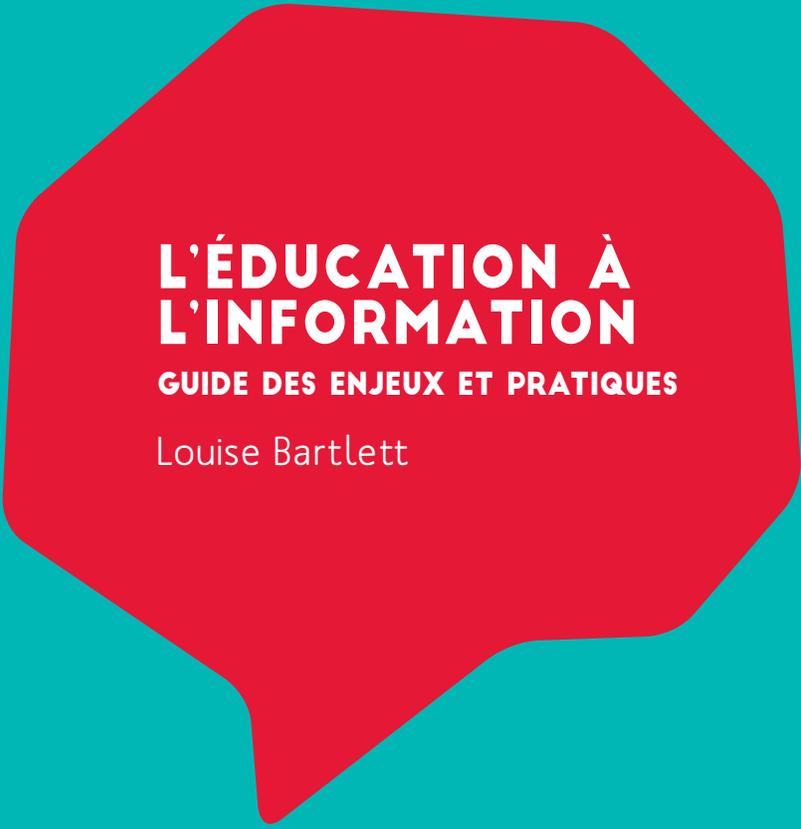


# L'ÉDUCATION À L'INFORMATION

GUIDE DES ENJEUX ET PRATIQUES

Louise Bartlett



A large, red, irregular speech bubble shape is centered on a teal background. Inside the bubble, the title and author information are written in white text.

# **L'ÉDUCATION À L'INFORMATION**

**GUIDE DES ENJEUX ET PRATIQUES**

Louise Bartlett



Introduction	4
--------------	---

## LES CONTEXTES

<b>1. Éducation aux médias et à l'information, pourquoi, pour qui ?</b>	<b>6</b>
<b>2. Législations, plans et initiatives nationales</b>	<b>14</b>
France : ministère de l'Éducation nationale	14
France : ministère de la Culture	16
À l'international	18

## LES PRATIQUES

<b>1. Comment faire de l'Éducation aux Médias et à l'information ?</b>	<b>25</b>
La palette d'actions menées	25
Les formats d'interventions	26
La préparation des interventions	27
<b>2. Expliquer</b>	<b>28</b>
Règles et fonctionnements des médias	29
La fabrique de l'info	35
<b>3. Analyser</b>	<b>40</b>
Qualifier les contenus	40
Chasser les idées reçues	41
Décrypter les actualités	42
« Fake news » et vérification	43
<b>4. Débattre</b>	<b>46</b>
Les médias, matière à débat	46
Méthodes pour débattre	48
Rencontres et événements	50
<b>5. Pratiquer</b>	<b>53</b>
Écrire pour être lu, vu, entendu	53
Créer un média	54
Soutien, formations et conseils	54

## LES FORMATIONS DES ACTEURS

### LES PROPOSITIONS

Éduquer les médias	64
Aiguïser l'esprit critique	64
Mutualiser les compétences	65
Financer l'ÉMI	67
Aides à la presse et déontologie	67

## L'éducation à l'information et à la liberté d'expression, comme une évidence

Depuis plus de 15 ans, l'Alliance internationale de journalistes défend une presse de qualité, notamment à travers le prisme de l'éthique et de la déontologie professionnelles. Dès l'origine, notre réseau – devenu association – a construit et diffusé des outils et des méthodes, impulsé des dynamiques et des dispositifs afin que l'ensemble des parties prenantes de l'information travaille ensemble pour relever le défi. Postulat de départ : le terme « alliance » n'était pas fortuit.

Créée en 2008, la collection *Journalisme responsable* représente l'une de nos productions les plus précieuses.

Après avoir abordé les différentes formes d'espaces professionnels, les formations au journalisme, les conflits d'intérêt, les crises de confiance envers la presse, les nouveaux modèles économiques, les évolutions technologiques ou l'information produite par les « non-journalistes », le livret que vous tenez entre les mains en arrive tout naturellement à traiter de « l'éducation à l'information et à la liberté d'expression ». Pendant longtemps ce sujet n'était pas considéré comme « porteur » ou « nécessaire ». Inutile de revenir sur l'évolution du contexte pour en justifier l'absolue nécessité.

C'est ainsi que l'Alliance internationale de journalistes et l'École des métiers de l'information ont créé fin 2015 la plateforme [mediaeducation.fr](http://mediaeducation.fr) pour répondre au besoin d'un espace commun aux acteurs de l'éducation à l'info.

On peut d'ailleurs buter sur la notion même « d'éducation ». Nous l'entendons plutôt en terme de « formation », comme la volonté de participer à la construction d'une culture commune. S'il est dorénavant établi que dans leur travail quotidien, les journalistes ne peuvent plus « oublier » le public ni le marché, il est nécessaire que « ces publics » maîtrisent le fonctionnement, les contraintes, les règles et les marges de la chaîne médiatique au sens large. C'est en toute connaissance de cause qu'ils auront ensuite le choix d'exercer leur pouvoir de producteurs, consommateurs et usagers d'information.

Ce livret se veut donc un guide pratique de réflexion et d'action pour tous ceux/celles – et ils/elles sont de plus en plus nombreux – qui s'interrogent sur les différentes façons d'expliquer les enjeux actuels de l'information. C'est à partir de cette connaissance que chacun, au niveau individuel ou collectif, pourra s'engager à promouvoir la qualité d'une information à la fois libre et responsable dont notre démocratie ne peut se passer.

*Nathalie Dollé*  
*présidente de l'Alliance internationale de journalistes*

# LES CONTEXTES

# 1

## ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION, POURQUOI, POUR QUI ?

### Un bref rappel : qu'est-ce que l'ÉMI ?

L'éducation aux médias et à l'information (Émi) a pour objectif de développer le discernement du public vis-à-vis des contenus d'information générale disponibles sur les divers supports médiatiques. Initiée au début des années 1980, son acte de naissance est la déclaration de Grünwald<sup>1</sup>, adoptée en 1982 par les participants à un symposium international organisé par l'Unesco sur les relations entre éducation et communication. Les signataires soulignaient déjà qu'« un nombre croissant d'individus consacrent une grande part de leur temps à regarder la télévision (...). Dans certains pays par exemple, les enfants passent déjà plus de temps devant un écran de télévision qu'à l'école ». La déclaration constate que les médias sont « un élément important de la culture dans le monde contemporain » dont « il ne faut pas sous-estimer ni le rôle de la communication dans le processus de développement ni la fonction instrumentale (...) pour favoriser la participation active des citoyens dans la société ». Depuis, Internet est arrivé. Foisonnant, à flux continu, il amplifie la circulation des contenus de tous genres (information, communication, rumeurs, mensonges...) par la démultiplication du public auquel on peut désormais s'adresser. Ce que l'on appelle la « viralité ».

Il est donc d'autant plus capital aujourd'hui de vérifier non seulement le fond mais aussi la source d'un contenu présenté comme une information, pour trier le vrai du faux, éviter la manipulation, et, en faisant des choix (bien informés) échapper au statut docile de consommateur. L'éducation aux médias vient en fait renforcer ou souligner la visée pédagogique et émancipatrice de l'information journalistique, dont la finalité, dans une dimension humaniste, est le développement de l'individu en tant que tel et en tant que partie prenante d'une société.

---

1 Déclaration de Grünwald [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_F.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_F.PDF). Le terme « éducation aux médias et à l'information » est la traduction communément admise de l'anglais « media and information literacy ».

## Pourquoi l'ÉMI ?

L'objectif premier de l'ÉMI est de contribuer à une citoyenneté active et imperméable à la simplification, à la propagande et à la polarisation entre « pour » et « contre ». Et ce, tant dans les médias « traditionnels » que dans les médias dits sociaux. Si ces derniers, et en particulier les GAFAM<sup>2</sup>, sont devenus en quelques années les incontournables sources de référence pour une très grande majorité de la population mondiale, les médias d'information traditionnels n'ont pas été non plus irréprochables.

Ainsi, par exemple, si les candidats républicains aux États-Unis peuvent compter depuis les années 90 sur le soutien de la chaîne de télévision Fox News, Donald Trump a, de surcroît, usé de l'incroyable force de frappe des réseaux sociaux. Trump – tout comme Rodrigo Duterte aux Philippines, Matteo Salvini en Italie, ou encore le président brésilien Jair Bolsonaro – fait partie de ces politiciens populistes qui, en s'adressant directement à leur base par Twitter, Whatsapp etc., échappent aux débats contradictoires et aux questions gênantes que leur imposeraient (la plupart) des médias d'information.

Les algorithmes, qui proposent des contenus « sur mesure » aux internautes, c'est-à-dire calibrés à partir de leurs clics et visites, finalisent ce processus de contournement : plus on regardera des vidéos sur « les immigrés qui mettent en péril la nation », plus on se verra proposer de contenus sur « les immigrés qui mettent en péril la nation ». Par ce même mécanisme, à l'inverse, un adepte de bonnes nouvelles écologiques (il y en a parfois) verra apparaître sur ses écrans une plus grande proportion de bonnes nouvelles écologiques.

Nos « bulles » informationnelles nous coupent, si l'on n'y prend garde, de la diversité d'informations, des points de vue et des opinions.

Tout comme l'alphabétisation et l'éducation ont été (et doivent rester) des priorités pour l'émancipation, une « alphabétisation » médiatique est aujourd'hui indispensable. Il s'agit, essentiellement, de renforcer l'esprit critique par l'explication du fonctionnement des algorithmes, par la déconstruction de généralités et idées reçues, et par la différenciation entre information, désinformation, « mésinformation »<sup>3</sup> et opinion.

Discuter, débattre, apprendre les uns des autres, accepter de ne pas être d'accord sans s'autoriser de réactions violentes, permettent de développer

---

2 GAFAM pour Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft.

3 Désinformation est un mensonge avec intention de nuire ; mésinformation est une erreur – plus ou moins honnête – sans intention de nuire. Voir ces termes employés par l'Unesco dans un livret (téléchargeable, en langue anglaise) sur l'éducation aux médias. <https://fr.unesco.org/node/295873>.

nuance et exigence, vis-à-vis de nous-mêmes et de la masse de messages que nous recevons quotidiennement. Ces qualités sont indispensables pour vivre ensemble, de la manière la plus constructive et paisible possible, dans notre grande diversité.

## Répondre à la défiance

Alors qu'elle était déjà pratiquée depuis de nombreuses années par des associations d'éducation populaire, des enseignants et des journalistes, l'éducation aux médias et à l'information est devenue une urgence après l'attentat contre *Charlie Hebdo* en 2015 et le refus de certains citoyens (notamment des élèves) de respecter la minute de silence nationale en mémoire des victimes. Pour répondre à la défiance contre les médias l'accent est mis sur les liens à retisser entre journalistes et citoyens, la défense des valeurs de la République et de la liberté d'expression. Surtout dans un contexte où « les médias » (entendu, les médias d'information sans beaucoup de distinction) et les journalistes sont depuis longtemps considérés comme peu fiables, trop liés aux détenteurs des pouvoirs politique et économique ou encore responsables de discrimination... bref, tout sauf des « alliés » des citoyens.<sup>4</sup>

Pourtant des journalistes continuent à faire leur travail d'information, dans des rédactions, avec un statut de pigistes ou en tant que fondateurs de médias qui font souvent appel au soutien financier du public, précisément pour garantir leur indépendance. Sur le terrain, ce sont eux qui « encaissent » les reproches, voire subissent des menaces et/ou des attaques physiques (de la part des manifestants *et* des forces de l'ordre).

Une première réponse peut être d'écouter et de s'interroger entre citoyens journalistes et non-journalistes sur les raisons du rejet (à degrés variables) exprimé à l'encontre des médias. Loin de les décrédibiliser dans leur ensemble, une éducation aux médias ouverte à la discussion permet d'introduire de la nuance, lutter contre des idées reçues, rétablir des faits ou encore étayer des arguments.

---

4 *La Croix* publie chaque année un « Baromètre de la confiance des Français dans les médias » réalisé par Kantar. Il souligne depuis plusieurs années la baisse de confiance accordée par les Français à leurs médias.

## Les raisons de la colère

Quelles sont les principales critiques faites aux médias, et par conséquent aux journalistes ?

La hiérarchisation de l'information est parfois perçue comme injuste : pourquoi un sujet d'actualité se voit-il accorder davantage d'espace qu'un autre ? Et pourquoi a-t-on l'impression de voir le même sujet partout (suivisme des médias entre eux), puis plus du tout (manque de suivi, une fois l'actu chaude passée) ?

La diversité de la société française n'est pas suffisamment visible, mais plutôt étouffée par des stéréotypes et généralisations (les immigrés, les banlieues, les femmes, les musulmans etc.).

Les médias sont « trop orientés », et sources d'influence plus que d'information. Des événements sont traités avec une grande sévérité ou au contraire avec complaisance, en fonction des appartenances et croyances (sociales, politiques, économiques ou religieuses) des individus ou des alliances et intérêts stratégiques entre les nations.

Enfin, la concentration de nombreux médias entre les mains de quelques milliardaires<sup>5</sup> n'arrange pas la perception du milieu journalistique et de ses acteurs, auxquels on reproche – a minima – de pratiquer l'autocensure dès qu'ils doivent évoquer les activités de ces propriétaires de presse, voire celles du pouvoir politique.

## Journaliste : un métier précarisé

Comme de nombreux autres travailleurs aujourd'hui, les journalistes sont souvent précaires.

Traités comme des entreprises classiques avec un objectif de rentabilité – alors même que l'information n'est pas, ou ne devrait pas être, un produit de consommation – de nombreux médias ont connu ces dernières années des baisses d'effectifs, avec des départs dits volontaires (négociés), suppressions de services, clauses de cession (en cas de reprise du média par un nouvel actionnaire et/ou une nouvelle direction) et de bien mal nommés

---

5 *Le Monde diplomatique* met à jour tous les ans une infographie « À qui appartiennent les médias » : <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA>

« plans de sauvegarde de l'emploi » (ou PSE)<sup>6</sup>. Les équipes réduites de professionnels dont la pratique est encadrée et protégée par la convention collective des journalistes, sont étoffées par des pigistes (qui peuvent se voir proposer des paiements au forfait en tant qu'auto-entrepreneurs plutôt que des salaires de piges prévus par leur statut)<sup>7</sup>, des stagiaires, des apprentis journalistes en alternance et des jeunes en service civique.

La confusion règne autour de la fonction et même du terme « journaliste ». Ce n'est peut-être pas nouveau, mais de plus en plus souligné, les rédactions sont priées de prendre en compte les priorités commerciales des régies publicitaires. Et lorsqu'il recherche un emploi, un journaliste trouvera aussi bien des médias recrutant un « chargé de contenu » (poste à tendance plutôt commerciale qu'informationnelle), que des agences de conseil en image d'entreprises ou des services de communication à la recherche de journalistes.

On demande aux journalistes de faire vite, d'être multifonctions (JRI – journaliste reporter d'images –, rédacteur bi-média, rédacteur-photographe et/ou iconographe). La concentration des charges de travail entre de moins en moins de mains réduit le temps précieux consacré à la recherche et à la vérification des informations. La précarité entame la marge de manœuvre des journalistes qui ont moins de droits à faire valoir auprès de leurs supérieurs hiérarchiques. Pour un Jean-Baptiste Rivoire, capable de critiquer les orientations données à Canal+ par son propriétaire Vincent Bolloré, combien de journalistes s'arrangent du mieux qu'ils le peuvent avec le traitement éditorial imposé par leurs employeurs ?

Les photojournalistes, eux aussi, subissent depuis une dizaine d'années une réduction drastique de leurs moyens et du soutien des rédactions. Le développement d'un certain « journalisme citoyen » s'est fait à leur détriment avant tout. Le terme désigne ici, et de manière assez contestable, la possibilité pour les témoins directs d'un événement d'envoyer à chaud

---

6 Voir le Baromètre social des Assises du journalisme rédigé chaque année par Jean-Marie Charon. À titre d'exemple, entre 2017 et 2018 : suppression d'un service de cinq postes de journalistes à *La Tribune*, annonce de plan de départs volontaires à *L'Équipe*, suppression de 126 postes à *La Voix du Nord* dans le cadre d'un PSE, plan social à *La Marseillaise*, PSE à *L'Obs*, licenciements économiques à *Marianne*, plan de départs volontaires à Mondadori, suppression de postes à Radio France, départ volontaire de 80 salariés à Euronews. Sans parler du départ de nombreux journalistes d'Itélé en 2016 (près de 90) et des coupes brutales les années précédentes dans les effectifs de la presse quotidienne nationale (dont *Libération*) et de la presse quotidienne régionale. (trop de titres pour les citer).

7 Voir la tribune publiée le 5 Février 2019 par le collectif Ras la Plume, dans *Libération*.

leurs photos (et commentaires). Et ce sans aucune rétribution. La popularité des réseaux sociaux a renforcé ce basculement, puisque c'est plutôt vers ces « témoins » et non vers l'AFP que le public se tourne en priorité dès que l'on entend parler d'un événement. Au risque de croire et de relayer des affirmations pas encore vérifiées et qui ne constituent donc pas encore, voire pas du tout, des informations.

