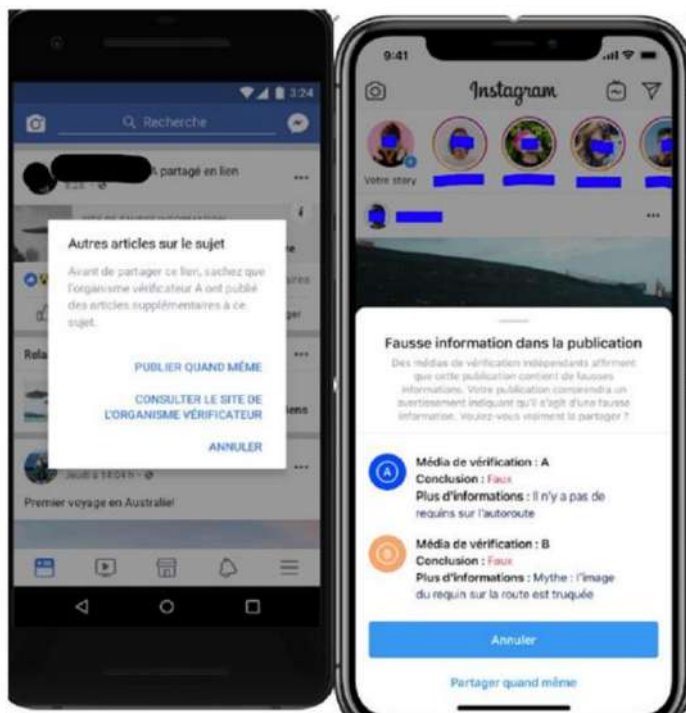
2. Comment ces objectifs doivent-ils selon vous être intégrés dans l'approche des acteurs privés du secteur ?

Meta a fait de l'éducation aux médias l'un des piliers fondamentaux de sa stratégie pour lutter contre les fausses informations. Elle est complémentaire des efforts menés pour enrayer la propagation de celles-ci.

En effet, contribuer au développement de l'éducation aux médias et à la promotion de l'esprit critique sont essentiels pour agir à la racine du problème de la diffusion des fausses informations.

Notre approche en ce qui concerne la lutte contre la propagation des fausses informations est la suivante:

- Nous retirons tout contenu dont nous avons connaissance qui viole nos règles (“[Standards de la Communauté](#)”), et en particulier les types de fausses informations les plus dangereux, notamment les contenus qui font peser un risque d’atteinte physique et de violences imminentes. Cela s’applique également aux contenus qui visent, par exemple, à limiter la participation électorale.
- Pour les contenus qui ne sont pas contraires à nos règles, nous avons développé un partenariat innovant avec le plus grand réseau de vérificateurs externes de l’information, 90 membres validés par *l’International Fact Checking Network*, l’organisme mondial de référence en la matière. En France, nous travaillons avec l’AFP, 20 Minutes et Les Observateurs de France 24 qui évaluent la véracité des informations. Lorsqu’ils identifient une fausse information, nous réduisons significativement la distribution de ce contenu afin que moins d’utilisateurs ne le voient. Nous informons également les utilisateurs qui essaient de le partager ou qui l’ont préalablement partagé et leur proposons la lecture d’un article contradictoire ou complémentaire écrit par l’un des journalistes membres de ce réseau de vérification de l’information. Enfin, nous plaçons un message d’avertissement très visible directement sur le contenu concerné et renvoyant vers des informations supplémentaires, à destination des utilisateurs qui y seraient malgré tout exposés. Vous trouverez ci-dessous une capture d’écran montrant le fonctionnement de ces étiquettes.



Comme évoqué précédemment, pour combattre à la racine la diffusion des fausses informations, nous avons un engagement de longue date en faveur de l’éducation aux médias et à l’information. Il nous semble essentiel d’y travailler en concertation avec des experts, notamment issus du monde médiatique, académique, et associatif. Ainsi, en France, nous soutenons depuis plusieurs années diverses initiatives, notamment via le [Fonds pour le civisme en ligne](#) lancé en 2018. Ces initiatives ont permis de sensibiliser et de former plusieurs dizaines de milliers de personnes notamment via:

- le Newstruck de l’ESJ Lille qui a permis de former 3 000 jeunes et 200 professeurs à l’éducation aux médias.
- la formation de 120 000 jeunes aux fausses informations par Tralalere
- la sensibilisation de 25 000 jeunes à l’esprit critique par Génération Numérique

Nous avons également produit différents formats éducatifs en partenariat avec des médias tels que [“Coïncidence? Oui”](#), lancé avec Konbini en Avril 2021, ou encore [avec l’AFP](#) en Avril 2020, qui avait atteint plus de 9 millions de personnes.

En 2020, nous avons soutenu la création d’une chaire d’Education aux médias et à l’information portée par l’Ecole Supérieure de Journalisme de Lille. Il s’agit d’un projet ambitieux unique au monde, visant à faire progresser la recherche académique dans le domaine de l’EMI et à permettre de mesurer l’impact des campagnes d’éducation aux médias et à l’information. Vous trouverez plus d’informations sur les objets d’étude et programmes en cours de la Chaire à [ce lien](#).

Par ailleurs, les périodes électorales étant particulièrement observées et commentées, nous avons lancé de multiples actions en 2022 pour encourager l’engagement citoyen, la participation électorale et le développement de l’esprit critique. Cela s’est traduit par:

- Un partenariat avec l’association A Voté et les médias 20 Minutes et Ouest France afin de lancer un chatbot sur WhatsApp qui avait pour but de lutter contre la mal-inscription ou la non-inscription sur les listes électorales. Les utilisateurs, en envoyant “Bonjour” au bot A Voté au 0622266950 étaient guidés selon leur situation électorale vers les ressources appropriées du site [www.service-public.fr](#) leur permettant au besoin de corriger leur situation et de s’inscrire sur les listes. A l’approche des échéances, le bot leur envoyait des rappels.
- Une campagne “ça vote?” en partenariat avec Konbini et 4 influenceurs dans 4 villes de France (Strasbourg, Marseille, Montpellier et Dunkerque) pour rappeler l’importance du devoir citoyen, encourager les communautés de ces différents créateurs à se rendre aux urnes et leur rappeler comment s’inscrire sur les listes électorales. Les vidéos de cette campagne ont été vues plus de 18 millions de fois sur Facebook, Instagram, Snapchat et Twitter.
- Une Campagne “Fake ou quoi ?!” en partenariat avec Loopsider pour sensibiliser les jeunes aux bonnes pratiques et aux bons réflexes face aux fausses informations. Les vidéos produites dans ce cadre étaient diffusées sur les comptes Instagram et Facebook de Loopsider, notamment sous forme de Reels et de Stories auxquels étaient intégrés des stickers Quiz sur Instagram. Le but de cette campagne était de donner aux jeunes citoyens les clés pour identifier les fausses informations et les réflexes à adopter pour ne pas se faire piéger. Ces différents contenus ont généré plus de 5 millions de vues sur Instagram et sur Facebook.
- Une campagne avec l’AFP a été lancée pour sensibiliser aux bons réflexes à adopter face aux informations douteuses en période électorale, au-travers d’une série de courtes vidéos animées pour aider les citoyens à ne pas tomber dans le piège des informations suspectes comme les citations invraisemblables, les images ou vidéos douteuses et les articles aux titres sensationnalistes. Ces différents contenus au format court - qui sont un moyen simple, rapide et ludique de sensibiliser les internautes à ces questions - renvoyaient les utilisateurs vers une page plus complète d’AFP Factuel sur laquelle ils pouvaient en apprendre plus sur les bonnes pratiques face aux informations douteuses, comme par exemple l’usage de la recherche inversée. Ces vidéos ont été vues plus de 3,8 millions de fois sur Facebook.
- En partenariat avec France 24 et le Poynter Institute, Meta a lancé la déclinaison française du programme d’éducation aux médias MediaWise. Les utilisateurs de l’application WhatsApp en France participant à ce programme avaient accès à une formation sur WhatsApp sur 10 jours au cours de laquelle ils apprenaient, à travers des cours dispensés par un journaliste de France 24, à repérer les théories conspirationnistes, les escroqueries, les canulars et les fausses informations pouvant circuler sur Internet et les réseaux sociaux. Ces vidéos de formation ont été vues pas moins de 7,7 millions de fois sur Facebook.

Cette approche multisurfaces a permis de toucher des publics d'âges divers sur différentes plateformes sur lesquelles les citoyens s'informent. Au total, ces diverses campagnes de sensibilisation ont généré plus de 35 millions de vues sur les différents réseaux sociaux sur lesquels elles ont été diffusées.

Enfin, pour soutenir le travail de nos partenaires vérificateurs de faits en France, et faciliter le partage à grande échelle d'informations fiables et vérifiées, les utilisateurs de WhatsApp en France peuvent désormais envoyer un message pour signaler de potentielles fausses informations à l'AFP, partenaire du groupe Meta en France, qui peut y répondre en partageant des articles de vérification de ces informations. Ce service est accessible en envoyant un message sur WhatsApp au 06 47 08 70 46. Un service similaire a été lancée en 2022 avec 20 Minutes et est accessible à ce lien : <https://wa.me/33630268195>

3. Quels sont vos liens avec les pouvoirs publics pour l'accomplissement de ces objectifs ? Avec le CLEMI ? Ces liens pourraient-ils être améliorés pour accroître la portée de vos actions ? De quelle façon ?

Nous avons échangé à plusieurs reprises avec le CLEMI et soutenu la diffusion de leurs campagnes pédagogiques "La famille Tout écran" sur nos plateformes Facebook et Instagram. Nous restons bien sûr à la disposition du CLEMI pour discuter de pistes de collaboration possibles, au-delà de nos programmes menés directement avec nos partenaires associatifs, experts et universitaires partout en France.

Nous tenons par ailleurs régulièrement informés les pouvoirs publics (ministères, cabinets, administration) de ces actions de sensibilisation menées à l'échelle nationale. Toutes les campagnes liées aux élections en 2022 ont été faites en collaboration avec le Service d'Information du Gouvernement, afin de nous assurer que nous mettions en évidence pour les utilisateurs les ressources officielles sur les modalités du scrutin, notamment la procédure pour s'inscrire sur les listes électorales.

Au-delà de cette information régulière, plusieurs initiatives soutenues par Meta dans le cadre du Fonds pour le Civisme en Ligne ont pu être identifiées et soutenues également par des acteurs publics. A titre d'exemple :

- le programme de lutte contre la désinformation et la haine en ligne pour les 9-13 ans "Chasseurs d'infox" créé par Génération Numérique et qui a vu le jour grâce au Fonds pour le civisme en ligne de Meta en 2019, a commencé à être soutenu par le ministère de la Culture dès la fin 2019, et désormais par le CIPDR (Comité interministériel de prévention de la délinquance et de la radicalisation), la DILCRAH, la CAF au niveau national, et la DRAC (Direction régionale des affaires culturelles) Centre Val de Loire. Près de 25 000 jeunes ont déjà été formés.
- la première chaire de recherche en EMI conjointement lancée par l'ESJ Lille et Meta en 2020 fait aujourd'hui l'objet de subventions européennes (FEDER) et régionale (Hauts-de-France) pour accélérer la mise en place d'indicateurs et outils pionniers visant à évaluer la qualité des méthodes EMI en France.

4. Pouvez-vous présenter les différents programmes et dispositifs mis en œuvre par votre organisation et visant à contribuer à l'EMI ? Quels moyens humains et budgétaires consacrez-vous à ces actions ?

L'éducation aux médias est une priorité absolue pour l'entreprise et nous menons de nombreuses actions en ce sens depuis très longtemps.

Dans les réponses apportées aux questions numéro 2, et 3, nous avons mentionné le Fonds pour le civisme en ligne et quelques-uns des projets qu'il a permis de financer et mettre sur pied, ainsi que les campagnes lancées en amont des élections notamment mais nous allons plus loin

dans nos efforts et renouvelons nos programmes de sensibilisation dans ce domaine cette année encore.

Un exemple concret est le récent lancement d'un nouveau Fonds, le Fonds Metamorphose. Il a pour mission de promouvoir un numérique et un métavers responsables, qui favorisent l'ouverture au monde, le dialogue et le développement de la pensée critique, pour une société plus inclusive.

Ce fonds soutiendra et accompagnera des projets d'intérêt général innovants et ambitieux, qui œuvrent pour élargir le champ des opportunités dans le domaine du numérique, à travers deux axes : le civisme, pour œuvrer en faveur d'une société plus inclusive, et la culture, pour rendre le patrimoine et la culture accessibles à tous.

Au total, une dizaine de projets sera soutenue par le Fonds. Les candidatures sont dès à présent ouvertes et les premiers lauréats seront révélés en mars 2023. Pour ce qui concerne le premier axe, le renforcement des valeurs civiques vise à lutter contre le harcèlement, la diffusion de fausses informations et tout autre comportement préjudiciable. Les projets recherchés sont ceux qui promeuvent l'usage raisonné des outils numériques, l'émergence d'espaces de dialogue respectueux, la promotion des comportements responsables en ligne, le développement de l'esprit critique et la lutte contre la désinformation ou encore la sensibilisation et la lutte contre la discrimination et toute forme de harcèlement.

Le deuxième axe soutiendra des initiatives visant à favoriser l'inclusion culturelle de ceux qui en sont éloignés et des publics empêchés, proposer de nouvelles connaissances, expériences et perspectives culturelles afin de stimuler la curiosité artistique de tous et participer à la diffusion du patrimoine culturel français grâce au numérique.

Un comité de pilotage central, composé notamment de représentants de Meta France et de 5 experts indépendants assurera la sélection des projets. Les 5 membres externes du comité sont : Justine Atlan, Directrice générale de l'association E-Enfance/3018, Carole Bienaimé Besse, membre du collège de l'ARCOM, Claire Chazal, journaliste et animatrice de deux émissions culturelles sur France TV, Julie Gayet, actrice, productrice de cinéma et réalisatrice française et Patrice Huerre, pédopsychiatre spécialiste des adolescents.

5. De quelle façon les outils numériques sont-ils selon vous adaptés à la mise en œuvre de programmes d'EMI ?

Les outils numériques présentent de nombreuses opportunités pour mettre en œuvre et accroître la notoriété d'initiatives d'éducation aux médias.

Tout d'abord, ils permettent de toucher une large et diverse audience, souvent même à l'international. Les plateformes du groupe Meta par exemple regroupent plus de 3,7 milliards de personnes dans le monde tous les mois

Les outils qu'ils mettent à disposition permettent de réaliser des campagnes avec des formats ludiques, particulièrement engageants.

Enfin, ils rendent possible le ciblage des publics en fonction de leurs âges, ou de leurs centres d'intérêt pour avoir une approche fine des différentes problématiques traitées par les programmes d'éducation aux médias et à l'information.

6. Soutenez-vous les initiatives portées par les associations d'EMI telles que « Entre les lignes », « La Chance », « Lumières sur l'info » etc. ? De quelle façon pourriez-vous envisager de soutenir leur action ou de renforcer ce soutien ?

Ce sont là de très belles initiatives dont nous partageons les objectifs. Nous invitons ces associations à candidater au Fonds Metamorphose, évoqué plus en détail à la question numéro 4. Il s'agit d'un projet de soutien aux associations qui promeuvent notamment le développement

de l'esprit critique à travers un accompagnement financier et humain pour aider à développer l'activité de l'association ou un projet spécifique.

Nous sommes très régulièrement sollicités par de nombreuses associations, think tanks et autres organisations travaillant sur ces sujets et nous sommes tout à fait ouverts à travailler en concertation avec les pouvoirs publics afin d'identifier les initiatives les plus pertinentes et celles qui ont le plus besoin de notre soutien.

7. Faut-il selon vous concentrer l'EMI sur le public jeune, ou y a-t-il un enjeu à l'élargissement à tous les publics ? Faut-il mener des actions ciblées sur des publics plus spécifiques (notamment les seniors), et comment ?

En ce qui concerne Meta, nous avons développé des campagnes pour toucher tout type de public, notamment le public jeune mais pas uniquement. Il est d'ailleurs possible d'estimer que ce public jeune va être de plus en plus sensibilisé à ces questions du fait de l'introduction de l'EMI dans les programmes scolaires et de la mobilisation des plateformes qu'ils utilisent au quotidien.

De nombreuses études pointent aujourd'hui un besoin particulier en ce qui concerne les seniors. En France, Meta n'a pas déployé de campagne qui ciblait exclusivement ce public à ce jour mais essaye de toucher également ses utilisateurs plus âgés à travers des campagnes multi-supports et multi-plateformes comme celles menées pendant les élections.

8. Comment concilier au mieux selon vous la liberté d'expression sur les réseaux et les exigences de vérification des informations ?

Les plateformes du groupe Meta ont été conçues pour donner une voix à chacun et permettre aux citoyens d'exprimer librement une très grande diversité d'opinions et d'idées. Tous les jours, les équipes de Meta travaillent à définir le juste équilibre entre garantir cette liberté d'expression et - ce qui demeure une priorité absolue - protéger nos utilisateurs. Nos règles, les Standards de la Communauté, couvrent de nombreux domaines, et incluent notamment des politiques strictes contre le harcèlement et l'incitation à la violence, ou des règles détaillées contre les discours de haine qui interdisent par exemple les attaques à l'encontre de personnes sur le fondement de caractéristiques comme la religion ou les origines ethniques.

Les fausses informations constituent une forme de contenu particulier que nous ne souhaitons pas voir proliférer sur nos plateformes. Mais il n'est toutefois pas possible d'établir une liste fixe de ce qui constitue ou pas une fausse information. Interdire purement et simplement toute information fautive ou incorrecte ne serait pas simplement extrêmement difficile à mettre en oeuvre, cela ne permettrait pas non plus à nos utilisateurs la possibilité de juger par eux-mêmes de la véracité ou non d'un contenu, une capacité que, par ailleurs, l'éducation aux médias doit leur permettre de développer. Afin de viser un juste équilibre pour nos utilisateurs entre les exigences d'intégrité de nos plateformes et la liberté d'expression, nous avons conçu des règles fondées sur l'impact potentiel de différents types de fausses informations.

Concrètement, cela signifie que nous retirons certaines fausses informations pouvant, par leur sévérité, présenter un danger physique pour nos utilisateurs ou interférer avec le bon fonctionnement du processus électoral. Depuis le début de la pandémie de COVID par exemple, nous avons retiré plus de 25 millions de contenus comportant des allégations trompeuses sur les vaccins et les traitements dans le monde. Nous retirons également certains contenus manipulés hautement trompeurs (aussi appelés "deep fakes").

Pour ce qui concerne les autres contenus potentiellement faux, nous avons mis en place un partenariat innovant avec des vérificateurs d'information, externes à l'entreprise, qui vise à réduire significativement la prévalence de ces contenus et à encourager le dialogue. Il s'agit de plus de 90 médias à travers le monde validés par le réseau international de vérification de l'information (IFCN). Lorsque, grâce aux signalements de nos utilisateurs et nos outils automatisés, nous identifions des publications potentiellement problématiques, nous les faisons

remonter via un canal dédié à nos partenaires, en leur donnant des indicateurs concernant notamment la viralité de ces publications. Si le contenu concerné est effectivement jugé faux par ces partenaires, nous réduisons drastiquement sa visibilité dans le fil de nos utilisateurs et appliquons un message d'avertissement sur celui-ci, l'identifiant clairement comme une fausse information et proposant la lecture d'un article complémentaire rédigé par l'un de ces *fact-checkers*. De plus, si des pages ou des groupes partagent de manière répétée des fausses informations, nous réduisons la visibilité de toutes leurs publications et ils ne pourront plus être intégrés dans nos sections de recommandation. Les pages peuvent également perdre la possibilité de diffuser des publicités.

Les fausses informations étant aujourd'hui un problème de société dépassant le cadre d'Internet, la modération de contenu ne peut être qu'une partie de la solution. C'est la raison pour laquelle le développement de l'éducation critique aux médias et à l'information nous paraît essentiel.

9. Que pensez-vous de l'idée d'un « pass EMI » dont le fonctionnement serait comparable à celui du pass Culture pour sa partie « référencement » des offres proposées, et qui donnerait accès à des moments éducatifs/rencontres médias etc. ?

Il est délicat pour nous de commenter une décision de politique publique, mais nous ne pouvons qu'encourager les initiatives permettant de rendre plus accessibles l'éducation aux médias et favoriser son développement.

Comme nous avons déjà pu le souligner, nous aimerions que l'EMI devienne une grande cause nationale.

Paris, le 16 février 2023

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Ministère de la culture

**M. Noël Corbin, Délégué général à la transmission, aux territoires et à la démocratie
culturelle**

**1. QUELS SONT LES OBJECTIFS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION (EMI)
POUR LE MINISTÈRE DE LA CULTURE ?**

Objectif global : contribuer au développement de l'esprit critique et permettre à chacun de s'informer et de participer à la vie citoyenne de façon éclairée.

Cela passe par :

- La maîtrise de méthode de lecture et de compréhension des différents types d'information, toutes formes et supports confondus ;
- La compréhension du fonctionnement de la multiplicité des sources d'information, la compréhension des mécanismes d'influence qui sont en jeux.
- La compréhension du travail journalistique, du fonctionnement des médias et des réseaux sociaux et plus largement des éco-systèmes numériques.

Ce qui permet notamment de :

- Déconstruire des théories complotistes diffusées massivement en ligne et lutter contre les contenus haineux.
- Lutter contre toutes les formes de désinformation, notamment scientifique.

**UNE STRATÉGIE NATIONALE POUR L'EMI EST-ELLE DÉFINIE EN CONCERTATION AVEC LE
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, ET DANS QUELLE ENCEINTE ? QUELS EN SONT LES
AXES PRINCIPAUX ?**

- **Un travail constant avec l'Éducation nationale qui passe par plusieurs canaux :**

- Un travail interministériel de développement de l'EAC avec la mission EAC de la DGESCO. L'EMI est identifiée dans le volet « culturel » de l'EAC.
 - Exemple : La part collective du pass Culture permet de financer des ateliers EMI, rencontres avec des professionnels, résidences de journalistes, etc.
 - Un travail avec la Direction du Numérique pour l'Education (DNE), notamment autour sur les questions de formation et de soutien aux outils d'EMI.
 - Exemple : la plateforme Spicee Educ, financée par le ministère de la Culture a été intégrée au GAR (Gestionnaire d'Accès aux Ressources du ministère de l'Education nationale, E-sidoc Canopé)
 - Un travail avec le CLEMI : Le ministère de la Culture (MC) fait partie du Conseil d'Orientation et de Perfectionnement (COP) du CLEMI
 - Exemple : nous avons soutenu le guide « La famille tout-écran » réalisé par le CLEMI.
- **Mais nous ne pouvons pas parler de stratégie nationale co-définie, plutôt de convergence de nos stratégies, car :**
- Le ministère de la Culture (MC), et notamment la Délégation générale à la transmission, aux territoires et à la démocratie culturelle (DG2TDC), vise un développement de l'EMI tout au long du parcours de vie, qui dépasse le cadre de la seule éducation nationale :
 - **Enfance et jeunesse notamment en dehors du temps scolaire ;**
 - Soutien aux fédérations d'éducation populaire, notamment, pour la formation de leurs acteurs, et le déploiement de propositions d'actions hors temps scolaire dans leurs réseaux (avec par exemple des propositions dans le cadre de l'été culturel).
 - Travail interministériel avec le ministère de l'Agriculture (l'EMI est très présente dans l'enseignement agricole), la Justice (soutien à des actions dans le cadre de la Protection Judiciaire de la Jeunesse - PJJ), Info jeunes France, le réseau national de l'information jeunesse (soutien à leurs outils d'EMI déployés par les BIJ et CRIJ dans des actions d'EMI avec des jeunes dans des contextes très variés).
 - **Adultes**
 - Fort positionnement des bibliothèques sur cet axe :
 - Accompagnement au quotidien des publics (d'où l'enjeu prioritaire de la formation des professionnels des bibliothèques) ;
 - Programmations culturelles intégrant des enjeux, outils relevant de l'EMI (sujets scientifiques, géo-politiques, artistiques, etc.).

- **Personnes âgées** : constat des effets d'un rapport non distancié aux nouvelles formes de diffusion de l'information (information en continu, maîtrise des outils numériques...)
 - Premières expérimentations d'actions en direction de ces publics, notamment en EPHAD (Exemple : actions de l'association Chronos et Kairos en EPHAD en Ile de France)
 - Volet aujourd'hui aux prémices à développer.
- L'interlocution avec le MENJ est multiple et complexe : pour mieux développer une stratégie commune il serait nécessaire que le MENJ clarifie sa propre organisation entre les différents acteurs internes concernés et **définisse un cadre permettant une réelle généralisation de l'EMI (horaires dédiés ?)**.

Toutefois, un point important est à souligner : tous les acteurs que nous soutenons au niveau national ou territorial :

- Interviennent en milieu scolaire pour des ateliers / rencontres / projets ;
- Développent des outils utilisables / utilisés en classe ;
- Contribuent à la formation des intervenants en EMI, dont les enseignants.

2. QUEL EST LE ROLE DE VOTRE DIRECTION DANS LA MISE EN ŒUVRE DE L'EMI AU SEIN DE L'EDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE ?

La mise en œuvre de la politique d'EMI du ministère, qui **s'articule avec la politique d'EAC mais qui n'est pas un sous domaine de celle-ci, est portée par la DG2TDC :**

- Même si EAC ou EMI ne se confondent pas, **la forte dimension éducative** de l'EMI, ses enjeux en matière de **participation à la vie culturelle et citoyenne** justifient son pilotage par la DG2TDC.
- La DG2TDC assure une mission **d'animation du réseau des conseillers ACT/EAC**, et des pôles démocratisation dans les DRAC, qui incluent de plus en plus les pôles industries culturelles, ce qui facilite l'articulation avec le déploiement territorial de l'EMI.

Historiquement :

- 2015 : la présence de crédits mobilisables au Service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation (SCPCI), auquel la DG2TDC a succédé, l'absence de mission « éducative » au service des médias de la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) et la dimension transversale du sujet de l'EMI ont conduit à confier au SCPCI la mission de pilotage sur l'EMI.
- 2016 : lancement du programme de « résidences de journalistes » en DRAC.
- 2018 : mise en œuvre d'un plan EMI.

La délégation joue un rôle d'impulsion et de coordination au niveau national :

- **Coordination interne au ministère :**
 - Avec les directions et services concernés :

- DGMIC / Service du livre et de la lecture pour les actions en bibliothèques
 - DGMIC / Service des médias pour les dimensions réglementaires, juridiques, économiques et techniques relatives aux médias et notamment le suivi des actions de l'audiovisuel public.
 - DRAC pour le déploiement opérationnel et territorial.
- **Dialogue interministériel :**
 - Education nationale et jeunesse : comme déjà évoqué
 - Agriculture : enseignement agricole
 - Justice : actions avec la Protection judiciaire de la jeunesse – PJJ et interventions en milieu pénitentiaire
 - Solidarités : prévention et protection de l'enfance (usages du numérique, actions d'information et de prévention en direction des parents – participation au Comité d'experts sur la parentalité numérique)
 - Intérieur : Comité interministériel de prévention de la délinquance et de la radicalisation – CIPDR
- **Animation du réseau national des acteurs de l'EMI :**
 - Organisation de **rencontres professionnelles régulières** qui permettent l'échange et la mutualisation entre les différents acteurs de l'EMI (professionnels de l'information, acteurs associatifs, éducation populaire, enseignants, chercheurs, etc...) : <http://www.rencontres-numeriques.org>
 - **Dernière rencontre en date consacrée à l'évaluation et à la mesure d'impact des projets EMI le 13 octobre 2022 à la Cité des Sciences**, retransmission en ligne. Les retours des participants demandent le renouvellement de temps de travail autour de cette question, notamment pour le partage d'outils et de méthodes.
 - Constitution d'un **groupe de partenaires nationaux** (principales associations de professionnels de l'information, fédération d'éducation populaire, acteurs de la CSTI, acteurs de l'éducation numérique) : **réunions régulières** (visioconférences) autour de thématiques choisies en concertation.
 - **Soutien de la plateforme ressource « mediaeducation.fr »** portée par l'association Journalisme et citoyenneté, ayant pour objectif l'identification et la valorisation des acteurs de l'EMI et des initiatives sur tout le territoire.
- **Tutelle d'un opérateur aujourd'hui très investi sur le développement de l'esprit critique, Universciences :**
 - Baromètre de l'esprit critique
 - Offre de formations en médiation scientifique/esprit critique
 - Offre d'ateliers en direction des scolaires prioritairement
 - Printemps de l'esprit critique
 - Websérie *Infox ? Ripostes !*
- **Soutien direct aux acteurs de l'EMI ayant un rayonnement national, pour des projets pouvant avoir un effet levier :**
 - **formation** des professionnels (enseignants, professionnels de l'enfance et de la jeunesse, de l'éducation, journalistes, professionnels de la médiation, professionnels des bibliothèques...)

