

An abstract painting with a textured, layered appearance. The dominant colors are deep reds, oranges, and dark browns, with some greenish-yellow highlights. The brushstrokes are visible, creating a sense of movement and depth. The overall mood is intense and dramatic.

# Armer chacun dans la guerre de l'information

État d'urgence

Violette Spillebout

Sylvie Merviel



# Sommaire

---

<b>Sommaire</b> .....	p. 3
<b>Lettre d'engagement de Violette Spillebout</b> .....	p. 4
<b>Avant-propos de Sylvie Merviel</b> .....	p. 6
<b>Introduction</b> .....	p. 9
CHAPITRE 1	
<b>Pourquoi ? De quelles guerres parlons-nous ?</b> .....	p. 13
CHAPITRE 2	
<b>Quoi ? Éducation aux médias et à l'information : état des lieux</b> .....	p. 27
CHAPITRE 3	
<b>Qui ? Les enjeux citoyens</b> .....	p. 45
CHAPITRE 4	
<b>Où et quand ? Lieux et moments du « pour tous et sans relâche »</b> p.	55
CHAPITRE 5	
<b>Comment ? Structurer, professionnaliser, répartir</b> .....	p. 65
CHAPITRE 6	
<b>Combien ? La question des moyens</b> .....	p. 83
<b>Conclusion</b> .....	p. 93
<b>Synthèse des propositions</b> .....	p. 96
<b>Glossaire</b> .....	p. 98
<b>La mission flash sur l'éducation critique aux médias</b> .....	p.100

# Lettre d'engagement de Violette Spillebout

Pendant la campagne présidentielle que j'ai portée dans le Nord, puis la campagne législative à Lille, j'ai été confrontée à beaucoup de discussions très houleuses avec notamment des jeunes, mais aussi des moins jeunes, sur les sujets d'actualité. Ces discussions étaient alimentées par une désinformation flagrante, véhiculée par les réseaux sociaux. Elle produit souvent les effets d'une propagande simpliste, caricaturale et dangereuse venant de divers horizons, qu'ils soient politiques ou carrément complotistes. Elle représente pour moi un réel danger d'embrigadement de nos jeunes. Mes enfants, les enfants de nos militants, tous en quelque sorte sont influencés, emmenés par un déferlement d'images et de mots hyper-accessibles, hyper-efficaces. De fait, force est de constater sur le terrain que ces outils des réseaux sociaux poussent nos jeunes dans la rue et les éloignent de plus en plus des urnes.



J'ai tiré un constat d'urgence face à cette guerre de l'information. J'ai eu le sentiment de devoir agir très vite pour faire face à la force de cette désinformation numérique, qui touche chacun dans sa vie intime, jour et nuit. Dès mon arrivée à l'Assemblée nationale au sein de la commission affaires culturelles et éducation, j'ai donc sollicité une mission parlementaire sur ce sujet dont je me suis emparée et que j'ai décidé de porter.

Cette mission parlementaire a été menée du 15 novembre 2022 au 15 février 2023. Huit tables rondes ont été menées, réunissant quarante organisations (ministères, institutions, chercheurs, associations, médias). Des rencontres de terrain ont également été effectuées, en priorité dans les Hauts-de-France, où la diversité des territoires couverts par les circonscriptions des députés permet d'apprécier les réalisations et marges de progrès possibles. C'est au total près de cent personnes en quatre mois qui ont été entendues, couvrant un large empan d'interlocuteurs : enseignants, professeurs documentalistes, proviseurs, CLEMI<sup>1</sup>, associations d'éducation populaire, DRAC, grandes institutions culturelles, rédactions, acteurs de l'audiovisuel et des médias, journalistes indépendants, acteurs associatifs, et bien d'autres encore.

Le format limité d'un mini-rapport remis à l'Assemblée ne permet pas de restituer toute la richesse de la matière première recueillie. Le présent document vient approfondir et nourrir la réflexion qui s'en dégage.

Pour moi, le sentiment d'urgence se décline en trois pans :

- un sentiment d'urgence démocratique, pour maintenir la qualité des débats, l'échange des idées, l'esprit critique, le discernement ;
- un sentiment d'urgence citoyenne, pour préserver l'envie d'engagement, mais aussi la confiance des citoyens dans les institutions et la conscience de l'exercice des responsabilités dans un pays démocratique ;
- un sentiment d'urgence sanitaire face aux phénomènes de dépendance et d'anxiété générés par la désinformation et/ou la surabondance d'images, totalement sans limite, ainsi que face aux risques d'addiction aux réseaux sociaux.

Un défi de taille s'impose à nous : celui de la puissance des réseaux sociaux et des plateformes numériques qui, concentrées, renforcées, parfois « téléguidées », produisent un flux de jour en jour plus addictif et plus puissant, qui souvent embrigade par l'emprise d'une information non fiable et instrumentée. Ce défi s'accélère car la

---

<sup>1</sup> CLEMI : Centre de Liaison pour l'Éducation aux Médias et à l'Information.

technologie va vite. Les réseaux sociaux se renouvellent et les acteurs, même s'ils s'engagent à faire de l'éducation aux médias, n'y consacrent pas des moyens proportionnés à l'ampleur du danger.

Après ces quatre premiers mois d'études parlementaires, quelques mesures, répertoriées ici, se dégagent déjà. Il y a urgence d'agir face au déferlement d'informations trompeuses qui inondent les jeunes et les populations sensibles aux fake news. Or la puissance des réseaux sociaux et des plateformes, leur modèle addictif, leur force financière rend l'impact des actions actuelles d'éducation aux médias et à l'information très marginal. Il y a urgence à passer à la vitesse supérieure, par une politique publique concertée, ambitieuse, budgétée, massive, efficace pour favoriser l'esprit critique et le discernement, pour transformer chacun en véritable fantassin de l'information. Toutes les menaces, malveillantes, extrémistes ou belliqueuses, qui pèsent sur nos démocraties, nous forcent à réaliser l'importance de former tous les citoyens au bon usage de l'information sur Internet, au discernement et à l'esprit critique, de les stimuler à l'engagement et à la citoyenneté. L'Éducation aux médias et à l'information, EMI, peut et doit participer à la baisse de l'abstention qui menace nos démocraties. Elle peut et doit contribuer à retisser le lien entre le citoyen, la politique, et plus généralement la chose publique. Elle peut et doit rétablir la confiance réciproque.

Les résultats de la mission flash ont été présentés devant l'Assemblée nationale le 15 février 2023. Ils ont été restitués aux Assises du Journalisme de Tours 2023. Dorénavant, mes objectifs sont de contribuer au lancement et à la conception des États Généraux de l'Information (sur le pilier EMI), puis de participer activement en tant que Parlementaire-relais sur les autres piliers : qualité de l'information, innovations technologiques, ingérence étrangère, modèle économique, concentration, publicité et régulation, statut du journaliste. Comme ce bilan le montre, il y a une véritable nécessité de « sédimenter » les valeurs du journalisme : la véracité, les faits, l'authenticité, la confrontation des opinions, la liberté d'expression, et d'y faire inscrire l'impérieuse nécessité de former les populations au discernement et à l'esprit critique. Je propose de mettre ces réflexions au service des États Généraux de l'information, en animant un groupe parlementaire pluraliste, qui permette de nourrir le comité de pilotage des États Généraux de l'Information. Le but : obtenir des avancées législatives sur la sécurisation et le rôle de la presse française, et amener des améliorations relatives à l'implication de tous les acteurs, pédagogues, intervenants, journalistes, professionnels des médias... dans l'EMI sur les territoires.