## Informer versus affirmer

Le fait que des personnes ou des idées puissent « passer » à la télévision, à la radio ou dans les journaux parce qu'elles ont généré suffisamment de suivi et de réactions sur Internet, pourrait être un facteur de meilleure représentativité. Or, on a plutôt l'impression d'assister à une surenchère informationnelle dominée par l'opinion et de glisser vers une foire d'empoigne à tendance divertissante, plus apte à générer clics, partages et audimat, plutôt que l'élaboration d'une pensée nuancée par du débat constructif.

Distinguer opinion et information, savoir ce qu'est une ligne éditoriale et ainsi identifier le ou les filtres par lesquels passent les informations dans chaque média, permettent de constater qu'un même sujet peut être appréhendé de différentes manières. Il s'agit de passer de la notion idéalisée d'un « journalisme objectif » à la notion plus réaliste du devoir de « subjectivité honnête » : les journalistes doivent transmettre des informations vérifiées, y compris celles qui ne confirment pas leur hypothèse ou opinion initiale, donc multiplier leurs sources d'information (interlocuteurs, documents). Il est d'ailleurs important que chacun d'entre nous, journaliste ou non, assume d'avoir des points de vue. On aura ainsi plus spontanément le réflexe de rechercher la ligne éditoriale d'un média ou son équivalent sur les réseaux sociaux, pour avoir plus de recul critique sur les contenus.

## Pratiques et acteurs de l'ÉMI

L'éducation aux médias et à l'information se décline en de nombreuses pratiques : décryptage et vérification de l'information, explication de la fabrication de l'information et présentation du métier de journaliste (avec ou sans visite de rédactions), ateliers de production médiatique (web radio, photo, journal, blog, etc.), analyse de l'image (et de leurs légendes), analyse et réalisation de vidéos...

S'y emploient des professeurs documentalistes, des professeurs des écoles, des enseignants de collège et lycée, et ce, quelles que soient leur matière puisque l'éducation aux médias est désormais un enseignement transversal.

Hors du milieu scolaire, ce sont les animateurs, éducateurs (en centres sociaux, associations – notamment d'éducation populaire –, missions locales...) et les bibliothécaires (bientôt aidés de jeunes recrues embauchées en service civique) qui s'inscrivent dans cette démarche, au même titre que des universitaires dont les recherches éclairent les pratiques du public et des intervenants.

Du côté des journalistes, ils opèrent seuls ou en réseau (mediaeducation.fr, Entre les lignes, des clubs de la presse), ou dans leurs rédactions (services de *fact checking* et opérations de sensibilisation et/ou de co-production d'information). Quant aux espaces investis, l'ÉMI se déploie dans les établissements cités ci-dessus mais aussi dans des lieux culturels, comme Le Bal à Paris, avec « La fabrique du regard » et la plateforme Ersilia ; les pôles image en région (Ciclic, Acap) ; des associations d'éducation aux médias et au numérique (Fréquence Écoles), d'éducation populaire (Enjeux e-médias<sup>8</sup>) ; ou encore des réseaux pluridisciplinaires, tels que Emi-cycle (Hauts de France).

L'éducation aux médias et à l'information bénéficie du soutien de diverses institutions : le Clemi<sup>9</sup>, les municipalités et conseils généraux, le CGET (Commissariat général à l'égalité des territoires), le ministère de la Culture, notamment par l'intermédiaire des Drac (Directions régionales des affaires culturelles), et le ministère de la Justice pour des interventions en milieu carcéral et auprès de personnes suivies par la PJJ (protection judiciaire de la jeunesse).

Les fondations Seligmann, Evens et Varenne proposent des financements et accompagnent des actions sur le terrain, ainsi que le Fonds du 11 janvier qui rassemble plusieurs fondations dont Caritas, la Fondation de France et la Fondation pour la Mémoire de la Shoah.

## Où fait-on de l'éducation aux médias ?

Le terme « éducation » évoque spontanément l'école, et il est vrai que l'éducation aux médias et à l'information a une place officielle en milieu scolaire en tant qu'enseignement transversal, au même titre que l'EMC (enseignement moral et civique).

---

8 Ce collectif rassemble la Ligue de l'Enseignement, les Ceméa, la FCPE et les Francas.

9 Le Clemi – Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information – appelé aussi Centre pour l'éducation aux médias et à l'information, est un opérateur public sous tutelle du ministère français de l'Éducation nationale.

Les « classes médias » en collèges et lycées, mises en place dans certaines académies, permettent de consacrer des heures spécifiques à cet enseignement, par la réalisation par exemple d'un média scolaire (initiative encouragée dans le « Parcours citoyen »<sup>10</sup> qui préconise l'existence d'un média par établissement).

Les établissements du réseau E2C (Écoles de la deuxième chance) qui accompagnent des jeunes sortis du système scolaire sans diplôme ni qualification, leur proposent régulièrement des séances d'éducation aux médias.

Hors école, des opérations d'éducation aux médias et à l'information peuvent être organisées partout où des personnes se rassemblent puisqu'il s'agit de discuter, débattre et co-construire. L'ÉMI peut donc être intégrée aux activités de nombreuses structures, particulièrement celles qui reçoivent du public : associations, missions locales, centres sociaux, centres aérés, membres du réseau information jeunesse (à savoir les bureaux, les points, les bus et centres régionaux d'information jeunesse) ; mais aussi les MJC (Maisons des jeunes et de la culture) et autres fédérations d'éducation populaire ou les réseaux d'associations étudiantes (Animafac), ainsi que bibliothèques et médiathèques ; sans oublier les Maisons pour tous, conseils citoyens (adultes) et conseils communaux d'enfants, jusqu'aux maisons de retraite ou organisations qui accompagnent des personnes âgées maintenues à domicile.

## Quel public ?

De récents articles ont observé que les jeunes ne sont pas les seuls à avoir besoin d'éducation aux médias ; en effet, aux États-Unis, ce sont les plus de 65 ans qui partagent le plus de « *fake news* ». Ce terme valise est utilisé de manière plus ou moins pertinente pour désigner aussi bien des « fausses infos » (donc mensongères ou erronées) que de vraies infos qui agacent leurs cibles. Ainsi donc l'âge ne prémunit pas contre les erreurs, mensonges ou manipulations. Les adultes ont aussi besoin d'ÉMI, y compris ceux qui s'impliquent dans ce domaine : la remise en question de nos certitudes est une forme d'hygiène intellectuelle. Idéalement, l'éducation aux médias et à l'information devrait concerner tous les citoyens !

Comment faire ? C'est ce qu'aborde ce guide, avec des explications et exemples de pratiques que chacun peut reprendre, adapter et étoffer, pour tirer le meilleur de nos nombreux outils d'information et défendre notre liberté d'expression.

---

10 <http://www.education.gouv.fr/cid100517/le-parcours-citoyen.html>

# 2

## LÉGISLATIONS, PLANS ET INITIATIVES NATIONALES

### France - Ministère de l'Éducation Nationale

En France, la loi de refondation de l'école du 8 juillet 2013<sup>11</sup> a renforcé la place de l'éducation aux médias et à l'information en milieu scolaire. Il s'agit désormais d'un enseignement transversal, au même titre que l'égalité entre filles et garçons, le développement durable, la sécurité ou la santé.

Il n'y a pas d'heures spécifiquement dédiées à cet enseignement pour les élèves : tous les enseignants (de langues, sciences, EPS, etc.) sont censés l'intégrer dans leur discipline d'origine. Ils se basent sur le « *socle commun de connaissances, de compétences et de culture* » décrit dans le bulletin officiel n° 17 d'avril 2015 de l'Éducation nationale qui cite explicitement des types d'apprentissages, des compétences à atteindre (telles que « *apprendre à s'exprimer, réflexion et discernement ou vérifier une information* »), et des mises en pratique par la biais de médias scolaires par exemple.

En réaction à l'attentat contre le journal Charlie Hebdo, la ministre de l'Éducation nationale de l'époque, Najat Vallaud Belkacem, a institué en mai 2015 la réserve citoyenne et le parcours citoyen de l'élève dont les objectifs (connaissance des droits, devoirs et responsabilités des citoyens, valeurs de la République) sont précisés dans la circulaire du 23 juin 2016. Le parcours citoyen est inscrit dans le projet global de formation de l'élève et adossé plus particulièrement à l'éducation morale et civique et à l'éducation aux médias et à l'information.

En cycles 2 (du CP au CE2) et 3 (CM1, CM2 et 6<sup>e</sup>), il n'y a pas de réel programme d'ÉMI mais des orientations rédigées par le Conseil supérieur des programmes<sup>12</sup>. Les élèves du cycle 4 (de la 5<sup>e</sup> à la 3<sup>e</sup>) disposent par contre d'un programme d'ÉMI en vigueur au collège depuis la rentrée de septembre 2016. Le programme de la rentrée 2018-2019 précise en préambule : « L'éducation aux médias et à l'information (ÉMI), présente dans tous les champs du savoir

11 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000027677984&categorieLien=id>

12 [https://cache.media.education.gouv.fr/file/CSP/05/4/Projet\\_EMI\\_cycles\\_2\\_et\\_3\\_decembre\\_2016\\_690054.pdf](https://cache.media.education.gouv.fr/file/CSP/05/4/Projet_EMI_cycles_2_et_3_decembre_2016_690054.pdf)

transmis aux élèves, est prise en charge par tous les enseignements. Tous les professeurs dont les professeurs documentalistes veillent collectivement à ce que les enseignements dispensés en cycle 4 assurent à chaque élève :

- > une première connaissance critique de l'environnement informationnel et documentaire du XXI<sup>e</sup> siècle ;
- > une maîtrise progressive de sa démarche d'information, de documentation ;
- > un accès à un usage sûr, légal et éthique des possibilités de publication et de diffusion. »

Si chaque enseignant dans sa discipline d'origine est chargé des enseignements transversaux, dont l'ÉMI, il existe néanmoins des spécialistes de cette matière dans les établissements du secondaire : les professeurs documentalistes qui, à l'instar des enseignants disciplinaires et des conseillers d'orientation, ont leur propre statut. C'est ainsi que leur mission – revue en mars 2017 – précise que les professeurs documentalistes sont les maîtres d'œuvre de l'ÉMI dans les établissements scolaires.

L'ÉMI a la chance, souligne Marianne Acquaviva, coordonnatrice Clemi du second degré au rectorat de Paris, d'être le seul enseignement transversal institutionnalisé : tous les enseignements transversaux sont généralement supervisés par un inspecteur, mais l'ÉMI peut aussi s'appuyer sur un service national, le Clemi, et son réseau de coordonnateurs académiques. Nommé, lors de sa création en 1983, « Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information » son nom a été adapté en mars 2007 en « Centre pour l'éducation aux médias et à l'information », lorsque son rôle d'interface entre le monde de l'enseignement et les médias a été réaffirmé par décret. Cette structure a été intégrée au réseau Canopé en tant que service chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif.

Dans chaque rectorat, un coordonnateur Clemi est rattaché, selon les académies, à un inspecteur de la Dane (Délégation académique pour le numérique éducatif) ou de la Daac (Délégation académique à l'éducation artistique et à l'action culturelle).

Pour former les enseignants à l'ÉMI, le Clemi propose des stages dans le catalogue de formation continue du plan de formation académique<sup>13</sup>. Pour se former (gratuitement, sur le budget de la délégation académique de formation, ou Dafor), les professeurs du secondaire peuvent être absents,

---

13 <https://www.clemi.fr/fr/formation/se-former-en-academie.html>

Voir aussi l'ouvrage publié par le Clemi en partenariat avec L'Harmattan, en 2018 « Éducation aux médias et à l'information en milieux scolaires » <http://www.editions-harmattan.fr/index.asp?nav=catalogue&obj=livre&no=60488>

sans obligation d'être remplacés. Dans le premier degré il est plus difficile de former les professeurs des écoles qui, eux, doivent être remplacés durant leur temps de formation.

Au niveau du lycée, il n'y a plus ni orientations ni programme, mais certaines académies créent des « classes médias »<sup>14</sup> qui proposent, en deux heures hebdomadaires, une éducation aux médias, à l'image et à la communication. Ces séances sont animées par des binômes professeur documentaliste et enseignant de discipline ; chaque classe étant parrainée par un journaliste. La dernière réforme des programmes de lycée, de 2018, a intégré un nouvel enseignement, les « sciences numériques et technologiques » par lequel peuvent être étudiés les réseaux sociaux, la photographie et la vérification de l'information. L'EMC (enseignement moral et civique), avec son objet d'étude « enjeux moraux et civiques de la société d'information » en classe de première, permet aussi de façon évidente d'aborder l'ÉMI.

Enfin, temps forts de l'éducation aux médias et à l'information en milieu scolaire, le concours de médias scolaires, Mediatiks, et la Semaine de la presse et des médias dans l'école (au mois de mars), sont organisés chaque année par le Clemi.

## France - Ministère de la Culture

Pour garantir ou en tout cas contribuer au pluralisme de la presse en France, l'État accorde par le biais du ministère de la Culture des aides directes au pluralisme (au titre du Fonds stratégique au développement de la presse), au portage et à la distribution, ainsi que des bourses pour des incubateurs porteurs de projets de médias (au titre du Fonds de soutien à l'émergence et à l'innovation dans la presse).

Pour davantage renforcer le soutien aux médias de proximité, le ministère de la Culture et de la Communication a lancé en 2016 les « résidences de journalistes ». Elles ont comme double objectif, d'une part le développement des médias locaux par le soutien de projets éditoriaux existants (aide à leur structuration ou à leur professionnalisation) ou l'aide à la création de nouveaux projets ; et d'autre part, les journalistes résidents doivent mener auprès du public des actions d'éducation aux médias et à l'information, en lien avec les médias locaux, en et hors temps scolaire. Ces résidences sont prioritairement créées dans des quartiers relevant de la politique de la ville ou en zones rurales.

---

14 [https://www.ac-paris.fr/portail/jcms/p1\\_1067232/dispositif-classes-medias](https://www.ac-paris.fr/portail/jcms/p1_1067232/dispositif-classes-medias)

Leur durée est variable : de trois ou quatre mois en immersion sur le territoire (dans un logement mis à disposition par l'un des partenaires), à six mois ou un an de manière moins intensive mais avec une présence régulière sur le terrain. Certaines résidences sont reconduites en fonction des projets menés, des rapports avec les acteurs locaux et des besoins et intérêts exprimés sur place.

Les résidences sont mises en œuvre et coordonnées par les Drac (Directions régionales des affaires culturelles) qui lancent des appels à candidatures conçus en lien avec les acteurs territoriaux (municipalités, communautés de communes, bibliothèques, associations, médias et clubs de la presse, entre autres). Les journalistes peuvent soumettre des candidatures individuelles ou en équipe. Les professionnels sélectionnés sont appelés à collaborer avec les médias, acteurs sociaux, éducatifs et culturels locaux, afin d'inscrire leur résidence dans les actions existantes de manière cohérente et d'assurer ainsi, autant que possible, à l'issue de la résidence, la pérennité des projets engagés.

Le journaliste résident « s'installe » dans un territoire. Par ses échanges avec les habitants lors des ateliers, débats ou rencontres, le journaliste n'est plus uniquement observateur ou témoin. Travailler ensemble l'analyse des médias, la vérification et la fabrication de l'information, permet de déconstruire des idées reçues de part et d'autre. Ces rencontres, comprenant la co-construction de projets journalistiques, laissent entrevoir des perspectives assez réjouissantes humainement parlant. Curiosité, bienveillance, création... les résidences contribuent à tisser des liens au sein d'un territoire, autour de l'information citoyenne.

En mars 2018, Françoise Nyssen, alors ministre de la Culture et de la Communication, initiait un plan pour l'éducation aux médias doté d'un budget de trois millions d'euros, augmenté à 6 millions d'euros durant l'été de la même année. Maintenu par l'actuel ministre, Franck Riester, ce plan se décline en trois volets : un soutien aux acteurs de l'éducation aux médias et à l'information ; le développement de l'ÉMI dans les bibliothèques ; la mobilisation des acteurs de l'audiovisuel public par la création d'une plateforme de décryptage de l'information « Vrai ou Fake »<sup>15</sup>, mise en ligne en juin 2018. Grâce à ce plan, les fonds dédiés au soutien des associations ont été augmentés et les Drac subventionnent des appels à projets d'initiatives d'ÉMI. Les bibliothèques et médiathèques, particulièrement sollicitées et valorisées dans le plan « Ouvrir plus, ouvrir mieux » sont aussi appelées à développer des opérations d'ÉMI. De jeunes recrues en service civique devront assurer

---

15 "Vrai ou fake" rassemble des contenus produits par Arte, l'Institut national de l'audiovisuel, France Médias Monde, France Télévisions, Radio France et TV5 MONDE. <https://www.francetvinfo.fr/vrai-ou-fake/>

des interventions auprès du public. Depuis la rentrée 2018, cinq territoires expérimentent ce dispositif d'ÉMI en bibliothèque. À la rentrée 2019, 400 jeunes du service civique devraient être formés et en poste.

## À l'international

### → Les avis et outils de l'Union européenne

La charte européenne pour l'éducation aux médias<sup>16</sup>, adoptée par la Commission européenne en septembre 2006, encourage les citoyens, mécènes et associations à jouer pleinement leur rôle dans la culture, la démocratie et la vie sociale européennes du XXI<sup>e</sup> siècle. Ils sont invités, par leur adhésion à la charte, à apporter un soutien aux initiatives menées dans ce domaine et/ou à réaliser des actions d'éducation aux médias.

En mars 2018 un groupe d'experts nommé « *High level groupe against desinformation* » (auparavant *High level group against Fake News*), présidé par Madeleine De Cock Buning, a publié un plan d'action contre la désinformation<sup>17</sup>.

En avril 2018, le rapport Spinelli<sup>18</sup> « sur le pluralisme et la liberté des médias dans l'Union européenne » a été approuvé. Celui-ci insiste, en point 55, sur « le fait que le développement d'un sens critique de l'analyse et de l'évaluation, eu égard à l'utilisation et à la création du contenu médiatique, est essentiel à la compréhension par les citoyens des problématiques actuelles et à leur participation à la vie publique, ainsi qu'à leur connaissance à la fois du potentiel de transformation et des menaces inhérents à un environnement médiatique de plus en plus complexe et interconnecté ». Ce rapport souligne également « que la connaissance des médias constitue une compétence démocratique cruciale qui confère un pouvoir accru aux citoyens ».