- production **d'outils/ressources** (plateformes, jeux, mallettes...)
- développement **d'outils/méthodologies d'évaluation** et de mesure d'impact

3. L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION APPARAÎT COMME L'UN DES DOMAINES PRIORITAIRES D'ACTION DE L'ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE DANS LE PROJET ANNUEL DE PERFORMANCE POUR LE PROJET DE LOI DE FINANCES INITIALE POUR 2023 : COMMENT CES DEUX ENJEUX ÉDUCATIFS SONT-ILS CONCILIÉS DANS LES ACTIONS D'EAC ?

L' EAC comprend plusieurs volets et objectifs, dont le **développement de l'esprit critique**, auquel contribuent :

- les actions de culture scientifique et technique
- l'éducation aux images
- l'éducation aux médias et à l'information.

Ce volet nourrit **la dimension « culturelle » de l'EAC** : si la culture est ce qui permet à chacun d'exprimer son humanité, de **s'épanouir dans sa singularité en lien avec les autres, donc d'être pleinement acteur de la société, d'être citoyen**, l'éducation aux médias et à l'information est nécessairement en lien étroit avec l'EAC.

Le droit à l'éducation et le droit à l'information sont des droits culturels.

Très concrètement, des **projets d'EAC** peuvent :

- **partager des objectifs communs** de décryptage et compréhension du monde avec l'EMI, et contribuer au développement des compétences nécessaires à une lecture critique de l'information (compétences psychosociales...) ;
Par exemple l'éducation aux images, qui s'inscrit dans un cadre beaucoup plus large, artistique et culturel (cinéma, photographie, arts visuels en général), mais partage de nombreux enjeux avec l'EMI stricto sensu (ce qui explique que les deux relèvent des mêmes crédits dans le PAP)
- **comprendre un volet EMI**
Par exemple, un projet de création de média en lien avec des pratiques artistiques, amenant à travailler la production d'une information à partir d'une expérience artistique et/ou culturelle vécue.
- **Etre des projets d'EMI** : ateliers de pratique, de création de média, ...

Attention : Même si aujourd'hui une majorité d'action d'EMI visent l'enfance et la jeunesse, et s'articulent donc étroitement avec l'EAC, l'EMI ne se résume pas à ce seul aspect, comme cela a déjà été expliqué auparavant, et vise tous nos concitoyens, à chaque étape de leur parcours de vie.

La priorité pour le MC dans les années à venir va porter sur le développement des actions en direction des publics adultes, qui sont tout autant, voire plus impactés, que les publics jeunes par les problématiques relevant de l'EMI, mais qui sont beaucoup plus difficiles à toucher.

QUEL PEUT ÊTRE LE RÔLE DU PASS CULTURE DANS LE CHAMP DE CE DOMAINE PRIORITAIRE D'ACTION ?

Le Pass Culture va jouer sans conteste un rôle important dans le développement de sessions et d'ateliers d'EMI en milieu scolaire.

L'EMI est un des domaines d'activité éligibles pour la part collective du pass Culture : cette dernière pourra donc permettre de financer des actions d'EMI : ateliers, rencontres avec des journalistes et professionnels de l'informations, etc...

Des propositions peuvent également être faites, gratuites ou payantes, pour la part individuelle dès 15 ans : cela peut constituer un véritable levier de mobilisation des jeunes.

La DG2TDC œuvre à l'accompagnement des professionnels pour la prise en main de l'outil, en lien permanent avec le MENJ et la SAS pass Culture :

- Vademecum ;
- Diffusion d'informations via notre réseau de partenaires nationaux ;
- Accompagnement des acteurs territoriaux par les DRAC et les chargés de territoires pass Culture pour le processus de référencement et l'éditorialisation des offres.

4. POUVEZ-VOUS REVENIR SUR LE PLAN D'EDUCATION AUX MEDIAS ET A L'INFORMATION MIS EN PLACE PAR LE MINISTERE DE LA CULTURE ET DOTE DE 3 MILLIONS D'EUROS : QUELLES ACTIONS CE PLAN SERT-IL A FINANCER ?

Il est structuré autour de **deux volets** :

- **La consolidation d'acteurs déployant des actions au niveau national**, notamment avec effet de levier :
 - Interventions d'EMI dans de multiples régions
 - Formations de formateurs / qualification des professionnels de tous les secteurs concernés
 - Outils : sites, applications, productions audiovisuelles, mallettes, spectacles, etc.
 - Méthodologies et outils d'évaluation

L'administration centrale (DG2TDC) pilote ce volet.

- **Le soutien au déploiement opérationnel d'actions au plus près des territoires** : résidences, ateliers, projets éducatifs...

Ce volet est géré par les DRAC

Consolidation du réseau national :

- **Soutien aux associations de professionnels de l'information** (journalistes, photo-journalistes, dessinateurs de presse) menant des actions d'EMI, en milieu scolaire et de manière croissante hors milieu scolaire.
- **Soutien aux associations d'éducation populaire et de jeunesse**, qui permettent de toucher, en plus du public scolaire, des publics jeunes hors milieu scolaire et des publics adultes, généralement par le biais de pédagogies actives.
- **Soutien au développement de l'EMI dans les bibliothèques**, qui permettent de toucher à la fois des publics jeunes et adultes, avec comme priorité la formation à l'EMI des professionnels des bibliothèques.

- **Soutien à la valorisation des actions menées par les médias** en matière d'EMI, en particulier l'audiovisuel public (Radio France, France TV, France Médias Monde) et la presse (APIG / APEM).
- **Soutien aux acteurs de la culture scientifique technique et industrielle (CSTI)** pour lutter de manière accrue contre la désinformation scientifique.

Cf. Liste jointe en annexe des structures et projets soutenus par la DG2TDC en 2022

Soutien des actions au plus proche des territoires

- Résidences de journalistes (depuis 2016)
- Projets / ateliers / développement de ressources territoriales (renforcé depuis 2018)

Cf. Exemples dans le document annexe d'une sélection de projets soutenus par les DRAC

QUELLE ANNEE CE PLAN A-T-IL ETE POUR LA PREMIERE FOIS MIS EN ŒUVRE, ET QUELLE A ETE EVOLUTION DE SES MOYENS BUDGETAIRES DEPUIS LORS ?

Année de mise en œuvre : 2018

Montant : 3M€

Répartition : la moitié des crédits est gérée au niveau national (administration centrale), la moitié est gérée par les DRAC (crédits déconcentrés en gestion en 2018, 2019, puis mis en base dans les budgets des DRAC à partir de 2020). Une enveloppe de 500.000 € avait par ailleurs été déconcentrée et mise en base en 2016 pour le soutien aux résidences de journalistes.

Le niveau est resté constant entre 2018 et 2022.

Mais des crédits complémentaires dans le croisement avec les autres politiques/dispositifs ont pu être mobilisés par les DRAC (EAC, éducation à l'image, été culturel, politique de la ville...)

5. COMMENT LES ACTEURS SUBVENTIONNES SONT-ILS CHOISIS DANS LE CADRE DU PLAN EMI ? COMMENT LE MINISTERE DE LA CULTURE TRAVAILLE-T-IL AVEC LES ACTEURS LOCAUX ?

a. Les appels à projets (AAP)

- Au niveau national en 2019, 2020 et 2021 (outils, formations, ressources)
- Pour la majorité des DRAC (projets, actions)

Objectifs : renouveler les acteurs et les propositions.

Biais des AAP : la lourdeur et la difficulté de réponse à la diversité des AAP peut favoriser les acteurs rompus à l'exercice et décourager un nombre croissant d'autres acteurs.

Constat au niveau national : au bout de trois ans, un moindre renouvellement des candidatures et un besoin de consolidation des projets initiés ont été constatés. Nous avons sans doute atteint un certain seuil critique d'identification des acteurs ayant la capacité à

rayonner au niveau national. En 2022, la DG2TDC n'a donc pas relancé de nouvel AAP national et a procédé à une phase de consolidation après réalisation d'un bilan partagé des projets soutenus par les AAP précédents.

Pour équilibrer le travail dans la durée et continuer à pouvoir identifier de nouveaux acteurs et projets, nous réfléchissons à conserver un AAP mais avec une temporalité différente (tous les deux ans) ou avec des thématiques plus ciblées ;

Fonctionnement de l'AAP national :

- Diffusion large au niveau national et relais au niveau territorial par les DRAC
- Jury : représentants du MC (DG2TDC, DGMIC, DRAC), interministériel (CLEMI, DNE, CIPDR, ministère solidarités) et personnalités qualifiées (universitaires, acteurs associatifs, professionnels de l'information...)

b. Veille et accompagnement dans la durée pour ancrer l'EMI dans le paysage éducatif et culturel

L'identification des acteurs, hors AAP, au niveau national (DG2TDC, DGMIC) et territorial (DRAC) est permanente :

- **Veille des services et sollicitations spontanées** et régulières d'acteurs
- **Rencontres et accompagnement** pour la formulation de projets
- **Comités internes** ad hoc pour l'attribution des subventions (DG2TDC/DGMIC en centrale, inter-conseillers et pôles en DRAC).
- **Entretiens de bilan annuels de toutes les structures soutenues au niveau national** par la DG2TDC.

A noter en DRAC : le soutien aux actions via l'ensemble des autres AAP et dispositifs pouvant intégrer des projets EMI : EAC, Culture/ Santé, Culture/Justice, Actions en territoires prioritaires (QPV, Petites villes de demain, etc.), Eté culturel...

Cela permet à la fois une mutualisation des pratiques, un accompagnement dans la durée et l'identification régulière de nouveaux acteurs dans des champs diversifiés.

6. DE FAÇON PLUS LARGE, COMMENT LES OBJECTIFS DE L'EMI DOIVENT-ILS SELON VOUS ETRE INTEGRES DANS LES MISSIONS DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC ?

(Réponse rédigée par le Bureau du secteur audiovisuel public de la DGMIC)

Même si elles ne relèvent pas de la catégorie des opérateurs du ministère de la culture, les entreprises de l'audiovisuel public jouent déjà un rôle important en matière d'éducation aux médias et à l'information, en vertu de la loi modifiée du 30 septembre 1986¹. Ces missions sont précisées (à l'exception d'Arte France compte tenu de son statut spécifique) dans leurs cahiers des missions et des charges qui font l'objet d'un rapport annuel réalisé par l'ARCOM.

Par ailleurs, l'engagement dans la lutte contre les fausses informations et en faveur de l'éducation aux médias font partie des objectifs communs aux entreprises dans le cadre des contrats d'objectifs et de moyens 2020-2022.

¹ L'article 43-11 de la loi du 30/09/1986 prévoit que France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et Arte France « concourent [...] à l'éducation à l'audiovisuel et aux médias »

Les entreprises de l'audiovisuel public diffusent des programmes, des outils numériques voire des programmes d'intervention en milieu scolaire (comme Interclass' pour Radio France) dédiés à l'éducation aux médias. Elles participent enfin à la Semaine de la presse et des médias à l'école.

La manière dont les entreprises de l'audiovisuel public pourraient prolonger voire amplifier leurs engagements en matière d'EMI devrait être abordée dans le cadre des discussions en vue de l'élaboration de la prochaine génération de COM. Cette question sera nécessairement abordée en tenant compte de la trajectoire de moyens qui sera définie pour le secteur.

Mission flash « Education critique aux médias »

Mme Nathalie Sonnac, professeure d'université, présidente du Conseil d'orientation et de perfectionnement (COP) du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (Clémi)

Introduction

J'ai pris ces nouvelles fonctions de la présidence du COP du Clémi en mars dernier, dans un contexte qui ne ressemble plus beaucoup à celui d'il y a 40 ans, quand le Clémi a été créé par le professeur Jacques Gonnet, le Clémi fête ses 40 ans cette année.

Le contexte dans lesquels nous sommes tous plongés c'est celui d'un big bang médiatique il est lié en partie à l'arrivée des médias sociaux, de la détention d'un Iphone par près de 90% de la population et notamment les plus jeunes et une prolifération de désinformations (*fake news*) voire de manipulation de l'information qui semble exponentielle. Un sondage Harris-Challenge réalisé en octobre 2021 nous dit que 29% des français pensent que les élections françaises sont faussées.

Nous sommes tous confrontés, et notamment les élèves, à un flux d'informations issues d'une très grande diversité d'acteurs, et on y accède via une multiplicité de supports. Distinguer les faits des interprétations, savoir ce qu'est une information ; une désinformation, comment lutter contre, comprendre la fabrique et la diffusion de l'information... La place de l'EMI - l'éducation aux médias et à l'information – dans les programmes n'est plus à démontrer mais plutôt à renforcer.

Le **COP du CLEMI** est une instance qui comprend 3 collèges

- 1) un collège de 20 membres représentant **des pouvoirs publics** (de la dgmic à la direction de la mission laïque, en passant par l'enseignement à distance et évidemment la direction du Clémi et le réseau Canopé),
- 2) un collège de 20 membres représentant **du système éducatif** et enfin
- 3) un collège de 20 membres représentant **des professionnels de l'information et de la communication** (groupes de l'audiovisuel public, le régulateur l'Arcom, le groupe Bayard presse...).

Nous avons intégré de nouveaux membres notamment le Ministère des Solidarités et de la Santé (au travers de la direction générale de la cohésion sociale), l'association e-Enfance pour renforcer notre action de prévention en direction des enfants, des adolescents, des jeunes et de leurs familles.

La mission du COP :

- Accompagner le CLEMI dans ses orientations stratégiques ;
- Fédérer les acteurs de l'EMI au service de l'EMI, en phase avec les priorités ministérielles et gouvernementales ;
- Favoriser la remontée d'informations sur les actualités de l'EMI entre tous ses membres ;
- Garantir au CLEMI une forme d'autonomie dans la conduite de son projet.

Dans ce contexte, le COP a la responsabilité de collectivement renforcer l'éducation aux médias et à l'information et le traduire dans les faits par une mobilisation de l'ensemble de ces acteurs.

Une des spécificités du CLEMI (en sa qualité de centre de liaison) dans sa relation avec les acteurs du secteur presse et médias dans leur pluralité et le respect de leur indépendance. Cette spécificité marque une forme d'exception française qui a toujours conçu **l'EMI comme une co-construction entre acteurs de l'enseignement et des médias**.

Nombre de pays, - y compris des régions avancées en EMI comme le Québec, - sont extrêmement attentifs à cette spécificité française qui s'est accélérée après l'attentat du 7 janvier 2015 contre *Charlie Hebdo*.

Cette relation s'illustre par l'engagement de la quasi-totalité des médias français, publics et privés, auprès du CLEMI, à l'occasion de la Semaine de la presse et des médias dans l'École (1800 partenaires, 270 000 enseignants, 4,5 millions d'élèves mobilisés), mais aussi de l'ensemble des activités de

formations pour les enseignants, de productions et de valorisation de ressources éducatives ou d'autres actions éducatives comme Médiatiks ou #ZéroCliché.

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) selon vous ?

L'objectif est de « former des citoyens libres et éclairés ». La loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de juillet 2013 précise : "*L'éducation aux médias initie les élèves à l'usage raisonné des différents types de médias et les sensibilise aux enjeux sociétaux et de connaissance qui sont liés à cet usage.*"

S'il fallait résumer : apprendre aux élèves à développer leurs capacités d'analyse critique de tout type de contenu sur tout type de supports.

En lien avec la lutte contre les fausses informations, l'EMI vise aussi à la maîtrise de l'information (accès, évaluation, utilisation éthique) et l'éducation aux médias (capacité à comprendre les fonctions des médias, comment elles sont exercées, comment elles sont utilisées). Depuis les années 90, l'EMI consiste à comprendre également comment se fabrique l'info, sa circulation et son traitement. La lutte contre la radicalisation, la haine en ligne, la protection des données personnelles, l'engagement pour le développement durable sont devenus prioritaires.

Lutte pour une information de qualité. Elle est un enjeu crucial, questionnant notre capacité à évaluer sa pertinence et sa fiabilité. La maîtrise des codes, des langages et des pratiques numériques sont indispensables. Dans un des rapports de l'UE monte que l'EMI diminue la vulnérabilité des élèves face aux fausses informations. Il n'existe pas de démocratie sans espace public et sans **information de qualité**.

On constate que la culture et l'éducation sont des domaines régaliens très largement investis par les GAFAs. Dans un article paru dans l'ouvrage *Le manuel du journalisme*, Virgine Sassoon directrice adjointe du Clémi, rappelle l'importance de l'acquisition d'une culture médiatique (connaissance des médias, de leur fonctionnement), culture informationnelle (process de production, de diffusion, de distribution de l'information) et d'une culture sociale et citoyenne (droits et devoirs) qui doivent faire partir aujourd'hui du process d'apprentissage des plus jeunes.

2. Comment l'EMI s'articule-t-elle concrètement dans la scolarité des élèves avec le parcours citoyen et l'éducation artistique et culturelle ?

L'EMI est présente dans le système éducatif depuis plus de 60 ans. Pendant plusieurs décennies cet enseignement transversal s'est réalisé sur l'initiative libre d'enseignants suffisamment en confiance pour mener des activités pédagogiques en EMI.

L'EMI qui est indispensable pour préparer à l'exercice de la citoyenneté en démocratie est un pilier du parcours citoyen de l'élève qu'il revient à l'ensemble des enseignants de tous les champs disciplinaires d'assurer, en liaison avec les professeurs documentalistes.

L'intégration de l'EMI dans le "socle" (socle commun de connaissances, de compétences et de culture) a permis ces dernières années la structuration de référentiels, dont le référentiel de compétences à destination des formateurs et des enseignants produit par le CLEMI.

Plusieurs réformes des programmes menées ces dernières années ont permis de renforcer la place de l'EMI dans les programmes :

- Réforme de l'EMC (enseignement moral et civique) en 2015 ;
- Réforme des programmes du collèges en 2015, avec la mise en place des EPI – enseignements pédagogiques interdisciplinaires (EPI) inégalement mis en œuvre dans les établissements ;
- Réforme des programmes du lycée (2019) introduisant de l'EMI dans les nouveaux enseignements :
 - o Programmes de 2^{nde} générale (exploration, littérature et communication : enjeux et perspectives),
 - o Programmes de 2^{nde} professionnelle (français) ;

- Programmes de 1^{ère} générale (EMC).
- Réforme du baccalauréat renforçant les enjeux de compétences orales ;
- Entrée en vigueur du cadre de référence des compétences numériques (CRCN) dans lequel l'EMI est omniprésente.

3. Comment améliorer la continuité des enseignements d'EMI tout au long de la scolarité des élèves ?

Il faut améliorer le pilotage de l'EMI afin que chacun, dans ses fonctions et responsabilités au sein du système éducatif, comprenne les enjeux et s'impliquent dans la mise en œuvre de cet enseignement.

Il faut également poursuivre l'effort conséquent de formation des enseignants réalisé par le Ministère ces dernières années au travers :

- des Plans nationaux de formation (PNF) coproduits avec le CLEMI.
- des Plans académiques de formation (PAF) dans les territoires au sein desquels l'EMI se développe très fortement et dans des formats innovants (exemple du Tour de France l'EMI et de la citoyenneté numérique porté par France Télévisions en partenariat avec le Ministère et son opérateur le CLEMI) ;

Il faut poursuivre l'effort de structuration de l'EMI entrepris par le CLEMI et de plus en plus soutenu par le Ministère :

- Réalisé : la publication en 2022 des deux vadémécums « EMI » et « webradio », avec l'ambition de renforcer l'appropriation de l'EMI par l'ensemble des acteurs de l'Education : corps d'inspection, personnels de direction, chefs d'établissement, professeurs des écoles, enseignants de tous les champs disciplinaires, personnels d'éducation et d'enseignement, familles.
- Production d'un référentiel de compétences « élèves » en EMI (en cours) ;

Le rôle et la place des professeurs documentalistes méritent eux aussi d'être mieux reconnus car ce sont très souvent eux qui permettent la réalisation d'activités pédagogiques en interdisciplinarité, par exemple autour de la production d'informations par les élèves dans des médias scolaires (journaux, blogs, web radios ou encore web TV).

Il y a une réflexion de fond à mener pour mieux faire connaître leur spécificité et faire évoluer les CDI en les adaptant aux enjeux des usages numériques et des pratiques informationnelles.

4. De quelle façon l'EMI peut-elle selon vous éviter l'écueil d'apparaître aux élèves comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel ?

L'EMI n'est pas perçue de la sorte par les élèves qui découvrent le plus souvent les réalités d'un système de l'information et des médias dont ils ignorent à peu près tout.

En leur faisant produire l'information, dans le cadre des activités des médias scolaires, ils deviennent acteurs et se confrontent aux exigences que requiert cette fabrique en termes de questionnement et de croisement des sources, de hiérarchisation et de mise en forme de l'information, etc.

La découverte de la presse et des médias, par l'intervention de professionnels dans les salles de classe ou par la visite d'une salle de rédaction, d'une régie et d'un studio radio ou TV, d'un Youtube space ou de tout autre lieu où se construisent des contenus, contribuent à cet apprentissage.

5. Que pensez-vous du budget consacré par le ministère de l'Éducation nationale à l'éducation aux médias et à l'information ? par le ministère de la Culture ? Quelle est votre appréciation de l'évolution des moyens dévolus à l'EMI ces dernières années ? le caractère interministériel de cette action publique est-il selon vous suffisamment développé ?

La circulaire du 24 janvier 2022 diffusée par le Ministère de l'Éducation nationale réorganise les organigrammes académiques en instaurant un **nouveau Réseau de référents académiques EMI**.

Leur rôle premier, installer au sein de chaque rectorat **une cellule académique EMI** composée des représentants des corps d'inspection des 1^{er} et 2nd degrés, des coordonnateurs académiques du CLEMI et de l'ensemble des délégations académiques (art et culture, numérique).

Cette réorganisation s'accompagne d'un renforcement des moyens dévolus aux coordonnateurs académiques du CLEMI avec a minima un ETP pour le 1^{er} degré et un ETP pour le 2nd degré.

Cette circulaire donne des moyens nouveaux qui étaient attendus et permettent de mieux accompagner les politiques académiques en EMI sous la responsabilité et l'autorité des recteurs.

Ces mesures sont renforcées par le soutien financier (subventions) que le Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse apporte à un certain nombre d'organismes agissant dans le domaine de l'EMI, au travers des mouvements d'éducation populaire et des associations, dont certains bénéficient d'un agrément.

Le ministère de la Culture soutient également un certain nombre d'acteurs – en particulier associatifs – via des appels à projets dotés de financements à l'échelon national d'une part, et régional via les DRAC. Les DRAC ont également compétence dans le soutien aux résidences de journalistes en milieu scolaire.

Le ministère de l'agriculture est également présent dans le champ de l'EMI au travers des lycées agricoles où la pédagogie par projet est très présente. Nous pourrions ajouter d'autres ministères pour lesquels l'EMI constitue un élément d'importance, comme le ministère de l'Europe et des affaires étrangères.

Il faut renforcer l'interministériel.

Le non-renouvellement des conventions interministérielles depuis 2018 n'a pas permis de poursuivre l'articulation entre les ministères de l'éducation et de la culture ces dernières années.

De même que le CIPDR – comité interministériel de prévention de la radicalisation – pourrait mieux associer les acteurs institutionnels à sa démarche, dont le CLEMI.

6. Quelles sont les actions supplémentaires nécessaires selon vous pour former les professeurs, notamment dans le cadre de la formation continue, à l'éducation aux médias et à l'information ?

L'expérimentation menée avec France Télévisions dans le cadre des PAF est susceptible d'être dupliquée avec d'autres opérateurs du secteur de la presse, des médias et sans doute aussi des industries numériques.

Par ailleurs, le CLEMI a formé près de 4500 enseignants autour de sa ressource "**Classe Investigation**", un jeu éducatif conçu en miroir avec les enjeux de compétences et de connaissances en EMI.

Les formats évoluent, avec de nouvelles manières d'appréhender la formation continue en EMI expérimentées par le CLEMI et ses partenaires. Ces innovations doivent s'insérer dans les écoles académiques de la formation continue (EAFC) qui visent à faciliter l'accès à une formation continue davantage diplômante pour tous les personnels.

Au niveau de son équipe nationale, le CLEMI peut également déployer ces nouveaux formats au sein des ateliers Canopé répartis sur l'ensemble du territoire.

7. Quelle intégration des objectifs de l'EMI pour le cycle 1 : comment concilier l'éducation aux médias et les recommandations quant au temps d'exposition des plus jeunes enfants aux écrans ?

Les recommandations relatives au temps d'exposition aux écrans des jeunes enfants s'articulent de manière cohérente avec les objectifs de l'EMI pour le cycle 1 (tels que définis par le CLEMI). **En résumé**, les recommandations des experts pour les 3-6 ans sont : **un temps limité et un usage accompagné**.

Les principaux objectifs d'une EMI en cycle 1 viennent appuyer et renforcer ces recommandations :

- découvrir et utiliser les médias de manière adaptée ;
- échanger et réfléchir avec les autres (1ères productions autonomes d’écrits) ;
- découvrir les fonctions de l’écrit et de l’image

Dans une perspective de co-éducation, l'école peut favoriser la prévention à la surexposition aux écrans et la sensibilisation à un usage raisonné et créatif à travers des ateliers proposés aux parents et des ressources sur l'ENT / blog de l'école. Les ressources "Famille Tout-Ecran" du CLEMI sont conçues comme des outils de médiation et d'information pour soutenir la parentalité à l'ère du numérique.

8. Comment renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus destinés à l’EMI de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi ? Quel bilan faites-vous de la plateforme Lumni à cet égard ?

Il existe à présent un cadre commun d’exécution et des objectifs propres à chacun des trois groupes audiovisuels publics : FTV, Radio France et FMM, pour la période 2020-2022.

La plateforme éducative Lumni est inscrite dans le COM commun des trois opérateurs. L’avis de l’Arcom sur les objectifs à atteindre au regard des critères établis, a été jugé atteint partiellement par les groupes. (Sources. 2 tableaux issus du Rapport d’activités, Arcom, 2022).

Réalisation en 2021 des objectifs du COM

	France Télévisions	Radio France	France Médias Monde
Indicateurs spécifiques à chaque société			
Indicateur n° 6	<i>consolider la confiance dans l'information</i> atteint	<i>proposer une offre audio de service public à la pointe des nouveaux usages de la radio et de l'audio</i> à moitié atteint	<i>assurer des missions internationales plus essentielles que jamais et porter les valeurs démocratiques dans le monde</i> à moitié atteint
Indicateur n° 7	<i>une offre éducative et divertissante riche pour les jeunes publics</i> à moitié atteint	<i>informer et faire vivre le débat public en proximité avec les français</i> atteint	<i>promouvoir la francophonie dans un monde plurilingue</i> à moitié atteint

Selon l’Arcom, les sociétés de l’audiovisuel public ont coopéré en 2020 pour la mise en place de la plateforme Lumni, une offre éducative de continuité pédagogique. La plateforme semble moins utilisée qu’en 2020, lorsque la crise sanitaire suscitait un besoin important de vidéos éducatives. L’objectif du COM consistant à dépasser en 2021 les audiences exceptionnelles de l’année 2020 n’a donc pas été rempli

Indicateur 2.1 - Audiences ou évolution des offres en partenariat

	2019	2020	2021	Objectif COM 2021	Objectif COM 2022
<i>franceinfo:</i>					
Couverture hebdomadaire (Cross média : TV + supports numériques propriétaires) (en millions)	21,5	26,5	25,4	≥ 2019	≥ 2019
Lumni Milliers de visiteurs uniques/mois	558	1 700	1200	≥ 2020	≥2021

9. Quel place le service public de l'audiovisuel doit-il prendre selon vous dans l'effort de renforcement de l'EMI, et de quelle façon ?

Ces groupes disposent d'obligations renforcées en matière d'EMI (issues de la loi du 30 septembre 1986 révisée) qui figurent dans leurs cahiers des missions et des charges.

Les groupes de l'audiovisuel public sont aujourd'hui tous impliqués dans l'EMI. Ils assument plus fortement leur responsabilité sociale dans le domaine de l'éducation, en particulier depuis l'attentat contre Charlie Hebdo.

Dans son dernier rapport annuel sur l'EMI, l'ARCOM salue notamment « le renforcement d'actions communes (entre ces groupes) et le développement de nouvelles synergies (ex : création d'une plateforme de vérification des faits », « Vrai ou fake » et la signature du Pacte commun pour la jeunesse)".

Tous travaillent également avec le CLEMI qui leur permet de mettre en œuvre leurs actions et leurs programmes au plus près du terrain des enseignants et des élèves.