Nous vous devons une politique d'éducation aux médias et à l'information efficace, palpable, évaluée, qui entre au cœur de chaque famille française pour préserver son intégrité, son libre arbitre, son discernement et sa santé mentale, tout au long de la vie et à la hauteur des nouveaux défis du numérique. Je m'y engage avec force et conviction.

---

Violette Spillebout a été successivement chargée de mission « communication, projets innovants et tourisme » au Cabinet du Maire de Lille, puis Cheffe de Cabinet et enfin Directrice de Cabinet du Maire de Lille.

De 2013 à 2022, elle a exercé des postes à responsabilité à la SNCF : directrice des Affaires Territoriales, directrice des relations publiques Voyages SNCF, directrice des Situations Sensibles, et enfin Adjointe au Directeur des Ressources Humaines.

Depuis 2020, elle est conseillère municipale de Lille pour le groupe Faire Respirer Lille, et conseillère de la métropole européenne de Lille.

Élue Députée de la 9<sup>ème</sup> circonscription du Nord en juin 2022, elle est membre de la Commission des Affaires Culturelles et porte-parole du groupe Renaissance.

## Avant-propos de Sylvie Merviel

J'ai consacré ma vie de chercheur à l'information.

Alors que j'étais jeune élève ingénieur sur les bancs de Centrale, j'ai choisi sans le savoir les sciences de l'information. J'ai cultivé une passion dévorante pour une discipline encore récente à cette époque, l'automatique. Son principe est un ravissement. Vous affichez une consigne (que l'on appelle fort à propos une commande), par exemple sur le thermostat : 20 degrés dans la pièce. A partir de capteurs, de comparaisons différentielles, de boucles de régulation, d'asservissements, le système se débrouille tout seul, et il fait toujours 20 degrés dans la pièce quels que soient les variations de température extérieure, le nombre de personnes présentes, les apports imprévus de chaleur comme un feu de cheminée, les fuites par les portes laissées grandes ouvertes, et ainsi de suite. Une merveille. Dans ce monde-là, l'information est objective et performante : c'est la matière circulante qui fait fonctionner le système.



Les applications de l'automatique vont de la simple régulation de chauffage central évoquée précédemment à l'envoi de satellites dans l'espace. Quelle ne fut pas ma fierté, donc, de travailler quelques années plus tard pour le Centre National d'Etudes Spatiales, d'abord pour former l'ensemble de ses ingénieurs à la qualité et aux plans d'expérience, puis pour effectuer un audit muséographique pour le Musée de l'Espace de Kourou en Guyane.

Maintenant, essayez de dire chez vous : « je vais régler la température à 20 degrés ». Vous risquez d'entendre votre ado ou votre grand'mère exploser : « mais je vais geler sur place, moi il me faut 23-24 » – tout en refusant obstinément de mettre un pull, solution pourtant éprouvée pour ne pas souffrir du froid. Votre médecin va vous dire : « vous avez un malade fragile chez vous – ou un nouveau-né. 20 degrés c'est un peu juste, 21-22 c'est mieux ». L'autorité publique va intervenir : « pour économiser l'énergie et préserver la planète, 18-19, pas plus ». Bref, vous comprenez tout de suite que, dès l'introduction d'êtres humains dans la boucle, ce n'est plus si simple. C'est le B.A. BA constaté sur le terrain : la complexité est rarement technique, mais toujours humaine. Du moins la première est-elle gérable, la deuxième beaucoup moins. Ce qui pose un nouveau défi de taille. L'enjeu m'a conduite logiquement à vouloir maîtriser simultanément la technologie et les sciences humaines et sociales.

Cette volonté a bénéficié de ma nomination à la tête d'un département qui forme les ingénieurs et managers que requièrent les médias. Avec la montée du numérique, la pression de la technique s'y est faite de plus en plus forte. Sa maîtrise s'est imposée. Gérer un dispositif qui assemble un site fixe de départ de course et un site fixe d'arrivée distants parfois de plusieurs centaines de kilomètres, des caméras embarquées sur véhicules divers (automobiles, motos, hélicoptères, avions, drones...), une ou plusieurs rédactions en duplex qui n'ont pas bougé des plateaux de la chaîne, des équipes égrenées le long de l'étape, des commentateurs fixes ou mobiles, le tout au milieu de sportifs, de caravanes, de spectateurs canalisés, de foules qui ne le sont pas... voilà ce à quoi nous formons entre autres nos étudiants. Tour de France, jeux olympiques, Coupes du monde, défilés et concerts du 14 juillet, festivals d'été..., autant de « grands dispositifs de direct » qui sont des modèles de gestion technique et humaine. On est bien loin du journaliste seul avec son papier et son crayon. Sauf que... les deux sont concentrés sur la même chose : le destinataire auquel on s'adresse, avec le souci de l'informer du mieux qu'il est possible. Des images et des sons de très grande qualité sont ainsi diffusés aujourd'hui par des canaux que certains osent appeler des *merdias* : cette appellation méprisante ne rend pas justice au travail effectué...

J'ai également consacré beaucoup d'énergie à d'autres missions structurantes : création et direction d'un laboratoire de recherche de près de 70 personnes, participation à des instances scientifiques nationales comme le Conseil National des Universités, tout en siégeant en parallèle au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel pendant 20 ans. Au cours de ma mission de conseiller scientifique auprès du Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, j'ai pu débattre avec de très nombreux interlocuteurs. Mon portefeuille comprenait les sciences de l'information et de la communication bien sûr – donc les écoles de journalisme (CPNEF audiovisuel et presse, SNJ...), les cursus d'information-documentation (professeurs documentalistes, INSPE...), les écoles d'art et de design, dont les écoles de cinéma (FEMIS, ENSLL...) ou l'école de théâtre de Lyon (ENSATT). Mais je traitais aussi l'image sous toutes ses formes, de l'intelligence artificielle et de la robotique à la création.

A partir de l'image de synthèse et de la composition musicale assistée par ordinateur dont j'ai été pionnière, je me suis toujours penchée sur l'ordinateur et les systèmes numériques comme outils de production médiatique, avec un regard focalisé sur la façon dont l'humain construit du sens. Mais ma vie a basculé, comme la vôtre, comme celle de tout un chacun, avec l'arrivée du smartphone et des réseaux sociaux. Comprendre la technique me permet de savoir à quel point elle enferme ceux qui ne la perçoivent pas. A travers ce petit objet que nous avons tous dans la poche, l'emprise qu'autorise la technique s'exerce de nos jours sur nos jeunes, nos enfants, nos parents, nos étudiants, nos collègues, nos amis, nos proches. Et des esprits malveillants l'utilisent pour nous enfermer, nous contraindre, nous asservir, comme on asservit les régulations de chauffage central.

Il existe déjà des moyens de se libérer de ces potentiels dangers pour ne conserver que le bénéfice des partages de connaissances, d'expression, d'œuvres, de contacts que la technique a rendus possibles. Il y aura d'autres libérations à inventer et mettre en place au fil des innovations de plus en plus rapides. C'est une guerre où chacun d'entre nous peut devenir un rempart contre les assauts séparatistes, discriminatoires ou fallacieux. C'est ce à quoi je veux contribuer désormais.