La rapporteure, Barbara Spinelli, y invite la Commission européenne et les États-membres à concevoir des mesures spécifiques visant à promouvoir et à soutenir les projets en matière d'éducation aux médias, comme le projet pilote « Éducation aux médias pour tous ». Elle les incite également à élaborer une politique complète d'éducation aux médias – ciblant les citoyens de tous âges et tous les types de médias -, intégrée à la politique d'éducation

---

16 <https://euromedialiteracy.eu/charter.php?id=1>

17 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

18 [http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0144\\_FR.html?redirect](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0144_FR.html?redirect)

de l'Union européenne et, par conséquent, soutenue par des programmes de financement tels que les Fonds Structurels et d'investissement européens (dits Fonds ESI) et le programme Horizon 2020.

Le rapporteur pour avis de la Commission de la culture et de l'éducation à ce rapport, Curzio Maltese, encourage en point 15, « les États-membres à redoubler d'efforts dans le renforcement de la connaissance des médias et la promotion d'initiatives pour la formation et l'éducation pour tous les citoyens (...) y compris avec les professionnels des médias, la société civile et les organisations de jeunesse (...) ».

Nos instances européennes sont donc globalement en faveur de l'éducation aux médias et à l'information.

Concrètement, comment cet enseignement est-il promu et soutenu ?

### >> Législation

La directive SMA ou « Service des médias audiovisuels » fixe des règles juridiques communes pour les éditeurs de services publics audiovisuels de l'Union européenne et les plateformes de partage de vidéos, réseaux sociaux et plateformes de diffusion en direct. Sa dernière révision datait de 2007. Une nouvelle version a été approuvée en août 2018, qui doit désormais être traduite dans chaque cadre national.

Cette nouvelle mouture de la directive SMA comprend maintenant un article relatif à l'éducation aux médias et à l'information :

Article 33a

1. Les États-membres s'engagent à promouvoir et mettre en œuvre l'éducation aux médias et à l'information sur leur territoire.
2. Les États-membres devront remettre un rapport à la Commission européenne sur les actions menées dans ce domaine. Le premier rapport sera rendu quatre ans après l'entrée en vigueur de la directive, puis tous les trois ans.<sup>19</sup>

### >> Budget

Actuellement le budget européen comprend une ligne « Media literacy for all » lié à un projet pilote de l'Union européenne pour développer l'éducation aux médias. 250 000 euros étaient disponibles en 2018, la somme a été doublée pour 2019. Peuvent postuler à l'appel d'offres des projets portés par un minimum de trois États-membres.

---

19 L'obligation de rendre compte des actions nationales d'ÉMI est le résultat d'une proposition de l'Alliance Internationale de Journalistes et de EAVI.

Les discussions sur le Cadre financier pluriannuel de l'Union européenne (en anglais « *multi-annual financial framework* », MFF) sont en cours pour aboutir à un document qui encadrera tous les budgets de l'Union entre 2021 et 2027. Ce document comprendra un chapitre « Europe créative ». La Commission européenne y a inclus des activités transversales à l'appui du secteur des médias d'information :

- > réponse aux changements structurels auxquels le secteur des médias doit faire face en encourageant et en surveillant la diversité et le pluralisme de l'environnement médiatique ;
- > soutien de normes élevées de production médiatique, en favorisant la coopération, le journalisme collaboratif transfrontière et la qualité des contenus ;
- > promotion de l'éducation aux médias pour permettre aux citoyens de faire preuve d'un esprit critique à l'égard des médias.

Le budget prévu est de 61 millions d'euros pour 7 ans, soit entre 6 et 7 millions d'euros par an redistribués sur ces trois axes. Ce projet de budget est en cours de discussion « trilogie », à savoir une procédure législative impliquant la Commission, le Parlement et le Conseil européens.

Hormis cette directive SMA, l'Union européenne n'a pas de compétences pour imposer l'éducation aux médias dans les pays membres, auprès des ministères concernés. Les autres actions sont plutôt de l'ordre de la promotion, du plaidoyer et du soutien. La Commission européenne a par exemple créé le « Media literacy expert group <sup>20</sup>», un groupe d'experts en ÉMI qui rassemble des volontaires tels que l'Alliance Internationale de journalistes, le Clemi, l'association Eavi<sup>21</sup> et des fonctionnaires des ministères de l'Éducation ou de la Culture des États-membres.

2019 est l'année de la première Semaine européenne de l'éducation aux médias<sup>22</sup>, initiée et organisée par la Commission européenne, du 18 au 22 mars. Ce temps fort de l'ÉMI a notamment permis de découvrir les diverses initiatives menées en Europe grâce à une carte interactive<sup>23</sup>.

---

20 <http://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=2541>

21 EAVI : European Association for Viewers Interests, association européenne de plaidoyer pour l'éducation aux médias et la citoyenneté <https://eavi.eu/>

22 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-media-literacy-week>

23 <https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events/events>

## → L'Unesco

L'Unesco se préoccupe d'éducation aux médias depuis les débuts de cet enseignement. Appelé en anglais « *Media and information literacy* » (plus proche de l'idée d'une alphabétisation aux médias et à l'information, à savoir la capacité à les appréhender), il est basé sur l'affirmation que nous avons besoin d'information, qui, quelle que soit sa provenance (médias, bibliothèques, centres d'archives, musées, éditeurs, etc.) détermine nos perceptions, croyances et attitudes.

Afin de développer l'accès à l'information, la capacité à qualifier les contenus et à gérer notre usage d'internet, y compris notre présence sur ce grand média, l'Unesco propose des cours en ligne et facilite la recherche au travers de l'Alliance mondiale pour des partenariats d'éducation aux médias et à l'information (Gapmil) et le Réseau universitaire sur l'éducation aux médias et à l'information et le dialogue interculturel (Milid).

« Mil Clicks » est une initiative plus récente, qui permet de partager des informations liées à l'ÉMI sur des réseaux sociaux (actuellement Twitter, Instagram et Facebook). L'Unesco organise aussi chaque année une semaine mondiale de l'éducation aux médias durant laquelle les acteurs de l'ÉMI à travers le monde sont invités à faire connaître les actions et publications de l'Unesco et à organiser des événements spéciaux dédiés à l'éducation aux médias et à l'information<sup>24</sup>.

## → Belgique

La fédération de Wallonie Bruxelles s'est dotée en 2008 d'un Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM). Il a pour objectifs de promouvoir l'éducation aux médias, favoriser et stimuler les échanges d'information et la coopération entre les acteurs. Le site du CSEM présente de nombreux contacts, fiches activités, productions et informations sur des événements organisés par divers acteurs. Citons notamment l'opération « Journalistes en Classe », gérée par l'Association des journalistes professionnels (AJP) ou les ressources mises à disposition par l'association Media animation, reconnue depuis 1976 par la Communauté française de Belgique comme « Service général d'éducation permanente » et depuis 1995 comme « Centre de ressources en éducation aux médias » pour l'enseignement.

---

<sup>24</sup> <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy>

## → Canada

L'ÉMI est inscrit dans les programmes scolaires au Canada, mais l'éducation relève, dans ce pays, de la juridiction provinciale et non pas nationale, chaque province a par conséquent ses propres règles. Sans professeur spécifiquement chargé de cet enseignement, il arrive qu'il ne soit pas abordé. Le pays organise néanmoins sa semaine nationale de l'éducation aux médias. Des organismes opèrent sur l'ensemble du territoire, et notamment le Centre canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique Habilomédias (MediaSmarts en anglais), basé à Ottawa, qui développe et propose aux enseignants et aux parents des ressources sur l'ÉMI particulièrement axées sur les usages du numérique. Ou encore Civix, qui organise des événements propres à développer la participation des jeunes citoyens au processus démocratique (débat avec des élus, vote étudiant) et qui a lancé « Actufuté » en 2018. Ce programme de « littératie médiatique » propose des leçons autour du journalisme et de l'information et la vérification des informations.

L'Agence science presse est également une ressource précieuse (y compris pour des lecteurs français). Elle alimente les médias en nouvelles scientifiques depuis 1976 et a créé en 2016 le « Détecteur de rumeurs » qui vérifie des faits (et débusque des *fake*) dans le domaine scientifique.

Citons également les travaux des journalistes Camille Lopez qui démêle le vrai du faux sur le site du magazine *L'Actualité*, tout comme Jeff Yates qui débusque des fausses nouvelles sur sa page « Inspecteur viral » du site de Radio Canada. Ce dernier a aussi créé, avec Eve Beaudin du « Détecteur de rumeurs », le programme « 30 secondes avant d'y croire » grâce auquel ils organisent des visites de classe par des journalistes pour aborder les fausses nouvelles.

## → Assises internationales du journalisme de Tunis

La première édition méditerranéenne des Assises du journalisme s'est tenue en novembre 2018 en Tunisie. Près de 500 professionnels se sont réunis autour du thème « Un journalisme utile pour les citoyens ». Ils ont lancé le 17 novembre un « appel solennel aux dirigeants politiques, responsables économiques, représentants des syndicats, associations et à la société civile pour que la liberté d'expression et la liberté de la presse soient défendues dans leurs pays comme un bien fragile et précieux ».

La seconde édition de cet événement biennal aura lieu en 2020, à l'occasion du sommet des chefs d'États francophones, en lien avec la 39<sup>ème</sup> édition des Assises de la presse francophone organisée par l'UPF Internationale.

## QUELQUES AUTRES RESSOURCES ANGLOPHONES

>> « BBC media action » au Royaume-Uni forme et accompagne des journalistes à travers le monde pour renforcer leurs compétences et la qualité de l'information. Et ce, dans l'optique de contribuer à de meilleures gouvernances, au développement local et au renforcement de la résilience des populations face à des catastrophes naturelles, problèmes sanitaires ou autres crises humanitaires

<https://www.bbc.co.uk/mediaaction/>

>> Le Baltic Center for Media Excellence est un organisme commun à l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie. La plateforme présente des projets, compte rendus de rencontres et conseils liés à la pratique du journalisme, dans ces trois pays et au-delà.

<https://baltic.media/en/about/>

>> L'institut Poynter aux États-Unis forme des journalistes. Il édite également une newsletter quotidienne « Morning MediaWire » qui présente une sélection d'actualités, essentiellement américaines, revient sur certaines affaires et prête aussi une attention particulière aux fausses infos – servie en la matière par l'actuel président Donald Trump qui figure assez régulièrement dans cette rubrique.

<https://www.poynter.org/>

# LES PRATIQUES

# 1

## COMMENT FAIRE DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION ?

### La palette d'actions menées

En (très) bref, l'éducation aux médias consiste à discuter – parler mais aussi écouter! – et faire ensemble. Elle s'articule donc autour des 4 principaux axes suivants :

>> **Expliquer** : définir les termes essentiels, comme « information » et « média ». Présenter les règles du journalisme (lois et déontologie), le métier de journaliste et les étapes pour aboutir à un journal, un site ou une émission.

>> **Analyser** : à partir d'articles, de unes, photos, vidéos ou enregistrements sonores, aboutir à la qualification et la compréhension des informations transmises et savoir distinguer les lignes éditoriales. Souligner les différences entre information, communication, opinion et divertissement. Repérer des généralisations, stéréotypes, clichés et connotations que l'on peut (malheureusement) trouver dans les médias. Décrypter et comprendre les actualités, vérifier une information et acquérir des réflexes pour résister aux « fake news ».

>> **Débattre** : de la manière dont des sujets sont traités dans différents médias par exemple. Mais aussi en utilisant l'une des bases du journalisme, la recherche et la vérification d'informations, pour construire une argumentation fondée sur des faits, pas uniquement des opinions ou des interprétations.

>> **Pratiquer** : transmettre des techniques d'écriture journalistique (particulièrement l'interview), d'enregistrement sonore ou audio, de prise de vue. Accompagner la réalisation d'interviews, de reportages photo, radio ou vidéo et la rédaction d'articles, en vue d'une diffusion (même très confidentielle) dans un journal papier, sur un blog, des affiches, une web radio ou web TV, ou encore un compte du réseau social le plus adapté (Instagram par exemple pour les travaux photo). Pratiquer est certainement la manière la plus riche d'appréhender les médias, leur fonctionnement, leurs messages et contenus.

## Les formats d'intervention

Les interventions d'éducation aux médias et à l'information peuvent durer d'une heure à plusieurs années ! Elles sont menées avec ou sans journaliste(s). Nous citerons dans ce guide essentiellement des actions qui incluent des journalistes et autres professionnels des médias.

Les interventions sont mises en place aussi bien directement entre l'intervenant et la structure concernée que dans le cadre de projets d'associations ou des résidences de journalistes.

### → Intervention ponctuelle

Un professionnel (journaliste, photographe, directeur de rédaction, producteur, réalisateur, etc.) est invité à venir parler de son métier et de la fabrique de l'information. Il peut aussi animer des ateliers pratiques d'études de textes, articles ou images, ou sur la vérification de l'information et des sources. Ces interventions peuvent être organisées durant la Semaine de la presse et des médias dans l'école, mais pas exclusivement. Des interventions d'ÉMI se déroulent aussi bien dans les établissements scolaires qu'en bibliothèque, Ehpad, ou tout autre lieu accueillant du public.

Les concours « Mediatiks » du Clemi et « Kaléido'scoop » de l'association Jets d'encre<sup>25</sup> sont l'occasion pour des scolaires (et des journalistes jeunes, hors école, dans le cas de Kaléido'scoop) de faire connaître leur médias. Les prix remis aux lauréats peuvent être des visites de professionnels.

La rencontre peut aussi se faire dans le sens inverse : des chaînes de télévision ou de radio et des rédactions de presse écrite reçoivent du public, le plus souvent des groupes scolaires, pour apprendre comment se « fabrique » l'information, assister à des enregistrements d'émissions ou prendre part à des projets où les enfants, plus ou moins jeunes, pourront soit poser des questions, soit réaliser des sujets.

### → Série de séances

Plusieurs interventions auprès d'un même public ou dans une même structure, laissent davantage de temps pour aborder différents aspects de l'éducation aux médias (fabrique de l'info, analyse, vérification, construire son opinion...)

---

25 Jets d'encre organise aussi le festival « Expresso » pour des rédacteurs âgés de 11 à 25 ans.

et pour produire de l'information. En fonction des demandes, les journalistes pourront accompagner un projet de média, déjà créé ou à venir, et aborder toutes ces questions par la pratique.

Dans le cadre des résidences de journalistes, ces derniers restent de 3 mois à 3 ans sur un même territoire, de manière plus ou moins intensive en fonction de la durée totale de la résidence. Pendant cette période, le(s) journaliste(s) tisse des liens avec les acteurs locaux et les habitants préalablement identifiés par les commanditaires de la résidence. Il(s) anime(nt) des ateliers co-construits en partenariat avec les médias de proximité et les structures d'accueil.

## La préparation des interventions

Les interventions se font de préférence avec une trame, un programme et après discussion avec l'équipe encadrante afin de cibler au mieux les besoins essentiels et les attentes du moment des acteurs et des habitants. S'agit-il d'inscrire l'intervention dans un calendrier particulier (lutte contre les discriminations, semaine de la laïcité...) ou de parler plus généralement de l'information et de la manière dont elle est produite? Sur quel médias veulent-ils / peuvent-ils travailler? Le média existe-t-il déjà ou va-t-on le créer ensemble?

Lors d'interventions en séances échelonnées sur plusieurs mois, le public et les participants peuvent varier. Si les scolaires constituent un public plus « captif » avec les mêmes classes et donc les mêmes élèves d'une séance à l'autre, le public des structures à l'adhésion plus fluide (conseils citoyens, associations...) peut plus facilement changer d'une intervention à l'autre. Il faut donc être en mesure de s'adapter aux participants : reprendre le contenu du précédent atelier de manière synthétique pour les nouveaux arrivants, mais sans trop se répéter pour satisfaire aussi les personnes plus assidues.

# 2

## EXPLIQUER

Que signifie informer, que recouvre le terme média, et selon quelles règles le journalisme est-il pratiqué? Cette partie comprend des données théoriques utiles pour poser des bases du métier de journaliste lors d'interventions d'éducation aux médias.

**Informer**, selon le dictionnaire Larousse, est le fait de « *faire savoir quelque chose à quelqu'un, le porter à sa connaissance, le lui apprendre* ». Pour un journaliste cela implique de transmettre des éléments factuels, vérifiés, validés, basés sur de l'enquête, la recherche, la confrontation et l'analyse d'informations, à propos d'événements, de situations, et/ou d'individus.

Le Larousse définit le **journalisme** ainsi : « *Ensemble des activités se rapportant à la rédaction d'un journal ou à tout autre organe de presse écrite ou audiovisuelle (collecte, sélection, mise en forme de l'information) ; profession du journaliste. Manière d'écrire, de présenter les événements, propre aux journalistes* ».

Un **média** est un moyen de diffusion. Toujours selon le dictionnaire Larousse, il s'agit d'un « *procédé permettant la distribution, la diffusion ou la communication d'oeuvres, de documents, ou de messages sonores ou audiovisuels (presse, cinéma, affiche, radiodiffusion, télédiffusion, vidéographie, télédistribution, télématique, télécommunication)* ».

Par extension, on appelle « médias » tous les journaux, magazines, sites d'information, chaînes de radio et de télévision. Un média comporte généralement une rédaction (avec une hiérarchie, des journalistes internes et externes...) ; un service commercial (ou plutôt deux : l'un pour vendre le média au public ; l'autre pour le vendre aux annonceurs à travers des espaces publicitaires) ; des services de gestion et d'administration.

Un réseau social est-il un média? Oui, en ce qu'il est vecteur de contenus. Non, dans la mesure où on y relaye des contenus très divers, sans objectif d'information journalistique avec les précautions que cela implique (vérification des informations, sources recoupées, etc). Le fait qu'on parle de « médias sociaux » contribue au flou autour des réseaux de partage de contenus que sont Snapchat, Whatsapp, Twitter, Facebook, etc.