10. Pouvez-vous préciser le rôle du Conseil d'Orientation et de Perfectionnement (COP) du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI) ? Quels sont les objectifs de votre présidence ?

Cf. propos introductif

Newsback

L'éducation critique aux médias est un sujet important en France, comme dans de nombreux autres pays. L'objectif de l'éducation critique aux médias est de permettre aux individus de développer leur esprit critique et leur capacité à analyser et à comprendre les médias, afin qu'ils puissent prendre des décisions éclairées et faire preuve de discernement dans leur consommation de l'information. Cela peut aider à prévenir la désinformation et à promouvoir la liberté d'expression et la démocratie.

Nous rappelons ici que les fausses informations, résultant d'une volonté de tromper à des fins polémiques, idéologiques ou mercantiles, submergent l'espace public où elles se propagent six fois plus rapidement que les informations vraies, selon une [étude du Massachusetts Institute of Technology \(MIT\)](#).

Il existe plusieurs études sur le niveau de l'éducation aux médias en France et en Europe. L'Union européenne a mené une étude en 2016 intitulée "L'éducation aux médias et à l'information en Europe : bilan et perspectives", qui a examiné l'état de l'éducation aux médias dans différents pays de l'Union européenne. Selon cette étude, la plupart des pays de l'Union européenne ont mis en place des programmes d'éducation aux médias dans les écoles, mais ils varient considérablement en termes de contenu et de durée. En France, l'éducation aux médias fait partie des programmes scolaires de l'école primaire et du collège, et il existe également des initiatives de sensibilisation organisées par des organisations privées et des universités.

Il est possible d'aller plus loin. L'éducation critique aux médias peut inclure l'apprentissage de la manière dont les médias sont produits et diffusés, ainsi que de l'impact qu'ils ont sur la société. Cela peut également inclure l'apprentissage des techniques utilisées pour influencer les opinions et les attitudes des gens à travers les médias, ainsi que de l'importance de vérifier l'exactitude de l'information avant de la partager ou de la croire.

Comme précédemment évoqué, en France, l'éducation critique aux médias est souvent enseignée dans les écoles et les universités, mais elle peut également être dispensée par des organisations non gouvernementales et des médias indépendants.

Il y a plusieurs façons de renforcer l'éducation critique aux médias en France :

- Intégrer l'éducation critique aux médias dans les programmes scolaires pour aider les jeunes à développer leur esprit critique et leur capacité à analyser les médias dès leur plus jeune âge.
- Sensibiliser les parents et les enseignants aux enjeux de l'éducation critique aux médias, afin qu'ils puissent soutenir les efforts de l'école en la matière.
- Favoriser l'accès à des sources d'information diverses et fiables et aider ainsi les individus à mieux comprendre les enjeux et à prendre des décisions éclairées.
- Mettre en place des initiatives de sensibilisation comme des campagnes de communication, des ateliers ou des conférences pour aider à promouvoir l'éducation critique aux médias auprès du grand public.
- Encourager la création de médias indépendants pour favoriser la diversité des points de vue et aider à garantir la liberté de la presse.

Le secteur privé peut également avoir son rôle à jouer pour renforcer l'éducation critique aux médias en France.

Cela peut passer par le soutien, pas forcément financier, d'initiatives visant à promouvoir l'éducation critique aux médias, la mise en place de programmes de formation pour aider les employés à développer leur esprit critique et leur capacité à analyser les médias, l'accès favorisé à des sources d'information diverses et fiables sur les lieux de travail, l'encouragement à la diversité des points de vue au sein de l'entreprise ou encore la mise en place de politiques de lutte contre la désinformation au sein de l'entreprise, par exemple en encourageant les employés à vérifier l'exactitude de l'information avant de la partager.

Le cas échéant, l'utilisation d'outils en ligne pour ce dernier peut être promu. Newsback peut justement remplir ce rôle.

Newsback offre aux professionnels des médias, aux entreprises, aux institutions et aux citoyens, la capacité de situer instantanément l'origine des informations auxquelles ils sont confrontés.

D'un accès facile, Newsback s'utilise aussi aisément qu'un moteur de recherche. Il suffit de déposer un document (texte ou image) dans la barre de recherche de son interface web. Tout citoyen pourra également transférer un message reçu dans WhatsApp à Newsback et recevoir dans WhatsApp les informations relatives à l'historique du contenu du message.

Ce type de requête permet d'identifier immédiatement la source et le statut, de l'information originaire ou dérivée, de retracer son parcours, de détecter les *fake news* sur les textes, les montages sur les images et les *deep fakes* sur les vidéos. Les requêtes se font dans un périmètre s'étendant à l'Europe.

Newsback exploite les moyens éprouvés d'une couverture complète de la presse écrite, de la radio et de la télévision, et du web soutenue par un investissement constant dans les technologies de l'intelligence artificielle, de la reconnaissance automatique de la parole et de l'indexation.

Paris, le 16 février 2023

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Table-ronde secteur de l'audiovisuel

Mercredi 7 décembre 2022

Radio France

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) ?

Depuis une vingtaine d'années, la révolution numérique a dérégulé notre rapport à l'information. L'avènement de nouvelles technologies, qui se sont rapidement imposées dans les usages, a enrichi notre écosystème informationnel tout en le fragmentant. **La multiplication des canaux d'information a rapidement montré ses effets pervers**, à l'image de la prolifération des infox et des théories complotistes sur les réseaux sociaux.

Dans ce nouvel écosystème particulièrement instable, **l'éducation aux médias et à l'information est un rempart indispensable aux dérives et autres manipulations de l'information.** Radio France en a fait une priorité stratégique.

Pour Radio France **l'enjeu est de permettre aux élèves de découvrir les coulisses du métier de journaliste, de les initier au reportage et au travail de terrain et de les accompagner dans l'exercice de la pratique journalistique.** Et aussi de **forger leur sens critique et de les faire grandir en étant informés, libres de leur choix en citoyens éclairés** : comment identifier les sources fiables, écouter le contradictoire et argumenter, savoir débattre sans animosité et construire un raisonnement à partir des faits et non des croyances.

2. Comment ces objectifs doivent-ils selon vous être intégrés dans les missions de l'audiovisuel public ?

A date, l'Education aux Médias et à l'Information ne figure ni dans le cahier des missions et des charges ni dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens de Radio France. C'est à partir de la volonté des journalistes, producteurs et techniciens de Radio France, tous conscients de l'enjeu que représente l'EMI, qu'un dispositif a pu s'imaginer. Il est important de souligner que **sans moyens alloués à l'EMI, l'organisation reste fragile.**

L'ouverture à venir des travaux sur les prochains COM de l'audiovisuel public doit être l'occasion de faire de l'EMI l'une des priorités stratégiques de l'audiovisuel public.

3. *Quelle peut en être l'approche pour les acteurs privés du secteur ?*

Comme le soulignait l'ARCOM dans son rapport sur l'Education aux Médias et à l'Information pour l'exercice 2021-2022, **les acteurs privés du secteur sont pleinement mobilisés pour l'éducation aux médias.**

L'Arcom veille depuis 2020 à ajouter une stipulation en la matière dans les conventions qu'elle signe avec ces dernières. Ainsi, un éditeur doit : « [...] [transmettre] chaque année à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique des éléments d'information relatifs à son action, ou celle du groupe auquel il appartient, en vue de contribuer à l'éducation aux médias et à l'information. »

4. *Quels sont vos liens avec les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture pour l'accomplissement de ces objectifs ? Avec le CLEMI ? Ces liens sont-ils nationaux/locaux ? Peuvent-ils être améliorés pour accroître la portée de vos actions ?*

Les liens avec le CLEMI sont solides et toutes les actions EMI sont coordonnées ensemble, qu'il s'agisse des dispositifs antennes (InterClass', Pod'classe, France Bleu Classe Média), des ateliers pédagogiques ponctuels ou des plans de formation pour les enseignants. Les liens sont à la fois nationaux pour construire la nature des partenariats, mais aussi locaux quand il s'agit de monter des opérations en région. Dans le cadre de chaque inspection académique du CLEMI dans les territoires, nous choisissons des établissements partenaires dans lesquels les équipes peuvent travailler. Un enseignant n'est pas un journaliste et un journaliste ne peut se substituer à un enseignant. C'est le maillage des deux avec l'élaboration d'un projet pédagogique qui compose le programme d'Education aux Médias et à l'Information.

Le CLEMI fêtera ses 40 ans à Radio France ce 23 mars 2023, symbole de la forte collaboration qui nous unit autour des mêmes objectifs

5. *Pouvez-vous présenter les différents programmes et dispositifs mis en œuvre par votre organisation et visant à contribuer à l'EMI ?*

Les antennes de Radio France accompagnent **depuis 15 ans des milliers d'établissements scolaires** à travers plusieurs dispositifs complémentaires qui permettent un maillage territorial le plus fin possible au regard des moyens disponibles.

- **InterClass'** est le dispositif emblématique d'Education aux Médias et à l'Information de France Inter' créé à la suite **des attentats de Charlie Hebdo en 2015**.
 - Il mobilise chaque année et pendant **9 mois**, journalistes, producteurs, enseignants, collégiens et lycées.
 - Les objectifs du dispositif sont :
 - De faire découvrir aux jeunes les coulisses du métier de journaliste ;
 - De les initier au reportage et au travail de terrain ;
 - De les accompagner dans l'exercice de la pratique journalistique ;
 - De les aider à forger leur sens critique et ainsi à grandir en étant informé, libre de leur choix en citoyen éclairé.
 - Au total, **une vingtaine d'établissements scolaires** situés dans des zones dites quartier prioritaire, des zones rurales, et en outre-mer en ont bénéficié en 2022.
 - **Une plateforme numérique, InterClass'Up**, a également été créée pour que les enseignants, journalistes et élèves puissent se saisir d'InterClass' partout en France.

- Durant la crise sanitaire, nous avons relevé que **les classes suivant le dispositif ont été celles qui ont connu le plus faible taux d'absentéisme** dans leur établissement. C'est donc un succès indéniable.
- Depuis la rentrée 2022/2023, un partenariat a été noué avec les écoles de journalisme reconnues par la profession, une douzaine.
- Franceinfo propose également des dispositifs d'éducation aux médias à travers une **déclinaison junior de l'information** :
 - **L'émission Franceinfo Junior**, où un expert répond aux questions d'actualité d'enfants interrogés par des journalistes dans leur classe ;
 - **L'émission Le Vrai du Faux Junior**, lancée en 2022 et construite sur le principe de l'émission Le Vrai du Faux destinée aux adultes ;
 - **Le podcast original Salut l'info !** permet à une génération d'enfants connectés de mieux comprendre et appréhender les informations qui les entourent.
- **Pod'classe** est le dispositif d'éducation aux médias de Mouv' :
 - Il accompagne 18 lycées et collèges répartis sur tout le territoire dans la réalisation de podcasts autour de thématiques générationnelles et d'actualité : écologie, discrimination, questions de genre, réseaux sociaux.
 - A travers ce dispositif, Mouv' renforce encore son statut de plus jeune radio de France.
- **France Bleu Classe Média**, le dispositif d'éducation aux médias de France Bleu :
 - France Bleu intervient directement dans les écoles sur l'ensemble du territoire pour apprendre à créer un média informatif.
 - L'enjeu de proximité qui est la raison d'être des stations locales se retrouve ainsi dans les programmes d'Education aux Médias et à l'Information.

Au total, **3500 élèves** participent chaque année à des ateliers de découverte des médias qui permettent de renforcer la confiance entre les journalistes et les jeunes. **Radio France est le seul média à proposer de tels dispositifs.**

Radio France s'investit également auprès des écoles de journalisme pour inscrire dans les formations l'Education aux Médias et à l'Information. Cela permet d'amplifier les actions et de toucher un plus grand nombre d'élèves.

- L'Education aux Médias et à l'Information a connu un vrai tournant : la crise sanitaire a notamment généré tout un flux de fausses informations et de confusion. Aujourd'hui, **chaque journaliste débutant de la nouvelle génération a intégré que la relation de confiance avec les français et l'éducation aux médias étaient devenues des pans nouveaux et entiers de la profession.** C'est la raison pour laquelle nous voyons désormais de nombreux jeunes candidats à l'exercice. S'inscrivant dans leur cursus de formation, **Radio France joue un rôle majeur en associant les jeunes journalistes à des journées d'initiation théorique à l'éducation aux médias et à ses actions sur le terrain.**
- Dès les premiers jours d'InterClass', au lendemain des attentats contre la rédaction de Charlie Hebdo en 2015, **le partenaire des premiers jours a été l'IPJ-Dauphine** : un étudiant par classe et par groupe était proposé en soutien opérationnel de l'équipe Radio France. Dans ce cadre est apparue nettement **la position d'une jeune génération**

intéressée par l'EMI, des étudiants en journalisme qui ont saisi que dans leur carrière, cette dimension ferait partie intégrante du métier.

- La nouvelle approche avec les étudiants en journalisme est donc de **donner les clés pour tenir une classe** tout en étant briefé en amont et accompagné dans les premières sessions. Pour ce faire, une formation théorique et une application concrète directement en situation sont proposées (formation théorique réalisée en septembre/octobre).
- **Le projet pilote mené avec l'IJBA a donné pleine satisfaction.** Tout d'abord par la simple proximité de l'âge : des étudiants de 23-24 ans en lien avec des lycéens de 15-16 ans forgent une connexion intéressante à développer. Ensuite, l'envie pour une génération de journalistes en devenir de se « sentir représentés » en tant que jeunes. Il y a dans l'ambition d'InterClass' pour 2022/2023, au-delà de l'éducation aux médias, de faire émerger des sujets portés par ces deux générations avec une parole spontanée tout en étant argumentée.
- **10 écoles sur 14 de la Conférence des Ecoles de Journalisme font la rentrée 2022 avec InterClass'.** Les 3 dernières (Cannes, Grenoble et l'IFP) intégreront le dispositif dans les mois qui viennent.

6. *Quels moyens humains et budgétaires consacrez-vous à ces actions ?*

Ces actions EMI sont menées par une centaine de journalistes des antennes de Radio France, bénévolement. Elles représentent donc **un coût non négligeable** pour une entreprise comme Radio France dont l'équilibre économique est particulièrement fragile car il s'inscrit dans une dotation budgétaire en économie depuis 2018. En effet, **chaque journaliste mobilisé pour une action d'EMI doit être remplacé pour permettre la continuité de l'antenne.**

7. *De quelle façon les outils numériques sont-ils mobilisés dans les programmes d'EMI mis en œuvre ?*

Le numérique fait partie des outils que nous utilisons pour rendre accessibles nos programmes d'EMI.

- **La plateforme numérique InterClass'Up** permet par exemple de prolonger l'action de France Inter en modélisant le programme InterClass' pour des enseignants, des journalistes et des élèves partout en France à travers dix séances échelonnées tout au long de l'année scolaire. Des ressources pédagogiques, des exercices pratiques et des tutoriels autour du métier de journaliste sont ainsi mis à disposition : **une boîte à outils complète pour conduire la méthode InterClass' en toute autonomie.**
- **Franceinfo mobilise également le numérique pour déployer son action d'éducation aux médias et à l'information.**
 - A l'image de l'appli franceinfo junior, outil pédagogique d'éducation aux médias qui offre la possibilité aux enseignants et à leurs élèves de comprendre le processus de fabrication de l'info, grâce à l'expertise de l'antenne.
 - Le podcast original « salut l'info ! » coproduit par franceinfo et le magazine Astrapi propose également de décrypter l'actualité de la semaine pour les enfants, sans tabou, de manière pédagogique et informative. Ce podcast met les grandes interrogations sur le monde à la portée des enfants de 7 à 11 ans, tout en s'intéressant à ce qui fait leur propre actualité : l'école, la famille, les amis, les loisirs... Les enfants prennent aussi le micro de ce rendez-vous pour partager leurs questions, coups de cœurs et blagues.

8. *Soutenez-vous les initiatives portées par les associations d'EMI telles que « Entre les lignes », « La Chance », « Lumières sur l'info » etc. ? De quelle façon pourriez-vous envisager de soutenir leur action ou de renforcer ce soutien ?*

Radio France a signé une convention avec « La Chance Média » pour **introduire plus de diversité dans les rédactions mais aussi pour intégrer des journalistes formés en EMI dans les effectifs sur le terrain**. Par ailleurs, nous travaillons avec des associations locales engagées dans l'éducation aux médias (Bretagne et Bourgogne) et avons l'ambition de développer cet axe.

9. *Faut-il concentrer l'EMI sur le public jeune, ou y a-t-il un enjeu à l'élargissement à tous les publics ? Faut-il mener des actions ciblées sur des publics plus spécifiques (notamment les seniors), et comment ?*

L'EMI doit viser le public jeune né avec Internet et les réseaux sociaux.

- Nous devons accompagner cette génération à développer son esprit critique et à naviguer dans notre nouvel écosystème informationnel où se développent les *fake news*.
- C'est l'objectif des principaux dispositifs de Radio France : InterClass', Pod'Classe, France Bleu Classe Média, et la déclinaison junior de l'information par Franceinfo.

Néanmoins, l'EMI ne doit pas s'adresser uniquement à la jeunesse, mais à la population française dans son ensemble.

- **La crise des Gilets Jaunes** a mis en exergue une rupture d'une partie des Français avec les médias.
- Dès lors, l'objectif de retisser un lien de confiance entre les journalistes et les Français concerne aussi bien les jeunes que les adultes.

Forte de ce constat, Radio France propose donc des actions d'éducation aux médias destinées aux adultes.

- **Le rôle de la médiatrice des antennes de Radio France** : Emmanuelle Daviet nommée à ce poste en 2015 a pour mission de renforcer le lien de confiance avec les publics en intensifiant le dialogue entre les chaînes et leurs auditeurs. Cette dernière répond aux questions des auditeurs en leur expliquant les partis pris éditoriaux des antennes. Elle synthétise également les tendances qui se dégagent pour les transmettre aux rédactions et responsables des chaînes.
- **Parlons INFO** : ce dispositif né avant la crise sanitaire visait à créer la rencontre entre les journalistes de Radio France et les publics en région pour échanger autour de l'information, sa hiérarchisation, la définition de ses lignes éditoriales. Ces échanges ne faisaient pas l'objet d'une émission et n'avaient pas vocation à être diffusés sur une antenne : les journalistes ne proposaient pas un débat entre eux mais un échange direct et immédiat avec le public.
- **Franceinfo est partenaire du documentaire « Service Public »** de la journaliste Salhia Brakhlia sorti en novembre 2022 sur les coulisses de la campagne présidentielle au sein de la rédaction de Franceinfo. Un film qui permet de mieux comprendre le métier de journaliste en faisant preuve d'une totale transparence.
- **Nous développons également des actions ciblées vers des publics spécifiques à l'image de nos ateliers handicap et psychiatrie.**
 - Le Département éducation et développement culturel et la Délégation à l'Égalité des chances de Radio France, ont lancé en septembre 2020 des ateliers radio dans un établissement d'accompagnement au travail de personnes handicapées en région parisienne (ESAT de Jouy-le-Moutier), puis dans le centre psychiatrique de l'hôpital de Morlaix Bretagne.

- C'est avec l'aide du matériel et des professionnels de Radio France que les ateliers et émissions se déroulent dans un climat d'écoute mutuelle, d'échanges et de prise de confiance en soi.
- La création de ces ateliers radios s'inscrit dans un mouvement d'inclusion des publics dits « empêchés » à travers le tissu médiatique local, via la diffusion de leurs émissions dans les programmes des radios locales et associatives de leur région.

10. *De quelle façon l'EMI peut-elle selon vous éviter l'écueil d'apparaître aux jeunes comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel ?*

La philosophie des projets de Radio France sur l'Education aux Médias et à l'Information fonctionne sur un mode d'apprentissage horizontal qui permet de tisser des liens de confiance entre les journalistes et les jeunes et donc d'éviter cet écueil. Nous avons en effet à cœur de **mettre en place une pédagogie active pour impliquer les jeunes et interactive pour permettre l'échange**. En aucun cas, les équipes de Radio France arrivent dans une classe avec une attitude verticale. **Ce n'est pas le lien de confiance envers les médias qui est travaillé ici, c'est la confiance de l'élève et sa capacité à s'émanciper**. Chaque dispositif passe par des temps de dialogues et des exercices sur le terrain. Cette méthode demande du temps et se construit sur plusieurs mois, c'est la raison pour laquelle les équipes restent une saison entière dans chaque établissement partenaire.

La qualité des intervenants de Radio France est également un atout pour les projets d'EMI : les journalistes, animateurs et techniciens de Radio France sont en effet mobilisés tout au long de l'année pour transmettre leur savoir-faire et leur expertise.

Durant la crise sanitaire nous avons relevé que les classes qui suivaient le dispositif InterClass' ont été celles qui ont connu le plus faible taux d'absentéisme dans leur établissement, reflétant l'intérêt des élèves pour notre façon de présenter l'Education aux Médias et à l'Information.

11. *Comment renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus destinés à l'EMI de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi ? N'existe-t-il pas un risque d'éparpillement des initiatives ? Cette pluralité constitue-t-elle au contraire une force ?*

La pluralité des dispositifs de Radio France est une force car elle repose sur une politique d'éducation aux médias (EMI) cohérente entre les différentes antennes :

- France inter : InterClass' était initialement focalisé sur les quartiers politiques de la ville (fort de son succès, le dispositif s'est élargi à des établissements agricoles, dans les zones rurales, et en outre-mer).
- Franceinfo : les différents dispositifs de Franceinfo sont destinés à des enfants de primaire.
- Mouv' : Podclasse' vise des adolescents et à soutenir les webradios scolaires.
- France Bleu : France Bleu Classe Média est déployé sur l'ensemble du territoire pour prolonger le travail de proximité des 44 stations locales.

Renforcer l'éducation aux médias et à l'information est un enjeu structurant pour Radio France.

- Cela passe par la coordination des actions avec l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel public pour structurer une présence efficace sur l'ensemble du territoire et pour disposer d'un solide réseau d'intervenants dans les écoles, par la mobilisation des anciens journalistes des rédactions des sociétés de l'audiovisuel. Un approfondissement de cette coordination devrait aboutir dans les prochains mois.
- Cela passe également par le renforcement des dispositifs déjà existants pour que l'EMI touche la population dans son ensemble, pas uniquement les jeunes publics, et pour qu'un dialogue de proximité avec les journalistes se développe davantage.

12. *Quel bilan faites-vous de la plateforme Lumni à cet égard ?*

Lumni est l'offre de tous les acteurs de l'audiovisuel public (Arte, France Médias Monde, France Télévisions, INA, Radio France et TV5Monde) **au service de l'éducation pour les élèves, les étudiants, les enseignants et les éducateurs.**

Cette offre inédite, gratuite, expertisée et sans publicité donne accès à la culture, au savoir et à la connaissance pour tous les enfants de 3 à 20 ans et couvre l'ensemble des disciplines scolaires de la maternelle à la terminale et notamment des modules d'éducation aux médias. Tous les programmes sont indexés par niveau, matière et thématique.

Avec plus de 12 000 vidéos, audios, jeux, dossiers, ce catalogue propose

- aux élèves et étudiants, seuls ou accompagnés, de développer leur culture générale, de prolonger leurs cours, de comprendre le monde en apprenant autrement et de devenir des citoyens éclairés capables de décrypter l'actualité ;
- aux enseignants, d'enrichir et de préparer leurs cours ;
- aux éducateurs, des ressources pour animer leurs ateliers.

Avec une proposition éditoriale adaptée à chaque univers, Lumni enrichit régulièrement son offre avec des séries webnatives, des cours, des jeux, des quiz, ainsi que des programmes et des opérations à forte valeur éducative.

13. *Que pensez-vous de l'idée d'un « pass EMI » dont le fonctionnement serait comparable à celui du pass Culture pour sa partie « référencement » des offres proposées, et qui donnerait accès à des moments éducatifs/rencontres médias etc. ?*

L'accès à une information fiable et intelligible est un droit que nous devons garantir aux Français, tout comme l'accès à la culture. Dans l'optique de renforcer ce droit, la réflexion autour de la création d'un PASS EMI dissocié du PASS Culture semble intéressante. Néanmoins, la plupart des offres et actions EMI sont bien connus des enseignants, la difficulté qu'ils peuvent rencontrer sont les moyens alloués par leurs établissements pour y accéder.

Paris, le 16 février 2023

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Table-ronde secteur de l'audiovisuel

Mercredi 7 décembre 2022

Contribution : Syndicat National des Radios Libres

183 Boulevard Anatole France

93200 Saint-Denis

Contacts :

Eric Lucas : délégué national à l'éducation (eric.lucas@snrl.fr 06 08 82 79 87)

Christophe Betbeder : délégué général SNRL (christophe.betbeder@snrl.fr 06 22 29 47 87)

Nicolas Calmels : délégué régional Hauts de France (nicolas.calmels@snrl.fr 06 29 14 57 43)

Voir aussi en référence l'ouvrage remis le jour de la table ronde (ProxEMIté : la pédagogie radiophonique)

1. Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) ?

Les objectifs de l'EMI sont multiples.

Ils se déclinent sur plusieurs cibles:

- la jeunesse scolarisée
- la jeunesse en général (dans la dimension où elle est soumise à l'appétence aux technologies et courants émergents)
- la jeunesse déscolarisée et en difficulté d'insertion
- la nation, avec la population dans ses diversités d'âge, de lieu de vie, de niveau social et culturel
- la nation concernée par l'exercice partagé et équitable de la démocratie et des droits et devoirs des citoyens
- La nation pour une meilleure compréhension partagée du monde dans sa dimension locale et ses dimensions mondiales
- La nation pour une compréhension partagée sur les enjeux de la « fin du mois » et de la « fin du monde »

Les objectifs :

Ils ont évolué selon les périodes. Dans les années 60, il s'agissait de faire entrer des journaux dans les écoles ou de pouvoir les utiliser comme supports pédagogiques légitimes. Dans les années

70/80, si les objectifs portaient sur la compréhension des Unes, de la structure des journaux et de l'écriture journalistique de presse écrite, l'accent a été mis sur la capacité à décoder les images de la télévision de plus en plus présentes et fortement consommées par l'ensemble de la population dont les jeunes. Le début des années 80 a vu apparaître la radio non plus seulement comme un moyen de réception d'informations et d'émissions venant de loin mais comme un outil possible d'expression en proximité. Ce qui a amené spontanément beaucoup de jeunes vers les radios libres et à démultiplier les médias en proximité sur tous les territoires. A partir de 1983, l'idée du Clemi de promouvoir les jeunes « acteurs des médias » pour mieux les comprendre se rendait facilité par la multiplication des médias de proximité. A ce moment les objectifs étaient :

- Savoir identifier les différents supports médiatiques
- Comprendre comment l'information était traitée dans les médias
- Savoir lire des textes de journaux et savoir décoder des images audiovisuelles de télévision et autres
- Etre capable de construire des messages d'informations (recherches, sélection, hiérarchisation, rédaction, synthèse)
- Développer des capacités en expression écrite et orale
- Faire reconnaître son droit à l'expression et au droit d'être entendu

Ces objectifs étaient pris en charge par des enseignants volontaires, pour ne pas dire militants, parfois avec des freins venant de l'institution et l'obligation de faire sans grands moyens. Ceci étant valable tant pour les enseignants que pour les médias déjà engagés volontairement sur cette cause.

Depuis les années 2000, le numérique et l'internet ont fait évoluer la relation des jeunes et des publics aux médias. Les réseaux sociaux ont conduit à de nouvelles formes d'écritures et de transmissions d'informations dans des formats affirmatifs, donc non développés, avec l'encouragement à faire circuler et partager ces informations. Ce flux d'informations menace les capacités de discernement et de positionnement critique de l'ensemble de la population et principalement des jeunes même si on sait aujourd'hui que les populations âgées sont très perméables au complotisme.