---

Sylvie Merviel a été conseiller scientifique au MESRI (Ministère des Enseignements Supérieurs, de la Recherche, et de l'Innovation) d'octobre 2007 à août 2014. Elle a également été membre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), Comité Territorial de l'Audiovisuel (CTA) de Lille, de 1998 à 2018.

Elle est Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication. Elle a créé à l'Université Polytechnique Hauts-de-France le Laboratoire DeVisu (Design Visuel et Urbain), qu'elle a dirigé jusque 2021. Elle y a également dirigé DREAM (Développement, Recherche, Enseignement en Audiovisuel et Médias numériques), aujourd'hui INSA-Médias à l'INSA Hauts-de-France.

Ses travaux portent sur l'ingénierie du document, l'intelligence informationnelle et le « faire-sens » humain, avec deux terrains applicatifs : les nouvelles écritures, notamment audiovisuelles et en médias numériques, et le concept d'information en contexte de décision pour l'action. Elle dirige la collection Traces chez ISTE Editions/Wiley et co-dirige *Human-Trace*, e-laboratory UNESCO de Complex Systems Digital Campus ainsi que la Revue des Interactions Humaines Médiatisées, *Journal of Human Mediated Interactions*.

Elle est l'auteur de 187 publications sous son nom scientifique de Sylvie Leleu-Merviel, dont 19 ouvrages (3 personnels et 16 coordonnés). Derniers ouvrages parus :

*L'Homme-trace. La trace, du sensible au social* (2021) CNRS Editions

*From UXD to LivXD. Living eXperience Design* (2019) Wiley

*De l'UXD au LivXD. Design des expériences de vie* (2018) ISTE Editions

*Informational Tracking* (2018) Wiley

*La traque informationnelle* (2017) ISTE Editions

Academic on-line CV: [https://www.uphf.fr/DEVISU/membres/leleu\\_sylvie?lang=en](https://www.uphf.fr/DEVISU/membres/leleu_sylvie?lang=en)

Open CV HAL: <https://cv.archives-ouvertes.fr/sylvie-leleu-merviel>





# Introduction

Parler de guerre de l'information peut sembler excessif. Et pourtant, nous en sommes bien là.

La guerre, celle du sang versé et de la chair meurtrie, est aux portes de l'Europe, avec l'attaque de l'Ukraine par la Russie. Depuis des mois maintenant, les armes, les tirs, les chars, les morts sont bien réels. Cela ne les empêche pas d'être contestés sans vergogne (voir par exemple l'affaire des cadavres de personnes civiles dans la ville ukrainienne de Boutcha : les russes prétendaient que ces cadavres avaient été placés dans les rues après que leurs troupes aient évacué les lieux, alors que des images satellite publiées par la société américaine Maxar Technologies révélaient la présence de corps, étendus dans les rues et sur les bas-côtés, abandonnés plusieurs semaines avant cette évacuation, lorsque les forces russes contrôlaient la ville). Dès le départ, en termes de propagande, « le pouvoir russe avait choisi de justifier son offensive par la nécessité de « dénazifier » le pays et de le priver des moyens militaires de réaliser le « génocide » qu'il aurait déjà commencé à perpétrer depuis huit ans vis-à-vis des habitants russophones des deux républiques sécessionnistes du Donbass<sup>2</sup> ». On le voit, la possibilité de la guerre se joue d'abord et avant tout sur le terrain de l'information. La manière de présenter les faits les rend admissibles... ou pas. C'est une guerre des récits qui précède l'offensive militaire<sup>3</sup>. Emporter l'adhésion, convaincre, abuser aussi, n'est bien souvent qu'une affaire de discours.

Certains l'ont bien compris et s'en servent, pas toujours avec bienveillance et philanthropie. Manipulation de l'opinion, cyber-terrorisme, complotisme, fake news, cybercriminalité, pédopornographie, usurpation d'identité, vol de données personnelles, embrigadement en ligne, arnaques en tous genres... à l'ère du numérique et des réseaux, les dangers sont partout. Ils sont d'autant moins détectables que le numérique est un outil merveilleux, qui donne accès à la connaissance encyclopédique universelle, qui offre une ouverture inédite aux esprits curieux de tout, qui facilite nombre de démarches ou d'opérations, qui permet d'entrer en contact et d'échanger malgré toutes les distances : géographique, sociale, culturelle, générationnelle, ... Que ce soit bien clair, il ne s'agit pas d'interdire le numérique, encore moins de le diaboliser, pas même d'en contester les bienfaits. Il ne s'agit pas plus de légiférer, de réguler ou de proscrire à outrance. L'urgence est de défendre chaque citoyen contre les nouveaux dangers qui le menacent à chaque instant.

Une fois convaincus de cette urgence, il faut organiser un plan d'attaque. Il y a deux façons de lutter contre les contenus trompeurs, manipulateurs ou litigieux. La première consiste en une action de surveillance et de régulation. Elle reprend le volet normatif et coercitif de la lutte. En France, cette mission est dévolue à l'Arcom<sup>4</sup> (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique). L'autorité s'est vue confier des pouvoirs accrus en matière de régulation, des médias historiques bien sûr, mais aussi des réseaux sociaux. Elle surveille les contenus numériques du secteur public et des acteurs privés, elle instaure un dialogue concernant les objectifs et contrôle leur mise en œuvre ainsi que le respect des obligations contractuelles et légales. Elle demande ainsi aux plateformes en ligne de rendre compte des actions déployées. Mais le deuxième pan de la lutte porte sur les citoyens eux-mêmes et consiste à consolider leurs capacités de discernement et leur esprit critique pour rendre

---

<sup>2</sup> Citation de l'article mis en ligne le 4 mars 2022 à 22h38 par *The Conversation*, intitulé « Ukraine : que veut vraiment Vladimir Poutine ? », signé par Cyrille Bret, géopoliticien à Sciences Po Paris. <https://theconversation.com/ukraine-que-veut-vraiment-vladimir-poutine-178589> (consulté le 28 février 2023).

<sup>3</sup> Bruno Patino (2023). *S'informer, à quoi bon ?* Paris, La Martinière Jeunesse, collection Alt, page 24-26.

<sup>4</sup> Résultat de la fusion au 1<sup>er</sup> janvier 2022 du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), et de la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (Hadopi).

à chacun son pouvoir d'agir en autonomie et son self-control informationnel. Ainsi les contenus frauduleux qui continuent à circuler s'avèrent-ils sans effets, car chacun sait les débusquer. La France n'est pas totalement désarmée sur ce point. Au contraire, elle se distingue par une action de longue date dans l'éducation aux médias et à l'information, EMI. La ligue de l'enseignement rappelle ainsi que l'éducation à l'image date de près d'un siècle dans notre pays. Pourtant, l'acquisition des compétences visée demeure trop souvent conditionnée au bon vouloir des acteurs concernés, ou rendue difficile par une offre foisonnante mais encore mal structurée. Affirmer une politique publique ambitieuse d'EMI requiert *a minima* une meilleure coordination des nombreux acteurs privés et publics impliqués et un renforcement de leur formation.

La loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de juillet 2013 précise que « *l'éducation aux médias initie les élèves à l'usage raisonné des différents types de médias et les sensibilise aux enjeux sociétaux et de connaissance qui sont liés à cet usage* ». L'EMI s'est ainsi concentrée sur la lutte contre les fausses informations, qui y occupent une place essentielle. Mais à l'heure de l'infobésité, quand chacun porte sur lui un outil qui le bombarde de messages à chaque seconde, l'éducation aux médias ne saurait être réduite à la chasse aux infox, tant les enjeux rencontrés sont nombreux et divers. Il s'agit désormais de former aussi les jeunes aux usages quotidiens des médias sociaux, usages dont nous savons qu'ils ont connu de nombreuses transformations ces dernières années : l'interactivité et la viralité se sont développées, la protection des données est devenue une question majeure, et les évolutions technologiques rebattent sans cesse les cartes pour des adultes parfois dépassés et enfermés dans des bulles algorithmiques dont ils ignorent le fonctionnement. Aujourd'hui, les jeunes se trouvent souvent placés dans une position de passivité face à une information qu'ils ne vont plus chercher, mais reçoivent, déjà filtrée par leurs réseaux privilégiés ou par des algorithmes, *via* des plateformes de communication telles que *Whatsapp* ou *TikTok*. Les impacts sur la santé mentale des jeunes de cette overdose de contenus restent encore à étudier. Il faut les aider à reprendre le contrôle dans leur manière de s'informer et à revendiquer un esprit critique émancipateur.

La réflexion inédite exposée ici vient compléter les travaux menés récemment par la commission « Les Lumières à l'ère numérique », dite Commission Bronner<sup>5</sup>, dont le rapport a été remis au Président de la République en janvier 2022<sup>6</sup>. Tout en traitant majoritairement des moyens de « limiter la propagation de contenus qui nuisent à la vie démocratique, dissuader les comportements malveillants, sanctionner les pratiques illicites, améliorer la prévention des risques<sup>7</sup> » – dans une approche surveillance et régulation –, il aborde aussi le volet auto-défense des utilisateurs dans son chapitre 6, intitulé « Une opportunité démocratique : développer l'esprit critique et l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI) », avec comme objectif de « renforcer la vigilance des utilisateurs ». Loin de repartir de zéro, nous y ferons référence aussi souvent qu'une convergence apparaîtra. Ainsi, nous adoptons d'emblée ce socle de départ : la vigilance cognitive, rempart essentiel à la crédulité, repose sur la connaissance des biais cognitifs qui dévoient nos jugements, afin de les maîtriser et de les juguler. C'est l'une des conditions premières pour se libérer « des extrémismes, de la discorde, de la violence, des dérives sectaires et des obscurantismes<sup>8</sup> ».

Le présent rapport veut en priorité valoriser la masse de matières premières recueillies dans le cadre de la mission flash de l'Assemblée nationale menée du 15 novembre 2022 au 15 février 2023 (voir récapitulatif en page 100). La richesse et la densité des éléments fournis, soit à l'oral lors des tables rondes, soit à l'écrit dans les notes et documents complémentaires que nous ont fait parvenir la centaine de personnes et d'organismes auditionnés, méritent cette restitution. S'y ajoutent des rencontres de terrain, ayant donné lieu à des conversations directes, ainsi que des éléments de connaissance experte provenant de travaux scientifiques ou d'ouvrages récents. De plus, au cours des entretiens menés dans le cadre de la mission, des idées, des souhaits, des recommandations se sont exprimés. Un certain nombre d'entre elles sont reprises ici et articulées avec des idées personnelles, sous forme de propositions qui sont égrenées au fil du texte à partir du chapitre 3. Toutes sont intégralement listées dans la synthèse des propositions figurant à la fin du document. Bien sûr, nous nous excusons de ne pas avoir

---

<sup>5</sup> Du nom de son Président le Professeur Gérard Bronner.

<sup>6</sup> Le rapport est paru aux Presses Universitaires de France en août 2022. Mais il est toujours téléchargeable gratuitement à cette adresse <https://www.vie-publique.fr/rapport/283201-lumieres-l-ere-numerique-commission-bronner-desinformation>

<sup>7</sup> Rapport Bronner, p.12.

<sup>8</sup> Lettre de mission du Président de la République Emmanuel Macron adressée au Président de la Commission Gérard Bronner.

inséré les expériences et témoignages précieux de tous ceux qui n'ont pas pu être auditionnés, ou dont nous n'avons pas eu connaissance. Ils viendront compléter ce début de réflexion.

Le constat initial est sans appel : nous sommes confrontés à un « big bang médiatique ». La guerre de l'information n'est plus à nos portes, mais dans nos poches, car 87% de la population<sup>9</sup> détient un smartphone. Et peu ont bénéficié d'un « apprentissage médias-info », ou d'une alerte sur les dangers de servitude encourus.

Tout l'enjeu est là.

---

<sup>9</sup> Baromètre 2022 du numérique, <https://www.vie-publique.fr/en-bref/288030-barometre-du-numerique-les-chiffres-cles-2022> consulté le 13 mars 2023.





CHAPITRE 1

# Pourquoi ?



De quelles guerres parlons-nous ?



# Pourquoi ?

## De quelles guerres parlons-nous ?

Les constats, les preuves, les documents, les études s'accumulent aujourd'hui, contribuant tous à prouver à quel point la guerre de l'information n'est pas une illusion, combien elle est présente sur des terrains divers et avec des conséquences d'une grande variété. Il faut l'acter, la guerre de l'information est une réalité, mais sournoise, dissimulée, invisible si elle n'est pas détectée comme telle et explicitée. Sans viser un répertoire exhaustif de ses multiples manifestations, nous voulons commencer par donner quelques exemples marquants, afin d'ancrer l'impérieuse nécessité d'acquérir une méthode efficace pour se défendre.

Les données et les exemples repris ici proviennent tous d'ouvrages et de sources fiables et documentées. Ces sources sont évidemment référencées. Elles donnent lieu souvent à de longues citations, lorsqu'il ne nous a pas semblé nécessaire de paraphraser le texte initial.

## Le règne du buzz, du fight et du relativisme

Avant de nous embarquer pour les contrées aventureuses du numérique, partons de la télévision, ce bon vieux média que nous connaissons si bien.

La télévision a elle aussi connu une petite révolution, avec l'arrivée des chaînes tout info en continu. Ces chaînes ont donné naissance à des modes d'écriture, des scénographies médiatiques propres à leurs besoins. Parmi ces nouveautés figure la nécessité du conflit. Pour faire de l'audience et battre la concurrence, il faut faire le buzz. Et quel meilleur remède que le « fight » en direct, la phrase choc, la réplique percutante (ou punch line) qui sera reprise en boucle par les autres chaînes ? Il en résulte qu'un éditorialiste ou un invité n'est plus retenu pour son expertise, sa connaissance fine ou sa compétence, mais sur sa seule capacité à parler plus fort (et aussi plus basiquement) que les autres.

Les « tribunaux médiatiques » ont rajouté deux sous à cette petite musique du plus fort : ce sont ces émissions de plateau<sup>10</sup> où l'on demande à des chroniqueurs de tous horizons, souvent experts de rien du tout et seulement médiatiques, de donner leurs avis sur tous les sujets d'actualité, et même de voter (donc de condamner) en direct – vote souvent binaire limité à oui ou non.