## Règles et fonctionnement des médias

### → Droit de la presse : un principe de liberté...

Selon l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1798 « *la libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi* » (cette déclaration est annexée au préambule de la Constitution française).

La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse s'ouvre, en article 1, par : « *L'imprimerie et la librairie sont libres* ».

En 1948, la Déclaration universelle des droits de l'homme souligne que « *tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit [...] de chercher, de recevoir et de répandre [...] les informations et les idées* ».

### → ... encadré par des règles contre de potentiels excès

#### >> La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse

Le principe de liberté étant posé, le droit de la presse définit un cadre pour la pratique, spécifiant ce que les journalistes et les médias doivent et ne doivent pas faire, sous peine d'une sanction pénale, pour respecter les droits des citoyens. On retrouve la plupart de ces notions dans la loi sur la liberté de la presse.

Ainsi, par exemple, l'article 13 indique que toute personne qui s'estime injustement mise en cause ou lésée par une information, peut demander la publication ou la diffusion d'un texte de même longueur. C'est le **droit de réponse**. En cas de refus ou d'absence de réponse du directeur de la publication (ou de la chaîne), le demandeur peut saisir le juge.

La loi sur la liberté de la presse définit aussi les **principaux abus**. Une personne s'estimant victime de l'un de ces abus peut porter plainte et à l'issue du processus judiciaire le tribunal décidera s'il y a eu infraction ou non. Parmi ces dernières, notons en particulier :

#### > La provocation aux crimes et délits

L'incitation à la haine et à la violence (articles 23 et 24), l'apologie de crimes (article 24), et la négation (ou minimisation) de crimes contre l'humanité (article 24 bis).

## > Les délits contre les personnes

La diffamation (article 29) est définie comme suit : « *Toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé* ». L'accusé devra prouver que les propos qu'on lui reproche sont factuels. Les tribunaux retiennent aussi le bénéfice de la bonne foi qui repose sur la prudence dans l'expression utilisée, l'absence de volonté de nuire, la vérification et le sérieux des sources d'information.

Certaines catégories de diffamations font l'objet d'articles particuliers, donc de sanctions spécifiques : envers les tribunaux, les armées, les ministres ou parlementaires, les agents de l'autorité publique (30 et 31). Mais aussi « *envers une personne ou un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion* » et, par des dispositions introduites en 2004, « *à raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou identité de genre ou de leur handicap* » (article 32). Ces derniers cas relèvent du principe de non discrimination.

L'injure (article 33) qui s'exprime par : « *toute expression outrageante, terme de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait* ». En d'autres termes, est injurieuse une parole, un écrit ou une expression quelconque de la pensée adressé à une personne dans l'intention de la blesser ou de l'offenser.

## >> Les infractions relatives à la justice

Le code de procédure pénale (article 11) définit le secret de l'enquête et de l'instruction judiciaire, mais les journalistes n'y sont plus contraints dès lors qu'un juge rend publiques certaines informations.

Le code civil souligne (article 9) que « *chacun a droit au respect de sa vie privée* ». Ce texte sert aussi de base à la protection du droit des personnes sur leur image. La publication ou diffusion d'images d'une ou plusieurs personnes nécessite une autorisation « *sauf, et sous réserve de ne pas porter atteinte à la dignité de la personne représentée, dans le cas d'images d'événements d'actualité publiées au nom du droit à l'information ou de création artistique ; d'images de personnalités publiques dans l'exercice de leur fonction (élus par exemple), à condition de les utiliser à des fins d'information ou d'images illustrant un sujet historique* ».

L'article 9.1 rappelle que « *chacun a droit au respect de la présomption d'innocence* ». Ce droit n'est pas respecté « *lorsqu'une personne est, avant toute condamnation, présentée publiquement comme coupable de faits faisant l'objet d'une enquête ou d'une instruction judiciaire* ».

## >> Les autres aspects du droit de la presse

### > Sur les entreprises de presse

La loi du 1<sup>er</sup> août 1986 oblige à faire connaître au public l'identité des propriétaires d'un média. L'article 11 interdit à une personne ou à un groupe de détenir ou de contrôler des quotidiens dont la diffusion dépasse 30 % de l'ensemble des quotidiens du territoire national.

### > Sur l'autorisation de publication

Selon la loi de 1881, un journal peut être publié sans autorisation préalable. Il suffit d'adresser au procureur de la République une déclaration mentionnant : le titre du journal, le nom et le domicile du directeur de la publication ainsi que l'identité de l'imprimeur.

Des contrôles administratifs sont cependant prévus pour certaines publications, notamment celles qui présentent « un danger pour la jeunesse » (pornographie, violence...) ou « *de provenance étrangère* ».

### > Sur le statut de journaliste

Selon l'article L.761-2 du Code du travail, « *le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources* ». Le fait de gagner plus de la moitié de ses revenus de la pratique du journalisme permet d'obtenir la carte d'identité de journaliste (ou carte de presse), mais aussi de bénéficier d'une réduction fiscale.

Par ailleurs, les journalistes ont le droit d'invoquer deux clauses leur permettant de démissionner tout en bénéficiant des indemnités de licenciement. Il s'agit, d'une part, de la « clause de cession », en cas de vente ou de changement dans l'actionnariat principal de l'organe de presse qui les emploie ; d'autre part, de la « clause de conscience » lorsque le changement de propriétaire entraîne un « *changement notable dans le caractère ou l'orientation du journal* » qui ne convient plus au journaliste.

### > Sur la protection des sources

La loi du 4 janvier 2010, relative à la protection du secret des sources des journalistes, complète l'article 2 de la loi sur la liberté de la presse en précisant que « *le secret des sources des journalistes est protégé dans l'exercice de leur mission d'information du public* ». La loi du 14 novembre 2016 « *visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias* » élargit cette protection à l'ensemble des rédactions (pigistes compris). Les journalistes ne peuvent plus être poursuivis pour « recel » de documents censés rester secrets (secret professionnel, de l'enquête ou de l'instruction, atteinte à la vie privée)

si l'information diffusée « *constitue un but légitime dans une démocratie* ». Seul un juge des libertés pourra demander à lever le secret des sources d'un journaliste ou d'un média.

> Abaissement de l'âge minimal de droit de publication

La loi égalité et citoyenneté de janvier 2017 ajoute à la loi de 1881 sur la liberté de la presse et à la loi de juillet 1982 sur la communication audiovisuelle qu'« *un mineur âgé de seize ans révolus peut être nommé directeur ou codirecteur de la publication (...) réalisée bénévolement* ».

## → La déontologie : des règles par et pour les journalistes

La déontologie journalistique est née du constat que le droit de la presse ne suffit pas car, relevant du juridique, il ne sanctionne que les infractions les plus graves. Alors, pour mieux encadrer la pratique des métiers de l'information, pour éviter les dérives quotidiennes et permettre la production d'une information de qualité qui satisfasse vraiment les citoyens, les journalistes se sont dotés d'une déontologie professionnelle qu'ils se doivent de respecter. Cette déontologie se compose de règles plus strictes qui ont été élaborées progressivement, selon les usages, les contextes, mais aussi selon les dérives qui ont affecté le travail journalistique.

### » La Charte des devoirs professionnels des journalistes français (1918)

Ce texte a été adopté en 1918 par le Syndicat national des journalistes (SNJ). Il s'agissait notamment d'essayer de corriger les abus des journaux français qui, pendant la Première Guerre mondiale, ont largement relayé la propagande du gouvernement et de l'armée, bien au-delà des obligations légales « *réprimant les indiscrétions de la presse en temps de guerre* », promulguées en août 1914.

Le texte compte 14 articles portant sur les « *devoirs* » d'un journaliste « *digne de ce nom* ». Parmi les plus importants :

- > « *[Le journaliste] ne reconnaît que la juridiction de ses pairs ;*
- > *ne touche pas d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées ;*
- > *ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale ou financière ;*
- > *ne confond pas son rôle avec celui du policier. »*

Lorsque cette chartre est remaniée en 1938, on ajoute qu'un journaliste « *s'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaires, d'user de moyens déloyaux pour obtenir une information ou surprendre la bonne foi de quiconque* ».

En 2011 cet article est modifié : le journaliste doit juste s'interdire « *tout moyen déloyal et vénal pour obtenir une information* ».

Autre modification introduite en 2011 : on exige que le journaliste « *garde le secret professionnel et protège les sources de ses informations* » (il n'était question jusque-là que du secret professionnel). La protection des sources est alors devenue l'objet d'un rapport de forces avec le pouvoir politique : en 2010, la « Loi Dati » (du nom de la ministre de la Justice de l'époque) a modifié la loi de 1881 en ouvrant la possibilité d'enfreindre le secret des sources « *si un impératif prépondérant d'intérêt public le justifie* ». La loi du 14 novembre 2016 remplace cette notion – trop floue – d'impératif par une liste précise d'infractions du code pénal (atteinte aux intérêts fondamentaux de la nation et terrorisme). Le syndicat national des journalistes estime toutefois que cette modification « *fragilise la protection des sources au prétexte de la renforcer* ».

### >> La Déclaration de Bordeaux (1954, amendé en 1986)

Officiellement intitulé Code de Principes de la Fédération internationale des journalistes (FIJ) sur la Conduite des Journalistes, ce document souligne le devoir d'informer honnêtement, de respecter le secret professionnel concernant les sources d'informations confidentielles, de ne pas contribuer à la discrimination, ne pas calomnier ni accepter de rémunération ou gratification pour la publication ou non publication d'une information.

### >> La Déclaration des devoirs et des droits des journalistes (1971)

Cette déclaration a été rédigée à Munich en novembre 1971 et adoptée par la Fédération européenne des journalistes (FEJ), par l'Organisation internationale des journalistes (OIJ) et par la plupart des syndicats de journalistes d'Europe. Le préambule introduit le public comme premier objectif de la déontologie journalistique : « *La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics.* » Puis il explique en quoi ce nouveau texte évoque non seulement les devoirs mais aussi les droits des journalistes : « *ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession de journaliste que si les conditions concrètes de l'indépendance et de la dignité professionnelle sont réalisées. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.* » Notamment :

- > Un journaliste ne peut être obligé « *à accomplir un acte professionnel (...) contraire à sa conviction ou à sa conscience* » ;
- > « *L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise* » ;
- > L'employeur d'un journaliste doit lui assurer une rémunération « *suffisante pour garantir son indépendance économique* ».

Aux devoirs déjà énoncés par la Charte de 1918 (secret professionnel, refus du plagiat, refus des pressions publicitaires...), s'ajoutent :

- > la liberté de l'information, du commentaire et de la critique ;
- > le respect de la vie privée des personnes ;
- > le devoir de rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte.

## → Des chartes et des projets pour un nouveau code de déontologie

En janvier 2019 paraissait la 32<sup>ème</sup> édition du Baromètre de la confiance des Français dans les médias<sup>26</sup>. Depuis de nombreuses années déjà il rend compte de la baisse de crédibilité accordée aux médias par le public français. C'est une des motivations qui a poussé différents collectifs à entreprendre des travaux de rédaction de nouveaux textes pour pallier cette défiance.

### >> Charte de la qualité de l'information

À l'issue de la première édition des Assises internationales du journalisme à Lille en 2008, un groupe de travail se met en place pour rédiger cette charte autour de deux idées fortes :

- > seule « *une information de qualité détermine la confiance du public* » ;
- > une information de qualité n'est pas la seule responsabilité des journalistes ; les « éditeurs » (patrons de presse) doivent aussi s'engager à l'assurer.

Les signataires de ce texte avaient envisagé qu'il puisse être indexé à la convention collective des journalistes, mais ce ne fut pas le cas.

### >> Charte pour l'amélioration du traitement médiatique des banlieues

En 2007, deux ans après les émeutes qui ont suivi en 2005 la mort de Zyed Benna et Bouna Traoré qui fuyaient un contrôle de police, le collectif de journalistes Ressources urbaines, le Centre de formation des journalistes et d'autres médias (Bondyblog, Fumigène, La Cathode) ont travaillé ensemble à rédiger dix propositions autour de trois thèmes :

- > « *favoriser l'insertion des élèves des banlieues dans les médias* » (apprentissage, stages, contrats de qualification, bourses...) ;
- > « *optimiser le travail journalistique dans les banlieues* » (appliquer les fondamentaux du journalisme, ne pas verser dans le sensationnel, travailler avec des médias existants dans les quartiers en rémunérant leur travail...) ;

---

<sup>26</sup> Étude statistique réalisée chaque année pour *La Croix* par les instituts TNS Sofres et récemment Kantar.

- « *aider à ouvrir l'ensemble de la société aux banlieues* » en rendant compte du vécu quotidien dans les banlieues.

### >> **Projet de code de déontologie des journalistes**

En 2009, le gouvernement de Nicolas Sarkozy organise les États généraux de la presse écrite. Un groupe de travail aboutit à un projet de texte qui introduit de nouveaux droits et devoirs mais ne comporte plus aucune obligation de la part des éditeurs.

Il y est, entre autres, question de corrélérer l'indépendance du journaliste avec sa responsabilité, de crédibilité et traçabilité des sources, de n'avoir aucune complaisance dans la représentation de la violence et dans l'exploitation des émotions, ne pas nourrir la haine, les discriminations ou les préjugés et par conséquent de ne pas relayer de réactions du public pouvant entretenir ces mêmes sentiments, etc. Vingt ans plus tard, la volonté d'indexer ce texte à la convention collective des journalistes n'est toujours pas une réalité.

### >> **Loi du 14 novembre 2016**

Entrée en vigueur le 1er juillet 2017, cette loi visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias exige que « *les entreprises ou sociétés éditrices de presse ou audiovisuelles dépourvues de charte déontologique engageant des négociations (...)* » pour la rédaction d'une charte « *conjointement par la direction et les représentants des journalistes* ».

La grande majorité des médias ont satisfait à cette obligation dans les semaines qui ont suivi son exigibilité.

## **La fabrique de l'info**

### → **Le processus de fabrication**

Un journal télévisé, un quotidien, un magazine ou encore une matinale à la radio sont le résultat d'un travail collectif.

Le sommaire (presse écrite) ou le conducteur (audiovisuel) sont établis en conférence de rédaction. Ces documents permettent d'une part de définir le contenu, d'autre part de répartir le travail entre les membres de l'équipe pour savoir qui se charge de quoi.

La conférence de rédaction réunit l'équipe des journalistes, dont rédacteur en chef avec, en fonction du média, de sa taille et celle de l'équipe, présentateur (en radio et télé), chef(s) de rubrique, secrétaire(s) de rédaction, photographes, iconographes (presse écrite). Y sont discutés les sujets à traiter, l'angle sous lequel les aborder, le format (reportage, enquête, interview, portrait etc.).

Puis, les journalistes – salariés ou pigistes – réalisent leur travail et le rendent dans le délai imparti, soit quelques heures (ou moins pour l'info en continu), quelques jours ou semaines plus tard, en fonction de la périodicité du média, c'est-à-dire la fréquence à laquelle il paraît, et l'urgence à traiter le sujet (actualité chaude : à traiter rapidement, contrairement au « marbre » qui constitue une réserve de sujets réalisés plus ou moins en amont).

Dans le cas de la presse écrite, l'article sera ensuite relu, les informations vérifiées, et la titraille rédigée par un secrétaire de rédaction avant de passer par le bureau du chef de rubrique et/ou du rédacteur en chef. Pour la radio et la télévision, les éléments enregistrés seront montés et édités sous la houlette du producteur de l'émission.

### LA PRÉSENTATION DU MÉTIER PAR DES PROFESSIONNELS

>> Les journalistes du réseau mediaeducation.fr vont à la rencontre du public pour raconter leur métier ou accompagner la réalisation de médias, dans le cadre d'interventions co-construites avec les publics et les structures qui les accueillent. Pour rejoindre le réseau ou demander une intervention :

[www.mediaeducation.fr](http://www.mediaeducation.fr).

>> La maison des journalistes (MDJ) accueille des professionnels des médias contraints de fuir leurs pays. Dans le cadre d'un partenariat entre la MDJ et le Clemi, ces journalistes exilés interviennent dans des lycées pour témoigner de leur parcours et débattre de la liberté d'expression dans les médias.

<https://www.maisondesjournalistes.org/renvoye-special/>

>> La semaine de la presse et des médias dans l'école (SPME) organisée par le Clemi a lieu chaque année au mois de mars. Des médias offrent des exemplaires de leurs journaux ou des ressources gratuites en ligne et des journalistes participent à l'animation d'ateliers auprès des élèves. Certains médias ouvrent aussi les portes de leur rédaction à cette occasion pour des visites de classes, co-organisées avec le Clemi.

<https://www.cleml.fr/fr/semaine-presse-medias.html>

>> France Télévisions participe à la Semaine de la presse et des médias dans l'école en produisant des programmes autour de l'éducation aux médias et à l'information, tels que « La Collab de l'info » ou « Les clés des médias » (bientôt suivi d'une deuxième saison sur « Les clés du numérique »).

Pour susciter le débat et donner la parole au jeune public, FTV organise des rencontres avec des journalistes, notamment à partir de la série « La collab de l'info ». Cette série associe quinze journalistes de France Télévisions à quinze YouTubeurs à succès pour faire le point sur les fondamentaux de l'éducation aux médias et à l'information tels que la publicité déguisée, la différence entre faits et croyances, la vérification de l'information, etc.

Par ailleurs, tout au long de l'année scolaire, les journalistes de France Télévisions membres du Réseau citoyen des journalistes, se rendent dans des établissements pour accompagner les enseignants dans l'éducation aux médias et animer des ateliers sur les théories complotistes, les *fake news*, la liberté d'expression et l'info en continu. En fin d'année, France TV organise « La semaine de l'éducation » au cours de laquelle les rédactions nationales et régionales ainsi que les unités de programmes reçoivent des classes pour des débats, des masterclass (projections de films sur des sujets de société – homophobie, racisme par exemple – suivies de débats), des ateliers et visites des coulisses de la fabrication de l'info (régie et plateaux).