L'Education nationale a aussi évolué puisque maintenant l'EMI après avoir été rejetée car considérée dangereuse, puis tolérée pour voir, puis encouragée mais sans moyens (temps, financement, formation), puis structurée petit à petit avec le rôle capital du Clemi, puis comme intégrée officiellement dans des programmes d'éducation civique, fait partie maintenant des obligations du système scolaire constituant une priorité devant s'exercer en transversalité des disciplines sur l'ensemble du cursus scolaire. Les crimes de 2015 puis l'assassinat de Samuel Paty, effets des ravages à la perméabilité au révisionnisme, au complotisme, à la manipulation des esprits par une propagande se drapant sous des parodies d'information, de la circulation non signée de messages par les réseaux sociaux ont amené les autorités à vouloir protéger la jeunesse des fakenews et de la manipulation de l'information en promouvant une pratique citoyenne des médias avec une lecture critique et distanciée de leurs contenus, une initiation au langage et aux formes médiatiques pour pouvoir s'informer et s'exprimer librement mais en responsabilité. C'est ce qui amené l'idée en 2015 par le Ministère de l'Education Nationale d'un média dans chaque école, et en 2022 d'un plan « Une webradio, un parrain »

Aujourd'hui les objectifs sont donc :

- Sensibiliser aux sources
- Faire aller vers la vérification des infos en les croisant
- Identifier qui informe et rapprocher contenu et intention
- Faire la différence entre réseaux sociaux et médias
- Faire la différence entre communication, information et talk-show de « divertissement »
- Connaître les médias et leur fonctionnement
- Connaître les méthodes de travail des journalistes et les fondements de la déontologie

- Savoir quelles sont les différences entre des médias (propriété, vocation publique, commerciale, d'intérêt public, moyens disponibles)
- Rendre acteur pour mesurer l'importance de toutes les étapes dans le traitement de l'information (recherche, sélection, hiérarchisation, écriture, travail en groupe, oralisation, travail de l'expression)
- Faciliter les rencontres directes et/ou indirectes avec les acteurs et décideurs de la vie politique, économique, sociale, culturelle, associative...
- Mieux connaître le monde depuis le local jusqu'aux enjeux planétaires
- Développer une observation positive des territoires
- Faire avancer sur les compétences citoyennes et les valeurs de l'engagement citoyen (entendu dans le sens que lui donne l'Agence du Service Civique)
- Faire une place à l'expression des jeunes dans la société
- Développer des compétences personnelles, sociales, civiques intégrées dans les logiques des référentiels comme le socle commun de compétences EN, les référentiels européens...

2. Comment ces objectifs doivent-ils selon vous être intégrés dans les missions de l'audiovisuel public ? Quelle peut en être l'approche pour les acteurs privés du secteur ?

L'audiovisuel public doit jouer son rôle citoyen et éducatif :

- Par la qualité de ses programmes (fond et forme)
- Par la qualité de l'information et des émissions d'information portant sur l'investigation journalistique
- En ne rentrant pas dans le jeu de la course au scoop et du sur-martèlement des informations suscitant davantage l'émotion que la réflexion et le sens critique
- Par son positionnement national et les nombreux canaux puissants dont il dispose il peut le faire et d'ailleurs le fait (France Info, Cash investigation, Envoyé spécial...)
- Par sa présence sur des métropoles régionales, il peut aussi décliner ces objectifs en régional et départemental (ce qui se fait avec les France Bleu et France 3)

Concernant les acteurs privés, contrairement à ce que disait un chroniqueur dans une chronique media consacrée aux fakenews le 16 novembre à 9h05 sur France Inter, ils ne sont pas absents dans les actions en EMI. Ce dérapage vient du fait de ne pas avoir isolé deux composantes absolument distinctes dans les acteurs privés :

- Les medias commerciaux nationaux, régionaux ou locaux qui développent des programmes adaptés prioritairement, sinon essentiellement, à la meilleure captation du marché publicitaire et donc éloignés des préoccupations d'EMI, à faible portage actuellement en termes économiques et de rentabilité
- Les medias associatifs, les radios associatives, privées effectivement, mais sous le régime associatif de 1901 et qui sont plusieurs centaines engagées sur ce terrain et pour beaucoup depuis près de 40 ans. Nous disons que c'est vraiment dans leur ADN. L'avantage des acteurs privés de proximité est leur capacité à pouvoir collaborer physiquement avec les écoles, collèges et lycées des territoires. Et ils le font, touchant annuellement plus de 30000 personnes.

En résumé, l'audiovisuel public peut jouer un rôle en tant que diffuseur national et régional.

En complémentarité, les medias associatifs peuvent agir aux échelles départementales, en proximité et hyper-proximité, notion qu'il nous paraît important aujourd'hui de mettre en avant quand on veut parler de coopération entre écoles, structures éducatives diverses et radios locales et medias. Nous pensons aussi à nos collègues des hebdomadaires de territoire et de la PQR. Les projets efficaces et durables doivent être co-construits sur les territoires en proximité ou hyper-proximité (médias de proximité, écoles, collèges lycées, autres structures d'éducation, centres sociaux, collectivités...)

3. Quels sont vos liens avec les ministères de l'Éducation nationale et de la Culture pour l'accomplissement de ces objectifs ? Avec le CLEMI ? Ces liens sont-ils nationaux/locaux ? Peuvent-ils être améliorés pour accroître la portée de vos actions ?

Le SNRL représente le secteur des radios associatives qui compte 680 opérateurs radio sur l'ensemble du territoire français avec une implantation faible en région parisienne, mais très forte en province et outre-mer où le maillage fait qu'il n'y a quasiment pas d'école à plus de 20 km d'une radio. Le SNRL est une organisation professionnelle représentative dans la branche de l'audiovisuel et de la radiodiffusion privée (29%). Première organisation dans le secteur de la radiodiffusion associative. La loi sur l'audiovisuel de septembre 1986 charge les radios associatives d'une mission de « communication sociale de proximité ».

Historiquement depuis 40 ans des liens existent entre radios libres et écoles et avec les institutions académiques et le CLEMI. Elles apportent du temps, des compétences, de la disponibilité proche, un vrai sens territorial à travers leurs interventions. De nombreuses convictions, en dehors de l'importance de l'éducation critique aux médias et de l'éducation par les médias, apprendre en étant acteur de ses apprentissages, comme aussi développer la vision positive sur le territoire, voire une réflexion sur la notion « d'information positive »...

Avec le Ministère de l'Éducation nationale, le SNRL a signé un accord-cadre le 26 mars 2016 avec Najat Vallaud-Belkacem. Le jour de cette signature, une radio locale a installé un studio dans une salle du ministère qui a permis la réalisation d'une émission entre les collégiens et les lycéens et la ministre sur l'EMI (https://www.snrl.fr/Le-Ministere-de-l-Education-Nationale-s-engage-avec-les-radios-associatives_a287.html)

L'accord cadre reconnaît la légitimité des radios locales associatives à intervenir au sein des écoles en appui aux équipes pédagogiques et pour initier des actions et ateliers d'éducation aux médias et à l'information.

De son côté, le SNRL s'engageait à organiser des stages de formation professionnelle (ouverts aux bénévoles impliqués en EMI ou voulant l'être) afin de faire comprendre aux acteurs des radios que leurs compétences purement journalistiques ou radiophoniques n'étaient pas suffisantes pour effectuer une intervention performante mais qu'ils devaient se positionner en professionnels de la pédagogie radiophonique. L'ouvrage « Prox-EMI-té la pédagogie radiophonique » paru en novembre 2022 a été préfacé par Pap Ndiaye, ministre de l'Éducation. Le SNRL et ses radios entretiennent au niveau national comme local des relations avec le Clemi. Il siège au groupe national de pilotage de la semaine de la Presse à l'école depuis plus de 20 ans et plus de 350 radios locales associatives y figurent parmi les partenaires de cette semaine, soit 80% de l'ensemble des radios. Le SNRL, par la nomination d'Éric Lucas délégué national à l'éducation du SNRL, vient d'entrer dans le Conseil d'Orientation et de Perfectionnement du Clemi en 2022 et il en remercie le ministre. Éric Lucas, par ailleurs ancien professeur et enseignant d'une option radio officiellement validée par le rectorat de Nantes comme enseignement, a aussi été formateur Clemi et co-auteur d'ouvrages sur l'EMI à partir de 1987.

Le SNRL s'est positionné comme partenaire pro-actif sur le projet du Ministère de l'Éducation « Une webradio, un parrain »

Le SNRL et les radios associatives entretiennent des liens avec le Ministère de la Culture à travers par exemple le fonds de soutien à l'expression radiophonique, dispositif créé par le législateur peu de temps après l'apparition des premières radios libres afin de permettre l'existence de radios locales de service sur les territoires. Parmi les critères d'abondement au-delà de l'aide au fonctionnement, figure explicitement dans cette aide sélective un important critère sur les actions éducatives.

L'outil « ProxEMIté : la pédagogie radiophonique » publié en Novembre 2022 a pu être réalisé à partir d'un appel à projet EMI du ministère de la Culture. Il a été préfacé par Monsieur le Ministre

de l'Education Nationale et de la Jeunesse et Monsieur le Président de l'ARCOM. Le SNRL fait partie de la liste des 58 acteurs de l'EMI identifiés et réunis par le Ministère de la Culture.

Les liens sont nationaux entre SNRL et ministère et, au niveau local, les radios associatives entretiennent des relations de collaboration avec les Clemi académiques. Ces liens s'affichent aussi dans certaines académies sur le jury Mediatiks.

Le SNRL constate que dans de nombreuses DRAC des appels à projet EMI sont lancés, soutenant des actions EMI sur les territoires ruraux et autres avec volonté d'irriguer tous les territoires.

Les dispositifs ont beaucoup progressé dans les dernières années et il faut continuer à se parler régulièrement par exemple dans des séminaires réunissant, sur des échelles territoriales ayant du sens, des représentants des écoles, collèges, lycées, administrations de l'Education nationale, DRAC et collectivités locales qui sont déjà des acteurs importants dans la facilitation d'actions en EMI (équipements, soutien à projets, etc...) et bien sûr les médias locaux. Il s'agirait de raisonner au-delà des grands principes de l'EMI sur des mises en forme opérationnelles mettant en synergie toutes les parties concernées. Ces approches territorialisées permettraient d'intégrer aussi tous les autres secteurs de l'Education et de l'Education populaire et de l'insertion...

Concernant les liens avec le ministère de l'Education nationale, nous souhaitons travailler avec lui sur une actualisation autour de l'accord cadre de 2016.

4. Pouvez-vous présenter les différents programmes et dispositifs mis en œuvre par votre organisation et visant à contribuer à l'EMI ? Quels moyens humains et budgétaires consacrez-vous à ces actions ?

On évalue à 30000 personnes, principalement des jeunes, et principalement en scolarité, touchées par des actions EMI des radios associatives sur une année sur l'ensemble de la France. Chaque radio développe des actions en autonomie en lien avec les acteurs de son territoire. Le plus souvent ce sont des mises en place d'ateliers et pas de simples interventions pour parler du journalisme ou des fakenews. Le SNRL appuie les radios par des programmes de formation en pédagogie radiophonique depuis 2016. A ce jour 82 radios ont été labellisées en « démarche qualité en EMI » selon accord-cadre Ministère-SNRL. 93 radios avaient témoigné pour un travail de synthèse sur l'engagement des radios dans les TAP (Temps d'Activités Périscolaires) paru en février 2015.

[\(https://www.snrl.fr/attachment/589029/\)](https://www.snrl.fr/attachment/589029/)

Depuis 40 ans, les radios associatives s'engagent sur des actions d'EMI avec des méthodes variées et des performances variables. Ces radios ont appris à faire de l'EMI « sur le terrain » dans des constructions réfléchies mais pour autant souvent empiriques. Le SNRL qui s'est constitué en 2004 sous la forme d'un syndicat professionnel, s'est substitué à la confédération nationale des radios libres. Sous cet acte, il y a la volonté d'affirmer la démarche de professionnalisation du secteur. La professionnalisation est ici entendue par le développement d'emplois qualifiés dans ce secteur de l'économie sociale et solidaire mais aussi de rigueur de démarches pour les bénévoles. Le paysage radiophonique français a connu à une époque jusqu'à 26 radios diffusant en FM implantées en établissements scolaires. La plupart existent encore. Globalement les radios ont conforté leurs relations avec le tissu éducatif, bien sûr à travers la semaine de la Presse à l'école, mais dans le cadre d'autres nombreuses actions. Le SNRL a donc voulu favoriser les échanges de bonnes pratiques, ce qui s'est traduit par différentes actions :

- Programme francophone radio et éducation qui, de 2001 à 2006, a fait travailler ensemble des organisations et des radios francophones d'Europe, d'Afrique et d'Amérique du Nord.

Le SNRL a mené ou participé à plusieurs projets européens (Grundtvig, Leonardo, Erasmus) sur :

- Un référentiel métier européen intégrant le rôle en EMI des radios associatives
- Un livret de compétences pour les bénévoles des radios dont la méthode pouvait être déclinée pour d'autres publics
- Un référentiel de formation
- Sur les pratiques d'évaluation
- Le SNRL a organisé aussi des stages confiés à l'organisme de formation ORCEL sur la compétence à mieux travailler en synergie avec le système éducatif. A ce jour, 82 radios ont été « labellisées » en démarche qualité en EMI.
- En novembre 2022, le SNRL a publié « Prox-EMI-té la pédagogie radiophonique », un ouvrage de 180 pages divisé en 5 parties :
 - De l'animation radiophonique vers l'animation pédagogique
 - Prévention contre les fakenews et manipulation de l'information
 - Pratiques pédagogiques approche par compétences et évaluation
 - Exemples de pratiques en pédagogie radiophonique
 - Glossaire radio et pédagogie

Cet outil est destiné aux acteurs des radios pour progresser en pédagogie radiophonique mais aussi aux enseignants. Il permet d'affirmer l'importance du lien entre les acteurs de ces domaines, ce qui a été marqué par l'honneur des préfaces de Monsieur Pap Ndiaye ministre de l'Education Nationale et Monsieur Roch-Olivier Maistre, président de l'ARCOM.

Lors de ce même appel à projet, en 2019, le SNRL avait proposé une expérimentation de mode d'intervention dans le cadre du SNU. Ce volet n'avait alors pas été retenu par le Minsitère.

Le délégué national à l'éducation et à la jeunesse a en charge de coordonner ou de soutenir les différents programmes et dispositifs mis en œuvre par notre organisation et développés sur tous les territoires français par les radios locales.

Les moyens budgétaires mis en place s'appuient sur des appels à projet comme ceux de l'Europe ou du Ministère de la Culture.

Les moyens humains reposent sur l'engagement citoyen de plusieurs membres du conseil national sur ce sujet et l'engagement dans les radios de bénévoles et salariés. Ils se chiffrent donc en centaines : journalistes, animateurs, dirigeants, techniciens... parmi les 2300 salariés du secteur et les 20000 bénévoles.

En général, les radios libèrent du temps de leur personnel pour pouvoir intervenir dans les actions en EMI. Mais qui dit « temps libéré » dit temps à compenser autrement à charge de la radio. Certaines ont créé des profils de poste mêlant pour partie les actions radiophoniques classiques et l'implication territoriale en EMI. Certaines radios ont même créé des postes dédiés 100% à l'EMI.

Du point de vue budgétaire, les situations sont très disparates selon les territoires et les structures éducatives (subventions DRAC préalables, prestations auprès des écoles ou des centres d'éducation populaire ou des collectivités avec l'observation de facilités de contractualisation de prestations, avec l'enseignement privé, l'enseignement agricole, MFR, établissements spécialisés...). Lors de l'enquête sur les TAP (temps d'activités périscolaires) en 2014, nous avons constaté que la rémunération d'une prestation en EMI allait de 0, bénévolat total, à 85 € de l'heure dans une commune très aisée avec une moyenne autour de 20 à 25 € de l'heure. Dans ces conditions, c'est bien l'engagement citoyen qui compensait les insuffisances budgétaires. A cette époque, 63% des radios reconnaissaient qu'après avoir négocié un tarif d'intervention qui s'était heurté à des manques budgétaires, elles étaient finalement intervenues gratuitement. C'est de l'engagement. Aujourd'hui, les entreprises de l'économie sociale que sont les radios associatives doivent pouvoir voir leurs prestations justement rémunérées et que surtout elles ne soient plus à leur charge.

Les radios associatives bénéficient de plusieurs niveaux d'évaluation de la qualité de leurs interventions :

- Celle des publics concernés (jeunes et autres publics) : satisfaction, compétences acquises
- Celle des structures d'éducation par le fait qu'elles renouvellent régulièrement les partenariats et marquent donc ainsi leur satisfaction.
- Celle des DRAC qui ont accès aux rapports d'action fournis et aux documents ou articles de presse, sites internet des structures scolaires, productions mises en ligne
- Celle de la DGMIC via le dossier FSER de chaque radio qui présente les actions menées en actions éducatives obligatoirement étayées par des documents probants.
- Les échanges au sein du SNRL

5. De quelle façon les outils numériques sont-ils mobilisés dans les programmes d'EMI mis en œuvre ?

Les outils numériques sont naturellement mobilisés sous différentes formes. Ces formes dépendent aussi des formats d'intervention. On ne fait pas la même chose et on n'utilise pas les mêmes outils :

- Si on intervient 1 heure ou 2 heures dans une classe pour évoquer le métier de journaliste. Il se fait alors de l'information sur les medias et sur le journalisme. C'est une composante de l'EMI utile souvent attractive mais ce n'est pas de l'éducation au sens plein du terme.
- Si on monte un programme d'EMI sur 2 jours intégrant une partie d'activité de production
- Si on intervient sur une semaine par exemple sur un concept de classe en immersion
- Si on intervient régulièrement par exemple 1 heure ou 2 heures chaque semaine pendant une période longue sur un projet d'établissement, de classe ou de groupe

Si on en reste au niveau de l'information, on utilise les outils numériques de lecture et décryptage sur les écrans ordinateur et smartphone

Si on passe dans une situation pédagogique « élève ou public acteurs des medias », après cette phase de base, les outils numériques seront utilisés pour les recherches, les vérifications, les échanges d'éléments au sein des groupes et les enregistrements, montages, réalisations de programmes courts ou longs. Toutes ces étapes passent par l'outil numérique. Dans le cadre des interventions radio, nous mettons à disposition des équipements de studio mobile qui viennent en complémentarité des équipements de recherche de CDI, voire d'équipements radio déjà disponibles dans l'établissement. La dernière particularité de nos interventions est la diffusion qui valorise la production des élèves ou du public concerné et les place dans une situation authentique et non simulée d'action journalistique ou médiatique.

Certaines de nos radios choisissent volontairement en phase finale d'ateliers, la réalisation d'actions (émissions) en direct en studio considérant que l'apport émotionnel de cette situation renforce et canalise la volonté de réussite. D'autres radios choisissent de ne pas prendre ce « risque » et passent par des exercices de productions par montage ce qui implique une manipulation attentive des outils numériques, ou le faux direct qui permet des rattrapages avant diffusion.

6. Soutenez-vous les initiatives portées par les associations d'EMI telles que « Entre les lignes », « La Chance », « Lumières sur l'info » etc. ? De quelle façon pourriez-vous envisager de soutenir leur action ou de renforcer ce soutien ?

Il est difficile de s'exprimer sur des associations, organismes, collectifs, voire même entreprises privées, sur un domaine qui après avoir été pris en charge par de nombreux acteurs du monde associatif de l'éducation populaire sans oublier le rôle de catalyseur du Clemi, entretient dans un champ concurrentiel. Quand on observe la liste des dizaines d'acteurs qui agissent depuis une base

en général parisienne avec la volonté d'essaimer sur l'ensemble du territoire et qu'on y ajoute les dizaines voire les centaines d'acteurs qui interviennent de façon suivie et cohérente sur leur propre territoire, il nous semble qu'il faut raisonner sur la régularité, la complémentarité, et la pérennisation d'actions sur le plan local et non sur des one-shot occasionnels.

Pour notre part, nous avons peu de potentiel sur Paris et la banlieue où nous avons seulement 10 à 20 radios en capacité d'intervenir sur leur proximité. Par contre, nos radios sont très présentes sur les zones rurales, les villes moyennes, les chefs-lieux de département et, aussi bien, en centre-ville qu'en banlieues, en zone QPV ou REP+. L'avantage dont disposent ces radios est qu'elles ont la connaissance de pratiques en EMI et surtout la connaissance aussi des réalités des territoires et donc du cadre de vie des jeunes et des habitants.

S'il s'agit d'évoquer la solidarité opérationnelle entre structures agissant en EMI, dans l'idée d'être en capacité de déployer un vrai plan national d'utilité publique touchant tous les territoires avec équité, nous sommes bien sûr pour cette logique.

Si la multiplication des acteurs anciens, récents ou à venir, doit continuer à s'accélérer, il faudra se poser la question de l'accès à des moyens financiers équitables pour les différents acteurs. Et sur cette notion d'efficacité, quels sont les critères et indicateurs à partager : le nombre de journalistes et personnes impliqués, le temps donné sur une année, la couverture géographique rapportée au temps passé et le public touché...

Nous soutenons sur le principe les initiatives que vous citez comme « entre les lignes », « la chance », « lumière sur info », par contre le « etc » nous fait peur dans la mesure où n'importe qui pourrait être aussi porteur d'initiatives uniquement sur des bases mercantiles ou d'intérêt publicitaire privé.

Le SNRL a participé et signé en mai 2022 une pétition pour demander que l'EMI soit déclarée cause nationale et qu'un fonds dédié soit créé. Par cette signature, les signataires entendent bien se positionner comme organisations solidaires et complémentaires pour cette cause. Nous confirmons l'intérêt de cette prise en compte de la voix et de l'existence de tous ces signataires.

Les journalistes (base carte) en Ile de France représentent 56 % de la totalité de la profession (18909) et la province 44 % (15266)

Il y a une disparité aussi selon les régions : Bretagne / 1340, Aquitaine / 1045, Pays de la Loire / 1012, Poitou-Charente / 454, Lorraine / 557.....

Les organisations centralisées ont des moyens humains sur Paris et peuvent difficilement irriguer au plus profond et au plus équitable les territoires. D'ailleurs cela ne veut pas dire qu'il ne se passe rien sur les territoires éloignés. C'est peut-être seulement moins médiatisé nationalement. Les médias locaux (radios, télévision, quotidiens, hebdomadaires, clubs de la presse, etc..) sont en lien régulier et facile avec les structures de leurs territoires. Il faut donc parier sur le territorial, sur le « circuit court » de l'EMI et les structures nationales peuvent soutenir tous les territoires par la production d'outils et des interventions sur la capitale et les grandes métropoles où elles seraient présentes, ou des événements.

7. Faut-il concentrer l'EMI sur le public jeune, ou y a-t-il un enjeu à l'élargissement à tous les publics ? Faut-il mener des actions ciblées sur des publics plus spécifiques (notamment les seniors), et comment ?

Le public jeune doit rester le public prioritaire. Il est le plus sensible aux dérives des flux d'informations puisqu'il est né et s'est construit avec. Il est plus facile d'utiliser d'autres références avec un public plus âgé.

Plutôt que de parler de la jeunesse, ne devrions-nous pas parler des jeunesses ? Enfants, pré-ados, ados, jeunes adultes, scolarisés, étudiants, sortis du système scolaire, décrocheurs, demandeurs d'emploi, en insertion, issus de milieux culturellement favorisés ou non, ruraux, de banlieue, de

centre-ville, d'outremer, en situation de handicap, immigrés, allophones... oui il faut déployer des moyens d'agir auprès de toutes ces jeunes. Mais avec des approches, une pédagogie adaptée.

On constate aujourd'hui que la multiplication des réseaux sociaux, la réduction de la matière informative dans les messages, l'addiction à l'écran principalement des smartphones touchent tous les publics. La perméabilité augmente, d'autant que le complément d'informations vient souvent des chaînes d'info continue qui sélectionnent des informations principales pour les commenter en boucle. C'est d'ailleurs leur concept et leur rôle.

La lecture de la presse écrite même pour la PQR ou les hebdomadaires locaux pourtant très ancrés sur les territoires est en recul. Nous n'allons pas rentrer dans tous les chiffres que tout le monde connaît sur la façon dont les français s'informent. La radio reste le média en lequel les français ont le plus confiance.

Des expériences d'actions menées avec des centres sociaux auprès d'adultes parents se révèlent utiles pour accompagner leurs enfants sur l'information. Les enquêtes nous indiquent aussi que les personnes âgées sont assez perméables aux fakenews et aux théories du complot. Des actions dans ce domaine pourraient être menées en lien avec les associations de seniors comme Génération Mouvement. La télévision sur des heures de grande écoute peut jouer un rôle important sur des modules « vrai ou faux » dans la mesure où les seniors en sont des consommateurs fidèles. Par exemple sur des programmes courts sur le 19h30/21h.

L'illectronisme aussi nous interroge car il concerne les personnes les plus âgées qui n'ont pas accès à l'ordinateur ni même au smartphone, ce qui les rend vulnérables, de même que l'autre forme d'illectronisme qui touche les jeunes qui ne développent pas d'usage autre que ludique sur des outils numériques.

Enfin le combat contre l'illettrisme dont de nouvelles formes apparaissent doit aussi être pris en compte pour la même raison de vulnérabilité. Sur ces derniers champs l'outil pédagogique radio est particulièrement intéressant

8. De quelle façon l'EMI peut-elle selon vous éviter l'écueil d'apparaître aux jeunes comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel ?

La seule réponse à apporter à cette question est : des pratiques authentiquement pédagogiques. C'est-à-dire, des actions dans lesquelles les jeunes sont acteurs de leurs apprentissages.

Et c'est pour cela qu'on ne peut pas dire qu'on fait de l'EMI sur une simple intervention d'une heure ou deux heures auprès d'une classe. On reste dans le modèle d'une transmission verticale. Ça peut être partiellement satisfaisant en acquisition de savoir mais peu performant en acquisition de savoir-faire et de savoir-être.

La création d'un enseignement indépendant EMI serait-elle une bonne chose ? Nous ne le croyons pas... Quoique, l'expérience poursuivie depuis plus de dix ans d'un enseignement radio officiel dans un lycée laisse des arguments dans l'autre sens.

La transversalité sur l'ensemble des disciplines et le rappel des enjeux tels que fait par la circulaire du 24 janvier du ministre nous paraît aller dans le bon sens. La volonté d'équiper en web radio les collèges et de renforcer la formation des enseignants nous semble un pas positif. Il faut aussi renforcer les moyens du Clemi et les collaborations suivies sur les territoires dans l'esprit « Une web radio un parrain ».

Il faut aussi mieux soutenir les professeurs documentalistes

Sur le sentiment de tentative d'imposer un discours officiel, encore une fois, la réponse est la pédagogie appropriée au public, la mise en situation d'acteur, voire puisqu'on parle de pédagogie, la prise en compte de la diversité dans les groupes.

9. Comment renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus destinés à l'EMI de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi ? N'existe-t-il pas un risque d'éparpillement des initiatives ? Cette pluralité constitue-t-elle au contraire une force ?

Les multiples contenus, c'est plutôt une richesse. Dans les derniers mois, il y a eu de nombreux rapports, livres, guides, kits, qui ont été produits par différentes structures. Grâce à la liste EMI, constituée par le service de Jean-Christophe Théobalt au ministère de la Culture, tous les acteurs sont identifiés, sont informés régulièrement des productions. Aucune structuration éditoriale contrainte ne semble utile et serait même nuisible à la créativité.

La pluralité est une force.

10. Quel bilan faites-vous de la plateforme Lumni à cet égard ?

Nous ne sommes pas habilités à faire un bilan sur cet outil formidable créé par le service public et qui rejoint le concept des médias éducatifs utiles pour faire passer de la connaissance en complément de l'école.

11. Que pensez-vous de l'idée d'un « pass EMI » dont le fonctionnement serait comparable à celui du pass Culture pour sa partie « référencement » des offres proposées, et qui donnerait accès à des moments éducatifs/rencontres médias etc. ?

Depuis juin 2022, les organismes agissant en EMI ont été informés par le Ministère de la Culture qu'ils pouvaient présenter leurs offres dans le cadre du pass culture. C'est un pas énorme sur l'établissement de liens entre l'EAC et l'EMI.

L'idée de créer un pass EMI avec les mêmes fonctionnalités de choix en individuel ou collectif peut s'avérer intéressante.

Le pass culture repose sur une ligne budgétaire existante, le pass EMI reposerait-il sur une ligne budgétaire spécifique ?

Ce qui repose alors globalement la question des budgets que l'Etat peut allouer aux actions EMI qui sont d'intérêt national, local et citoyen.

**Mission flash sur l'éducation critique aux médias
Contribution Groupe TF1**

Date : 30/01/2023

**Synthèse : l'engagement du Groupe TF1 pour l'éducation aux médias
et à l'information en 3 actions-clés**

1/ Les « Rencontres de l'info » : le Groupe TF1 organise chaque trimestre depuis octobre 2021 des rencontres avec des collégiens et lycéens dans les locaux de l'entreprise, leur permettant d'échanger avec les journalistes de la rédaction, et d'apprendre à décrypter les informations. Plus de 1300 collégiens et lycéens ont participé à ces rencontres depuis octobre 2021.

2/ De multiples formats d'éducation aux médias sur tous les supports : le Groupe TF1 développe une stratégie multi-canaux en matière d'éducation aux médias et à l'information, à commencer par le digital, avec des contenus adaptés au format numérique publiés sur TikTok et Instagram. En douze mois d'existence, le compte TikTok « TF1 INFO » a atteint 660 000 abonnés et 37 vidéos ont dépassé le million de vues. A l'antenne, TF1 est la chaîne dont les rendez-vous d'information réalisent les meilleures performances auprès des jeunes. Depuis 2019, la rédaction de TF1 a également introduit dans le JT des formats de *fact-checking* pour apprendre aux téléspectateurs, notamment aux plus jeunes, à démêler le vrai du faux, et à comprendre les méthodes de travail et d'investigation des journalistes.