Conséquence directe dans le cerveau des spectateurs : toute parole vaut autant qu'une autre. La légitimité de la parole experte n'est plus reconnue, ni même identifiée. Tout se vaut. Comment faire confiance alors à une source si on ne lui reconnaît aucune légitimité ? Dès lors qu'on accrédite sa contradiction par n'importe quel énergumène qui parlerait plus fort, on est poussé naturellement à croire en priorité celui qui nous dit exactement ce que nous avons envie d'entendre, envers et contre toute véracité. A partir de là, le faux et le mensonge peuvent prospérer, ils ont le terreau pour s'épanouir en toute tranquillité, car la distinction entre vrai et faux n'existe plus. La vérité

---

<sup>10</sup> Emissions dont Cyril Hanouna s'est fait le chantre et le héraut avec *Touche Pas à Mon Poste* par exemple.

n'est plus qu'une opinion parmi d'autres. On retrouve cette évidence dans les verbatims que nous avons recueillis. L.S., proviseur dans un lycée de Cambrai et récemment mutée en collège, dit : « pour les gens, c'est simple : il y a les fachos, et il y a les autres. La contestation est devenue la culture dominante. Si les enfants affirment un truc faux, genre la terre est plate, ils disent au professeur : « Vous devez me respecter ». Et si on leur rétorque que c'est tout simplement faux, ils insistent : « Mais c'est mon opinion. Vous devez la respecter ». Les fondements de la conscience, de la pensée, du raisonnement n'existent plus ». Véritable naufrage pour l'intelligence et la connaissance scientifique. Peu importe l'exactitude des faits puisque l'avis que chacun s'en fait est désormais plus important que le réel lui-même. Véritable drame aussi. Car « L'homme pour qui la distinction entre fait et fiction et entre vrai et faux n'existe plus » devient « le sujet idéal du règne totalitaire » comme l'explique Hannah Arendt dès 1951 dans *Les origines du totalitarisme*. « L'enjeu est civilisationnel. Si nous ne savons plus à qui et comment faire confiance, si nous ne sommes plus capables de nous mettre d'accord sur les faits mêmes, alors comment pouvons-nous encore discuter, débattre, définir le socle commun de notre vie collective ? Car il s'agit de cela : la crise de l'information est d'abord le signe d'une société en crise<sup>11</sup> ».

Bien entendu, ces chaînes n'affichent jamais la prévalence des diverses tendances dans l'opinion publique. Elles n'affichent pas plus les éventuels conflits d'intérêt. Certains s'en émeuvent, comme en témoigne le message d'Agnès Verdier-Molinié ci-contre – posté le 26 février 2023.

Ainsi, même à la télévision, il faut apprendre à nous repérer dans l'univers semé d'embûches de l'information, où l'audience prime trop souvent sur la qualité. Il faut apprendre à discerner les dangers qui nous guettent et à s'en protéger.

C'est évidemment bien pire sur les réseaux sociaux.



## La nouvelle fabrique de l'opinion

*La nouvelle fabrique de l'opinion* est un film réalisé par Thomas Huchon en 2019. Ce documentaire retrace l'expérimentation originale d'infiltration sur les réseaux menée avec des étudiants de Sciences Po Paris. Cette expérience est relatée également dans l'ouvrage co-écrit en 2022 avec Jean-Bernard Schmidt<sup>12</sup>. Voici cette partie de son texte.

« En 2019, à l'occasion des élections européennes, nous cherchions à savoir si les algorithmes de la plateforme Facebook avaient un impact sur la fabrication de nos opinions politiques et donc, *in fine*, sur nos choix électoraux. Afin de mener à bien cette expérience, nous avons travaillé avec des étudiants en journalisme de Sciences Po Paris. L'idée était la suivante : créer sur Facebook de « faux profils » et suivre leur évolution durant la campagne électorale européenne. Il devait s'agir de profils colorés politiquement, mais surtout pas militants. Ce que nous pourrions appeler des « profils lambda », mais ayant, *a priori*, un intérêt pour la chose politique. Notre prérequis était donc que leurs centres d'intérêt soient à 60% non politiques et à 40% politiques. Ainsi, chacun devait faire des choix de pages culturelles, sportives, loisirs ou voyages auxquelles s'abonner sur le réseau. Parallèlement, chaque infiltré devait aussi afficher sa préférence pour des pages et des médias épousant sa conviction politique supposée. Pas de trolls ni de personnes encartées, donc, l'objectif étant d'observer ce que Facebook et ses algorithmes allaient nous montrer spontanément de la campagne et non pas étudier des comportements militants en ligne. Nous avons donc ainsi créé un profil « Gilet jaune », un « Insoumis », un « Rassemblement national », un

<sup>11</sup> Thomas Huchon & Jean-Bernard Schmidt (2022). *Anti Fake News. Le livre indispensable pour démêler le vrai du faux*. Paris, First Editions, page 11.

<sup>12</sup> *Op. cit.*



« LREM », un « LR » et un « PS-Généralistes ». Chacun de ces profils fictifs était confié à un étudiant ou une étudiante journaliste de Sciences Po. Leur mission était de « faire vivre » et d'observer ce qui arrivait sur son profil d'actus ou dans ses suggestions de mise en relation. Une des conditions posées était que les étudiants ne soient pas trop « proactifs » dans leurs démarches sur le réseau, pour se laisser au contraire happer par la machine. Pour avoir une vision de ce que les profils voyaient passer sur leur fil, les étudiants devaient, chaque jour, répertorier les dix premiers posts qui s'affichaient sur leur fil d'actualité, en préciser la source, si un contenu y était associé, etc. Un travail de fourmi, méticuleux et un peu rébarbatif, dans lequel se sont plongés nos enquêteurs. Au bout de trois mois, le constat s'est avéré sans appel : aucun des six profils n'avait vu passer les mêmes publications. Pas un seul contenu commun aux six comptes ! Quelques messages ont bien été vus par deux ou trois de nos six infiltrés, mais l'immense majorité, plus de 1960 posts, n'était apparue que sur un seul de nos faux comptes, confirmant l'intuition que chacun de nos profils se trouvait dans une bulle isolante. En quelques semaines à peine, les algorithmes de Facebook avaient donc construit autour de nos profils six réalités parallèles, souvent alternatives, voire contradictoires avec les autres. Chacun de nos infiltrés vivait donc dans un silo informationnel quasi hermétique, mais il n'en avait pas conscience. Pour nous, une première évidence était en train de s'imposer : Facebook nous enferme dans des sphères sociales et informationnelles qui correspondent, peu ou prou, à notre inclination socioculturelle et idéologique, épousant notre vision du monde et la majeure partie de nos préjugés. Le danger, c'est que nous n'avons aucune raison de nous en méfier *a priori*. Le réseau joue sur l'une des principales failles de l'esprit humain : combien d'effort et de recul sont nécessaires pour parvenir à se détourner de ce que nous avons envie de croire<sup>13</sup> ! ».

Cette expérience est fructueuse et forme un premier socle précieux. A partir de là, il faudrait poursuivre les investigations. Que se passe-t-il, par exemple, si on met en place un profil double, conjuguant deux tendances incompatibles ? Cela suffit-il à perdre l'algorithme ? Est-ce que *liker* des posts avec lesquels on est en désaccord total rétablit une plus grande ouverture ? En un mot, comment contrer l'enfermement ? La grande difficulté provient du fait que la teneur des algorithmes est complètement opaque. Les applications les tiennent secrets et en gardent jalousement l'exclusivité, considérant qu'ils constituent la part principale de leur valeur économique. L'algorithme est donc une boîte noire, dont on ne peut cerner le fonctionnement que par tâtonnements, en mode essai/erreur. C'est ce mode que devraient adopter des travaux de recherche approfondis pour apprendre à mieux se défendre de la servitude à l'algorithme. Par ailleurs, des travaux rigoureux doivent être menés pour mesurer l'emprise réelle de cet enfermement : fait-il vraiment changer les opinions et comment, quels en sont les effets montrables et mesurables sur les individus, leurs choix et leurs comportements ? De simples présuppositions ne suffisent pas. L'outillage scientifique permet aujourd'hui de mener des expériences empiriques conduisant à une validité par la preuve. On le voit, pour fourbir les armes afin de progresser dans l'autodéfense et le self-control informationnel, la nécessité d'une recherche pointue s'impose tout de suite.