<https://education.francetv.fr/>

À l'instar de France Télévisions, d'autres journaux et chaînes de télévision reçoivent du public, y compris en dehors de la Semaine de la presse et des médias dans l'école. Ainsi :

>> Playbac presse organise des visites des rédactions du Petit Quotidien (7-9 ans) et de Mon quotidien (10-14 ans) aussi bien pour les particuliers que pour des classes du CP à la 5<sup>e</sup>. Pour en savoir plus et s'inscrire :

<https://www.playbacpresse.fr/page.39.les-ateliers.php>

>> Radio France organise des ateliers radio et des visites guidées de la Maison de la radio à Paris pour des élèves et leurs enseignants. Elle propose aussi à des élèves franciliens le parcours « École des ondes », la participation à l'émission « Interclass' » (pour des collégiens de 4<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup>) et « Mon micro citoyen » (ouvert à plusieurs académies sur l'ensemble du territoire français).

<http://www.maisondelaradio.fr/leducation-aux-medias/>

## → D'où vient l'information : les sources

Un journaliste rassemble des informations pour les faire connaître au public. Il dispose de différentes sources d'information. Certaines sont publiques : dates d'événements prévus (manifestations, rencontres), services de presse, dépêches d'agences<sup>27</sup>, autres médias, réseaux sociaux, newsletters et alertes par mail. D'autres sources sont propres à chaque journaliste : son réseau de contacts. Pour rapporter une information il est préférable d'aller sur le terrain pour observer par soi-même et interviewer les témoins et acteurs d'un événement. Certains médias, par souci d'économie de temps et surtout d'argent, incitent les journalistes à faire leurs recherches sans sortir de leur bureau. Pour s'assurer de la fiabilité des informations collectées (par témoignages, entretiens et

<sup>27</sup> Les agences internationales (parmi les plus importantes, AFP, Reuters et Associated Press) emploient des correspondants pour collecter des informations (dépêches, photos, vidéos) que les médias abonnés pourront ensuite utiliser pour la réalisation de leurs sujets.

recherches) il est indispensable de les vérifier et de multiplier ses sources afin de repérer d'éventuelles contradictions, erreurs, etc. C'est ce qu'on appelle recouper ou recroiser ses sources.

### QUELQUES RESSOURCES

>> « Les clés des médias » : 25 modules concis balayent le champ du journalisme et des médias pour expliquer des principes tels que la loi de proximité, la hiérarchie de l'info, les données personnelles, ou ce qu'est une information. Cette série est produite par la Générale de production avec France TV éducation, Canopé, le Clemi, France Inter et Enjeux e-medias.

L'un des épisodes répond à la question « Qu'est-ce qu'une source ? »

<https://www.youtube.com/watch?v=PWioBwYNoBo>

>> « Le circuit de l'info », du fait à la publication. Une infographie de l'Agence France Presse. <https://www.afp.com/fr/lagence/le-circuit-de-linfo>

>> Le dossier pédagogique « D'où vient l'info » du Clemi pour l'édition 2017 de la Semaine de la presse et des médias dans l'école.

<https://www.cleml.fr/fr/ressources/dossier-pedagogique-de-la-semaine-de-la-presse-et-des-medias-dans-lecole/dossier-pedagogique-2017.html>

## → Transmettre l'information

Après la collecte et la vérification, vient l'étape de la mise en forme, afin de transmettre au lecteur, spectateur ou auditeur des informations claires, compréhensibles et fiables. En fonction des journalistes et du média, une même information peut être traitée de diverses manières. Chaque média a sa propre ligne éditoriale, c'est-à-dire sa vision et son prisme, par lesquels il filtrera les actualités. Prisme géographique (presse locale ou nationale), prisme politique (plutôt de gauche ou de droite) et / ou prisme thématique (culture, chasse et pêche, développement durable, mode-célébrités, moto, voile...).

Le choix des sujets et de leur angle relève de la subjectivité du journaliste et de la ligne éditoriale du média dans lequel paraîtra son travail. Tout comme les choix de montage dans l'audiovisuel. Avant diffusion, le résultat final (article, reportage, enquête, etc.) doit avoir été validé par la rédaction en chef. En cas de litige c'est la responsabilité pénale du directeur de publication qui est engagée.

### >> L'angle

Un angle est le biais par lequel on aborde un sujet. Le journaliste mettra en avant un aspect du sujet et aura une manière particulière de l'aborder en

fonction de sa sensibilité, de la ligne éditoriale du média et de la rubrique dans laquelle il sera diffusé.

### >> Les genres ou formats journalistiques

- > Brève, filet : les informations essentielles (qui répondent aux questions qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi).
- > Reportage : le journaliste « donne à voir » un lieu, un événement (en s'étant rendu sur place).
- > Interview : entretien avec une personne sous forme de questions (du journaliste) et de réponses (de l'interviewé).
- > Témoignage : ne sont cités, entre guillemets, que les propos d'une personne (sans les questions du journaliste).
- > Portrait : présentation d'une personne à partir de recherches, d'entretien(s) avec l'individu lui-même et avec son entourage (amis et détracteurs).
- > Enquête : recherche approfondie sur un sujet, elle est constituée de témoignages, reportages, recherches et analyses.

Les « éditos », tribunes et chroniques sont basés sur l'opinion de la personne qui signe. La place prépondérante de figures que l'on appelle des « éditorialistes » mérite d'être questionnée : pourquoi leurs avis et commentaires concentrent-ils souvent plus d'attention que les informations elles-mêmes ?

# 3

## ANALYSER

Définir un contenu et identifier sa source, repérer d'éventuels stéréotypes, comprendre les actualités et vérifier, toujours vérifier avant de croire et de partager, sont autant de manières d'affûter son esprit critique et mieux distinguer le vrai du faux.

### Qualifier les contenus : information, opinion, communication, divertissement

Pour commencer, il est utile de distinguer l'information de l'opinion, de la communication et du divertissement. Ils sont en effet souvent mêlés dans les médias et sur les réseaux sociaux.

Une **information** se base sur des faits vérifiés. L'**opinion** est ce que l'on en pense. Ce que je pense, mon opinion, n'est pas un fait indéniable. Ce qui a été prouvé, que je l'apprécie ou non, reste un fait, donc indéniable.

La **communication** (dans le sens du marketing) a un objectif de promotion. Pour ce faire, un point de vue spécifique (souvent flatteur) sera défendu. Publi-reportage, publi-communicé et publi-rédactionnel désignent en presse une promotion « déguisée » en information. Ces contenus doivent être signalés (on trouvera l'un de ces termes, souvent en haut de page).

Mais les contenus promotionnels se fondent de mieux en mieux dans les médias. Ainsi par exemple, on parle de « rédactionnel » alors qu'on traite d'une marque ou d'un produit à partir d'un communiqué de presse, d'une conférence, à la suite d'un voyage de presse ou de cadeaux reçus. La marque n'étant pas citée dans le cadre d'un espace publicitaire, il ne s'agit donc pas à strictement parler d'une publicité ; mais ces contenus posent une question éthique : les produits ou l'entreprise sont-ils vraiment mentionnés de manière indépendante par le journaliste ?

Le **divertissement** enfin. L'information, particulièrement en télévision, peut être mêlée à du divertissement, mais peut aussi plus insidieusement être mise en scène de sorte à retenir l'attention. Dramatisation à outrance, « obsessions » sur des sujets susceptibles d'intéresser un large public (le décès de célébrités, comme Johnny Hallyday en 2017) au détriment d'autres informations à plus forte utilité publique, ou encore commentaires

et débats d'une finesse toute relative mais aptes à circuler dès le lendemain sur les réseaux sociaux... ces méthodes garantissent une plus forte visibilité que des analyses posées et nuancées.

### MUSCLER L'ESPRIT CRITIQUE AVEC DES ACTEURS DE L'INFO

Les bénévoles de l'association Entre les lignes (journalistes à l'AFP et au journal *Le Monde*) animent des ateliers auprès de jeunes et auprès d'enseignants et éducateurs spécialisés, pour susciter l'esprit critique. Ils abordent la hiérarchie de l'information et le pluralisme des médias, la différence entre information, communication, hypothèse et supposition, les fausses infos sur internet, la caricature et la liberté d'expression, les images et comment elles peuvent être détournées.

<http://entreleslignes.media/>

## Chasser les idées reçues : clichés, stéréotypes, préjugés et discriminations

Un **cliché** est une idée ou une formule devenue banale, à force d'être utilisée. Un **stéréotype** est une forme d'explication qui schématise, rationalise, généralise et rassure les personnes qui le partagent, sur la base de normes qu'elles ont en commun. Un **préjugé** est une opinion basée sur l'ignorance ou l'absence d'expérience. Une **discrimination** en droit est « *un traitement défavorable qui doit généralement remplir deux conditions cumulatives : être fondé sur un critère défini par la loi (sexe, âge, handicap...) et relever d'une situation visée par la loi (accès à un emploi, un service, un logement...)* »<sup>28</sup>. À ce jour, la loi reconnaît une grosse vingtaine de critères de discrimination.

Certains citoyens – jeunes, femmes, musulmans, habitants de quartiers dits sensibles ou populaires – font trop souvent l'objet de clichés et stéréotypes dans le traitement de l'information. Les médias qui participent à ces constructions stigmatisantes et à leur diffusion risquent d'alimenter ou de justifier des formes de discriminations.

Repérer dans des articles, sur des unes, dans des journaux télévisés ce qui contribue à construire les clichés est utile pour ne pas contribuer soi-même à la discrimination qui en résulte. On relèvera notamment : la généralisation, la simplification, l'amalgame, l'affirmation non démontrée, l'invisibilité, la stigmatisation et l'exagération.

<sup>28</sup> Source : site du Défenseur des droits

La généralisation est le fait de formuler une opinion catégorique à partir d'un fait ou d'une observation. Il est intéressant de relever les généralisations dans les discours médiatiques, d'une part dans l'optique de ne pas discriminer, mais également pour amener le public à repérer ses propres propos généralisateurs (« les journalistes disent tous n'importe quoi », par exemple). Préciser sa pensée est parfois frustrant, mais permet aussi de se libérer d'idées reçues.

Les connotations véhiculées par le choix de l'angle, des termes utilisés ou des images colorent la manière dont nous percevons une information. Cela rejoint l'édition, c'est-à-dire tout ce qui accroche le regard en premier : les illustrations, mais aussi les titres et relances, le montage des images et la bande sonore dans l'audiovisuel. Cet « emballage » peut exagérer le contenu, précisément pour capter l'attention du public, avec le risque de déformer l'information et de stigmatiser.

#### DES ACTIONS CONTRE LES DISCRIMINATIONS

L'association Les petits débrouillards propose des événements sur le territoire français, dédiés à la lutte contre les discriminations : animations jeunesse, visites d'expositions, formations et rencontres-débats.

<http://www.lespetitsdebrouillards.org>

## Décrypter les actualités

De nombreux médias proposent des émissions ou journaux à destination des enfants et adolescents, pour décrypter l'information, donner des clés de compréhension et de contextualisation.

>> « France Info Junior » : tous les après-midi du lundi au vendredi, cette émission propose des clés de compréhension et de contextualisation en abordant un sujet d'actualité à partir de questions recueillies auprès d'enfants.

>> Le site « 1 jour 1 actu », qui porte bien son nom, décrypte une actualité chaque jour. En partenariat avec France Télévisions, les journalistes de Milan Presse répondent aussi à des questions d'enfants dans les vidéos « 1 jour 1 question » diffusées sur France 4.

>> Playbac Presse édite « Le Petit Quotidien » pour les écoliers de 6 à 9 ans et « Mon quotidien » pour les préados de 10 à 13 ans. Ces journaux parlent de société, d'environnement, d'histoire et de bien d'autres sujets encore, en lien avec l'actualité et des thèmes abordés en classe.

>> « Le P'tit Libé », du journal *Libération*, explique chaque semaine l'actu des grands – mal logement, impôts, homophobie... – aux enfants.

>> « Give me Five » : tous les vendredi à 17h05, cette appli du magazine Phosphore revient sur cinq actus de la semaine pour un lectorat adolescent.

>> « Escape News » : diffusée chaque samedi sur France 4, l'émission animée par Thomas Sotto propose une initiation aux médias et aux réseaux sociaux, sous forme d'*escape game*. Des adolescents de 11 à 15 ans vont à la pêche aux informations pour décrypter une actualité et débusquent au passage les mensonges et erreurs ayant pu circuler à son sujet.

## « Fake news » et vérification

*Fake news*, comme ses équivalents francophones (infox, fausses infos), désigne assez mal le propos dans la mesure où il pointe une non-information (puisque fausse). Les termes « mensonge », « erreur » ou « propagande », en fonction des cas, expriment plus clairement le problème. D'autant que « fake news » est utilisé à tort et à travers, notamment par certains dirigeants politiques, pour honnir des informations qui tout simplement ne les arrangent pas. Le terme est malgré tout entré dans nos habitudes, tant ces contenus pullulent. Comment donc s'en déprendre ?

### TÉMOIGNAGE D'UN JOURNALISTE RÉSIDENT

*Journaliste au Monde pendant vingt-cinq ans, aujourd'hui collaborateur au Monde diplomatique et du site la-bas.org, Jean-Michel Dumay effectue actuellement une résidence de journaliste avec Judith Rueff, également journaliste, dans le Val d'Oise (95). Il se dédie plus particulièrement durant cette résidence à des ateliers « fake news » ou d'« éducation critique aux médias ».*

« Je rencontre majoritairement des jeunes de 18 à 25 ans et parfois des collégiens de 14-15 ans. Généralement les groupes rassemblent de 8 à 10 personnes, ce qui est une bonne taille pour discuter ensemble. J'essaie dans la mesure du possible de procéder en deux temps, avec d'abord une réflexion sur ce qu'est l'information. Cela permet d'évaluer le rapport de chacun des participants aux médias : de voir comment ils s'informent et de mesurer leur niveau d'attachement à l'actualité. Ils sont assez éloignés des médias dits traditionnels.

Ils ne lisent pas du tout la presse papier, n'écoutent pas la radio, mais s'informent le plus souvent par des réseaux sociaux (Snapchat notamment) et parfois par des chaînes d'info en continu. Manifestent-ils de la défiance vis-à-vis des médias? Oui, elle est omniprésente, quasi institutionalisée! En même temps, à la fin de chaque atelier, je reviens sur cette question de la confiance accordée aux médias, et après deux ou trois heures avec un journaliste, les participants sont plus réticents à dire qu'ils ne me feraient pas confiance.

Bien qu'ils varient assez peu leurs sources et n'aient pas le réflexe de parcourir des sites d'info, ils ont tout de même conscience, le plus souvent, qu'il ne faut pas prendre pour argent comptant tout ce qui circule sur internet – mais, toujours, avec cette difficulté à faire confiance au filtre que sont les médias et les journalistes. J'ai donc pris le parti de travailler sur la subjectivité des journalistes : je leur demande (en ayant défini les termes) ce qu'est un travail objectif et un travail subjectif. Je les amène à prendre conscience que les journalistes font un travail très subjectif, et de l'importance qu'il y a à contenir cette subjectivité par des garde-fous déontologiques, par exemple la prise en compte d'éléments contradictoires et la vérification des sources. Pour illustrer la subjectivité, j'utilise des photos, en demandant aux participants de me raconter la scène qu'ils observent. Cela permet de souligner ce qui relève du factuel et de l'interprétation. Chacun voit alors avec quelle facilité et quelle fréquence on passe du fait à l'interprétation.

J'aborde les « fake news » en revenant aux bases. J'utilise par exemple une vidéo de France TV éducation qui sert de support pour dissocier ce qu'est une info vérifiable et vérifiée des ragots, rumeurs et anecdotes. Nous discutons des raisons pour lesquelles les « fake news » existent : faire rire, influencer ou faire de l'argent. Et aussi... parce qu'on peut se tromper! Une vidéo de chaîne d'info en continu, sur les manifestations de « gilets jaunes », a notamment indiqué que des manifestants avaient arraché des pavés sur tout un pan de voie des Champs-Élysées. Le journaliste a ensuite reconnu son erreur (sur son compte Twitter) – l'essentiel des pavés arrachés l'avaient été dans le cadre de travaux sur la voirie. Puis la chaîne l'a fait à son tour. Ce genre d'erreur permet d'aborder les conditions dans lesquelles certains journalistes travaillent. Mon souhait est qu'au bout des ateliers, les participants se posent toujours la question « qui me parle ». Je leur apprends à enquêter sur les pages qu'ils consultent, à aller voir la page « qui sommes-nous » ou « à propos » du site, puis à partir de là à faire des recherches sur la société qui édite celui-ci. Ainsi, aller voir d'où provient une information et ce qu'on peut apprendre sur le site qui la publie, alimente une démarche critique et évite de faire circuler un contenu de manière virale avant de l'avoir vérifié. Pour cela, on utilise Google et Google images, Decodex, Checknews, etc<sup>29</sup>... sachant qu'il faut aussi vérifier ces sources-là, justement censées débusquer des *fake news* ».

---

29 Decodex (*Le Monde*), Désintox et Checknews (*Libération*), le blog Factuel (AFP), Les Observateurs (France 24) et la plateforme Vrai ou Fake (des acteurs de l'audiovisuel public français) sont des outils pour vérifier l'information.

## AUTRES RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

>> Les vidéos de « conspirations radicalement bidons » (que l'on peut retrouver sur YouTube) sont réalisées par des élèves avec des animateurs de « Image'In », le pôle Éducation à l'image, aux médias et à l'information de la Ligue de l'enseignement. Ces courts films, de 3 à 5 minutes environ, se jouent des codes complotistes en établissant, avec une bonne dose de dérision, des relations de cause à effet tout à fait farfelues entre, par exemple, les extraterrestres et le foot. La Ligue de l'enseignement a également lancé fin 2018 « Les veilleurs de l'info », un parcours éducatif pour les acteurs qui accompagnent des jeunes de 12 à 18 ans.

[www.laligue.org](http://www.laligue.org)

>> « Complots et conspirations » : apprend à reconnaître les vrais des faux... Vidéo-kit pédagogique, réalisé par l'agence Premières Lignes avec France Télévisions et en partenariat avec le Clemi.

<https://www.pltv.fr>

>> « WTFake » : dans ses vidéos diffusées sur France TV, la journaliste Aude Favre a une seule mission : « *Défoncer les intox et fake news* », avec un arsenal fatal : un simple téléphone, des ouvrages (dont le dictionnaire) et des questions.