3/ Des interventions de journalistes du Groupe TF1 dans les écoles : les journalistes des rédactions de TF1 et LCI interviennent régulièrement dans les collèges et lycées pour discuter avec des élèves de leur métier et échanger sur les enjeux des médias et de la désinformation. Partenaire du département de Seine-Saint-Denis dans le cadre du programme AGORA, le Groupe TF1 organise notamment de multiples interventions dans les collèges du département. Les interventions des journalistes des rédactions sont par ailleurs renforcées durant la Semaine de la presse et des médias à l'école : une vingtaine de journalistes interviennent dans des écoles primaires et collèges sur tout le territoire.

Conscient de sa responsabilité en tant qu'éditeur de la première chaîne de France, le Groupe TF1 est particulièrement engagé en faveur de l'éducation des citoyens aux médias et à l'information. Face à la **multiplication des sources d'information** et à la prolifération des **fake news** notamment sur les réseaux sociaux, les journalistes des rédactions de TF1 et LCI s'appliquent à transmettre à chacune et à chacun, et a fortiori aux plus jeunes, les clés pour identifier les sources fiables d'information, repérer les fausses informations, développer leur regard critique, construire et affiner leurs opinions.

1/ Les « Rencontres de l'info »

Le Groupe TF1 organise chaque trimestre depuis octobre 2021 des rencontres avec des collégiens et lycéens au siège du Groupe, en partenariat avec le CLEMI. Perturbées par les restrictions sanitaires liées à la crise de la Covid, ces rencontres reprennent progressivement et sont désormais organisées tous les deux mois.

Lors de ces journées, les élèves ont l'opportunité de rencontrer les journalistes des rédactions de TF1 et LCI, et de leur poser toutes leurs questions sur les rouages de la fabrication et de la diffusion de l'information. Des élèves de toute la France participent à ces rencontres, mais une attention particulière est portée sur les élèves des quartiers prioritaires.

Ainsi, en décembre 2022, des collégiens et des lycéens de Amiens, Vincennes, Bussy-Saint-Georges, Châtillon et Breuil-le-Vert étaient accueillis sur le thème du traitement de la transition écologique dans les médias. En janvier 2022, les « Rencontres de l'info » avait lieu pour la première fois hors de Paris, à Clermont-Ferrand, avec une centaine d'élèves de quatre établissements scolaires de la région. **Cette édition des « Rencontres de l'info » a également permis de sensibiliser des adultes à la question de l'éducation aux médias et à l'information** : 50 lecteurs du journal *La Montagne* et 60 salariés du Groupe Michelin étaient présents lors de cet échange.



Au total, plus de 1300 collégiens et lycéens ont participé à ces événements depuis octobre 2021. Les « Rencontres de l'Info » sont par ailleurs retransmises en direct sur la page Facebook de TF1 INFO et sur celle du CLEMI, pour toucher un plus large public. Chacune de ces vidéos enregistre en moyenne près de 30 000 vues.

2/ De multiples formats d'éducation aux médias et à l'information, accessibles à tous et sur tous les supports

Le Groupe TF1 développe une stratégie multi-canaux en matière d'éducation aux médias et à l'information, à commencer par le digital, indispensable pour atteindre une tranche d'âge qui délaisse les médias traditionnels.

Le Groupe a lancé en janvier 2022 un compte TikTok sous la marque TF1 INFO, proposant des formats spécifiques d'information dédiés aux jeunes. Les journalistes des rédactions de TF1 s'attellent sur ce compte à décrypter l'actualité, à démêler le vrai du faux et à partager les coulisses de la fabrication de l'information. La cellule de lutte contre la désinformation du Groupe TF1, créée en mars 2019 sous le nom « **Les Vérificateurs** », développe notamment des contenus spécifiques à destination des plus jeunes. En douze mois d'existence, TF1 INFO a atteint 660 000 abonnés sur TikTok, et 37 vidéos ont dépassé le million de vues. A titre d'exemple, une vidéo consacrée à l'invasion de l'Ukraine par la Russie, publiée le 24 février 2022, a atteint 7,9 millions de vues. TF1 INFO et l'équipe des Vérificateurs sont également présents sur Facebook, Instagram et Twitter et y relaient leurs contenus.

En parallèle, le Groupe TF1 participe à l'éducation aux médias des plus jeunes dans ses journaux télévisés. TF1 est la chaîne dont les rendez-vous d'information réalisent les meilleures performances auprès des Français et des jeunes. **Le JT de 20H occupe la première place auprès des 11-14 ans et des 15-24 ans de toutes les éditions d'information, toutes chaînes confondues, selon Médiamétrie. Le JT de 20H de TF1 est ainsi suivi chaque soir par près de 370 000 jeunes âgés de 11 à 24 ans¹,** contre 193 000 pour le JT de France 2 et 230 000 pour le 19:45 de M6.

Ainsi, conscient de sa responsabilité, le Groupe TF1 développe depuis 2019 des formats dédiés dans ses journaux télévisés pour apprendre aux téléspectateurs, notamment aux plus jeunes, à démêler le vrai du faux, et à comprendre les méthodes de travail et d'investigation des journalistes. De nombreux reportages « Vérifications sur le terrain » sont également diffusés en semaine dans le 20H de TF1.

Le journal télévisé est un programme familial qui associe souvent parents et enfants devant le même écran. **Aborder de telles thématiques pendant le journal télévisé permet de sensibiliser les enfants mais aussi les parents sur la question de la désinformation.** Cela peut également permettre d'amorcer un échange entre parents et enfants sur le fonctionnement des médias ou sur les fausses informations. Le Groupe TF1 a d'ailleurs développé des outils interactifs permettant au public d'interagir avec les journalistes des rédactions. Un QR Code apparaît désormais dans les programmes d'information de TF1 et LCI, notamment dans les JT de 13H et de 20H, permettant au public d'adresser ses questions aux journalistes des rédactions et d'accéder au fact-checking en direct.

3/ Des interventions de journalistes du Groupe TF1 dans les écoles

Tout au long de l'année, des journalistes des rédactions de TF1 et LCI interviennent régulièrement dans les écoles pour partager aux élèves leur métier et échanger sur les enjeux des médias et de la désinformation. L'équipe des Vérificateurs, dédiée au *fact-checking*, a notamment l'occasion de rencontrer des élèves pour parler des fake-news, de la manière de les reconnaître et de ne pas les propager. Cet exposé est accompagné de nombreux exemples à décortiquer avec les collégiens et lycéens.

Le Groupe TF1 est également partenaire depuis 2020 du **programme AGORA** (programme d'éducation aux médias et à l'information, pour la liberté d'expression, mis en place par le département de la Seine Saint Denis après l'assassinat de Samuel Paty). Chaque année, six journalistes des rédactions du Groupe TF1 interviennent dans des collèges du département au sujet des pratiques du journalisme et de la désinformation. Trois à quatre interventions sont programmées dans l'année dans chaque établissement. En 2021-2022, les journalistes sont intervenus à Noisy-le-Grand, Villepinte, Bobigny, Drancy, Les Lilas, et Neuilly-Plaisance.

Le Groupe TF1 participe aussi chaque année à la Semaine de la presse et des médias à l'école, organisée en partenariat avec le CLEMI. Durant cette semaine, une **vingtaine de journalistes du Groupe** interviennent dans des écoles primaires et collèges de toute la France afin d'aiguiller les élèves dans leur compréhension

¹ Source Médiamétrie. Sur la période septembre 2021 – juin 2022, en moyenne 105 000 enfants de 11 – 14 ans et 263 000 jeunes de 15 – 24 ans regardaient chaque soir le 20H de TF1.



des médias et les aider à former leur esprit critique. En outre, **près de 150 élèves de primaire et de collège sont accueillis pour une journée dans les locaux de TF1 et sont immergés au cœur de la fabrication de l'information pour découvrir les différentes facettes des métiers du journalisme et de la technique.** La visite des coulisses de TF1 et de LCI, à la rencontre des rédactions, de la régie, et des présentatrices et présentateurs des JT, est retransmise en direct sur les réseaux sociaux du Groupe TF1 ainsi que sur l'application TF1 INFO. En mars 2022, cette visite a été regardée par plus de 28 000 internautes sur Facebook.



Chez Twitter, nous avons toujours défendu la libre circulation de l'information et le droit des personnes à s'exprimer librement en ligne. C'est pourquoi, au vu de ces engagements, nous accordons une attention toute particulière à l'éducation aux médias et à l'information. En ce sens, l'objectif de Twitter est de permettre aux utilisateurs de développer un sens critique lorsqu'ils interagissent avec du contenu sur notre service.

Nous souhaitons remercier Madame la Députée Violette Spillebout et Monsieur le Député Philippe Ballard, rapporteurs au nom de la commission des Affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale, d'avoir permis à Twitter de contribuer aux travaux de la mission flash relative à l'éducation critique aux médias et à l'information, dans le cadre d'une audition à l'Assemblée nationale, le jeudi 15 décembre 2022. Nous espérons que cette contribution écrite pourra apporter un éclairage utile au travaux de la mission flash.

À travers cette contribution, nous souhaitons détailler la manière dont Twitter conçoit l'éducation aux médias et à l'information, son intégration dans nos produits et nos politiques, les campagnes en matière d'éducation aux médias et à l'information que nous avons pu mettre en place, et enfin quelques recommandations que nous souhaitons porter à l'attention des co-rapporteurs de la mission flash.

1. Définition de l'éducation aux médias et à l'information

Twitter a établi un partenariat solide et de longue date avec l'UNESCO en matière d'éducation aux médias, concept que nous définissons comme :

“un moyen d'identification, de compréhension, d'interprétation, de création et de communication dans un monde de plus en plus numérique, médiatisé par des textes, riche en informations et en évolution rapide”.¹

Plus précisément, l'éducation aux médias et à l'information est un ensemble de compétences interdépendantes qui aident les gens à maximiser les avantages et à minimiser les dommages au sein des nouveaux paysages de l'information, du numérique et de la communication.

¹[“Ce qu'il faut savoir sur l'alphabétisation”](#), site internet de l'UNESCO (Mis à jour le 24 juin 2022).



L'éducation aux médias et à l'information recouvre des compétences qui permettent une utilisation avisée des technologies numériques. Les capacités dans ces domaines sont indispensables pour tous les citoyens, quels que soient leur âge et leur origine. À ce titre, l'acquisition d'outils numériques en tant que telle, est essentielle à l'utilisation appropriée de l'Internet par tous.

Twitter a une mission très particulière, qui est de promouvoir et de protéger la conversation publique - d'être en quelque sorte la place publique de l'internet. Pour atteindre cet objectif, nous devons donner à chacun le pouvoir de créer et de partager des idées et des informations, instantanément et sans barrières.

Par conséquent, nous nous efforçons de fournir un service **sûr et informatif** à tous les utilisateurs. Nous investissons et continuerons d'investir dans la modération des contenus illégaux et préjudiciables afin de protéger la conversation publique.

C'est pourquoi il est essentiel à nos yeux de nous assurer que notre service est utilisé en toute sécurité. Notre équipe *Trust & Safety* est chargée de cette mission et poursuit son travail avec assiduité pour assurer la sécurité de la plateforme et interpellé ceux qui enfreignent les règles de Twitter.

En tant qu'entreprise, nous défendons la vision d'un **Internet ouvert** - accessible à tous et qui repose sur des normes ouvertes et la protection des droits de l'homme. Dans ce cadre, nous construisons également nos produits de manière à offrir **un plus grand choix et un plus grand contrôle aux utilisateurs.**

Nous mettons en avant les trois principes suivants dans la manière dont nous construisons nos produits :

- **Choix et contrôle.** Nous croyons qu'il faut donner aux utilisateurs plus de contrôle sur leur expérience en ligne.
- **Sécurité et liberté d'expression.** Nous voulons que les gens aient des conversations riches, pertinentes et sûres sur Twitter. Il ne s'agit pas seulement de faire respecter nos



politiques, mais aussi d'encourager et de renforcer la pensée critique et les comportements et normes positifs.

- **Confidentialité et transparence.** Nous nous engageons à assurer la sécurité des données et à respecter la vie privée et nous mettons constamment à jour nos pratiques pour répondre à l'évolution des besoins des utilisateurs.

En essayant de construire un produit qui consacre les principes de l'**Internet ouvert** et en donnant plus de choix et de contrôle à l'utilisateur, nous contribuerons à **accroître la culture numérique de nos sociétés**, en tirant parti des possibilités qu'elle offre, tout en étant également bien conscients de ses risques.

2. Intégration de l'éducation aux médias et à l'information dans les produits et politiques de Twitter

L'éducation aux médias et à l'information est intégrée dans les produits et les politiques mises en place par Twitter de la façon suivante :

- **Contrôle des conversations.** Twitter donne aux utilisateurs la possibilité de contrôler la conversation qu'ils initient et la façon dont ils interagissent avec les autres. Par exemple, les utilisateurs disposent d'outils pour contrôler la conversation ou/et les personnes avec lesquelles ils interagissent (outils de blocage, de masquage, filtres de réponse, possibilité de quitter la conversation etc...). Les utilisateurs ont également le contrôle des contenus qu'ils peuvent voir (ex. filtres de médias sensibles).
- **Produits et politiques.** Twitter met en place des politiques et des fonctionnalités de ses produits dont le but est de réduire les interactions nuisibles et d'encourager les comportements positifs et la civilité en ligne :
 - Twitter a mis en place des **bannières invitant l'utilisateur à réfléchir avant de partager** des propos potentiellement dangereux ou offensants.
 - Dans le même ordre d'idée, des **bannières invitant les utilisateurs à lire un article de presse** avant de le partager ont également été créées.
 - Dans les deux cas, des résultats positifs ont été observés. Dans le premier cas, nous avons pu constater une baisse du nombre de personnes partageant des



propos offensants après avoir reçu cette bannière (-30 % aux États-Unis, -47 % au Brésil). Dans le second, nous avons remarqué que 40% des personnes ont ouvert les articles plus souvent après avoir reçu la bannière.

- **Lancement des [Notes de la communauté](#) (Community Notes).** L'approche de Twitter pour favoriser des informations fiables et lutter contre la désinformation est de plus en plus centrée sur notre produit axé sur l'utilisateur, les Notes de la Communauté. Ces Notes visent à créer un monde mieux informé en permettant aux utilisateurs de Twitter de collaborer pour ajouter du contexte à des Tweets potentiellement faux ou trompeurs. Les contributeurs peuvent laisser des notes sur n'importe quel Tweet et si un nombre suffisant de contributeurs de différents points de vue jugent cette note utile, celle-ci sera affichée publiquement sur un Tweet.
- **Garantir l'intégrité et l'authenticité de la plateforme.** Twitter a également mis en place des politiques visant à lutter contre la manipulation de l'information et à garantir l'intégrité et l'authenticité de la plateforme :
 - **Politique en matière d'intégrité civique.** Les utilisateurs ne peuvent pas utiliser les services de Twitter dans le but de manipuler ou d'interférer dans des élections ou d'autres processus civiques.
 - **Politique de désinformation en cas de crise.** Twitter peut prendre des mesures à l'encontre des comptes qui utilisent le service pour partager des informations fausses ou trompeuses qui pourraient porter préjudice aux populations touchées par une crise.
 - **Politique relative aux médias synthétiques et manipulés.** Les utilisateurs ne peuvent pas partager de médias synthétiques, manipulés ou hors contexte susceptibles de tromper ou d'embrouiller les gens et de leur porter préjudice ("médias trompeurs").

De plus, en vertu de sa **politique en matière de média affilié à un Etat**, Twitter a pris des mesures supplémentaires pour fournir aux utilisateurs davantage de contexte sur le type de comptes qu'ils voient et avec lesquels ils s'engagent sur Twitter.

Cette catégorie comprend les comptes appartenant à des **entités médiatiques affiliées à un État, leurs rédacteurs en chef et/ou leurs cadres supérieurs**. Les médias affiliés à un État



sont définis comme des entités sur lesquelles l'État exerce un contrôle sur le contenu éditorial par le biais de ressources financières, de pressions politiques directes ou indirectes, et/ou du contrôle de la production et de la distribution.

Nous pensons que les gens ont le **droit de savoir quand un média est affilié directement ou indirectement à un acteur étatique**. Les organisations médiatiques financées par l'État et jouissant d'une indépendance éditoriale, comme la BBC au Royaume-Uni, France Télévision en France ou NPR aux États-Unis par exemple, ne seront pas étiquetées. Dans le cadre de l'élaboration de cette politique, nous avons consulté un certain nombre de groupes d'experts, notamment des ONG de défense des droits de l'homme. Nous n'amplifions pas plus non plus les comptes de médias affiliés à l'État ou leurs Tweets par le biais de nos systèmes de recommandation, notamment sur la timeline d'accueil, les notifications et la recherche.

- **Protéger les utilisateurs des acteurs malveillants.** Nous travaillons pour nous assurer que notre service reste sécurisé pour les utilisateurs. Nous avons mis en place des politiques pour lutter contre la manipulation de la plateforme et le spam, ainsi que contre les activités nuisibles coordonnées. Nous encourageons également nos utilisateurs à protéger leurs comptes contre les cyberattaques, par exemple en activant l'authentification à deux facteurs pour leurs connexions.

3. Partenariats et projets dans le cadre de l'éducation et de l'information aux médias

Depuis 2019, Twitter dispose d'un partenariat de longue date avec l'UNESCO en matière d'éducation aux médias. Un certain nombre d'initiatives ont été mises en place dans le cadre de ces partenariats, comme par exemple :

- **Création d'un guide en ligne** [Teaching and learning with Twitter](#) qui regroupe des ressources utiles pour les éducateurs qui veulent concevoir des leçons autour de l'éducation aux médias et à l'information (disponible en 9 langues).
- **Campagne de lutte contre les théories du complot** avec un certain nombre de [ressources, des infographies et des packs pour les réseaux sociaux](#) et la promotion des hashtags #ThinkBeforeSharing et #ThinkBeforeClicking.



- **Soutien de l'UNESCO et d'organisations partenaires avec des programmes de coupons publicitaires** afin qu'elles puissent mettre en avant leurs campagnes sur Twitter.
- **Participation à l'édition 2022 de la Semaine de l'information et de l'éducation aux médias** et [organisation d'un Twitter Spaces](#) sur l'éducation aux médias dans le cadre du programme officiel de l'UNESCO, en partenariat avec les organisations [AFRICMIL](#), [Maldita](#) et Journal Media.

Outre l'UNESCO, Twitter travaille également à l'échelle mondiale avec des organisations de la société civile pour promouvoir l'éducation aux médias en ligne, et à un **partenariat de longue date en France avec Reporters sans frontières (RSF)**, que nous soutenons par des dons, des crédits publicitaires et une coopération régulière et forte.

Enfin, Twitter est un membre fondateur et actif du [Code de bonnes pratiques de l'Union européenne en matière de désinformation](#), et nous nous sommes engagés à améliorer l'éducation aux médias dans le cadre de l'application du Code.

4. Recommandations en matière d'éducation et d'information critique aux médias dans le cadre des travaux de la mission

Twitter souhaiterait contribuer aux travaux de la mission flash de la commission des affaires culturelles de l'Assemblée Nationale sur l'éducation et l'information critique aux médias via les recommandations suivantes :

- **Mettre au cœur du dispositif les éducateurs et les enseignants.** Nous pensons qu'il est important que ces personnes soient dotées des bonnes ressources et nous sommes prêts à leur fournir des ressources en ligne et leur dispenser des formations gratuites aux règles et outils de Twitter.
- **Encourager la civilité et combattre l'impunité en ligne.** Nous pensons qu'il est important que les utilisateurs soient conscients que les mauvais comportements en ligne ont des conséquences et qu'il n'y a pas d'impunité en ligne. Nous avons mis en



place nos propres règles à cet effet, mais nous coopérons également avec les forces de l'ordre pour nous assurer que les comportements illégaux en ligne aient des conséquences dans la vie réelle.

- **Centraliser les ressources.** De nombreux acteurs de l'internet disposent de leurs propres ressources pour promouvoir l'éducation aux médias. Nous serions favorables à la création d'un portail unique accessible partout en France et qui recense un certain nombre de ressources permettant de sensibiliser les publics à l'éducation et à l'information aux médias et serions heureux d'y contribuer.
- **Mise en place du permis Internet.** Nous soutenons l'initiative du permis internet voté dans la loi n° 2021-1109 du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République et sa mise en œuvre.

Paris, le 22 décembre 2022

Mission flash « Education critique aux médias »

Questionnaire indicatif

Table-ronde du secteur du numérique

Jeudi 15 décembre 2022

La table-ronde prendra la forme d'un premier tour de table permettant à chacun une prise de parole liminaire d'une dizaine de minutes, laquelle sera suivie d'un échange avec les députés sous la forme de questions et réponses.

1. Quels sont selon votre organisation les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) ?

En permettant à chacun de diffuser et d'accéder aux savoirs via son téléphone, ordinateur et autres appareils connectés, le web collaboratif a bouleversé les médias traditionnels en engendrant une profusion d'informations et de données. À cela s'ajoute un constat alarmant : les Français passeraient en moyenne plus de la moitié de leur temps libre sur des écrans et plus de deux heures par jour sur Internet, ce chiffre s'élevant à plus de quatre heures pour les 15-24 ans, selon le rapport de la commission Bronner. Les réseaux sociaux sont d'ailleurs particulièrement dans le radar du rapport puisqu'ils reposent sur une économie de l'attention qui consiste à proposer aux usagers des contenus qui les intéressent ou qui seraient susceptibles de les intéresser afin de les maintenir le plus longtemps possible sur les plateformes, et ainsi diffuser des publicités au plus grand nombre. À travers l'usage d'algorithmes visant à proposer des contenus en fonction des données personnelles collectées au cours de la navigation des usagers, cette exploitation de temps de cerveau disponible peut avoir pour effet pervers de désinformer les visiteurs de ces plateformes. Enfermés dans des contenus qui les confortent, de nombreux internautes s'isolent dans des chambres d'écho dans lesquels ils ne sont même plus confrontés à des contenus divergents. Ce phénomène est d'autant plus redoutable lorsqu'il touche des personnes qui ne sont pas en mesure d'évaluer l'information qui leur est présentée, autant chez les jeunes, que les adultes : notre objectif de l'EMI est d'aider le public à évaluer l'information, sa source et son objectivité, notamment à travers des projets pédagogiques utilisant les encyclopédies collaboratives.

En effet, de nombreux enseignants et professeurs documentalistes choisissent d'utiliser Wikipédia, encyclopédie libre, comme outil pédagogique pour l'EMI. Cette démarche ne va pourtant pas de soi car elle porte à la fois une éthique libriste ainsi que les stigmates d'un long débat autour de la véracité de l'information sur les encyclopédies collaboratives, débat qui est

toujours en cours au sein de la communauté éducative, et surtout académique. Quoiqu'il en soit, de plus en plus d'enseignants s'en emparent, avec l'ambition de lever le scepticisme et/ou la croyance aveugle en l'information pour avoir une approche critique de l'information sur Internet en apprenant ce qu'est le processus éditorial d'une encyclopédie en ligne, et à travers cela le sourçage de l'information, la fiabilité et la vérifiabilité des sources, la neutralité de points de vue, et les conflits d'édition. En cela, les encyclopédies collaboratives sont de bons véhicules pour la transmission de nombreuses compétences info-documentaires, et notre objectif est d'accompagner les éducateurs dans l'utilisation des projets wikimedia (Wikipédia mais aussi [Wikimedia commons](#), [Wikidata](#), etc.) pour l'EMI.

2. Comment ces objectifs doivent-ils selon vous être intégrés dans l'approche des acteurs privés du secteur ?

En tant qu'association, nous veillons à accompagner les acteurs publics, des enseignants aux institutions comme le CLEMI, à travers la création et la diffusion de ressources pédagogiques qui facilitent l'utilisation des encyclopédies collaboratives. D'une part, nous proposons des ateliers et des formations de formateurs pour mieux expliquer le fonctionnement des plateformes libres et collaboratives et ainsi essayer au mieux leurs potentiels en termes d'EMI. D'autre part, nous visons à autonomiser et encapaciter notre public cible, à savoir les enseignants du secondaire, et plus particulièrement les professeurs documentalistes, mais aussi les animateurs en périscolaire, en leur proposant des ressources consultables en ligne, à travers [le site web de l'association](#)¹ ou directement sur [Wikipédia](#)² et [Vikidia](#)³. Par ailleurs, nous développons un partenariat avec Canopé afin d'assurer la légitimité et la bonne diffusion de nos ressources pédagogiques. Enfin, nous collaborons avec la direction du numérique éducatif (DNE) pour la mise en place d'un parcours de formation sur la plateforme M@gistère pour former un maximum d'enseignants aux rudiments de Vikidia.

3. Quels sont vos liens avec les pouvoirs publics pour l'accomplissement de ces objectifs ? Avec le CLEMI ? Ces liens pourraient-ils être améliorés pour accroître la portée de vos actions ? De quelle façon ?

Un partenariat a déjà été conclu il y a près de 10 ans (2013) avec le CLEMI autour du Wikiconcours lycéen. Ce concours proposait aux lycéens de contribuer à Wikipédia par la création d'articles et l'enrichissement de contenus existants. Ce projet s'inscrivait dans une démarche d'EMI ainsi qu'à l'éducation au numérique. L'écriture collaborative étant au centre du travail, elle mobilise des compétences essentielles telles que savoir chercher, savoir organiser, savoir vérifier, sans parler des "compétences douces" amenées par le travail collaboratif. La dernière édition du concours a eu lieu en 2021 : la réforme du lycée a rendu l'organisation délicate, et nous avons cherché une alternative avec le CLEMI.

À l'instar d'un nombre croissant d'enseignants du primaire et secondaire, nous nous penchons désormais sur Vikidia : moins connue que Wikipédia, cette encyclopédie accessible dès 8 ans permet plus de souplesse avec un public scolaire qui essaye de faire ses premiers pas dans un web collaboratif sécurisé. Ainsi, nous coordonnons actuellement un projet pilote avec les académies de Créteil, Nice, Paris et Toulouse dans l'optique de développer un projet à échelle nationale dès 2024.

1 Page dédiée à l'EMI sur le site web de l'association : <https://www.wikimedia.fr/wikipedia-en-classe/>

2 Portail « projets pédagogiques » de Wikipédia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Projets_p%C3%A9dagogiques

3 Portail « projets pédagogiques » de Vikidia : https://fr.vikidia.org/wiki/Vikidia:Projets_p%C3%A9dagogiques

Par ailleurs, notre dernière collaboration en date était un atelier de découverte Wikidia à l'occasion d'Educattech : aux côtés du Conseil National du Numérique (CNUM), Pauline Le Gall, formatrice du CLEMI et professeure documentaliste a expliqué les bases d'un projet pédagogique reposant sur Wikidia, avec le référentiel de compétences EMI comme point d'ancrage⁴.

Par ailleurs et dans une approche plus globale, Wikimedia France a organisé près de 5 ateliers de contribution en partenariat avec le CNUM auprès de publics divers (institutionnels, agents étatiques, chercheurs, étudiants) afin de familiariser ces publics à l'utilisation de Wikipédia et des communs numériques plus largement.

4. Pouvez-vous présenter les différents programmes et dispositifs mis en œuvre par votre organisation et visant à contribuer à l'EMI ? Quels moyens humains et budgétaires consacrez-vous à ces actions ?

Nous contribuons à l'EMI à travers le soutien des éducateurs qui souhaitent utiliser les encyclopédies collaboratives comme supports pédagogiques, qu'ils soient dans le domaine scolaire ou périscolaire, ainsi que des partenariats avec des acteurs institutionnels et associatifs spécialisés dans l'EMI.

D'une part, ce soutien éducatif se traduit dans l'accompagnement des enseignants du secondaire dans leur utilisation des encyclopédies comme outil pédagogique, avec une attention particulière sur les professeurs documentalistes, porte-flambeau de l'esprit critique au collège et lycée. Pour cela, nous développons des ressources pédagogiques que nous diffusons à l'ensemble de la communauté éducative :

- Site web "Wikipédia en classe" : <https://www.wikimedia.fr/wikipedia-en-classe/>

Cette page sur le site web de notre association vise à mettre à disposition toutes les ressources nécessaires pour autonomiser les enseignants dans la prise en main de Wikipédia et Wikidia pour les projets pédagogiques. La page comporte des témoignages d'enseignants, des exemples de projets réalisés à partir du cycle 3 jusqu'à la terminale. Ces projets ont été proposés en toute autonomie par des enseignants dans la France entière, et ont été retrouvés à l'aide de la base de données du ministère de l'Éducation nationale Eduscol.