D'un autre point de vue, ne serait-ce pas faire œuvre de service public que d'obliger les plateformes et applications à implanter une fonction permettant de désactiver à volonté les algorithmes de recommandation ? voire à ce que la désactivation soit implantée par défaut, comme le recommande le rapport Bronner ? Ce qui, naturellement, serait aussi une forme de combat – contre la toute-puissance des plateformes.

## Enfermement social et informationnel

Pour montrer à quel point cette bulle informationnelle isole en déformant le réel, Thomas Huchon et Jean-Bernard Schmidt mobilisent un épisode très représentatif.

« Le 15 avril 2019, en fin d'après-midi, la cathédrale Notre-Dame de Paris est en flammes. Immédiatement, les caméras des chaînes d'information se braquent sur l'Île de la Cité, rapidement rejointes par celles des médias étrangers. L'événement prend une ampleur mondiale, l'émotion est immense. Sur les profils de nos infiltrés, les algorithmes commencent à orienter la lecture de cette actualité, construisant une réalité différente pour chacun d'entre eux. Ainsi, sur le fil Facebook du profil LR, on pleure le sort des chrétiens et de leurs églises. Sur le profil LREM, on accuse rapidement les Gilets jaunes d'être responsables de l'incendie. Sur les profils Gilets jaunes, on voit au contraire la main de Macron qui cherche à détourner l'opinion du mouvement. Sur le profil Rassemblement

---

<sup>13</sup> Op. cit. pages 50-51.

National, on accuse les musulmans ou l'on dénonce un acte terroriste. Sur le profil Insoumis, on critique les milliardaires qui débloquent des fonds pour sauver la cathédrale alors qu'ils refusent de payer leurs impôts et pratiquent l'évasion fiscale. Finalement, seul le profil PS-Génération reste assez étranger à ce qui se passe. Cet épisode, très chargé émotionnellement, va ainsi montrer en temps réel la mécanique implacable de l'enfermement social et informationnel dans lequel nous pousse Facebook. Les choix initiaux et personnels de nos infiltrés ont systématiquement été amplifiés. Leur logique est assez simple : nous mettre uniquement en relation avec des gens qui nous ressemblent et, finalement, qui pensent comme nous, ne nous montrer que ce que nous avons envie de voir, laissant toute contradiction de côté, et surtout, utiliser ce qui nous fait réagir, ce qui nous émeut et nous met en colère comme carburant de notre engagement, aux dépens de toute tentative de réflexion et de nuance. Voilà comment, sous nos yeux, six jeunes Français et Françaises, qui ont le même âge et qui vivent dans la même ville, vont se voir proposer par Facebook six versions distinctes, contradictoires, d'une même réalité<sup>14</sup> ».

L'effet pervers de cet enfermement est que, à ne voir que des avis qui convergent avec les nôtres, nous acquérons vite la conviction que tout le monde pense la même chose, voire même que l'on ne pense pas mais que les faits parlent d'eux-mêmes ! Si tout le monde le croit, c'est que c'est vrai, la vérité est là. Car à aucun moment la prévalence réelle des opinions ne nous est rapportée. Et s'il devient évident que tout le monde pense la même chose, pourquoi nos politiques, nos gouvernants, ne tiennent-ils aucun compte de cette opinion si largement partagée ? C'est donc que la démocratie est un leurre. C'est aussi que ces mêmes politiques et gouvernants servent d'autres intérêts que ceux du peuple ! CQFD – ce qu'il fallait démontrer. On a alors vite fait de basculer de l'exaspération à l'extrémisme, puis au complotisme. Rappelons que 29% des Français pensent que les élections françaises sont faussées (sondage Harris-Challenge réalisé en octobre 2021). Le pacte démocratique repose en effet largement sur une confiance partagée, dont la transparence et la fiabilité de l'information forment deux piliers fondamentaux : deux qualités qui sont justement mises en péril avec la prégnance des réseaux sociaux.

Voilà pourquoi comprendre le processus de production de l'information, apprendre à évaluer sa qualité ou sa véracité, savoir distinguer un fait d'une opinion est plus que jamais essentiel.

## Pratiques d'accès à l'information selon l'âge

On pourrait croire que nos craintes sont exagérées car peu de gens en réalité s'informent sur les réseaux. C'est une grave erreur. Des études longitudinales permettent désormais de suivre pas à pas l'évolution des pratiques des Français. Les chiffres fournis par ces études montrent le recul toujours plus accru des médias traditionnels au profit du numérique, avec une montée en puissance des réseaux sociaux au détriment de la presse en ligne. Une partie de ces données sont reprises ici<sup>15</sup>.

Les habitudes d'accès à l'information, en termes d'appareils et de médias, s'appuient sur une segmentation de la population française en deux grands groupes : les jeunes (génération Z) et les plus de 35 ans. Le Baromètre Kantar Public Onepoint pour la Croix de 2022<sup>16</sup>, montre, année après année, des écarts de comportement qui s'accroissent.

Globalement, l'ensemble des Français continue d'accéder prioritairement à l'information par la télévision (48%) et Internet (32%). Mais :

- les plus de 35 ans s'informent majoritairement via la télévision (55%, plus 2 points en un an) puis par Internet (20%, moins 3 points en un an) et la radio (16%) ;
- les proportions sont inversées chez les moins de 35 ans : d'abord Internet (66%, stable) en priorité avec le smartphone, puis la télévision (25%) ;

<sup>14</sup> Op. cit. page 52.

<sup>15</sup> On pourra par exemple se reporter au post de Christophe Asselin du 20 décembre 2022 sur son blog <https://blog.digimind.com/fr/tendances/acces-information-reseaux-sociaux-2022>, consulté le 1<sup>er</sup> mars 2023.

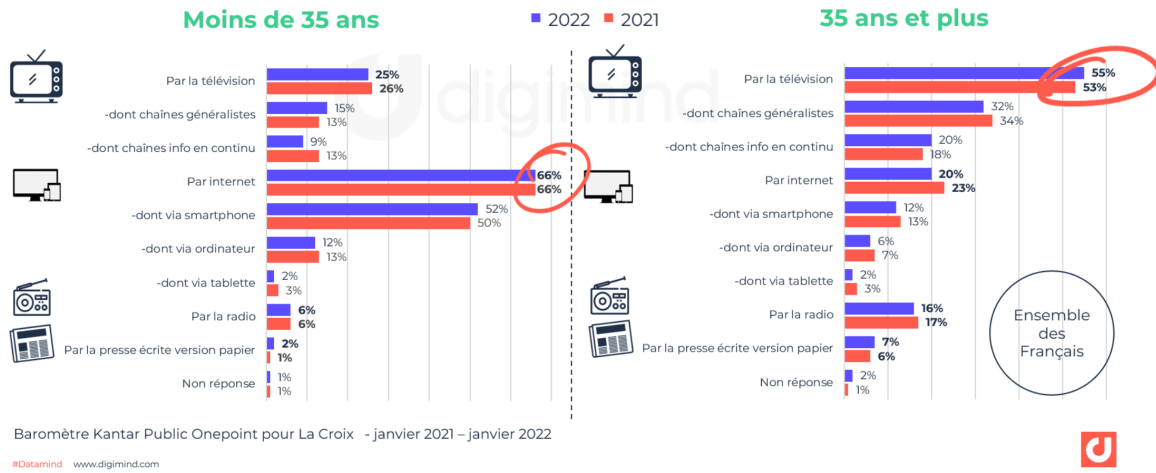
<sup>16</sup> Source : Baromètre Kantar Public Onepoint et Kantar Sofres pour La Croix - janvier 2022 et janvier 2021.