Chaîne YouTube : Aude WTFake

>> Jouer, expérimenter, comprendre et agir ensemble : « Les Déclencheurs » ont conçu un dispositif spécifique pour les jeunes bénéficiaires de la Protection judiciaire de la jeunesse (PJJ). Par le débat, la présentation des principes de base du journalisme, l'expérimentation et le jeu, leurs outils d'éducation numérique accompagnent ces jeunes vers une meilleure « *conscience et autonomie dans leur accès aux ressources et à l'information* ».

<https://www.les-declencheurs.com/>

# 4

## DÉBATTRE

Débattre c'est ne pas être d'accord mais s'écouter quand même ! Les médias eux-mêmes sont une matière riche pour débattre, et on peut s'inspirer de pratiques journalistiques – recherche et vérification des informations – pour construire des argumentaires étayés. Le tout à l'aide d'outils d'éducation populaire favorisant la discussion et l'écoute mutuelle.

### Les médias, matière à débat

Le traitement, voire la maltraitance médiatique (stigmatisation, stéréotypes...), nourrit un certain rejet des médias dits classiques, mainstream ou traditionnels. Ci-dessous quelques critiques récurrentes, dont il est intéressant de discuter : ces reproches ne sont pas infondés ; ils méritent d'être entendus et aussi, quand même, nuancés.

#### « Pourquoi ne voit-on pas plus d'investigations ? Le traitement des actualités manque de profondeur... »

Enquêter mobilise un ou plusieurs journalistes le temps de regrouper et recouper assez d'informations pour avoir un article ou une émission suffisamment solide à présenter au public (et si besoin à la justice, puisque des personnes visées peuvent envisager de porter plainte). De moins en moins de journaux investissent dans les enquêtes... mais certains s'y sont spécialisés : Mediapart, Mediacités, Cash investigation, *Le Canard enchaîné* et Basta mag notamment. À l'échelle internationale, l'*International Consortium of Investigative Journalists* rassemble des journalistes de près de 80 pays différents dont la France (journalistes du *Monde*, du *Figaro*, du *Point* et de Mediapart). Leur collaboration a donné lieu à des révélations telles que les « Panama Papers » sur les paradis fiscaux qui a permis aux administrations fiscales de différents États de récupérer un total d'un milliard d'euros jusqu'ici.

#### « Les médias manquent de diversité, ils ne reflètent pas la société dans laquelle nous vivons... »

En charge de la mission égalité des chances à l'Institut Pratique du Journalisme Paris-Dauphine, Pascale Colisson apporte des éléments de réponse à cette question, réelle, du manque de diversité au sein des médias et dans l'image que les médias donnent de la société. Elle soulignait dans un entretien accordé

à The Conversation début 2019<sup>30</sup> que les études de journalisme arrivent à Bac +3/4 et représentent donc la dernière étape d'un parcours déjà marqué par une série d'inégalités entre aspirants journalistes issus de différents milieux. Cela étant, des initiatives en faveur d'une plus grande diversité existent, par exemple la Chance<sup>31</sup>, association d'aide aux concours d'entrée des écoles de journalisme ; Reporter citoyen qui a formé au journalisme des jeunes adultes habitant des quartiers prioritaires de la politique de la ville ou encore la formation au journalisme en alternance que propose l'IPJ Paris-Dauphine depuis près de quinze ans. Enfin, l'association Prenons la une poursuit la mission portée par l'association des femmes journalistes de 1981 à 2014 : une représentation juste des femmes dans les médias et par les médias.

### « Les médias sont des organes de propagande au service du gouvernement... »

On relève assez peu de cas de censure dans la presse, par contre l'autocensure est souvent évoquée, suggérant que des rédactions, sous l'impulsion de leur direction, rechignent à traiter certains sujets ou au moins certains angles pour éviter de déplaire au propriétaire du média ou à ses amis politiques. Juan Branco va (nettement) plus loin dans son essai *Crépuscule*, paru récemment au Diable Vauvert. Il y dénonce la captation du pouvoir par un petit nombre de personnes dont des riches propriétaires de médias qui auraient largement favorisé l'accès à la présidence d'Emmanuel Macron par une campagne médiatique tout à son avantage. À noter toutefois que les critiques ne peuvent être généralisées à tous les médias ni à tous les journalistes. On dispose d'un choix de médias assez large en France, certains sont simplement plus visibles (et plus vus) que d'autres. Pour s'affranchir de ce que l'on perçoit comme de la propagande et continuer à bénéficier de la diversité des médias, soutenons ceux qui offrent d'autres points de vue ! Des sites d'info comme Les Jours, des revues telles que XXI ou la Revue du Crieur, les membres de la Coordination permanente des médias libres (Sideways, Silence, Politis etc.) sont un échantillon de médias qui n'hésitent pas à mettre en question le pouvoir en place.

### « Les médias mélangent information et communication... »

Cette critique, assez proche de la précédente, doit également être nuancée. D'abord par la distinction entre différents médias. Le Ravi et Elle magazine sont tous les deux des médias, ils n'ont pas grand chose d'autre en commun. Par ailleurs, nous disposons d'informations sur les propriétaires de médias et

---

30 <https://theconversation.com/conversation-avec-pascale-colisson-et-si-tout-netait-pas-de-la-faute-des-ecoles-de-journalisme-109364>

31 <https://www.lachance.media/>

pouvons donc identifier les risques de collusion ou de conflit entre intérêts privés et intérêt public d'information. Le Monde diplomatique publie chaque année une mise à jour de son infographie « Médias français, qui possède quoi ». Aussi, de plus en plus de pure players et sites de médias traditionnels exposent leurs comptes et nomment leurs actionnaires. S'il arrive en effet que la frontière entre information et communication soit assez ténue, la transparence, plutôt acquise, nous permet de « filtrer » les contenus médiatiques, et d'effectuer des choix.

*« Les médias racontent n'importe quoi et rien ne les en empêche... »*

Plagiat, conflits d'intérêt, manquement au respect des personnes, inexactitudes ou erreurs, publicité cachée... les dérives déontologiques ne manquent pas. Si le public se sent lésé par un traitement médiatique ou souhaite signaler une erreur ou infraction dans les médias, il ne dispose aujourd'hui que du CSA. Ce Conseil supérieur de l'audiovisuel peut être saisi et statuera sur une éventuelle infraction aux lois relatives à l'audiovisuel. Cette instance n'est toutefois pas indépendante (son président est nommé par le chef de l'État), elle ne concerne que l'information produite dans l'audiovisuel et la mission déontologique qu'elle s'est octroyée n'est pas définie précisément dans ses statuts. En dehors de cette instance, le public ne peut que se tourner vers la justice, à savoir la 17<sup>ème</sup> chambre du Tribunal de grande instance de Paris qui traite toutes les affaires relatives à la liberté de la presse et au respect des personnes par les médias (c'est-à-dire les cas de diffamation, injure etc.). Cela concerne donc plutôt des affaires de taille et implique d'avoir les moyens financiers de lancer une procédure judiciaire. C'est pourquoi l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) milite pour la création d'une instance d'autorégulation et de médiation déontologique de presse comme il en existe dans de très nombreux pays. Indépendante et tripartite (collèges éditeurs, journalistes et public) cette dernière pourrait être saisie par tout citoyen ou s'autosaisir pour statuer sur d'éventuels manquements à la déontologie et défendre une information de qualité, indépendamment du pouvoir politique.

## Méthodes pour débattre

Pour débattre des questions ci-dessus et bien d'autres encore, qu'elles touchent aux médias ou non, voici quelques outils de l'éducation populaire. Ils facilitent la prise de parole et l'écoute mutuelle dans une optique de désaccord fertile, où l'on avance ensemble avec nos divergences.

## → Le débat mouvant

Les participants au débat mouvant sont invités à se déplacer d'un côté ou de l'autre de l'espace alloué à l'atelier, en fonction de leur adhésion ou non à des affirmations « clivantes » préparées en amont par les intervenants, par exemple : « Les journalistes sont les porte-parole du pouvoir » ou « on ne peut pas faire confiance aux médias ». Chaque participant ira du côté « d'accord » ou du côté « pas d'accord » de l'espace. Les personnes ni complètement d'accord, ni complètement en désaccord, peuvent se placer entre les deux groupes, cet espace est parfois appelé « la rivière du doute ». Chaque participant donne ses arguments pour expliquer pourquoi il ou elle est d'accord avec l'affirmation, ou non. Si on est convaincu par un argument d'en face on se déplace pour rejoindre ce groupe-là. Si on est un peu convaincu mais pas tout à fait, on avance vers l'autre groupe, mais en s'arrêtant à une distance qu'on estime être juste au regard de notre point de vue. Chacun peut changer de côté autant de fois qu'il ou elle le souhaite au fil des propos. L'objectif étant de s'écouter les uns les autres et d'argumenter.

## → Le poisson dans le bocal

Quatre chaises sont disposées au milieu de l'espace. Trois sont occupées par des participants, une chaise est laissée libre. Les participants assis donnent leur(s) argument(s) à propos d'une affirmation de l'intervenant (du même type que celles du débat mouvant). Les autres participants (le « public ») sont soit debout autour des chaises, soit assis en cercle, en faisant face au quatre chaises centrales. Lorsque l'une des personnes du « public » souhaite intervenir à son tour, elle s'assoit au centre et l'une des trois personnes déjà assises libère sa chaise. On travaille ainsi l'écoute, l'attention et on laisse, littéralement, la place à l'autre.

## → Le bâton de parole

Un objet est choisi pour faire office de bâton de parole. Seule la personne qui tient cet objet peut parler. Le bâton de parole doit circuler entre les participants. L'animateur ou un autre membre du groupe sera chargé de le faire passer d'un participant à l'autre.

## RESSOURCES

>> Les Ceméa (Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Éducation Active) des Pays de la Loire ont publié en 2017 une « Boîte à outils d'éducation active ». On y découvre les méthodes ci-dessus, avec bien d'autres encore, comme la plaidoirie, le gro-débat, le caucus, le forum ouvert, le débat à trois couleurs ou encore le débat en étoile. Toutes sont des façons de confronter différents points de vue de manière féconde.

*Boîte à outils d'éducation active / Ceméa pays de la Loire (2017) Ed. Cafard*  
<https://cemea-pdll.org/Boite-a-outils-d-education-active-1737>

>> Le CorteX (Collectif de recherche transdisciplinaire esprit critique et sciences) rassemble des enseignants-chercheurs qui travaillent sur la construction de la pensée critique. Le collectif Indice, né à Lyon, durant les manifestations Nuit Debout, écrit et diffuse des brochures d'analyses sociales et politiques. Ensemble, ces deux collectifs ont publié une brochure présentant une vingtaine de « Moisissures argumentatives », c'est-à-dire des arguments « moisis ». Parmi ceux-ci : la généralisation abusive, l'analogie douteuse, la pente savonneuse (« Si on autorise le mariage pour tous, alors pourquoi pas le mariage avec des animaux ») ou encore le renversement de la charge de la preuve (populaire parmi les complotistes) où l'on ne s'embête pas à prouver le fondement de nos propos, charge à l'autre de prouver qu'on a tort s'il ou elle n'est pas d'accord.

*Brochure téléchargeable à prix libre*

<https://cortecs.org/matériel/moisissures-argumentatives/>

>> « Erreurs et manipulations de rhétorique et de logique » présentées dans une infographie sur les « Arguments rhétologiques fallacieux » réalisée par David McCandless sur *Information is beautiful*.

<https://informationisbeautiful.net/visualizations/rhetological-fallacies/>

## Rencontres et événements

### → Les enjeux de l'information

>> Conférence gesticulée « Le mystère du journalisme jaune »

Une conférence gesticulée est un récit, souvent basé sur une expérience personnelle et enrichi de « savoirs froids » (issus de recherche, documentation, chiffres etc.). La « conf » est mise en scène pour être jouée devant un public.

À partir de son expérience du métier de journaliste Philippe Merlant a écrit « Le mystère du journalisme jaune » dans laquelle il enquête sur une question brûlante : pourquoi donc les médias sont-ils souvent du côté des puissants ?

<https://lemysteredujournalismejaune.org/>

### >> Le fil de l'info

Cet outil créé par Ritimo permet de réfléchir en groupe sur le système de l'information et ses enjeux. Il est destiné à un public de plus de 15 ans.

<http://www.ritimo.org/Le-Fil-de-l-info>

## → Débat citoyen

>> L'association CapaCités propose des interventions au collège (classes de 6<sup>e</sup> à la 3<sup>e</sup>) « À la rencontre du débat citoyen » basées sur des pratiques journalistiques. À partir de revues de presse, puis sur des sujets absurdes et ensuite sérieux les élèves sont invités à prendre position, à prendre la parole pour se faire entendre et au fil des ateliers à développer le réflexe de construire une argumentation fondée sur des informations vérifiées (plutôt que juste des opinions et interprétations).

## → Dessin de presse et caricature

### >> Dessinez, créez, liberté

L'association fondée après l'attentat contre Charlie Hebdo propose des interventions et met à disposition un kit pédagogique réalisé à partir de dessins envoyés à la rédaction en réaction aux meurtres du 11 janvier 2015. Il est téléchargeable pour des enseignants de la primaire au lycée, pour débattre avec leurs élèves de la liberté d'expression, la caricature et le dessin de presse, les valeurs de la République française, la citoyenneté et l'engagement, le traitement médiatique des actualités, la radicalisation, les complots et les réseaux sociaux ainsi que la mort et le meurtre.

### >> Cartooning for peace

Le réseau international de dessinateurs de presse, Cartooning for Peace, créé par Plantu, propose des expositions thématiques et interventions de dessinateurs de presse dans les établissements scolaires. Il porte également un programme international « Dessinez la paix et la démocratie », pour former des dessinateurs aux interventions en milieux scolaires, former des professionnels de l'ÉMI à la pédagogie par l'image, créer des kits pédagogiques et proposer des ateliers pilotes dans des écoles et prisons.

## → Éducation à l'image

>> Les **Lucioles du Doc** utilise le film documentaire comme moyen de sensibilisation, d'éducation, de formation et de débat. Elle accompagne des structures pour des ateliers de création (sonore et audiovisuelle), de projections-débat, d'éducation critique à l'image documentaire. L'association a beaucoup travaillé autour de la question carcérale et a notamment animé de 2015 à 2017 des ateliers hebdomadaires « Documentaires et société » à Fleury-Mérogis.

>> Les sites **Décryptimages**<sup>32</sup> (de la Ligue de l'enseignement et l'Institut des Images), **Upopi**<sup>33</sup> de Ciclic<sup>34</sup> (l'agence régionale du Centre pour le livre, l'image et la culture numérique) ou encore la plateforme **Ersilia**<sup>35</sup> du programme La Fabrique du Regard du BAL présentent des sélections de vidéos, photos avec des pistes pour les analyser. Ils constituent des ressources (très) utiles pour débattre du sens et de la portée des images photo et vidéo.

## → Quelques événements

Pour se renseigner sur les actualités de l'éducation aux médias et à l'information, discuter avec d'autres acteurs, s'inspirer de bonnes pratiques :

- > La journée Éducation aux médias et à l'information des Assises du journalisme (mois de mars)
- > Les Rencontres culture numérique organisées par le ministère de la Culture (mois d'octobre)
- > Rencontres de l'éducation aux médias de l'ESJ Lille (mois de novembre ou décembre depuis 2017)

---

32 <https://www.decryptimages.net/>

33 <http://upopi.ciclic.fr/>

34 <http://www.ciclic.fr/>

35 <https://www.ersilia.fr/>

# 5

## PRATIQUER

Pour apprendre et comprendre, rien ne vaut la pratique ! Les outils numériques permettent de créer un média assez facilement et pour pas très cher. Un ordinateur et une connexion internet suffisent pour ouvrir un blog ou un site internet. Si l'on veut du son et des images, ajouter un logiciel de montage, et en fonction des moyens dont on dispose, enregistreur radio, micro, caméra et appareil photo numérique. À moindre coût, les smartphones des participants feront l'affaire. La réalisation de sujets permet d'appréhender des aspects du métier de journaliste et du fonctionnement des médias. En effet il ne suffit pas d'avoir du matériel ! Il faut aussi de bonnes idées et quelques compétences pour aboutir à un objet médiatique structuré. Forts de cette expérience, les participants développent un regard plus attentif sur les contenus croisés dans les médias et sur les réseaux sociaux.

### Écrire pour être lu, vu, entendu

Le journalisme consiste à transmettre une information pour la faire connaître à un public. Dans cette optique, un journal scolaire, blog de conseil citoyen, Web TV de MJC ou Web Radio d'association ou tout autre média citoyen, sont une opportunité d'aborder les bases de l'écriture journalistique : définir une ligne éditoriale, identifier le public auquel on souhaite s'adresser, hiérarchiser des sujets et pour chacun d'entre eux choisir le meilleur angle et le mode de traitement. Il faudra ensuite trouver les informations. Cela permet d'aborder les sources (documentation et entretiens), l'utilité de les multiplier, les diversifier et de les recouper. Si des interviews sont prévues, il sera nécessaire de les préparer et donc de se renseigner en amont pour rédiger des questions précises et utiles. Quand vient le moment de la mise en forme, on doit encore faire des choix parmi les informations, propos et anecdotes recueillis en fonction du sujet, de l'angle et du format choisis. Le tout sans perdre de vue le public final auquel on s'adressera avec précision, clarté et concision tout en veillant au rythme et à la vivacité du texte ou enregistrement final. Les ateliers qui abordent ces différents points permettent non seulement de produire de l'information, mais d'affiner la « grille de lecture » des participants sur les productions médiatiques par la suite.

## Créer un média

La loi de 1881 dit qu'il n'est pas nécessaire de demander une autorisation pour créer un nouveau média et qu'une fois celui-ci créé, chacun est libre d'y publier ce qu'il veut (sauf les exceptions prévues pour protéger les citoyens : diffamation, injure, incitation aux discriminations de toute nature). Depuis janvier 2017, le droit de publication est élargi à des personnes de moins de 18 ans : un mineur âgé de seize ans révolus peut être nommé directeur ou codirecteur d'une publication réalisée bénévolement.