- Jeu pédagogique "Wikeys" : <https://www.wikimedia.fr/wikeys/>

Ce jeu imprimable et accessible gratuitement a été permis par un financement du ministère de la Culture dans le cadre d'un appel à projet dédié à l'EMI. Il vise à faciliter la compréhension du processus éditorial des encyclopédies collaboratives, et donne ainsi accès à des notions d'EMI très précises comme la neutralité des points de vue et le sourçage de l'information. Nous l'avons imaginé le plus accessible possible, d'où la gratuité, et surtout comme une porte d'entrée à des concepts qui touchent tout autant Wikipédia que la recherche académique ainsi que la rédaction des médias traditionnels. Ce jeu peut être utilisé tel quel, mais a l'avantage d'être une bonne introduction pour des projets pédagogiques plus denses.

Wikeys a été lancé le 5 octobre de cette année et diffusé majoritairement en ligne. L'association propose des formations à l'animation des parties de ce jeu, notamment auprès du réseau Canopé, ainsi que d'associations spécialisées dans l'EMI, comme EMI'Cycle.

Depuis peu, nous pensons au déploiement de cette ressource auprès des décrocheurs, un public particulièrement vulnérable à la désinformation. Nous prévoyons une collaboration avec la Ligue de l'Enseignement (fédération du 94) pour un projet pilote auprès d'un petit panel de ce public en difficulté scolaire d'ici le mois de février.

4 voir la présentation réalisée à cette occasion et qui précise les compétences EMI : https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pr%C3%A9sentation_de_Vikidia_et_des_comp%C3%A9tences_EMI_%C3%A0_Educattech_2022.pdf

D'autre part, nous adoptons également une démarche partenariale, notamment avec des associations et des institutions pertinentes pour le déploiement de nos actions en EMI, et particulièrement pour le développement de projets d'ampleur nationale. Nous sommes très proches du réseau Canopé avec qui nous prévoyons de signer une convention de partenariat et de créer un cursus de formation à destination des étudiants des instituts nationaux supérieurs du professorat et de l'éducation (INSPE).

Nous poursuivons également notre collaboration de longue date avec le CLEMI. Ces deux acteurs sont particulièrement intéressés par Vikidia, qui, en plus d'être une encyclopédie accessible dès 8 ans - faisant d'elle un outil pédagogique très pertinent pour l'EMI - est également une association loi 1901. Depuis plus d'un an, nous avons signé avec elle une convention de partenariat afin de l'aider à se développer comme une actrice de l'EMI. En quelques mois, elle s'est développée notamment à l'aide du soutien de l'Accélérateur d'Initiatives Citoyennes (AIC), programme d'incubation d'Etalab au sein de la direction interministérielle du numérique en partenariat avec la direction interministérielle de la transformation publique. Ce programme a permis des financements qui pourront faciliter la montée en compétence des membres de l'association, ainsi que le renforcement technique et la mise en place de ressources indispensables dans la mise en place de projets pédagogiques à grande échelle, notamment avec le CLEMI. En effet, Vikidia, avec l'aide de Wikimedia France, prévoit un programme pilote aux côtés du CLEMI au printemps 2023. Par ailleurs, l'AIC a ouvert une collaboration avec la Direction du numérique éducatif (DNE) qui aboutira bientôt sur la mise en ligne de vidéos tutorielles expliquant les rudiments de Vikidia à destination des enseignants du secondaire sur la plateforme M@gistère.

Moyens humains :

- Un équivalent temps plein (chargée de projets pédagogiques)
- Une dizaine de bénévoles
- 1 service civique

Budget dédié à l'EMI chez WMFr 2022-2023

- Educatech : 9 000€
- Jeu pédagogique : 27 200€ (dont 10 000€ accordés par le ministère de la Culture)
- ETP chargée de projet pédagogique : 23 850,40 €
- Service civique : entre 600€ et 800€

TOTAL : 60 000€

5. De quelle façon les outils numériques sont-ils selon vous adaptés à la mise en œuvre de programmes d'EMI ?

Les encyclopédies collaboratives sont d'excellents terrains de jeu numériques pour l'EMI. Comme expliqué précédemment, de nombreuses compétences info documentaires sont acquises à travers des projets pédagogiques sur Wikipédia et Vikidia. Par ailleurs, ces plateformes collaboratives et libres ne reposent pas sur l'économie de l'attention et respectent le règlement général sur la protection des données (RGPD).

D'abord, les encyclopédies collaboratives sont des outils du web 2.0 très adaptés tant en termes techniques qu'en termes disciplinaires, comme le souligne le mémoire de Mathilde Louis, chargée de projets pédagogiques de l'association, qui a fait son terrain d'enquête dans un collège des Ardennes en février et mars 2022, en vue de l'obtention d'un diplôme de master

en sciences de l'apprentissage du Centre des Recherches Interdisciplinaires (CRI) de l'Université de Paris Cité⁵. Ce travail de recherche qualitatif montre comment les enseignants s'emparent de ces outils numériques comme de leviers d'autonomisation des élèves dans l'acquisition des savoirs, mais surtout pour l'acquisition de compétences info-documentaires. L'atelier Wikidia proposé à Educatech et co-animé avec le CLEMI a également précisé aux participants les compétences que l'on peut développer grâce à la contribution en classe, à partir du référentiel du CLEMI⁶ :

- EMI_CE_1.3 : Savoir rechercher, sélectionner, évaluer, organiser l'information et qualifier ses sources : leur fiabilité et leur pertinence
- EMI_CE_3.4 : Savoir utiliser des outils de captation, d'enregistrement, de retouche, de montage et de publication
- EMI_CE_4.3 : Comprendre et gérer ses relations sociales médiatisées ainsi que son identité numérique
- EMI_CE_4.1 : Connaître et exercer ses droits (liberté d'expression et d'information), ses devoirs et ses responsabilités

De plus, ces communs numériques sont d'autant plus pertinentes comme ressources éducatives en ce qu'ils ne collectent pas les données des utilisateurs ni par traçage à travers des cookies, ni par l'inscription sur les plateformes. En effet, pour se connecter sur ces plateformes, il suffit d'un pseudonyme et d'un mot de passe, ce qui permet de facilement respecter le RGPD, dès le cycle 3 avec Wikidia. Par ailleurs, aucun algorithme ne vise à maintenir l'utilisateur le plus longtemps possible sur les encyclopédies collaboratives. Au contraire, une communauté de passionnés veille à la qualité du contenu distribué, et au respect du savoir-être sur le site.

6. Soutenez-vous les initiatives portées par les associations d'EMI telles que « Entre les lignes », « La Chance », « Lumières sur l'info » etc. ? De quelle façon pourriez-vous envisager de soutenir leur action ou de renforcer ce soutien ?

Notre association se différencie d'autres associations d'EMI en ce que nous fournissons une approche plutôt portée sur l'évaluation de l'information à travers le web collaboratif plutôt que sur les médias traditionnels. C'est pourquoi nous souhaitons collaborer avec les associations d'EMI et leur proposer des formations sur l'utilisation des encyclopédies collaboratives comme outil d'EMI. Dans cette logique, nous avons par exemple animé un atelier porté sur le jeu pédagogique Wikeys le mardi 13 décembre 2022 avec l'[association CARMEN](#) qui intervient en EMI "par la théorie avec des journalistes et par la pratique avec des techniciens vidéo auprès des publics de structures éducatives, sociales et culturelles". Nous pensons que ces associations font un travail complémentaire au nôtre et qu'elles sont d'excellents relais pour les ressources que nous développons.

7. Faut-il selon vous concentrer l'EMI sur le public jeune, ou y a-t-il un enjeu à l'élargissement à tous les publics ? Faut-il mener des actions ciblées sur des publics plus spécifiques (notamment les seniors), et comment ?

Le phénomène de désinformation en ligne semble particulièrement toucher les 13-19 ans qui passent plus de quinze heures par jours sur les réseaux sociaux selon une étude Ipsos

5 Le mémoire est accessible sur Wikimedia Commons : https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Apprendre_%C3%A0_apprendre,_Wikidia_et_la_socialisation_au_savoir.pdf

6 La présentation est disponible sur Wikimedia Commons : https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pr%C3%A9sentation_de_Wikidia_et_des_comp%C3%A9tences_EMI_%C3%A0_Educatech_2022.pdf

de 2017⁷. Les personnes les moins diplômées y sont d'ailleurs d'autant plus vulnérables : 72% des personnes sondées n'ayant pas le bac avaient déjà partagé une information en sachant que "la source n'était pas parfaitement fiable", ce qui représente 13% de plus que la moyenne française. Même surreprésentation pour le partage d'information sans en vérifier la source : 58% des internautes qui n'ont pas le bac auraient diffusé une information sans s'assurer de sa véracité. Ainsi, à l'âge de se constituer leurs propres opinions et un esprit critique, les jeunes font face à un véritable danger au contact répété des fausses informations, d'où l'importance de savoir repérer une source fiable avec discernement dès le plus jeune âge, et notamment à travers l'usage de Wikipédia, un média déjà largement utilisé par les jeunes.

Nous portons une attention particulière aux jeunes qui sont en difficulté scolaire, voire en phase de "décrochage". Dans ce but, nous avons commencé une collaboration avec la Ligue de l'Enseignement, qui débute avec une phase test en février 2023, au cours de laquelle nous formerons des animateurs de la fédération Val de Marne à l'animation du jeu *Wikeys* pour proposer des parties à des élèves sortis du système scolaire.

Toutefois, nous sommes aussi conscients que la désinformation sur les réseaux sociaux ne touche malheureusement pas que les jeunes, c'est pourquoi nous ne souhaitons pas restreindre nos actions d'EMI sur les publics jeunes. Les encyclopédies collaboratives offrent l'opportunité d'accroître ses connaissances tout au long de la vie, ce qui nous permet de nous adresser à toutes les tranches d'âge. Il nous paraît donc pertinent et très important de faire de l'EMI à destination des citoyens de tout âge et plus particulièrement des publics qui sont amenés à encadrer les jeunes, comme le personnel enseignant ou bien évidemment les parents par exemple.

8. Comment concilier au mieux selon vous la liberté d'expression sur les réseaux et les exigences de vérification des informations ?

Wikipédia concilie d'ores et déjà la liberté d'expression sur les réseaux et les exigences de vérification des informations en présentant de manière impartiale les différents points de vue pertinents en accordant une place proportionnelle à leur importance. Pour qu'un point de vue existe sur Wikipédia, ce dernier doit être sourcé et pas de n'importe quelle manière : interdiction des travaux inédits, préférence/recommandations pour des travaux secondaires repris par des médias traditionnels et de confiance, etc. Wikipédia ne recherche pas la liberté d'expression comme les réseaux sociaux, personne ne s'en préoccupe d'ailleurs au sein de la communauté. Il s'agit d'une encyclopédie collaborative en ligne, donc les articles rédigés se doivent d'avoir un caractère encyclopédique.

Wikipédia cherche donc toujours à concilier liberté (tout le monde peut y participer) et qualité de l'information (tout doit être sourcé et pas n'importe comment).

Par ailleurs, des messages sous forme de bandeaux sur Wikipédia permettent au lecteur de pouvoir être informé de la qualité de l'article. En effet, si ce dernier est auto-promotionnel, pas assez sourcé, en pleine guerre d'édition, etc., un bandeau sera ajouté par la communauté en début d'article afin que le lecteur puisse chercher et trouver les informations en pleine conscience. L'historique de la création et de la modification de l'article est de toute façon public et accessible à tous.

Un observatoire des sources existe aussi sur Wikipédia - n'ayant pas forcément les mêmes règles selon les versions linguistiques - permettant aux contributeur.ice.s de sourcer au mieux leurs informations. Si nous prenons le cas récent de Sputnik et Russia Today, ces deux sources sont fortement déconseillées sur la Wikipédia francophone (bien avant le conflit en Ukraine d'ailleurs) mais interdites (filtre algorithmique) sur la wikipédia anglophone.

7 L'étude est accessible sur le site Ipsos : <https://www.ipsos.com/fr-fr/junior-connect-2017-les-jeunes-ont-toujours-une-vie-derriere-les-ecrans>

Ce que met en place Twitter nous paraît intéressant : permettre une importante liberté d'expression mais une panoplie d'actions en cas de problèmes afin d'alerter le lecteur que le message est trompeur/controversé, et si nécessaire réduire sa viralité ou supprimer le message.

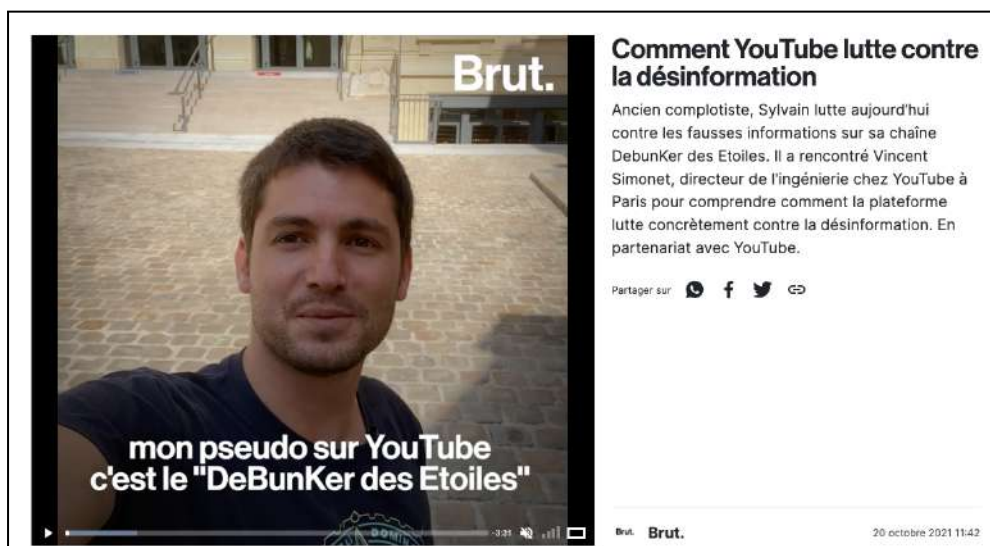
9. Que pensez-vous de l'idée d'un « pass EMI » dont le fonctionnement serait comparable à celui du pass Culture pour sa partie « référencement » des offres proposées, et qui donnerait accès à des moments éducatifs/rencontres médias etc. ?

Après quelques recherches sur l'idée d'un pass EMI, l'association en vient à la conclusion que ce dernier permettrait à des acteurs de l'EMI d'être référencés par les Ministères concernés et amenés à proposer des "offres" (atelier de familiarisation, de formation, de contribution, etc) à destination de publics variés. Sur le principe, Wikimedia France est plutôt en faveur de cette idée en mettant, toutefois, un point d'alerte à ce qui va/peut être mis en place pour des acteurs associatifs notamment en terme de financement, dans la mesure où ces derniers font déjà face à des moyens humains et financiers très restreints.

Par ailleurs, nous nous posons la question de savoir ce qu'un "pass EMI" apporterait de plus qu'un agrément ministériel. S'agirait-il d'un meilleur référencement en tant qu'acteur EMI ?

Les programmes de Google et YouTube en matière d'éducation aux médias:

- YouTube a édité en 2021 un livret intitulé "Le Vrai du Fake" (disponible en annexe), distribué avec des grands quotidiens et hebdomadaires nationaux à plusieurs centaines de milliers de personnes. Celui-ci mettait en valeur vingt chaînes YouTube permettant d'aiguiser son esprit critique et de s'informer sur l'actualité (par exemple [HugoDécrypte](#), [Le Crayon](#) ou [L'instant détox](#) du journaliste de France Info Julien Pain, Le Monde, BFMTV).
- Vincent Simonet, directeur de l'ingénierie de Google France, s'est exprimé dans une interview avec le média Brut [dans une vidéo](#) mise en ligne le mercredi 20 octobre 2021 où il répond aux questions du créateur [DebunKer des Étoiles](#).



- Dans l'espace [How YouTube Works](#), YouTube a mis en ligne en 2021 cinq conseils de l'association [Génération Numérique](#) pour lutter contre la désinformation.



- YouTube soutient également des créateurs qui se mobilisent contre la désinformation et a soutenu la collaboration entre Hugo Décrypte ([HugoDécrypte - Actus du jour](#), qui compte 1,3 millions d'abonnés) et Génération Numérique afin de permettre la création de 2 vidéos de conseils : « [Fake news : notre cerveau nous manipule sur les différents biais cognitifs](#) » (166 000 vues à ce jour) et « [6 techniques de manipulation à connaître absolument pour s'en défendre](#) » (420 000 vues à ce jour).

- Google et YouTube apportent leur soutien à plusieurs initiatives en termes d'éducation aux médias, et notamment les projets suivants qui ont chacun bénéficié d'une bourse d'un million d'euros octroyée en 2019 pour 3 ans par la branche philanthropique de Google, Google.org :
 - L'initiative "[Les Complots Rigolos](#)" développée par l'association [Génération Numérique](#), soutenue conjointement avec la DILCRAH et le Comité interministériel de prévention de la délinquance et de la radicalisation (CIPDR), qui vise à dispenser des formations en milieu scolaire aux adolescents âgés de 14 à 18 ans pour déconstruire les théories du complot, la désinformation et développer l'esprit critique. Cela permet aux jeunes, grâce à des animateurs spécialisés, d'être plus à même d'évaluer la pertinence des contenus qu'ils trouvent en ligne (textes, images, vidéos) et d'éviter toute manipulation.

Plus de 23 000 jeunes ont suivi cette formation en 2021.

Google.org a par ailleurs octroyé une bourse de 350.000 euros à Génération Numérique en 2022, cette fois pour une initiative destinée à former les formateurs, notamment de l'éducation populaire afin de dispenser des formations.

- L'initiative "[Il paraît que...](#)" menée par l'association "[Les Petits Débrouillards](#)" qui mène des ateliers d'éducation aux médias similaires sur tout le territoire. Les intervenants collaborent avec des jeunes, âgés de 6 à 14 ans, pour développer leur esprit critique, en utilisant une approche scientifique, et développer des méthodes favorisant une utilisation critique et réfléchie des outils numériques. Le programme vise à encourager le questionnement et la curiosité tout en déconstruisant les fausses informations, donc en favorisant une utilisation sûre d'Internet.

Près de 90 000 jeunes ont suivi cette formation en 2021.

Plus d'informations sur le format de ce programme sont incluses dans la déclaration annuelle pour l'année 2019, page 48.

- L'initiative "[Les Super Héros du Net](#)" développée par l'association [e-Enfance](#) - un programme ludo-pédagogique, à destination des 7-10 ans ayant pour but de sensibiliser les élèves de primaire à partir du CE2 aux risques sur internet et aux attitudes protectrices et responsables à adopter dès le plus jeune âge.

Plus de 22 000 jeunes ont suivi cette formation en 2021.

- YouTube soutient par ailleurs l'éditeur jeunesse Milan Presse: dans la gestion de sa chaîne lancée en 2021 à destination des ados intitulée "Info ou Mytho" qui compte 450.000 abonnés et a pour objectif de développer l'esprit critique des ados grâce à des programmes exclusifs conçus pour démêler le vrai du faux et identifier les bugs de notre cerveau.
- YouTube a également soutenu ainsi l'étude récente réalisée par Milan et l'Institut CSA sur les ados et l'info dont les enseignements sont particulièrement éclairants.

Les 13-17 ans s'intéressent à l'information

- Ils sont 83 % à considérer qu'il est important d'être informé. 93 % s'informent pour se forger une opinion sur ce qui les intéresse. L'information nourrit aussi la discussion avec la famille et les amis. Pour autant, leur intérêt pour l'information est très centré sur le divertissement.
- 80 % d'entre eux jugent que l'information sur les jeux vidéo, les séries, le cinéma est la plus importante, loin devant l'actualité nationale et locale.

- Le format qu'ils plébiscitent est celui de la vidéo : 84 % la citent comme leur format favori pour s'informer.

Une génération surexposée au complotisme

- Les deux tiers des 13-17 ans ont déjà entendu parler d'au moins une théorie du complot (Illuminati, QAnon, vaccins comme moyen de contrôle par la 5G...).
- Ils sont 84 % à croire ou à penser qu'il est possible que l'information ne soit pas transparente et que nous soyons manipulés.

Les réseaux sociaux sont leur principale source d'information

- 62 % des adolescents s'informent via les réseaux sociaux. Ce premier canal est suivi de près par les parents (54 %) et la télévision (52 %).
- Ils sont seulement 42 % à faire confiance à l'information qu'ils trouvent sur les réseaux sociaux. Alors qu'ils sont 93 % à faire confiance à leurs parents ! C'est d'ailleurs vers leurs parents qu'ils déclarent se tourner lorsqu'ils veulent valider une information (73 %).

YouTube

- YouTube arrive en 4^e position comme source d'information utilisée par les 13-17 ans (31 %), loin devant les sites d'information (21 %) et les médias traditionnels.
- C'est le média considéré comme le plus fiable comparé aux réseaux sociaux (46 % contre 24 % pour TikTok, 28 % pour Twitter et 33 % pour Instagram).

Les actions à destination des seniors

Pour les dernières élections présidentielles et législatives, Google a lancé le projet Objectif Désinfox, en partenariat avec l'AFP. Quelques retours :

- ce projet a rassemblé 23 rédactions pour faire du fact checking de manière collaborative de la campagne en temps réel. Quelques exemples de rédactions participantes : l'AFP, BFMTV, Euronews, TF1, RTL, TV5 Monde, 20 Minutes...
- un total de 131 fausses informations ont été déconstruites par les équipes participantes tout au long de la campagne électorale et les articles relatifs à ces débunkings ont été mis en avant sur les plateformes de Google, notamment dans la section Fact Checking de Google Actualités.
- Ce projet a réuni plus de 180 journalistes qui ont également été formés à l'utilisation de nos outils dédiés au fact checking.

En prenant également en compte le fait que **de nombreux contenus de désinformation sont partagés par un public senior**, l'AFP a également créé des contenus dans le cadre de ce programme en collaboration avec Jean-Pierre Foucault spécifiquement à destination de ce public (exemple de contenu [ici](#)).



LE VRAI DU FAKE*

DÉCOUVREZ 20 CHAÎNES **YOUTUBE**
DÉDIÉES À L'**INFORMATION**



* Le vrai du faux

ÉDITO



En 2021, l'information est devenue plus cruciale que jamais. Notre façon de la consommer et de la relayer en masse a désormais des répercussions sociétales à court et à long terme.

À l'heure du Covid-19 et de toutes les questions que l'épidémie entraîne – sur les mesures en vigueur, la vaccination, la recherche – et dans une période d'activité politique riche, liée à la préparation de la prochaine élection présidentielle, il est primordial de se tenir informé. Outre les médias traditionnels que sont la presse, la télévision ou la radio, nous sommes de plus en plus nombreux à consulter l'actualité en ligne, à tout moment.

En tant que plateforme diffusant du contenu produit par d'autres, nous sommes conscients de nos responsabilités face à la lutte contre la désinformation. Nos actions sont articulées autour de quatre principes, les "4 R" :

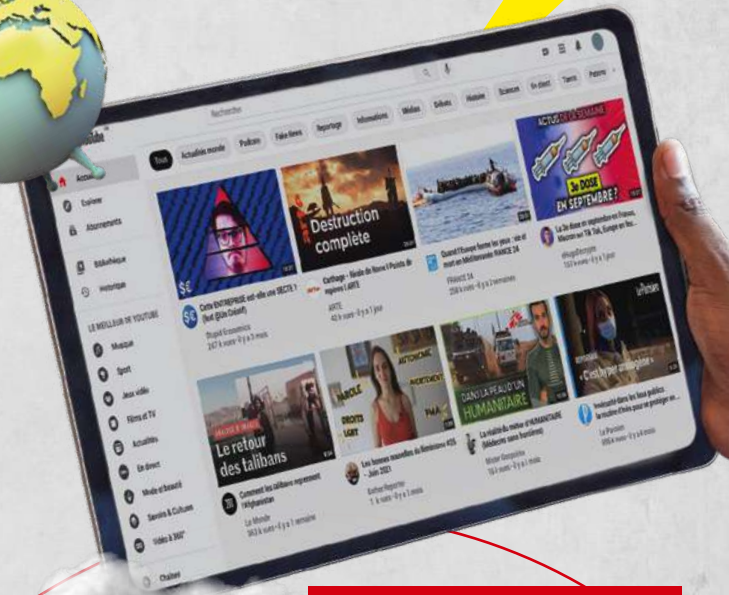
- ▶ nous **retirons** aussi rapidement que possible le contenu qui enfreint nos règles. Entre janvier et mars 2021, nous avons ainsi supprimé plus de 9,5 millions de vidéos et 1 milliard de commentaires, grâce à la fois à l'action humaine et aux capacités de l'intelligence artificielle ;
- ▶ nous **relayons** davantage les sources fiables dans les résultats de recherche et les recommandations. La page d'accueil de YouTube propose aussi aux utilisateurs des contenus de sources fiables, liés à l'actualité nationale et internationale dans des sections dédiées ;
- ▶ nous **réduisons** nos recommandations sur les contenus qui sont à la limite de l'infraction de nos règles ;
- ▶ et nous **récompensons** les contenus qui atteignent nos exigences les plus élevées concernant la monétisation.

C'est dans cette perspective que nous sommes heureux de vous proposer dans ce livret une sélection non exhaustive de chaînes YouTube dédiées à l'information et à son décryptage.

Vous pourrez notamment y découvrir "Le Ring" du Crayon et voir deux personnes débattre dans les règles de l'art, décortiquer la mentalité conspirationniste avec le Debunker des Étoiles, rester à la pointe de l'actu avec *Le Monde* et rejoindre Charles Villa en République démocratique du Congo sur la chaîne de Brut.

YouTube est un formidable levier pour la liberté de création et d'expression. Grâce au travail passionné de nos équipes, nous œuvrons chaque jour, aux côtés des créatrices et des créateurs, des journalistes et des médias, pour en faire une plateforme utile pour l'information.

Justine Ryst
Directrice générale de YouTube France

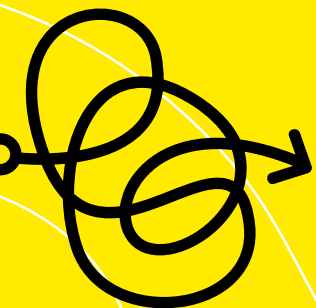


**ABONNEZ-VOUS
À L'INFORMATION**



MÉTHODE

AIGUISER SON ESPRIT CRITIQUE



1 OFFICIEL DEFAKATOR

304 K D'ABONNÉS
~ 20 M DE VUES

Defakator est un superhéros, avec costume, masque, cape et grosse voix, qui, comme il le dit lui-même, "défake sur les fakes". Sa mission : que tout le monde puisse s'armer des outils pour détecter le vrai du faux. Il propose ainsi ses vidéos "TUTO" qui incitent à faire ses propres recherches, décrypter un débat, prendre de la hauteur ou encore détecter les graphiques trompeurs. Le tout à grand renfort de faits, de sources, de vulgarisation scientifique, de maquettes et saupoudré d'une grande pincée d'humour.

2 MR. SAM - POINT D'INTERROGATION

115 K D'ABONNÉS
~ 7 M DE VUES

Comme le nom de sa chaîne l'indique, Mr. Sam aime bien poser des questions et analyser les moyens d'y répondre. Ce grand sceptique, ancien adepte des théories du complot, apprend à son audience à développer un esprit critique. Dans sa série "Méthode Z", il entre en profondeur dans la pensée et ses mécanismes pour en faire ressortir des enseignements et des conseils pratiques. Grâce à lui, on peut ainsi apprendre que le mot "fait" n'est pas synonyme de vérité, et qu'une information peut être un fait, une opinion ou une opinion sur un fait invérifiable. Technique, mais toujours passionnant.

3 LE CRAYON

25 K D'ABONNÉS
~ 2 M DE VUES

Le Crayon est un jeune média indépendant qui souhaite aider les jeunes à "tracer leurs contours" sur l'actualité et les enjeux clés de notre époque. Pour privilégier la pluralité des opinions, ses fondateurs ont créé la série "Le Ring", un espace de débat où deux personnes échangent dans les règles de l'art sur un sujet de société, tel que le féminisme, l'écologie, la chasse ou la jeunesse. Comme cette rencontre entre la militante végane Alexandra Blanc, fondatrice de l'association Vegan Impact, et le Youtubeur Adrien Adam de la chaîne Pas Végan.