- pour les deux catégories, la presse écrite en version papier est très minoritaire (2% chez les moins de 35 ans, 7% chez leurs aînés).

**Une rupture des usages dans l'accès à l'information selon l'âge. 2021-2022**

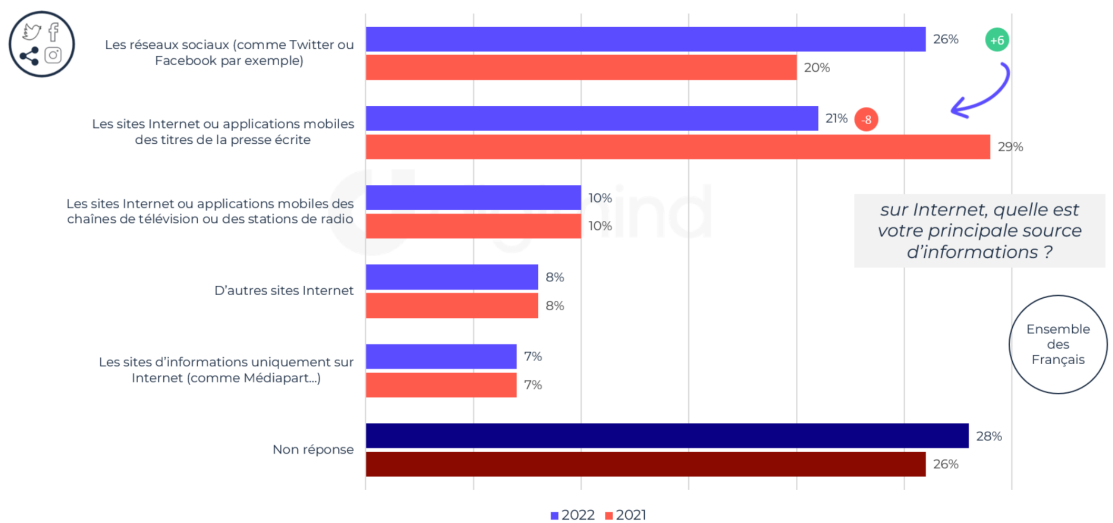


En général, par quel moyen êtes-vous d'abord informé de l'actualité nationale ou internationale ?



En termes de sources d'information nativement numériques (la télévision et la radio traditionnelles ne sont pas considérées comme numériques même si leur diffusion s'effectue aujourd'hui via des signaux numériques), l'ensemble des Français s'informe d'abord via les réseaux sociaux (26%, + 6 points), puis par les sites internet ou les applications mobiles des titres de la presse écrite (21%, moins 8 points). C'est donc une véritable bascule à laquelle on assiste par rapport à l'année dernière où les sites et applications de la presse écrite demeuraient la première source d'information en France. Les sites et applications des chaînes TV et des stations radio se placent toujours, quant à eux, en 3ème position.

**Les sources d'informations sur Internet 2021-2022**

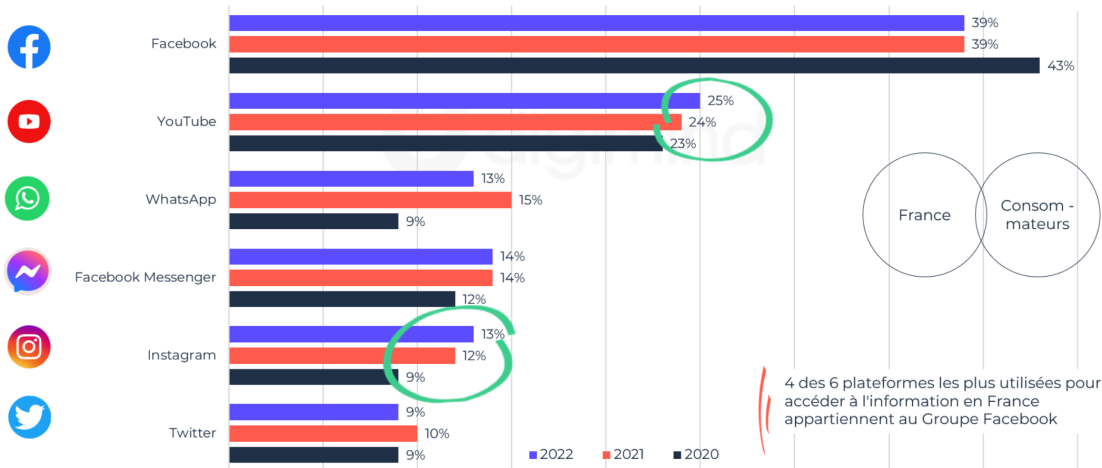


Baromètre Kantar Public Onepoint pour La Croix - janvier 2021 - janvier 2022



En ce qui concerne les réseaux sociaux et messageries utilisés pour accéder à l'information en France, le dernier Digital News Report de l'Institut Reuters<sup>17</sup> nous apprend que *Facebook* règne toujours en maître chez les Français (toutes tranches d'âges confondues) parmi les réseaux sociaux ou messageries utilisés pour s'informer. Avec 39% d'utilisation dans ce cadre, la part de *Facebook* demeure stable par rapport à l'année précédente. *YouTube* confirme sa force en termes de source d'actualité et est le seul canal qui progresse en un an avec *Instagram* dans des proportions assez réduites toutefois (+1%). *WhatsApp*, après un effet de boost de la pandémie, décroche. Notons que *TikTok* et *Snapchat* ne sont pas pris en compte pour la France.

### Les réseaux sociaux et messageries utilisés pour accéder à l'information en France



Source : Reuters Institute for the study of Journalism - Digital News Report 2020-2021-2022