On peut créer un média sans être journaliste. Les fréquences radio et TV sont attribuées par le CSA mais dans la mesure où n'importe qui peut créer un site internet, une chaîne Youtube, un profil de réseau social et y partager des vidéos en livestream ou faites « maison », il y a peu d'obstacles à la diffusion. D'autant que les outils actuels sont de plus en plus accessibles et faciles à utiliser.

La CPPAP (Commission paritaire des publications et agences de presse) reconnaît ou non le statut de média ou d'agence de presse à des entreprises qui se présentent comme tels. Parmi les critères on compte le respect de la loi de 1881, le fait d'être payant et vendu, d'avoir un lien avec l'actualité, de contenir deux tiers maximum de publicité et au moins un tiers d'informations d'intérêt général (hors publicité et éditos, chroniques, tribunes etc.).

## Soutien, formations et conseils

>> **L'association Jets d'encre**<sup>36</sup> fédère, soutient et promeut depuis près de 15 ans, les journaux réalisés par les 11-25 ans (scolaires ou non). Elle s'est fortement engagée en faveur de l'abaissement du droit de publication à seize ans, estimant que c'est un facteur important de liberté d'expression et de responsabilisation des journalistes jeunes. Jets d'encre est animée et dirigée par des personnes issues de son réseau, âgés de 25 ans maximum. L'association propose un appui juridique, des formations et organise tous les ans des événements tels que le festival Espresso (un week-end pour créer un numéro spécial dans les conditions du direct), le concours national Kaléido'scoop, l'université d'été Press'citron ou encore des rencontres régionales.

>> **La Ligue de l'enseignement**<sup>37</sup> fédère des associations locales actrices de l'éducation populaire à travers tout le pays. L'éducation aux médias, comprenant

---

36 <http://www.jetsdencre.asso.fr/>

37 <https://laligue.org/>

la pratique journalistique, fait partie de leurs activités. La fédération des Alpes du Sud a par exemple créé la Web TV participative TEMA TV et organisé un programme de journalisme en résidence qui permet à des élèves de primaire de découvrir ce qu'est un média et en quoi consiste le métier de journaliste. Accompagnés de journalistes professionnels les jeunes effectuent des recherches puis présentent la résidence lors d'émissions en direct sur des antennes de Fréquence Mistral. Avec son projet web reporters, la fédération 67 du Bas Rhin accompagne collégiens et lycéens dans la réflexion sur leur pratique numérique (d'information et de communication), puis dans la création d'un web-média (blog, web-radio ou web-tv).

La Ligue de l'enseignement coordonne aussi le projet D-Clics Numériques<sup>38</sup> avec Animafac, le réseau Canopé, les Ceméa, les Francas, Jets d'encre et le Centre de recherches interdisciplinaires. Pour permettre à chacun, notamment les jeunes, de « disposer des ressources nécessaires pour devenir des acteurs critiques de leur pratique quotidienne », D-Clics Numériques forme à l'usage des outils numériques des animateurs (péri- et extrascolaires) et des citoyens médiateurs. Ces derniers accompagnent à leur tour des publics jeunes dans leur usage de ces outils, notamment à des fins d'expression personnelle dans des médias (webradios, journaux en ligne). Toute personne inscrite et connectée au site peut consulter les « parcours éducatifs » de D-Clic numériques. Ces documents rassemblent méthodes, conseils et ressources – du Clémi, de Fréquences Écoles, divers Mooc... – sur les différentes activités numériques (programmation, robotique, vidéo, radio, photo).

>> **L'agence régionale du Centre pour le livre, l'image et la culture numérique Ciclic**<sup>39</sup> organise en région Centre-Val de Loire des ateliers d'éducation à l'image avec des artistes et des auteurs. Son pôle éducation dispose d'unités de tournage et de montage et co-construit des ateliers autour de l'analyse et de la pratique de l'image avec des équipes pédagogiques en et hors temps scolaire. Ciclic participe aux dispositifs « Aux arts lycéens » (projets de classe) et aux programmes « Passeurs d'images » (hors temps scolaire) et « Des regards des images » (en et hors temps scolaire) qui allient projections, discussions et ateliers pratiques. Ciclic participe aussi, avec les autres pôles régionaux d'éducation et de formation aux images, au site Le fil des images<sup>40</sup>. Les visiteurs peuvent y trouver des ressources organisées par dossiers, des retours d'expérience et infos pratiques.

---

38 <https://d-clicsnumeriques.org/>

39 <http://www.ciclic.fr/>

40 [www.lefillesimages.fr](http://www.lefillesimages.fr)

## >> [Mediaeducation.fr](http://Mediaeducation.fr)

Cette plateforme<sup>41</sup> fédère les acteurs, les initiatives, les lieux et les pratiques dédiés à l'éducation à l'information. Elle s'adresse à toutes les personnes et structures impliquées auprès de publics et qui souhaitent développer des actions dans ce domaine. Les visiteurs peuvent y trouver des interlocuteurs (journalistes, associations et institutions) pour monter des opérations d'éducation à l'information et y présenter leurs activités. La plateforme présente également des actions, méthodes et thèmes principaux de l'ÉMI (liberté d'expression, dessin de presse et caricatures, censure, complotisme etc.) propres à inspirer et nourrir de nouvelles actions. Les comptes des réseaux sociaux de cette plateforme relayent les actualités liées à l'ÉMI.

### INITIATIVES

>> [La Zep](http://LaZep.fr), Zone d'Expression Prioritaire, fondée en 2015, propose des ateliers d'expression et de création de médias animés par des journalistes professionnels à destination de jeunes âgés de 14 à 28 ans. Ces derniers peuvent également proposer articles, photos et vidéos pour publication sur le site de la Zep. Ces productions sont mises en ligne après relecture et, si besoin, reprises avec un membre de l'équipe.

[www.la-zep.fr](http://www.la-zep.fr)

>> [Globe Reporters](http://GlobeReporters.org) (créé en 2006) rassemble des journalistes, des enseignants et des professionnels du numérique autour de reportages participatifs. Les classes participantes définissent avec un journaliste quels sujets devront être réalisés en fonction du lieu ou du thème défini à l'avance. Ce journaliste devient leur envoyé spécial et recueille informations et témoignages sous forme d'enregistrements audio, vidéo, texte et / ou images. Cette matière brute est ensuite mise en forme par les élèves pour construire l'objet journalistique de leur choix (émission de radio, blog) avec leurs enseignants qui pourront utiliser le projet comme support pour aborder le programme scolaire de l'année. Porté par l'association Le retour de Zalumée, Globe reporters s'adresse à des classes en France et, depuis peu, en Tunisie.

[www.globe-reporters.org](http://www.globe-reporters.org)

>> [Citad'elles](http://Citadelles.fr) est un journal entièrement produit en prison au Centre Pénitentiaire pour femmes de Rennes. Cet organe de presse indépendant, sans publicité et gratuit, est réalisé avec des détenues qui

41 [www.mediaeducation.fr](http://www.mediaeducation.fr)

choisissent et écrivent les sujets qu'elles veulent aborder et illustrent la revue, accompagnées par des journalistes et illustrateurs. Pour réaliser un numéro de 44 à 52 pages, tiré à 600 exemplaires papier distribués aux co-détenues et aux personnels pénitentiaires, il faut compter une vingtaine de séances. Encadrées par deux journalistes et un coordinateur, les rédactrices s'initient à la rédaction journalistique, aux différents formats d'articles et recherchent les interlocuteurs à interviewer. Elles apprennent à faire des recherches documentaires pour enrichir leurs articles, démarches qu'elles seront amenées à faire pour elles-mêmes à l'extérieur lors d'une recherche d'emploi par exemple. La liberté d'expression est respectée et l'objectif commun permet une mobilisation et un travail d'équipe, souvent délaissés en détention.

[www.citadelles.org](http://www.citadelles.org)

>> **Radio Grenzenlos** (Radio sans frontières) : la politique européenne par les jeunes pour les jeunes. Ce projet transfrontalier est porté en France par la Radio MNE – Mulhouse (de l'association Old School) et en Allemagne par la Radio Dreyeckland – Freiburg. Des journalistes en herbe des deux villes réalisent des reportages et interviews sur des sujets européens. Ils se retrouvent ensuite au parlement Européen à Strasbourg pour des émissions diffusées en direct pendant lesquelles ils dialoguent avec des eurodéputés.

<https://old-school.fr/radio-grenzenlos>

>> **Radio Campus** est un réseau de radios associatives. La vingtaine d'antennes locales font de la radio par et pour les jeunes, essentiellement des étudiants. Leur activité est une pratique d'éducation aux médias en soi par la production d'émissions radiophoniques.

<https://www.radiocampus.fr/>

>> **Les 24h des Pieds dans le Paf**

L'association les Pieds dans le Paf organise plusieurs sessions des « 24h » par année. Le principe est simple... et ambitieux ! Les participants ont 24 heures pour réaliser un court métrage, de l'écriture au montage, sur un sujet imposé. Les sessions ont généralement lieu à Saint-Nazaire. Il faut adhérer à l'association pour participer et consulter le site des Pieds dans le Paf pour connaître les prochaines dates. Du matériel peut être prêté aux participants et ces derniers peuvent venir seuls ou avec une équipe déjà constituée (3 à 4 personnes). Les films peuvent ensuite être diffusés lors d'événements et sur Télé Bocal.

<http://www.piedsdanslepaf.org/>

>> La Fédération française des MJC (FFMJC) a créé son « medialab » qui est un parcours de production multimédia collaborative. Les participants se rassemblent pour définir un thème général ou, si celui-ci est déjà défini, pour réfléchir directement aux sujets qui seront traités et avec quel média (TV, radio, écrit, photo...). La diversité des médias dépend du matériel et des compétences à disposition. Dans le cas d'un medialab intitulé « À nous les médias ! », qui a rassemblé les représentants de plusieurs structures du réseau FFMJC en 2017, tous les supports ont été utilisés. Les participants se sont retrouvés quatre fois en l'espace de quelques mois pour définir et affiner leurs sujets respectifs et pour organiser la quatrième et dernière journée ouverte au public. Entre deux rencontres ils ont produit les sujets en faisant participer les jeunes qui fréquentent leurs structures. La journée finale, qui est publique, est à la fois une présentation des travaux réalisés et un lieu de réalisation avec plateaux TV et radio, affichages et ateliers montage auquel le grand public a participé.

<https://www.ffmjc.org/fr/>



LES FORMATIONS  
DES ACTEURS  
DE L'ÉMI

En milieu scolaire les interlocuteurs incontournables sur l'éducation aux médias sont les professeurs documentalistes. Ils accueillent collégiens et lycéens au CDI (centre de documentation et d'information) où ils sont responsables du fonds de documentation et de l'espace multimédia. Ils accompagnent les élèves dans leur recherche d'information et l'usage des sources d'info, notamment internet. Ils animent également le club journal de l'établissement lorsqu'il y en a un. Pour devenir professeur documentaliste, il faut être titulaire d'une licence, puis en première année de Master MEEF (Métiers de l'enseignement, de l'éducation, et de la formation) passer le Capes de documentation. La deuxième année de Master est une formation en alternance. Pour en savoir plus sur ce métier, il est possible de contacter l'association des professeurs documentalistes de l'Éducation Nationale (Apden<sup>42</sup>).

Le site EduScol<sup>43</sup> présente le cadre dans lequel l'éducation aux médias et à l'information est pratiquée en milieu scolaire et donne des références de Mooc et autres ressources pour « se former et s'informer sur l'ÉMI<sup>44</sup> ». Les **enseignants** peuvent aussi consulter le site Eduthèque<sup>45</sup> et la mallette pédagogique « Éducation aux médias et à l'information »<sup>46</sup> de Bayard Presse (à demander par le biais du site Bayard Éducation, où l'on peut s'informer également sur la fabrique de l'info jeunesse).

Le Clémi propose des formations<sup>47</sup> pour les enseignants de toutes les disciplines des premier et second degrés. Il édite également des ressources pédagogiques à destination des **parents** : « La famille Tout-Ecran<sup>48</sup> » décliné en guides pratiques, mini-série télévisée et kit d'accompagnement. **Parents et enfants** peuvent aussi suivre les ateliers mis en place par Fréquence Écoles<sup>49</sup>. Cette association lyonnaise d'éducation aux médias numériques propose des ateliers tous publics pour développer les compétences numériques et aider les parents à accompagner la pratique numérique de leurs enfants. Fréquence Écoles organise également des formations à destination des **professionnels de l'éducation** (dont les **animateurs**, **médiateurs** et **psychologues scolaires**). Elle accompagne aussi des **territoires** souhaitant mettre en place des projets autour des médias numériques.

---

42 <http://www.apden.org/>

43 <http://eduscol.education.fr/pid29737/education-aux-medias-et-a-l-information.html>

44 <http://eduscol.education.fr/cid83624/se-former-et-s-informer-sur-l-emi.html>

45 <https://www.edutheque.fr/accueil.html>

46 <https://www.bayardeducation.com/nos-ressources-pour-la-classe/mallettes-pedagogiques/mallette-pedagogique-education-aux-medias-et-information/>

47 <https://www.clemi.fr/fr/formation.html>

48 <https://www.clemi.fr/fr/guide-famille.html>

49 <http://www.frequence-ecoles.org/>

Les **bibliothèques** et **médiathèques** sont appelées à faire de l'éducation aux médias pour leur public (enfants et adultes). Pour ce faire, le ministère de la Culture a accordé un budget pour recruter des jeunes intervenants en service civique et former ces derniers, ainsi que les bibliothécaires. La formation des recrues en service civique est organisée par des structures intermédiaires telles qu'UnisCité et l'Afev qui sélectionnent les acteurs (associations locales et structures nationales, Canopé et réseaux d'éducation populaire notamment) qui assureront ces formations. Les bibliothèques et médiathèques font aussi appel à des journalistes pour co-construire des ateliers. La Bibliothèque Publique d'Information (BPI du Centre Pompidou) a par exemple reçu des journalistes de la revue Topo<sup>50</sup> et de mediaeducation.fr pour l'animation d'ateliers à destination de classes du secondaire. La plateforme mediaeducation.fr a aussi formé des **bibliothécaires**, futurs **journalistes résidents** (Drac), **professeurs documentalistes**, **acteurs associatifs** et éducateurs autour du métier de journaliste, du décryptage des actualités, de la qualification et la vérification de l'information et des théories complotistes. Les acteurs de la plateforme ont enfin organisé en partenariat avec Dessinez, Créez, Liberté, Ersilia (Le BAL), Ciclic et Jets d'encre des séances d'initiation à divers aspects de l'ÉMI (caricature, liberté d'expression, photo, vidéo).

Jets d'encre propose ses formations aussi bien à des **journalistes jeunes et élus à la vie lycéenne** qu'à des **accompagnateurs de projet** et médiateurs. Ces interventions sont parfois bénévoles, parfois payantes. Elles sont tout aussi utiles pour les adultes éventuellement encadrants que pour les jeunes, notamment pour rappeler la liberté d'expression dont peuvent (et doivent) disposer les journalistes jeunes. L'association met à disposition de nombreuses ressources sur son site<sup>51</sup>. On peut y trouver les textes de loi relatifs à la presse et à la liberté d'expression ainsi que des études, articles et entretiens autour de la presse lycéenne notamment. Les kits « Créer son journal jeune » et « Créer un journal web » sont disponibles en ligne et gratuits. On peut enfin commander les six guides de formation « Créer son journal » qui abordent l'identité du journal, l'écriture, le travail en équipe, le droit et la déontologie, la maquette et le financement d'un journal.

L'émi – école des métiers de l'information – et la TéléLibre ont piloté pendant plusieurs années Reporter Citoyen, dispositif de formation aux techniques journalistiques pour des **jeunes habitants de quartiers populaires**.

---

50 <https://www.toporevue.fr/>

51 <http://www.jetsdencre.asso.fr/>

Les partenaires ont aussi créé Stop Intox<sup>52</sup>, autour du décryptage de l'information. Des **adultes référents** (parisiens) sont formés au décryptage de l'information en vue d'accompagner des jeunes face à l'info et aux fausses infos.

Des formations sur l'éducation à l'image et aux médias audiovisuels sont dispensées par Ciclic<sup>53</sup> aux **enseignants, médiateurs et éducateurs** de la région Centre. AdeifVideo anime à destination des services jeunesse, des structures d'éducation populaire et des enseignants, des ateliers de décryptage de l'info audiovisuelle et de pratique et d'initiation à la réalisation vidéo. On peut aussi trouver sur le site « 24h dans une rédaction »<sup>54</sup> de l'École supérieure de journalisme de Lille et CFI, agence française de développement médias, des fiches pédagogiques sur la télévision, la radio, la presse et internet. Conçues pour la formation professionnelle de journalistes elles sont très utiles pour des ateliers de médias citoyens.

Enfin, la formation se fait par la rencontre, la discussion et l'échange de pratiques. Les rencontres nationales (Assises du journalisme, Rencontres culture numérique,...) et locales (par exemple les séminaires du journal Globules en Normandie et les colloques organisés par les Ceméa), sont des opportunités pour apprendre ce qui se fait, ce qui fonctionne bien et ce qui fonctionne moins, afin de nourrir sa propre réflexion sur les points à développer et méthodes à privilégier.

---

52 <http://www.stopintox.fr/>

53 <http://www.ciclic.fr/la-formation-des-professionnels-de-l-education>

54 <https://www.24hdansuneredaction.com/>

# LES PROPOSITIONS

Quelles pistes pour développer l'éducation aux médias? Nos propositions en quelques mots :

- > former, collaborer et financer pour réconcilier les citoyens et leurs médias et rendre à ceux-ci la noblesse de leur fonction
- > informer, interroger et contextualiser pour enrichir le débat et la construction citoyenne.

## Éduquer les médias

Lors d'une rencontre pour préparer des ateliers un intervenant a demandé à propos de l'éducation aux médias s'il ne faudrait pas aussi **éduquer les médias**. On se trouve en effet dans un contexte où plusieurs facteurs s'entrecroisent. Les interprétations tordues de certains faits d'actualité plus ou moins récente exercent un fort pouvoir de séduction. Les mensonges ou « complots » qui circulent si rapidement aujourd'hui d'un ordinateur ou d'un téléphone à l'autre, sont pris pour argent comptant par une partie des citoyens. Ces croyances ont des effets concrets puisque les certitudes creusent des failles entre les individus, nourrissent l'incommunicabilité et se traduisent en actes (votes, abstention et violences).