FIGARO LIVE

358 K D'ABONNÉS
~ 217 M DE VUES

6 Outre les directs commentés par les experts de la rédaction pour couvrir des événements clés, Figaro Live se distingue par les rendez-vous d'analyses et de débats pour comprendre le monde, ses défis, ses rapports de force mais aussi ses beautés, richesses et promesses afin de permettre à chacun d'être libre de se faire sa propre opinion. L'émission "Points de vue" propose ainsi d'aborder chaque jour deux sujets forts d'actualité et offre la possibilité à l'audience de participer en direct dans le chat ou via des sondages sur l'onglet "communauté".

1 LA TRONCHE EN BIAIS

240 K D'ABONNÉS
~ 25 M DE VUES

Véritable logiciel antivirus pour l'esprit, cette chaîne propose de découvrir les biais cognitifs qui tordent notre rationalité et nous conduisent à des erreurs prévisibles. Thomas Durand et Vled Tapas, deux passionnés de science – l'un est biologiste, l'autre musicologue – se relaient pour enseigner la zététique, l'art du doute, et distinguer la science de la croyance. Dans un style décalé sur la forme mais rigoureux sur le fond, les deux compères livrent les clés pour "combattre" les travers du cerveau humain.

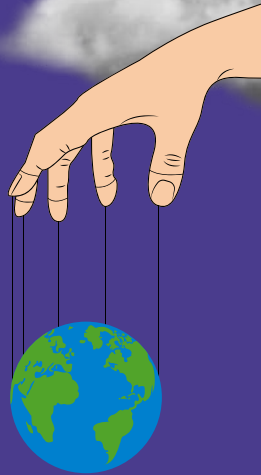


MÉTHODE

AIGUISER SON ESPRIT CRITIQUE

DÉCRYPTAGE

COMBATTRE LA DÉSINFORMATION



1 L'INSTANT DÉTOX

97 K D'ABONNÉS
~ 10 M DE VUES

Journaliste pour Franceinfo (média également présent sur la plateforme), Julien Pain ne supportait plus de voir son fil d'actualité rempli d'intox, de "hoax" (canulars) et de préjugés. Alors, pour combattre ces fausses infos, il a décidé de mener l'enquête. Dans L'instant détox, il s'intéresse ainsi autant aux origines qu'au contexte, apporte des preuves tangibles pour étayer son propos, et n'hésite pas non plus à descendre dans la rue pour aller à la rencontre des gens qui pourraient être victimes des mêmes histoires.

LE PARISIEN

614 K D'ABONNÉS
~ 545 M DE VUES

Hyperactif sur la plateforme, que ce soit à travers des courtes vidéos d'actualité, des reportages plus fouillés ou des lives en intégralité, Le Parisien se distingue aussi avec ses séries populaires comme "Biclou" sur le vélo ou avec le podcast quotidien "Code source". En termes de décryptage, la série "Food Checking", sur l'industrie agroalimentaire, donne les clés pour comprendre ce qui se cache derrière les produits du commerce et leur impact sur la planète, la santé et nos papilles.

2 DEBUNKER DES ÉTOILES

50 K D'ABONNÉS
~ 2 M DE VUES

Pendant longtemps, Sylvain Cavalier était ce qu'on appelle couramment un "complotiste". Dérangé peu à peu par les vidéos sur la théorie du canular lunaire d'Apollo, ce mordu d'astronomie commence alors à décortiquer ces théories, en parallèle de son master en sécurité internationale et défense (SID). Sylvain devient ainsi en 2016 le Debunker des Étoiles. Aujourd'hui également chroniqueur et consultant pour le site de fact-checking Fact and Furious, il continue de vérifier les faits et lutte ainsi contre les théories conspirationnistes et les superstitions.



DÉCRYPTAGE

COMBATTRE LA DÉSINFORMATION



10



Le Monde



LE MONDE

1 M D'ABONNÉS
~ 264 M DE VUES

Outre ses mini-séries thématiques, dont #RAPBUSINESS, "Chercheuses d'étoiles" sur les grandes découvertes astronomiques faites par des femmes, "Flashback" sur les histoires qui se cachent derrière des photos célèbres et "Mappemonde" sur la géopolitique, Le Monde a choisi la pédagogie pour lutter contre la désinformation avec ses "Explications". Un format court – entre 5 et 10 minutes –, qui permet de répondre à des questions telles que "Faut-il interdire un vaccin s'il tue des gens ?", "Les supporters changent-ils vraiment le résultat des matchs de foot ?" ou "Comment Napoléon a conquis (et perdu) l'Europe". De quoi comprendre l'actualité et le monde qui nous entoure, de la politique aux sciences en passant par l'histoire, la culture pop ou l'écologie.

THE SCIENCODER

214 K D'ABONNÉS
~ 12 M DE VUES

Casquette à l'envers et lunettes noires, Lény a.k.a The Sciencoder étudie et démystifie tout en s'amusant. Alliant enquêtes et expériences, il aborde entre autres sujets le platisme, les vidéos virales comme celles du "Coca-Mentos", la prétendue existence de dinosaures ou le coronavirus. Un contenu léché et palpitant grâce à une mise en scène de grande qualité, fruit d'une identité bien à lui, et la présence de quelques invités à-propos.

11



1 ESTHER REPORTER

4 K D'ABONNÉS
~ 100 K DE VUES

Esther est journaliste et, outre ses reportages vidéo sur l'écologie et les droits des femmes, se démarque avec sa série "Les bonnes nouvelles du féminisme". Chaque mois, elle sélectionne ainsi cinq infos en matière de féminisme ou de genre qui "font chaud au cœur" en France ou ailleurs dans le monde – comme l'assouplissement de la loi sur l'interruption volontaire de grossesse à Gibraltar ou l'adoption de la loi sur la procréation médicalement assistée en France. Une bonne dose d'optimisme communicatif.

FRANCE 24

3 M D'ABONNÉS
~ 1 MD DE VUES

Pionnière des chaînes d'information sur la plateforme, la chaîne YouTube de France 24 a été créée dès 2006 et elle arrive aujourd'hui en tête dans son domaine avec près de 4 millions d'abonnés. On y retrouve chaque jour des dizaines de contenus d'information à la portée internationale et surtout un flux en direct 24h/24 et 7j/7 pour suivre au plus près l'actualité partout dans le monde.

BFMTV

1 M D'ABONNÉS
~ 710 M DE VUES

Leader de l'information en direct et en continu en France, BFMTV continue de s'adapter aux multiples usages de consommation de l'information des Français et se retrouve tout naturellement sur la plateforme YouTube où elle vient de passer le million d'abonnés. Des reportages et enquêtes "longs formats" aux vidéos dédiées pour répondre aux questions des internautes sur le coronavirus et tout autre sujet de société, des publications quotidiennes de l'émission "Bourdin Direct" aux diffusions en direct pour couvrir les breaking news, la 1^{ère} chaîne info propose une multitude de contenus pour mieux comprendre le monde d'aujourd'hui au travers d'une information fiable et sourcée.

EN DIRECT

ÊTRE À LA POINTE DE L'ACTUALITÉ

12

13





EURONEWS

1 M D'ABONNÉS
~ 589 M DE VUES

Euronews est née, en 1993, de la volonté de créer une chaîne d'information européenne indépendante et forte. Aujourd'hui, Euronews est disponible en 15 langues et touche 145 millions de personnes par mois à travers le monde. Outre sa présence dans plus de 400 millions de foyers TV, Euronews est disponible sur diverses plateformes digitales et sur les réseaux sociaux. Sur YouTube, Euronews ne compte pas moins de 18 chaînes, 10 millions d'abonnés, 130 millions de vues mensuelles et comptabilise à date plus d'un milliard de vues sur sa chaîne principale, en anglais. Récemment, des séries *digital first*, comme "Rerouted : The Balkans" ou "Euronews Witness" ont été publiées sur YouTube.

1 HUGODÉCRYPTE / ACTUS DU JOUR

1 M ABONNÉS
~ 204 M VUES

Passionné depuis toujours par le journalisme, Hugo Travers résume chaque jour, du lundi au vendredi, l'actualité en moins de dix minutes sur sa chaîne Actus du jour. Celui qui a notamment interviewé Emmanuel Macron est la nouvelle voix qui porte dans l'info et la politique, grâce à son franc-parler, son travail méticuleux, son honnêteté et son engagement. Créateur prolifique, Hugo anime également la chaîne HugoDécrypte, axée sur le temps long, avec des grands formats, des reportages et des débats.

EN DIRECT

ÊTRE À LA POINTE DE L'ACTUALITÉ

euronews.





arte

Brut.



REPORTAGE



MIEUX COMPRENDRE LE MONDE

BRUT

1 M D'ABONNÉS
~ 449 M DE VUES

En cinq ans d'existence et de présence sur YouTube, Brut a conquis les adeptes de l'information en format vidéo, fiable et sourcée, avec un décryptage sérieux et une tonalité décalée. La chaîne YouTube de ce média prolifique propose quotidiennement des vidéos courtes autour de l'actualité, mais aussi des documentaires sur le terrain par ses grands reporters, Camille Courcy et Charles Villa, ou de longs entretiens comme celui du président Emmanuel Macron en décembre 2020. La responsabilité du pouvoir, la lutte contre les discriminations, le féminisme, la défense de l'environnement et le journalisme de solutions : autant de sujets sur lesquels Brut porte avec son format innovant un regard clair et documenté sur le monde actuel et les nouvelles générations.

ARTE

2 M D'ABONNÉS
~ 187 M DE VUES

La chaîne culturelle européenne vous invite à prendre le temps de comprendre le monde, de l'histoire aux sciences en passant par la géopolitique. Tout d'abord à travers des documentaires "qui font parler" comme *Violences sexuelles dans le sport*, l'enquête de Pierre-Emmanuel Luneau-Daurignac ou *La Fabrique de l'ignorance* de Franck Cuveillier et Pascal Vasselin à propos de l'instrumentalisation de la science à des fins mensongères par l'industrie. En passant par la rediffusion des directs ensuite, où des spécialistes ont participé à des sessions live pour répondre à toutes les questions.

1 MISTER GEOPOLITIX

166 K D'ABONNÉS
~ 5 M DE VUES

Depuis 2016, Gildas Leprince, alias Mister Geopolitix, a pour objectif de "faire découvrir et comprendre le monde". Ce globe-trotteur infatigable va ainsi de pays en pays pour vulgariser des thématiques telles que l'aide humanitaire, les mafias, le djihadisme ou la déforestation. Un sens du voyage qui se retrouve dans ses vidéos immersives, véritables documentaires très fouillés, qui laissent la place à l'histoire, aux témoignages et aux explications.



REPORTAGE

MIEUX COMPRENDRE LE MONDE

1 STUPID ECONOMICS

229 K D'ABONNÉS

~ 6 M DE VUES

Arnaud Gantier et Valentin Levetti ont lancé Stupid Economics pour mettre à la portée de tous les réflexions des économistes sur les enjeux d'aujourd'hui. Non contents de vulgariser cette discipline, ils s'intéressent autant aux sociétés pyramidales ou au prix des médicaments qu'à l'obsolescence programmée, à la mesure du racisme ou encore aux voitures autonomes.

STREETPRESS

259 K D'ABONNÉS

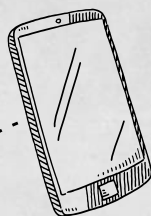
~ 54 M DE VUES

Ancré dans la culture urbaine, StreetPress revendique un journalisme indépendant, qui fait bouger les lignes, avec des reportages et des enquêtes que vous ne verrez pas ailleurs. Sur cette chaîne, on trouve ainsi portraits et documentaires d'investigation, comme *Le bâtiment 7*, sur l'immeuble d'Evry popularisé par les stars du rap, ou *Aldo le Gitan*, qui nous plonge dans l'intimité du boxeur Cyril Léonet, quintuple champion de France poids lourds. De quoi découvrir d'autres tranches de vie.

18



1



RCS : 443 061 841

Ceci est une communication de YouTube.

Conception et réalisation

TBWA The Disruption Company - Annabel Deschamps

Crédits iconographiques

Arte, BFMTV, Brut, Dorothée Biechy, Sylvain Bertrand, Gabriel Carrère, Defakator, Euronews, Figaro Live, France24, Getty, Delphine Ghosarossian, Isoft (Clément Champion), Istock par Getty, Le Monde, Le Parisien, Gildas Leprince, La Tronche en Biais, Le Crayon, Valentin Levetti, StreetPress, Sunday Pistols Studio.

Ne pas jeter sur la voie publique.

Septembre 2021

19





Contribution écrite à la Mission flash
relative à l'éducation critique aux médias

menée par les députés

Mme Violette Spillebout (RE, Nord)

M. Philippe Ballard (RN, Oise)

Commission des Affaires culturelles et de
l'éducation de l'Assemblée nationale

Proposition de Pierre-Alain Raphan

Docteur en Sciences Humaines et Sociales (DBA)

Député de la XV législature (2017 – 2022)

Président de la Fédération Francophone du Futur

Auteur des ouvrages

Intelligence Artificielle et Démocratie (2020) / L'intelligence Artificielle de A à Z (2021)

Préambule

La citoyenneté nécessite un apprentissage, une éducation.

Nous naissons citoyens, mais nous le devenons également au travers de nos expériences. Chacun est animé de doutes, d'envies, de déceptions et de confiance.

Faire face à la frustration, à l'opposition, à l'imprévu conditionne fortement notre intimité puis notre capacité à intégrer des collectifs. Or organiser et accéder à une attention performante, une information de qualité et une capacité à être lucide face au tsunami d'informations reçues par les différents canaux médiatiques permet de jouir d'une réelle liberté individuelle et d'une place dans la Société.

À chacune de ces étapes notre attention est sollicitée pour être en mesure de gérer nos émotions et de les associer à notre mémoire afin d'en tirer une expérience utile c'est-à-dire nous rendant capables de comprendre tant notre intimité que notre environnement pour pouvoir agir consciemment et indépendamment.

Or cette attention et ces angles informationnels sont parasités par des stratégies économique et/ou politique tirant profit de la connaissance de nos processus physiologiques.

Des oligopoles et bien d'autres acteurs de moindre envergure, déploient des outils capables de stimuler la production, par exemple, des neurotransmetteurs, acteurs principaux des mécanismes de récompense et de manipuler ainsi l'information ?

Ces outils prennent des formes variées au travers d'applications multidimensionnelles, de fil d'actualité, de divertissements, d'accroches, etc.

Ces outils, nous plongent, parfois, dans l'illusion du choix et de la spontanéité, de l'accès infini à tout et à tous réunis dans des « communautés désintéressées d'amis sincères ».

Ces outils captent et orientent notre attention plus précisément, plus rapidement et plus profondément que les interactions humaines classiques ne sauraient le faire. En effet, fondés sur des connaissances scientifiques et cliniques ils embarquent des techniques performantes tout au long de leur utilisation.

Dans cette configuration, la collecte de données renseigne sur les biais qui, à leur tour, incitent à fournir des informations de plus en plus pertinentes pour utiliser ces mêmes biais.

Aussi est-il parfois difficile de sortir d'une telle boucle voire même d'en avoir conscience.

Nous sommes ici dans l'exploitation industrielle des biais cognitifs de tout à chacun et, plus profondément d'un manque de vigilance, voir même, paradoxalement, d'une hyper vigilance.

L'éducation aux médias et l'apprentissage du décryptage sont devenus indispensables au destin de notre Etat-Nation.

J'y vois, à titre personnel, un enjeu démocratique et civilisationnel.

C'est pourquoi j'aborderais l'éducation aux médias comme rempart à nos idéaux démocratiques.

La définition de la Démocratie que je retiens pour la suite de l'exercice sera celle de Schumpeter à savoir que la démocratie est la capacité d'un peuple à choisir ses gouvernants.

La définition de Schumpeter questionne sur des concepts plus profonds de la capacité du peuple à choisir et à définir ceux qui le gouverne. Dans les deux cas le peuple doit être capable de prendre la décision la plus éclairée possible.

La période présidentielle a aussi été marquée par différents scandales liés à des campagnes de désinformation liée à l'utilisation des médias sociaux comme mode d'information.

La dernière infographie réalisée par l'agence digitale TIZ montre bien le poids des médias sociaux tant à l'étranger qu'en France.

La France peut se targuer d'avoir près de 115 millions de comptes liés à des médias sociaux dont 33 millions sur Facebook.

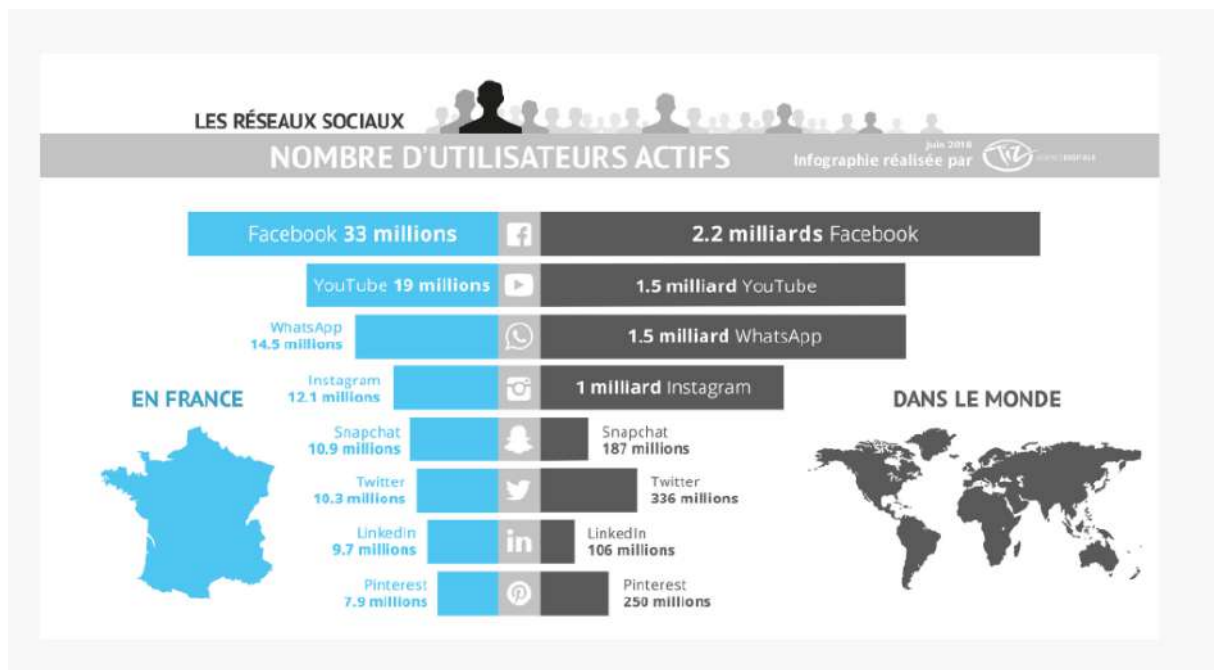


Figure 1 – Utilisation des médias sociaux en France et dans le monde

Ces nouvelles façons de s'informer et de partager l'information ont pris une importante place dans le paysage médiatique et politique. Cela a un double tranchant dans l'approche des campagnes, à savoir de diffuser plus simplement et à moindre coût des informations liées à une propagande mais aussi d'en répandre de fausses informations.

Dernièrement le MIT a démontré que les fausses nouvelles avaient 70% de chance de plus de se diffuser sur les médias sociaux.

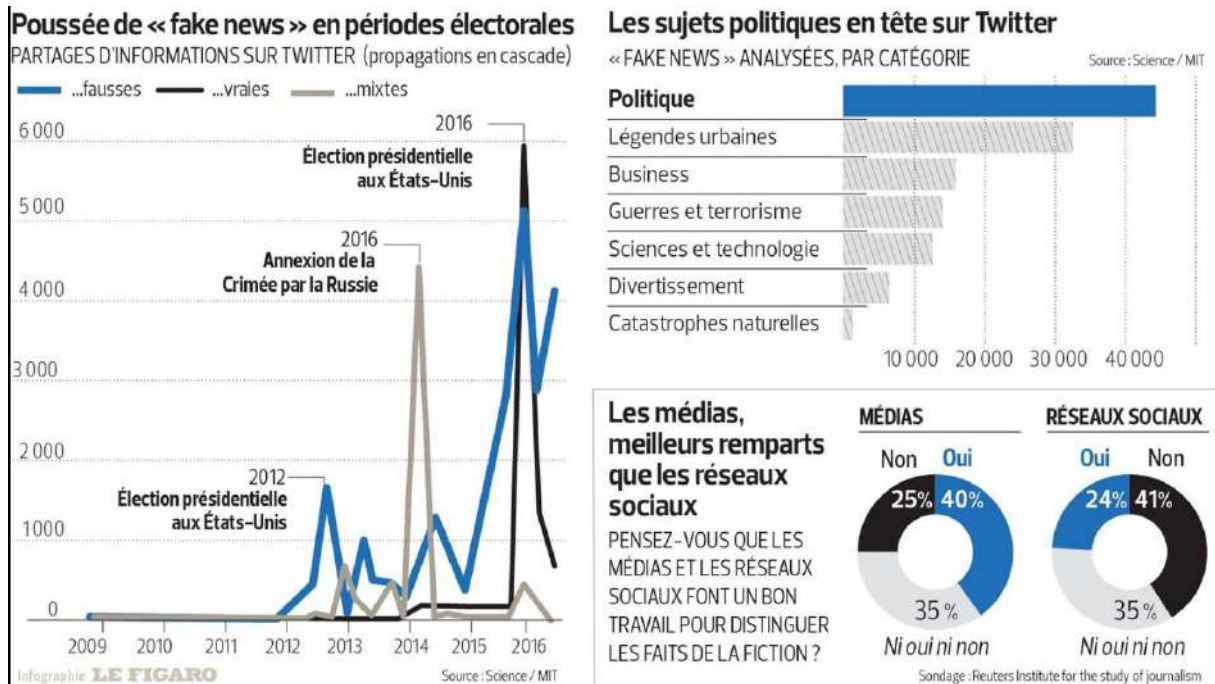


Figure 2 – Diffusion des fake news

Comment expliquer cela ?

Les chercheurs avancent une hypothèse. "Notre attention est plus attirée par ce qui est nouveau et que la nouveauté a une 'valeur' plus importante d'un point de vue social".

De plus, selon eux, les fausses rumeurs n'agissent pas sur les mêmes leviers émotionnels que les véritables informations.

Jérémy Patrix rappelait que « Quand la foule atteint un niveau émotif critique, les membres perdent leur capacité à résister aux suggestions des membres influents, et toute réaction émotive forte est rapidement diffusée. »¹

Newcom définit ce phénomène avec une autre formulation :

« Dans un groupe d'appartenance, dans lequel certaines attitudes sont approuvées par la majorité, et de façon manifeste, par les leaders du groupe, les individus acquièrent ces attitudes conformistes dans la mesure où le groupe d'appartenance, symbolisé en particulier par les leaders et les sous-groupes dominants, sert de point de référence positif »²

Les individus se conforment et en retour, ils sont intégrés et gagnent l'amitié de leurs pairs.

Ceux qui aspirent à devenir des leaders doivent, de même, partager les opinions les attitudes dominantes dans le groupe. Merei a démontré ce point de façon frappante dans son enquête sur le leadership dans les groupes d'enfants³.

Au lieu de cela, les membres d'une masse développent une conscience de soi par rapport aux autres groupes. Cette conscience leur fait partager une attitude ou une activité commune.

¹ (Bon, 1900)

² (Paul Lazarsfeld, 2008, p. 62)

³ (Paul Lazarsfeld, 2008, p. 63)

Tandis que leurs actions sont impulsives et peuvent même contredire leur bon sens habituel, ils s'unissent à d'autres du fait qu'ils se concentrent sur un objectif commun.

L'humain a donc une grande part de responsabilité dans ce type de phénomène.

Il conviendra donc de s'interroger sur l'impact des médias sociaux dans la relation entre les citoyens et les institutions notamment pendant les périodes électorales.

Rappelons que que les médias sociaux ont la capacité à faire transiter des informations de manière beaucoup plus rapide et sur une plus grande population que dans n'importe quelle partie de l'histoire. Bien que les fake news soient anciennes (par exemple à l'époque de Philippe Le Bel) elles n'avaient pas cette capacité virale. C'est peut-être là que réside la plus grande force de ces réseaux favorisant les informations émotionnelles au détriment de l'utilisation des intelligences naturelles.

Paul Lazarsfeld a démontré dans les années 1950 qu'il était assez simple d'influencer les électeurs.

Les électeurs ne sont pas forcément touchés directement par les médias en eux-mêmes mais par les influenceurs de leurs cercles qui eux le sont.

Il suffit donc de cartographier le cercle de chaque électeur indécis et de cibler les influenceurs à influencer (amis, proches, collègues...)

La technique consiste, en fonction du profil des influenceurs, à envoyer des messages ciblés qui incitent à voter pour l'un ou à ne pas voter pour le ou les autres)

Les médias ont-ils de l'influence sur notre opinion ?

Selon Paul Lazarsfeld oui mais pas aussi directement qu'on le pense.

Il a démystifié la toute-puissance supposée des médias et a montré l'importance des groupes et des relations interpersonnelles dans la construction des opinions.

Dans son ouvrage, *Influence personnelle*, Lazarsfeld rappelle que quand il a commencé à réfléchir sur les effets des médias de masse, deux directions opposées se sont dessinées. Certains commentateurs ont pensé que les médias ne feraient rien d'autre que recréer l'espèce d'opinion publique informée qui était le propre de « l'assemblée municipale » au sens où les citoyens auraient à nouveau un égal accès à un compte-rendu intime, pratiquement de première main, sur des sujets requérant leurs décisions. Les gens avaient perdu le contact avec un monde en pleine croissance, et les médias allaient les remettre à nouveau leur portée.

D'autres ont vu les choses de façon totalement différente. Selon eux, les médias apparaissent comme des agents du mal, porteurs de la menace d'une totale destruction de la société démocratique. Le journal d'abord, la radio, ensuite, été craints comme des armes redoutables capable d'imprimer directement des idées dans les esprits de lecteurs et d'auditeurs sans défense. Sans les années 1920, l'idée était répandue que les journaux et la propagande entre « nous avaient menés la guerre » tandis que dans les années 1930, beaucoup ont perçu la

compagnie de Roosevelt comme la « preuve » d'une « voix en or » pouvait entraîner les humains dans n'importe quelle direction.⁴

D'un certain point de vue, ces deux conceptions de la fonction des médias peuvent passer pour totalement opposées. Mais si on déplace la perspective, elles ne sont pas si différentes l'une de l'autre.

Ceux qui font de l'émergence des médias une aube nouvelle pour la démocratie ou instrument du mal et qui la détruira ont plus ou moins les esprits la même image du processus de communication de masse. Ils se représentent d'un côté une masse atomisée de millions de lecteurs, d'auditeurs et de spectateurs préparés à recevoir le message et de l'autre chaque message comme un stimulus direct et puissant qui va provoquer une réponse immédiate. En bref, les médias sont regardés comme une nouvelle espèce de force unificatrice - une version simplifiée du système nerveux - qui se déploie jusqu'à atteindre chaque œil et chaque oreille dans un monde caractérisé par l'amorphisme de son organisation sociale et par l'indigence de ses relations interpersonnelles.⁵

Lazarsfeld dessine sous forme de quatre variables intermédiaires le processus de communication de masse :

- L'exposition
- Le caractère différencié des médias
- Le contenu
- Les prédispositions psychologiques des membres d'un auditoire⁶

De ces caractéristiques il évoque le fait que les citoyens tendent à voter, semble-t-il, de la façon dont vote leurs associés : les femmes votent comme leurs maris, les membres du club comme leurs comparses, les employés comme les collègues de l'entreprise. De plus les éléments d'informations, bien qu'ils ne fussent pas complètement ajustés à cette nouvelle question, ont montré que certaines personnes exercent une forte et disproportionnée influence sur les intentions de vote de leurs pairs.

Une question s'ensuivait à l'évidence : qu'est ce qui ou qui est-ce qui influence les personnes influentes ?

C'est ici que les médias de masse rentrent à nouveau dans le paysage car les leaders d'opinion faisaient part, beaucoup plus que les non-leaders, de l'influence que les médias exerçaient sur eux.⁷ Il introduit alors le concept de *People's Choice* qui va écorner l'image de l'électeur rationnel.

Il démontre que les caractéristiques sociales déterminent les préférences politiques et que les médias ont un impact sur les leaders d'opinions qui influencent à leur tour les individus au sein de leurs cercles respectifs⁸.

Cela amène à penser que les décisions et les indécisions en matière de choix électoral peuvent être étendus à tous les enjeux de la vie publique. La constitution de problèmes publics par exemple n'est pas seulement une « construction médiatico-politique »

⁴ (Paul Lazarsfeld, 2008, p. 37)

⁵ (Paul Lazarsfeld, 2008, p. 38)

⁶ (Paul Lazarsfeld, 2008, p. 41)

⁷ (Paul Lazarsfeld, 2008, p. 48)

⁸ (Laurens, 2010)

manigancés par certains « détenteurs de moyens de production et de diffusion des informations », qui exercent une emprise sur des consommateurs moins bien pourvus en ressources, en capitaux pour faire valoir des perspectives alternatives.