Par ailleurs le traitement parfois contestable de l'information en termes de hiérarchisation et de vérification des infos ainsi que le traitement inégal des individus (d'un côté les obséquieuses interviews de présidents<sup>55</sup> et de l'autre la banalisation de discours discriminants<sup>56</sup>), entretiennent la méfiance envers les médias.

## Aiguiser l'esprit critique

En revanche, des journalistes ont été convoqués par la DGSI pour avoir révélé que des armes françaises étaient utilisées contre le Yémen. Des journalistes ont été interpellés et mis en garde à vue en couvrant des manifestations. Mediapart a subi une tentative de perquisition dans le cadre d'une enquête préliminaire pour « atteinte à la vie privée » concernant Alexandre Benalla...

---

55 L'interview d'Emmanuel Macron par Laurent Delahousse en décembre 2017 était un monument du genre. Pour celles et ceux qui préfèrent en rire, lire le compte rendu qu'en a fait Samuel Gontier dans Télérama le 18 décembre 2017.

56 La crédibilité accordée aux propos du parti Rassemblement National, le champ lexical invasif utilisé à propos des migrants ou encore certaines unes d'hebdomadaires amalgamant islam et intégrisme, pauvres (et/ou migrants) et profiteurs.

Autant d'événements qui mettent à mal le principe de liberté de la presse. Quant au ministre de l'Intérieur réticent à reconnaître des violences policières lors des manifestations de gilets jaunes pourtant avérées par photos, vidéos, témoignages et blessures impressionnantes : serait-il lui aussi victime de « fake news » ?

L'info-divertissement cautionné par une secrétaire d'État aux côtés de Cyril Hanouna pour animer une émission consacrée au « grand débat national » suppose une certaine iniquité. L'homophobie et les attouchements (illégaux) vus dans « Touche pas à mon poste » posent, semble-t-il, moins de problème aux politiques que des enquêtes (légales) sur les pratiques douteuses d'Alexandre Benalla ou la couverture (légale) d'événements publics.

S'il est évidemment important, vu la place des médias dans nos vies, de **développer la capacité de chacun** à distinguer les différentes natures de contenus et à repérer ce qui relève de l'information ou non, c'est l'ensemble de la population qui doit être concernée.

À défaut de réunir des membres du gouvernement, animateurs télé et radio, éditorialistes et patrons de presse pour une mise à niveau sur la liberté d'expression et la déontologie, l'éducation aux médias peut au moins développer la capacité des autres citoyens à faire le tri et à aiguiser leur esprit critique. Il s'agit de nuancer les propos, d'accepter le désaccord et de nourrir la réflexion de chacun sur le journalisme, les médias et les questions sociales. L'ÉMI c'est apprendre à débattre, dans le respect mutuel. Elle donne aussi l'occasion de découvrir et de faire découvrir la diversité des médias en France et de se rencontrer entre citoyens de différents cercles. Il devient nettement moins évident d'émettre des généralités à propos des journalistes, des banlieues françaises ou de la police quand on a eu la possibilité d'échanger. L'éducation aux médias est une formidable matière à (vrais) débats et elle se prête à de nombreux sujets.

## Mutualiser les compétences

Chaque intervenant abordera l'ÉMI avec ses compétences et son expérience. Pour enrichir les opérations, il serait intéressant de **former des groupes pluridisciplinaires** composés d'enseignants, professeurs documentalistes, bibliothécaires et professionnels des médias. Ces formations mixtes favoriseraient la valorisation et la mutualisation des savoirs et aideraient à approfondir et à affiner les pratiques des divers acteurs de l'ÉMI. Il est utile aussi de mettre à contribution les plus jeunes. Des ateliers au cours desquels les enfants et adolescents **forment des adultes** à l'usage de leurs réseaux sociaux préférés permettent aux plus grands de mieux connaître ces sources d'information.

Dans cette même optique la mise en place de plus d'**opérations collaboratives pluridisciplinaires** enrichirait l'expérience de tous les participants. Professeurs documentalistes, enseignants, bibliothécaires, acteurs associatifs, éducateurs spécialisés, animateurs, journalistes, chercheurs etc., ont tout à gagner à associer leurs compétences. En fonction des métiers et des personnalités, chacun sera plus ou moins à l'aise sur le décryptage, la recherche et la vérification d'infos, pour lancer et modérer des débats, pour expliquer le fonctionnement d'un média ou rendre le savoir vivant.

### → Exemple de mise en pratique

Co-construire des projets rassemblant, dans une même commune ou quartier, la bibliothèque, l'école, un journal (/journaliste) et un musée ou monument historique autour d'un thème du programme scolaire (en histoire, français, langue étrangère, sciences...). Les enseignants apportent leur savoir sur le sujet, les journalistes aident à préparer la visite (quels angles, quelles infos chercher, quelles questions poser) de même que les bibliothécaires et professeurs documentalistes qui forment à l'utilisation des différentes sources d'info et à la recherche documentaire. Au retour de la visite (du monument, musée, site historique etc.) les journalistes accompagnent les élèves pour restituer les informations collectées dans un journal ou sur une affiche.

Pour les années où la Première Guerre mondiale est au programme, ce thème se prête assez bien à cet exercice. On peut à partir de ce fait historique aborder la propagande et la liberté d'expression avec des archives de journaux de l'époque (à trouver notamment sur Gallica<sup>57</sup>). Les élèves peuvent aussi découvrir des œuvres artistiques (tableaux d'Otto Dix notamment) et visiter le monument aux morts dont presque chaque commune dispose. Les élèves peuvent travailler en petits groupes pour aborder divers aspects : les faits historiques, le traitement par la presse de l'époque, les règles déontologiques établies par des journalistes au lendemain de cette guerre, le témoignage d'artistes et la description du monument aux morts (mise en scène, liste des noms, emplacement, si possible à quoi ressemblait cet emplacement pendant la guerre et au moment où le monument était installé, puis actuellement). Tout ce savoir peut ensuite être restitué collectivement.

---

57 <https://gallica.bnf.fr>

## Financer l'ÉMI

Difficile néanmoins de mener des opérations sur une base prépondérante de volontariat. Pour vraiment développer l'éducation aux médias (comme l'éducation tout court), il faut **des moyens financiers réalistes et pérennes**. Certaines structures arrivent à accorder des petits budgets ponctuels pour rémunérer des intervenants, mais pas souvent de quoi construire une opération aboutie. Les journalistes salariés de médias peuvent intervenir de manière bénévole avec l'accord de leur employeur (ou sur leur temps libre avec la sécurité de leur salaire mensuel). Les pigistes, pour la plupart déjà très précaires, devraient pouvoir compter sur une rémunération pour le partage de leur expertise.

Les résidences de journalisme répondent en partie à cette problématique, puisqu'elles permettent de rémunérer des journalistes qui vont travailler avec des médias de proximité et autres acteurs locaux sans occasionner de frais supplémentaires pour ceux-ci. Mais en parallèle la réduction drastique du budget alloué aux contrats aidés a sérieusement fragilisé de nombreux projets. La présence d'un journaliste pour 3 à 6 mois ne permet pas de stabiliser ou de développer des initiatives d'ÉMI de façon durable.

Comment dans un contexte de moyens limités envisager de collaborer sereinement? La mutualisation des compétences est freinée par la compétition que doivent se livrer différents acteurs pour obtenir des subventions. Cela laisse sur le bord du chemin des projets qui sont peu à peu abandonnés une fois épuisés les fonds alloués pour se lancer.

## Aides à la presse et déontologie

Pour **réconcilier les citoyens et leur presse**, développons les médias qui enrichissent (vraiment) le débat social. L'APIG (Alliance de la presse d'information générale) recommande d'augmenter les aides à la presse papier d'information politique et générale<sup>58</sup>. Le Spiil (Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne) préconise plutôt de développer l'accès des citoyens à une information indépendante et pluraliste par une refonte du système des aides à la presse qui doit mieux prendre en compte les médias sur internet<sup>59</sup>. Le Spiil propose notamment que soient mis en place

---

58 <https://fr.calameo.com/read/005892064e1075b316e66?page=1&view=book>

59 <https://www.spiil.org/s/news/manifeste-pour-une-presse-economiquement-independante-de-l-etat-et-des-gafa-20Y2o000004CDUEA2>

des indicateurs de performance pour évaluer le pluralisme de l'information et que les aides soutiennent en priorité les médias qui respectent les règles déontologiques. Ces règles sont au service des citoyens pour les protéger contre d'éventuelles dérives médiatiques. Afin d'éviter qu'elles ne passent pour un code corporatiste, les citoyens doivent pouvoir les faire valoir. La création d'un conseil de presse composé de représentants des journalistes, des patrons de presse et du public permettrait à tout citoyen (ou groupe de citoyens) de s'adresser à une entité lorsqu'ils s'estiment victimes de désinformation. En tant qu'organisme national de médiation, le conseil de presse n'aurait pas la vocation de sanctionner mais d'enquêter et de rendre des conclusions publiques.

L'éducation à l'information et à la liberté d'expression renforce la capacité des citoyens à évaluer les contenus qui leur sont proposés. Il est essentiel que l'expression de chacun (notamment les plus jeunes) soit facilitée, reconnue et mise en débat dans une vraie relation de confiance. Ceci appelle un mode d'animation qui encourage à « prendre de la place », à formuler sa pensée dans sa complexité, en utilisant au besoin l'humour pour détendre les plus silencieux, en valorisant leurs apports et les en remerciant. Lorsque la posture du ou des intervenants permet une véritable interaction entre toutes les personnes présentes, le débat renforce l'esprit critique. Il ne s'agit pas de dire ce qu'il est bon de penser ou non, ni de mettre en opposition médias traditionnels et réseaux sociaux, mais que chacun se sente mieux outillé à l'issue d'une rencontre pour distinguer lui-même le vrai du faux et pour diversifier et vérifier ses sources d'information. Ainsi l'ÉMI peut transformer un sentiment de méfiance et/ou d'impuissance en plus d'implication et idéalement plus d'enthousiasme envers ces alliés de la vie citoyenne que sont les médias.

*Mes remerciements à tous les acteurs et participants rencontrés au fil  
des ateliers, conférences et formations.*

*Mes remerciements particuliers à Philippe Merlant, Christine Menzaghi,  
Cécile Delesalle, Gérard Marquié et Manola Gardez.*

**La collection “Journalisme responsable”** regroupe des livrets thématiques relatifs à l'éthique, la déontologie, la qualité de l'information, la régulation ou l'auto-régulation de la profession, etc.

### **Mars 2008**

- *Sociétés de journalistes, les rédactions ont-elles une âme ?*, Bertrand Verfaillie
- *Médiateurs de presse ou press ombudsmen*, Frédérique Béal
- *Les Conseils de Presse, la solution ?*, Gilles Labarthe

### **Juillet 2009**

- *Formation au journalisme, formation des journalistes*, Bertrand Verfaillie
- *Pourquoi et comment former des journalistes à l'éthique professionnelle*, Nathalie Dollé
- *Des formations au journalisme à travers le monde*, ouvrage collectif

### **Novembre 2010**

- *Journalisme : la transmission informelle des savoir être et savoir-faire*, Thomas Ferenczi

### **Novembre 2011**

- *Le tien du mien, regards sur les conflits d'intérêts dans l'information*, Bertrand Verfaillie
- *Journalisme, un collectif en mutation*, Nathalie Dollé

### **Octobre 2012**

- *Le journalisme multimédia : multi-contraintes ou multi-défis ?*, Ariane Allard
- *Journalisme et réseaux sociaux : évolution ou révolution ?* Nathalie Dollé

### **Novembre 2013**

- *Les Français, les médias et les journalistes : La confiance saigne...*  
Bertrand Verfaillie

### **Octobre 2014**

- *Les nouvelles voies du journalisme d'enquête...*, Aurore Gorius

### **Mars 2016**

- *Demain, des sociétés démocratiques de presse ?*, Jacques Trentesaux

### **Mars 2017**

- *Guide pratique et éthique : Informer... sans être journaliste*, Tatiana Kalouguine et Philippe Merlant

### **Mars 2017**

- *S'informer dans 10 ans. 12 regards vers demain*, ouvrage collectif  
10<sup>e</sup> Assises du Journalisme et de l'Information

### **Mars 2018**

- *Un journalisme utile ?*, ouvrage collectif  
11<sup>e</sup> Assises du Journalisme et de l'Information

**[www.alliance-journalistes.net](http://www.alliance-journalistes.net)**

**La Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'homme** (FPH), est une fondation indépendante de droit suisse, basée à Paris, qui soutient l'émergence d'une communauté mondiale. Elle travaille principalement autour des grandes questions de gouvernance, d'éthique et de nouveaux modèles de développement. La FPH est à l'origine de la création d'alliances citoyennes socioprofessionnelles. À ce titre, elle soutient l'alliance internationale de journalistes en tant qu'entité fondatrice mais aussi par son financement.

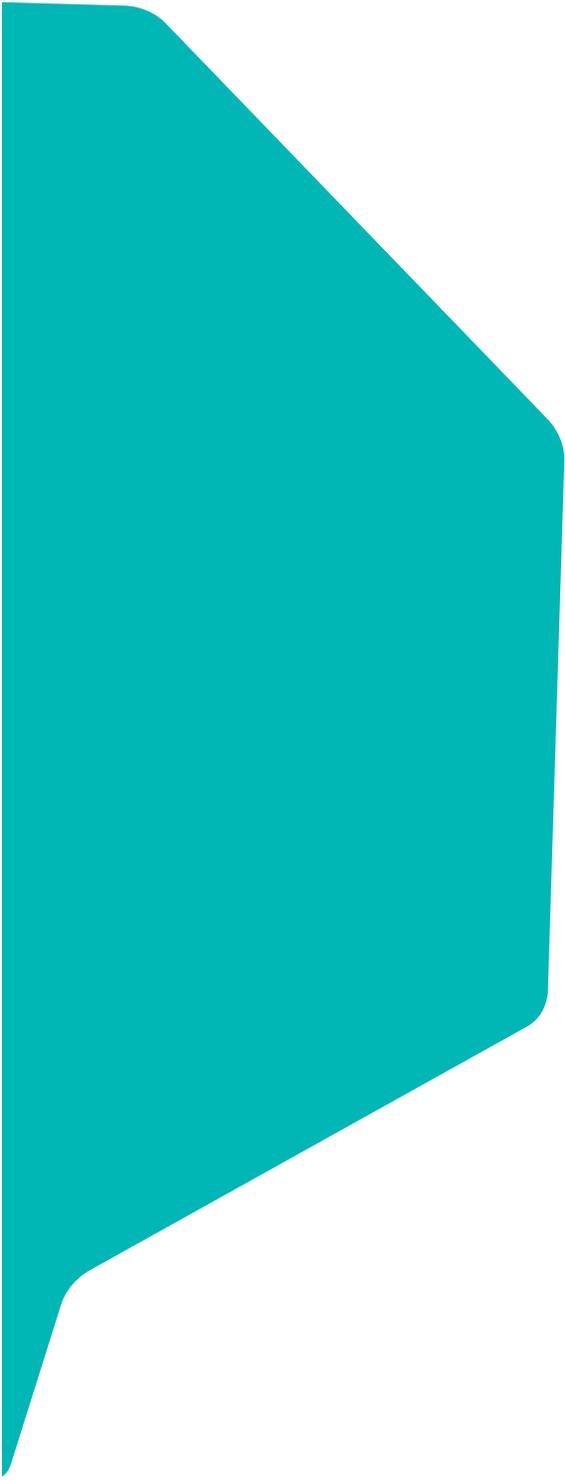
**L'Alliance internationale de journalistes** est un espace constructif qui favorise l'échange et le débat avec l'ambition de créer de l'intelligence commune et du pouvoir collectif pour peser sur les pratiques journalistiques dont personne ne peut plus ignorer l'impact. Ouverte aux professionnels de l'information et à son public, l'alliance travaille sur la responsabilité des journalistes et la responsabilité des médias envers la société. Depuis 2016, l'alliance porte également la plate-forme [mediaeducation.fr](http://mediaeducation.fr) qui fédère les acteurs de l'éducation à l'information et à la liberté d'expression.

### **[mediaeducation.fr](http://mediaeducation.fr)**

La plate-forme [mediaeducation.fr](http://mediaeducation.fr) existe dans sa forme actuelle depuis 2016. Créée à l'initiative et avec le soutien du ministère de la Culture, elle est portée par l'Alliance internationale de journalistes et l'émi (École des métiers de l'information).

Mediaeducation.fr rassemble des journalistes souhaitant s'investir dans des opérations d'éducation aux médias et à l'information (ÉMI), qu'elles soient ponctuelles ou à plus long terme. La plateforme s'adresse à tous les acteurs de l'ÉMI : enseignants, éducateurs, accompagnateurs, auxiliaires d'école, parents, journalistes, documentalistes, bibliothécaires, responsables de foyers de jeunes travailleurs, associatifs, chercheurs... qui peuvent faire connaître leurs initiatives et échanger sur leurs pratiques et leurs éventuels besoins. Enfin, [mediaeducation.fr](http://mediaeducation.fr) recense des actions propres à inspirer ou à nourrir de nouvelles interventions.





**Journalisme responsable**  
une collection de regards  
sur l'éthique journalistique

*L'éducation à l'information et à la liberté d'expression renforce la capacité des citoyens à évaluer les contenus qui leur sont proposés, développe leur esprit critique et remet valeurs démocratiques et citoyennes au centre du débat.*

*Il ne s'agit pas de dire ce qu'il est bon de penser ou non, ni de mettre en opposition médias traditionnels et réseaux sociaux, mais que chacun se sente mieux outillé pour distinguer le vrai du faux et pour diversifier et vérifier ses sources d'information. Ainsi l'ÉMI peut transformer un sentiment de méfiance et/ou d'impuissance en plus d'implication et idéalement plus d'enthousiasme envers ces alliés de la vie citoyenne que sont les médias.*