Elle n'est pas davantage le résultat d'un processus d'association, de coopération et de communication, d'enquête d'expérimentation et de délibération entre citoyens vertueux qui seraient à même de court-circuiter des institutions transcendantes de l'espace public.

Elle n'est pas non plus commandée par des instances institutionnelles, qui verrouilleraient des opérations de définition de maîtrise de situations problématiques et dont les propositions d'intérêt général s'imposeraient sans recours à des électeurs administrés-usagers-passifs.

Enfin elle n'est pas le résultat providentiel de la composition des intérêts privés ou des opinions personnelles qui émergeraient dans le libre jeu de leur confrontation dans un régime de libre concurrence, et qui fixerait ainsi l'attention publique sur certains enjeux.

Toutes ces perspectives ont leur part de vérité mais sont fausses dès lors qu'on en fait des absolus.⁹

D'autres courants, plus récents tentent de démontrer un impact plus conséquent des médias et notamment des médias sociaux sur les opinions des citoyens.

Dans le livre l'Homme Nu, les auteurs parlent même du fait de passer du concept de Big Brother, à celui de Big Mother ¹⁰ tellement les médias sociaux pourraient nous influencer. Ils prennent pour cela l'expérience suivante :

« 700 000 internautes ont découvert qu'ils avaient été utilisés, à leur insu, comme cobayes par Facebook. Durant une semaine, en janvier 2012, le réseau social s'est livré dans le plus grand secret à une petite expérience intitulé « preuve expérimentale d'une contagion émotionnelle à travers les réseaux sociaux ».

Pour se faire Facebook a carrément trafiqué son fils d'actualité. Trois groupes d'un peu plus de 200 000 utilisateurs ont été exposés, chacun, à des informations majoritairement neutres, positives ou négatives.

En analysant les messages postés par ses internautes enrôlés malgré eux dans l'expérience, les algorithmes ont révélé que la tonalité des informations modifie l'état émotionnel et même influence les comportements.

Ceux qui avaient été matraqués d'informations positives réagissaient en produisant plus de messages contenant des mots positifs.

La preuve est donc faite que les Big data via les réseaux sociaux peuvent induire des états émotionnels durables dans une population.¹¹ »

Une autre expérience de recherche démontre également l'Influence des GAFAs sur la démocratie. Menée par R. Epstein & R. Robertson et nommée « The search engine manipulation effect and its possible impact on the outcomes of elections », l'expérience

⁹ (Paul Lazarsfeld, 2008, p. 394)

¹⁰ (Marc Dugain, 2016, p. 163)

¹¹ (Marc Dugain, 2016, p. 161)

démontre que selon les résultats d'une première recherche sur des moteurs classiques, il pouvait y avoir un pourcentage de favoris allant de 37 à 63%.

Dans un article d'Elisa Braun, Tristan Harris, ancien ingénieur de Google dénonce la pratique dite des « dark patterns » qui nous invite à certains choix qui n'en sont pas vraiment.¹² Les Dark patterns peuvent être expliqués de la façon suivante :

« Il s'agit de manipulations dans le design même des services que nous utilisons, pour faire faire des choix à l'utilisateur, dont il n'est pas conscient » résume ainsi Albert Moukheiber, docteur en neurosciences et psychologue.

Les dark patterns jouent sur les biais cognitifs, ce sont en fait tous ces mécanismes de la pensée qui nous font parfois avoir des jugements moins rationnels, comme celui de trouver un produit à 0.99 euros beaucoup moins coûteux qu'un autre au prix rond. Il y en a des centaines, que les psychologues étudient depuis les années 1970 et que les experts du marketing, de la communication ou de la politique utilisent à des fins de manipulation commerciale ou électorale.¹³

Contrairement aux techniques de manipulations « traditionnelles » des années 1970, les « dark patterns » ont ceci de nouveau qu'ils sont traçables et activables automatiquement grâce aux technologies, pour plus d'efficacité : Facebook sait par exemple sur quelles notifications un utilisateur est le plus susceptible de cliquer, et peut donc automatiquement suggérer davantage de contenus auxquels il est sensible.¹⁴

Tristan Harris, [dénonce une économie de l'attention selon lui néfaste pour la société](#).¹⁵ En précisant que nous allons vivre dans un monde où de plus en plus de technologies vont intercepter des signaux de ce que nous pensons avant même que nous n'ayons conscience de le penser, et nous manipuler.¹⁶

Dans un rapport de 2014, le Conseil d'Etat français a même mis en doute la neutralité du net, des réseaux et des plateformes qui mettent en risques nos libertés fondamentales.¹⁷

Théorie de l'information

Si nous reprenons la Théorie du célèbre mathématicien américain Claude Shannon, une [information](#) désigne, parmi un ensemble d'événements, un ou plusieurs événements possibles. En théorie, l'[information](#) diminue l'incertitude. En [théorie de la décision](#), on considère même qu'il ne faut appeler « information » que ce qui est « susceptible d'avoir un effet sur nos décisions ».

Dominique Cardon, dans son analyse de notre transition sociétale, évoque que les données sont publiques par défaut, alors que nous avons l'habitude de les considérer privées par défaut.

¹² (Braun., 2018)

¹³ (Braun., 2018)

¹⁴ (Braun., 2018)

¹⁵ (Braun., 2018)

¹⁶ (Braun, 2018)

¹⁷ (d'état, 2014, p. 20)

Désormais la visualisation précède l'interprétation.¹⁸ car le web publie puis filtre, alors que les médias traditionnels filtraient avant de publier. Nous vivons donc une possible inversion de la hiérarchie des normes : "Mais dans cette tension, une hiérarchie normale des valeurs exige que le principe économique soit subordonné à la démocratie plutôt que l'inverse."

Quels sont les risques démocratiques ?

Dans les années 1970, un rapport de la commission trilatérale rédigé par Michel Crozier, Samuel Huntington et Joji Watanuki alertait déjà sur une crise de la démocratie en précisant le constat suivant : « The image which recurs in these and other statements is one of the disintegration of civil order, the breakdown of social discipline, the debility of leaders, and the alienation of citizens. »¹⁹ Dans ce rapport, le rôle des médias et de l'influence est également clairement évoqué :

« The media are not in as great a crisis as education is. However, they have been transformed by the explosion and expansion of communications and the new role played by value-intellectuals. The media's influence on politics and governability is much more direct than that of education, and the media play a most decisive role in the present drift of Western societies. They are a very important source of disintegration of the old forms of social control inasmuch as they contribute to the breakdown of old barriers to communication²⁰

Thus it is imperative to give much more importance to systems analyses than to the immediate and apparent views of the actors, which is evidently the bias of the media.

The more this sounding board emphasizes the emotional appeal of the actors' "life experience," especially as biased by the techniques of the media, the less easy it is to force a real analysis of the complex game on which political leaders must act. Finally, the emphasis on direct evidence appears to be as loaded with ideology and manipulation as old style oratory. Journalists' autonomy does not lead necessarily to transparency and truth but may distort the perception of reality. .²¹"

Ce qui était pointé dans les années 1950 puis 1970 était bien une réelle mise en cause de la démocratie liée en partie :

- A l'aliénation des citoyens comme cause dans la crise démocratique.
- Aux mises en pratique ainsi qu'à une véritable inadaptation aux évolutions sociétales.

Il ne s'agit plus ici d'essayer d'analyser l'évolution de la technique, mais bien de dénoncer l'autorité et le caractère totalitaire de celle-ci à l'époque moderne, ainsi que les modes

¹⁸ (Cardon, Regarder les données, 2012)

¹⁹ (Michel Crozier, 1975, p. 2)

²⁰ (Michel Crozier, 1975, p. 34)

²¹ (Michel Crozier, 1975, p. 36)

d'aliénation qui y sont rattachés.²² Certains évoquent même l'idée de l'intelligence « connective »²³ quand d'autres parlent de « mutation anthropologique ».²⁴

Dans l'évolution du rapport des technologies aux modes de gouvernance, Dominique Cardon estime que les algorithmes imposent une hiérarchisation des valeurs qui en vient progressivement à dessiner les cadres cognitifs et culturels de nos sociétés.²⁵ Il insiste sur l'impact du Big Data sur nos systèmes de prises de décision : Il soupçonne qu'une personne pourrait faire un choix parce que d'autres « comme elle » l'ont fait en dénonçant l'erreur possible que « Le futur de l'internaute est prédit par le passé de ceux qui lui ressemblent. »²⁶

Ce mode de réflexion se retrouve même dans les médias :

« Peu à peu, sur Internet, s'impose l'idée d'un contrôle éditorial a posteriori, qu'on retrouve sur Wikipédia, Omhy News ou Agoravox, contrairement à la norme de contrôle a priori qui prévalait jusqu'alors dans les médias traditionnels. »²⁷

Ces données revêtent également des dimensions politiques parce qu'en elles-mêmes et à travers la mise en œuvre de règles automatisées et adaptatives d'agrégation, de tri et de sélection qui leur sont appliquées (les algorithmes), elles participent à orienter la perception et les actions et ont à ce titre des effets normatifs et des incidences sur l'autonomie des individus.²⁸

La question des interfaces et des applications logicielles qu'elles offrent ainsi que la possibilité d'accéder (ne serait-ce que de manière partielle) aux réserves de données et de produire de nouvelles données et savoirs, est au cœur de la définition des agencements démocratiques à venir.²⁹

Conclusion dangers démocratiques

Pour conclure ce chapitre, nous remarquons que la majorité des courants s'inquiètent de l'évolution de notre société et notamment de l'impact des nouvelles technologies sur nos pratiques démocratiques.

L'inversion des normes est souvent pointée et la transformation du citoyen en client également.

Traiter les citoyens comme des consommateurs les amène à penser que la politique peut leur amener le même niveau de service qu'ils attendent du secteur privé, ce qui est l'équivalent politique du suicide.³⁰

²² (Huguet, 2017)

²³ (Huguet, 2017)

²⁴ (Huguet, 2017)

²⁵ (Cardon, À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data, 2015, p. 14)

²⁶ (Cardon, À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data, 2015, p. 34)

²⁷ (Bronner, 2017, p. 31)

²⁸ (Loveluck, 2016)

²⁹ (Jean-Max Noyer, 2013)

³⁰ (Haëntjens, 2018)

En surévaluant la puissance des chiffres et en priorisant les prises de décisions par des systèmes algorithmiques, ce sont nos propres systèmes de pensée qui se modifient. Nous assistons à une robotisation de l'esprit humain et potentiellement à une perte d'âme.

Quand certains penseurs annoncent la mort de la démocratie, morte au sens où l'on ne croit plus qu'elle soit possible³¹, d'autres rappellent que la démocratie, même imparfaite, est une victoire sur l'oppression³². Or sans nier la transformation en cours des activités professionnelles, il convient toutefois de ne pas accorder aux architectes des données davantage de pouvoirs qu'ils n'en revendiquent. Les analystes des données prétendent gouverner mais ne gouvernent pas.³³ Les outils de pilotage ne remplaceront jamais le pilote.³⁴

Les technologies numériques parfois manipulées par les fossoyeurs de l'avenir démocratique sont porteuses d'avenir, précisément contre la télécratie et pour la reconstitution d'une société industrielle démocratique. Ces technologies sont porteuses de possibilités d'organisations associatives tout à fait inédites permettant d'inventer de nouvelles formes de lien social et de paix civile³⁵³⁶

Nous sommes des animaux sociaux qui avons soumis toutes les autres espèces et conquis la Terre grâce à notre capacité à coopérer. Nos lois encouragent et facilitent la coopération. Si l'intelligence artificielle est en mesure d'améliorer le fonctionnement de nos lois et de nos gouvernements et peut permettre une coopération entre êtres humains meilleure que jamais et faire ressortir ce qu'il y a de meilleur en nous. Les possibilités de progrès sont nombreuses tant dans l'application de nos lois que dans leur écriture³⁷

De Rosnay estime, et nous le rejoignons totalement, que l'ADN d'Internet pourrait-être ainsi modifiable de l'intérieur par les comportements de l'utilisateur.³⁸ Mais cela impose de la régulation et de l'éducation coordonnées.

Comme pour un organisme vivant, une épigénétique d'Internet pourrait-elle assurer un co-contrôle, une co-régulation par les « utilisateur neurones » d'Internet ? Et ces modification « épigénétiques », découlant du comportement des internautes, pourraient-elles avoir des effets positifs pour la démographie, les libertés humaines et l'avenir de l'humanité ?³⁹ Peut-il exister un management global du cerveau planétaire, une gouvernance mondiale ?⁴⁰

Il envisageable de projeter la co-régulation citoyenne (c'est-à-dire un comportement orienté collectivement vers un même but et utilisant, pour arriver à ses fins, les réseaux sociaux

³¹ (Sierakowski, 2012)

³² (Love, 2004)

³³ (Baudot, 2015)

³⁴ (Clot, 2016)

³⁵ (Stiegler, 2006, p. 35)

³⁶ (Stiegler, 2006, p. 28)

³⁷ (Tegmark, 2018, p. 125)

³⁸ (Rosnay J. d., 2018, p. 92)

³⁹ (Rosnay J. d., 2018, p. 94)

⁴⁰ (Rosnay J. d., 2018, p. 101)

comme un véritable contre-pouvoir) comme pouvant devenir l'arme la mieux adaptée pour lutter contre les pouvoirs totalitaires et les monopoles numériques.⁴¹

Il encourage une co-régulation par des femmes et des hommes informés.⁴² Il paraît d'autant plus nécessaire, à ce stade, de relier le travail, le sens de la vie et de l'intelligence artificielle.⁴³

La solution est-elle dans l'éducation ?

Comme le précise Sylvain Auroux, le numérique peut être compris comme un nouveau stade du processus déjà ancien de grammatisation.⁴⁴

Le curseur de la réponse dépendra de la faculté des états à éduquer le citoyen sur ces sujets.

Une formule issue de son compte rendu explicite, avec douze ans d'avance, la conclusion du « Discours de Stockholm » : « Ce qui caractérise notre siècle, ce n'est peut-être pas tant d'avoir à reconstruire le monde que d'avoir à le repenser. Cela revient en fait à lui donner un langage »⁴⁵.

Les plateformes opèrent un déplacement du pouvoir. Elles touchent des aspects fondamentaux de nos sociétés et de nos vies, comme l'accès au savoir ou les relations entre les personnes, qui déstabilisent de nombreuses institutions traditionnelles, et font déjà l'objet de travaux de sociologie.⁴⁶

La disruption des plateformes d'intermédiation atteindra au-delà des secteurs d'activité traditionnelle de l'économie, le cœur de l'activité de l'administration et du gouvernement, dont une part importante de l'action est tournée précisément vers l'interaction avec la population.⁴⁷

Il est probable que les meilleurs services seront offerts par des sociétés concentrant une masse de données ouvertes considérables, et qui généreront des données secondaires, résultants des traces d'utilisation, qui leur assureront une vraie suprématie dans une nouvelle forme de gouvernance et de régulation algorithmiques.⁴⁸

La connaissance, elle, relève de la pensée logique.⁴⁹

De quel appui théorique partons-nous ?

La connaissance, ses opérations, procédés et procédures sont donc par essence informatisables, transcritibles en logiciels.⁵⁰

Les savoirs sont par essence vivants et vécus. Les virtuosités et le sens artistique, entre autres, relèvent essentiellement du savoir. Ils comportent toujours une part d'intelligence corporelle, sensori - motrice, quoiqu'ils puissent avoir avantage à s'éclairer par des connaissances. Les pionniers actuels de l'intelligence artificielle ne disent rien d'autre que

⁴¹ (Rosnay J. d., 2018, p. 95)

⁴² (Rosnay J. d., 2018, p. 101)

⁴³ (Rosnay J. d., 2018, p. 102)

⁴⁴ (Auroux, 1994, p. 117)

⁴⁵ (Camus, Essais, 1965, p. 1680)

⁴⁶ (Stephane Frenot, 2014)

⁴⁷ (Stephane Frenot, 2014)

⁴⁸ (Stephane Frenot, 2014)

⁴⁹ (Gorz, 2004)

⁵⁰ (Gorz, 2004)

Boole, à savoir que toutes « les facultés de l'esprit, y compris l'imagination, l'invention, l'attention » peuvent être ramenées à des « opérations dont les lois ultimes se laissent exprimer algébriquement ». ⁵¹

L'évolution actuelle laisse à penser que les citoyens adoptent une posture de servitude volontaire » ⁵²

Le rapport de force paraît inégal mais pourtant, comme le citait La Boétie : « ils ne sont grands que parce que nous sommes à genoux » ⁵³

Certains philosophes prônent la protection de la sociation qui est la compétence de la société, et non seulement de ses représentants ⁵⁴

La sociation dans une société démocratique, c'est ce qui garantit la paix mais c'est ce qui exige une participation de tous les citoyens à la vie politique par le choix de représentants qui rendent des comptes aux organisations dont ils sont les mandataires. ⁵⁵

La sociation est la seule vraie réponse à l'insécurité et c'est parce que l'insécurité est ce qui est nécessairement engendrée par la perte de participation. ⁵⁶

Il ne peut y avoir de protection de la sociation sans des bases éducatives communes.

Comme le précise Alain Caillé, il nous faut donc donner des instruments de pensée qui nous permettent d'apprécier le degré de non-respect, de déviation ou de perversion de la démocratie ⁵⁷ et donc des clés de lectures de nos systèmes afin d'éviter l'organisation de foules artificielles ou d'organisations artificielles des masses. ⁵⁸

Ainsi Comte écrivait en 1825 : « ...l'éducation et la philosophie sont en relation intime et nécessaire, vu l'impossibilité d'élever une société autrement que sous l'influence du système d'idées prépondérant ». ⁵⁹

Dans la Démocratie des Crédules, il est également précisé que : « *Le véritable esprit critique, celui qui nous aide à contrarier l'aliénation que représentent parfois les suggestions de notre intuition, ne peut s'acquérir qu'à force d'exercices persévérants. Ce travail si nécessaire à l'avènement d'une démocratie de la connaissance ne peut donc se faire qu'en y insistant tout au long du temps éducatif.* » ⁶⁰

Cela entre parfaitement en phase avec les préconisations d'Edgar Morin de par sa vision de l'information. Pour lui « L'information est une notion nucléaire mais problématique. De là, toute son ambiguïté : on ne peut presque rien en dire, mais on ne peut plus s'en passer. » ⁶¹

⁵¹ (Gorz, 2004)

⁵² (Boétie, 1576)

⁵³ (Onfray, 2017, p. 65)

⁵⁴ (Stiegler, 2006, p. 24)

⁵⁵ (Stiegler, 2006, p. 27)

⁵⁶ (Stiegler, 2006, p. 27)

⁵⁷ (Caillé, 2005)

⁵⁸ (Stiegler, 2006, p. 130)

⁵⁹ (Comte, 1825, p. 249)

⁶⁰ (Bronner, 2017, p. 314)

⁶¹ (Morin, Introduction à la pensée complexe, 2005, p. 35)

« L'information est donc un concept qui établit le lien avec la physique tout en étant le concept fondamental inconnu de la physique. Il est inséparable de l'organisation et de la complexité biologique »⁶²

Il met également en exergue l'aspect polysémique de l'information qui est la base de beaucoup de confusion : « Les aspects émergés de la théorie de l'information, l'aspect communicationnel et l'aspect statistique. [...] L'aspect communicationnel ne rend absolument pas compte du caractère polyscopique de l'information qui se présente au regard tantôt comme mémoire, tantôt comme savoir, tantôt comme message, tantôt comme programme, tantôt comme matrice organisationnelle.

L'aspect statistique ignore, y compris même dans le cadre communicationnel, le sens de l'information, il ne saisit que le caractère probabilitaire-improbabilitaire, non la structure des messages et, bien entendu, ignore tout de l'aspect organisationnel »⁶³

Quant à l'évolution de notre rapport à la statistique, Edgar Morin montre que le système n'est pas seulement la somme des parties, son organisation produit des qualités qui, n'existent pas dans ses éléments.⁶⁴

Edgar Morin suggère, et c'est ce qui rejoint l'éducation à la pensée critique et à la connaissance de nos écosystèmes, d'introduire des thèmes dans l'enseignement comme la connaissance de la connaissance, l'erreur et l'illusion, la compréhension d'autrui, la réalité humaine ⁶⁵ car il explique que toute décision doit être consciente du fait qu'elle n'est pas un pari »⁶⁶

L'éthique de l'information a aussi pour but de penser ces possibilités du dedans afin de les singulariser poliéthiquement.⁶⁷

⁶² (Morin, Introduction à la pensée complexe, 2005, p. 37)

⁶³ (Morin, Introduction à la pensée complexe, 2005, p. 37)

⁶⁴ (Morin, Edgar Morin ou l'éloge de la pensée complexe, 2018)

⁶⁵ (Morin, Edgar Morin ou l'éloge de la pensée complexe, 2018)

⁶⁶ (Morin, Edgar Morin ou l'éloge de la pensée complexe, 2018)

⁶⁷ (Capurro, 1992)

Conclusions et préconisations

L'accès à l'information de qualité ainsi qu'aux techniques de décryptage de l'information et de manipulation potentielle a un impact direct sur le destin d'une nation et plus globalement de l'humanité.

L'éducation aux médias ne doit plus être ni une option ni un gadget politique.

C'est une responsabilité que nous avons vis-à-vis des générations futures.

Il n'est pas prendre beaucoup de risque d'affirmer que la crédulité de l'homme est plus facile à corriger que la force de la technologie alliée au capitalisme.

C'est pourquoi je préconise:

- Que l'éducation aux médias et plus largement à la lecture du monde qui nous entoure (économique, politique et numérique) soit être une priorité politique stratégique du Gouvernement, du haut-commissaire au plan et de l'ensemble du Parlement.
- Que l'éducation aux médias ainsi qu'à la réalité basée sur l'objectivité de faits avérés, vérifiés ou scientifiques doit être inscrit dans les droits fondamentaux comme un enseignement de base.
- De dépasser le dogmatisme du concept de liberté pédagogique notamment lorsque que cela concerne la capacité des futures générations à décrypter le monde que les entoure. Ne pas le faire revient à créer une inégalité intellectuelle et territoriale dans l'éducation.
- D'avoir le courage de mettre en œuvre des programmes visant à armer les cerveaux dans la compréhension des systèmes médiatiques, économiques, numériques, politiques et géopolitiques. Ne pas le faire reviendrait à une volonté du système politique de maintenir les citoyennes et citoyens dans une méconnaissance qui empêcherait chacune et chacun de créer les propres conditions de son épanouissement.

CONTRIBUTION ÉCRITE – GÉNÉRATION NUMÉRIQUE

CONSTAT

- le complotisme a pénétré toutes les CSP et tous les âges : il y a 20 ans, aucun mineur n'était la cible de théories séparatistes, sectaires ou complotistes. Désormais, plus d'un jeune sur deux pense qu'il est possible que les Chemtrails (traînées de condensation laissées par les avions) soient en réalité des produits toxiques/chimiques déversés sur la population pour qu'une "élite" puisse en prendre le contrôle (cf notre dernière enquête sur le complotisme et les contenus choquants : https://asso-generationnumerique.fr/enquetes/#tab_lescontenuschoquantsetcomplotisme/)
- la défiance envers les institutions politiques, sanitaires ou médiatiques frappe aussi le public mineur qui a tendance à s'informer majoritairement sur les réseaux sociaux et, par conséquent, sont enfermés, sans le savoir, dans leurs bulles de communauté et ne sont pas confrontés à des avis différents voire contradictoires indispensables pour se construire sa propre opinion.
- l'esprit critique est le seul rempart individuel contre toute forme de manipulation. Nos valeurs républicaines et notre modèle de société sont violemment et parfois insidieusement attaqués et seule l'éducation permettra aux membres de la communauté nationale de se réunir sous la bannière républicaine et ne pas subir ces attaques qui nous ciblent tous.

ACTIONS D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET A L'INFORMATION MENÉES PAR GÉNÉRATION NUMÉRIQUE

Génération Numérique est la seule association de non journaliste à déployer des actions d'éducation aux médias et à l'information dans notre ère numérique. Depuis 2018, notre asso a lancé, avec le soutien du ministère de la Culture, du CIPDR et de la DILCRAH des actions en classe : le projet "Complots Rigolos" (pour les 14 ans et plus) puis en 2019, le projet "Chasseurs d'Infox" (pour les 9-14 ans), ont permis à nos équipes présentes partout en France de conseiller et former plus de 30 000 élèves tous les ans à l'esprit critique.

La demande adressée par les établissements scolaires est supérieure à la somme totale des budgets que notre association parvient à mobiliser (fonds publics locaux - préfectures - ou fonds nationaux tels que des subventions publiques ou du mécénat privé) : le besoin d'éducation et de formation a fortement augmenté chez les professeurs et chefs d'établissement depuis l'assassinat de Samuel Paty. 58% d'entre eux expriment d'ailleurs le besoin d'être aidés et accompagnés selon la dernière enquête menée par OpinionWay pour l'ARCOM (<https://www.arcom.fr/nos-ressources/etudes-et-donnees/mediatheque/rapport-sur-leducation-aux-medias-et-linformation-exercice-2021-2022>); notre association intervient d'ailleurs pour le compte de l'ARCOM pour mener des actions en classes.

PRÉCONISATIONS DE GÉNÉRATION NUMÉRIQUE

Comme nous avons pu le dire à la commission Bronner l'année dernière, la régulation des plateformes et les lois qui permettent de lutter contre les contenus manipulatoires ne sont pas sans faille. Il s'agit d'outils complémentaires qui aideront les citoyens à être confrontés moins souvent ou moins longtemps à des contenus séparatistes, discriminants ou fallacieux. Néanmoins, pour lutter contre la viralité de ces contenus produits par des officines très organisées, il faut pouvoir compter sur l'action de tous les citoyens internautes : chacun d'entre nous doit devenir un rempart contre ces assauts et, grâce à son esprit critique, sa formation et son éducation, nous devons tous participer à cette permanente campagne de

lutte pour l'information sur les réseaux sociaux en répondant à ces attaques et à ces théories complotistes. Pour être moins soumis et victimes de ces contenus et pour être en mesure de contre-argumenter et de démonter ces théories, nous devons tous être formés à comprendre les mécanismes de manipulation (sur les images - montage -, les discours - sophismes, rhétorique et autres arguments fallacieux, les appels à l'émotion) et aux biais cognitifs et de raisonnement auxquels nous sommes tous confrontés malgré nous pour mieux se défendre.

Nous ne pouvons donc qu'encourager une formation systématique de nos plus jeunes concitoyens à l'esprit critique en se reposant sur le travail des professeurs des écoles formés. Il s'agirait, d'une part, de contribuer à leur formation initiale et continue et, d'autre part, les aider à mener des actions d'éducation en classe, avec leurs élèves sur les sujets pour lesquels ils n'auraient pas été formés préalablement : l'éducation aux médias est un sujet bien trop vaste et complexe pour le laisser entre les mains d'apprentis sorciers qui peuvent causer plus de dégâts (si vous ne maîtrisez pas les sujets, les élèves peuvent d'autant plus facilement se braquer et s'enfermer dans leurs croyances).

Nous préconisons donc qu'un cursus complet d'éducation au numérique (nous l'évaluons à 35h du CP à la 3è pour traiter de l'ensemble des sujets numériques comme la cyber-sécurité, la lutte contre le harcèlement/cyberharcèlement, la lutte contre les contenus choquants ou haineux, promouvoir la citoyenneté à l'ère numérique, expliquer la liberté d'expression en France, lutter contre le racisme et l'antisémitisme en ligne, promouvoir l'égalité et la fraternité à l'heure des réseaux sociaux...).

Ce programme doit articuler les actions déjà menées par les acteurs les plus importants de l'éducation (Education nationale, Gendarmerie, Police nationale, Génération Numérique, les associations d'éducation populaire, le CLEMI...) pour couvrir tous les territoires de la République (et le territoire numérique) et toutes les populations (le public final tel que les jeunes ou un public "intermédiaire" d'éducateurs tels que les professeurs, les médiateurs et autres chargés de prévention).

Reste à savoir si cette solution d'éducation de long terme trouvera un financement à la hauteur des enjeux de société auxquels cette crise nous place. La loi confortant les principes républicains affirme déjà qu'une formation des élèves au numérique doit avoir lieu mais son application n'est malheureusement pas encore réalisée, loin s'en faut. Un financement par les grandes plateformes peut être trouvé pour compléter cette nécessaire éducation même si j'estime que l'éducation ne devrait pas être financée de près ou de loin par des acteurs privés qui sont parties prenantes.