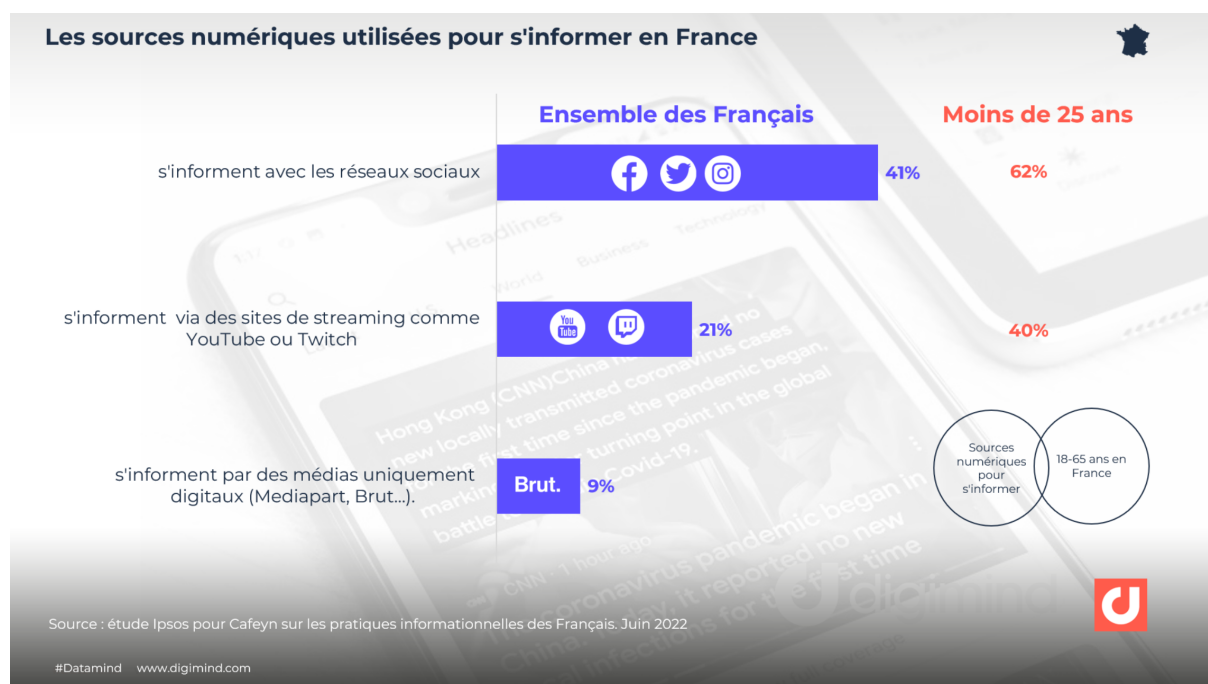
#Datamind www.digimind.com

9

Ces résultats sont confirmés par l'étude Ipsos pour Cafeyn<sup>18</sup> sur les pratiques informationnelles des Français, qui révèle que 41% de l'ensemble des Français s'informent d'une manière ou d'une autre via les réseaux sociaux. Chez les moins de 25 ans, la part atteint 62%. La rupture avec leurs aînés ne s'arrête pas là. Si 21% des Français s'informent via des sites de Streaming comme *YouTube* (pour les plus âgés) et *Twitch* (pour les plus jeunes), c'est près du double (40%) pour les moins de 25 ans. Enfin, les « pure players » de l'actualité digitale (*Brut*, *Mediapart*) réunissent seulement moins de 10% des Français.

<sup>17</sup> Reuters Institute for the study of Journalism - Digital News Report 2021 et 2022.

<sup>18</sup> Etude Ipsos pour Cafeyn sur les pratiques informationnelles des Français. Juin 2022.



Il en résulte qu'une éducation à l'information qui se contenterait de la presse écrite, ou même de la radio et de la télévision, serait en décalage total avec les pratiques des Français, et tout particulièrement des jeunes.

## Recueil (recol ?) de données personnelles

Chaque internaute laisse traîner à son insu sur Internet un grand nombre d'informations personnelles : nom, âge, adresse, profession ou activité, revenus, achats, loisirs, lieux de villégiature, centres d'intérêt, sites consultés, historiques de navigation, mais aussi religion, passions, engagements, croyances, ou encore photos, enregistrements vocaux, taille et mensurations, dossiers médicaux. Toutes les opérations numériques que nous faisons sont tracées une à une, puis enregistrées, conservées durablement et exploitées. Qui ne s'est pas étonné quand un bien convoité, à propos duquel nous nous sommes renseignés sur un site, s'est vu proposé avec une remise quelques minutes seulement après notre consultation, et par un autre vendeur que celui de départ ? Et que dire lorsque nous en avons seulement parlé avec un proche lors d'une conversation intime, mais téléphone ouvert ?

Forts de ces données disponibles en masse, les spécialistes en psychométrie se targuent de déterminer les caractéristiques psychologiques des individus, notamment leurs connaissances, leurs traits de personnalité, leur langage, leur intelligence, leur mémoire, leurs tendances comportementales... L'un de ces spécialistes, Michal Kosinski, chercheur à l'Université de Stanford en Californie, s'est employé à tester la capacité d'un algorithme à cerner nos personnalités à partir de nos interactions sur les réseaux : nos *likes*, nos partages, nos commentaires... Le résultat est édifiant. « Il a comparé, d'un côté, les enseignements que l'algorithme tire de nos comptes *Facebook*, et de l'autre, ce que nos proches savent de nous. Le résultat est sans appel. En analysant 10 de nos *likes* sur *Facebook*, l'algorithme en sait plus sur nous que nos collègues. Avec 100 de nos *likes*, il en sait davantage que notre famille. Avec 230 *likes*, il en sait davantage que notre conjoint. Comment est-ce possible ? Kosinski est en fait parti du postulat que notre activité sur les réseaux sociaux reflète de nombreux aspects de notre personnalité. Il lui a suffi de combiner intelligemment certains critères pour créer des archétypes qui s'avèrent extrêmement proches de la réalité<sup>19</sup> ».

<sup>19</sup> Thomas Huchon & Jean-Bernard Schmidt (2022). *Anti Fake News. Le livre indispensable pour démêler le vrai du faux*. Paris, First Editions, page 65.

L'exploitation des données personnelles qui est à l'œuvre dans le domaine commercial l'est aussi dans celui de la politique. Un message promotionnel de Cambridge Analytica, une société que nous serons amenés à revoir, explique sans ambiguïté sa méthode de travail : « Nous combinons géographie et démographie avec plus de 5000 points de données personnelles sur la politique nationale, les habitudes des consommateurs et les styles de vie, pour chaque électeur aux États-Unis. Ensuite, nous ajoutons une couche supplémentaire de données unique sur la personnalité, la prise de décision et la motivation. Cela crée une vue riche et détaillée des électeurs, et des sujets qui sont importants pour eux. Donc vous savez exactement qui viser, avec quel type de message. Nous appelons cela le micro-ciblage comportemental. Notre équipe de scientifiques de la donnée, d'experts psychologiques et de stratèges politiques peut vous montrer quels électeurs vous devez convaincre pour assurer votre victoire ».

Par conséquent, veiller à protéger ses données personnelles doit devenir une règle. Encore faut-il savoir comment faire.

## Manipulation électorale

2016. Donald Trump est élu. Il a trois millions de suffrages de moins que sa concurrente Hillary Clinton. C'était déjà arrivé, mais pas avec un si grand déficit en nombre de voix. Un autre détail surprend : Trump remporte des districts électoraux traditionnellement démocrates, mais pas ceux habituellement susceptibles de basculer, les fameux « Swing States ». A la surprise générale, il s'est imposé en Pennsylvanie, dans le Michigan et le Wisconsin. Les analyses qui s'en sont suivies ont montré le rôle déterminant qu'a joué Cambridge Analytica, la société spécialisée dans le ciblage électoral déjà mentionnée au paragraphe précédent.

Les films publicitaires de Cambridge Analytica ne cachent rien de leur stratégie : « dans le monde politique d'aujourd'hui, où les campagnes deviennent plus chères et les élections sont remportées avec un petit, mais crucial, nombre de votes, mettre le bon message devant la bonne personne au bon moment est plus important que jamais ». Avec la complicité de Facebook, Cambridge Analytica a accédé aux données personnelles de nombreux utilisateurs américains du réseau social. On estime à 87 millions le nombre de comptes qui ont été ainsi « piratés » par les spécialistes de la data électorale.

« Les données personnelles Facebook associées à des informations mensongères savamment distillées sur le réseau ont constitué le cocktail qui a permis l'élection de Donald Trump. Grâce à toutes les données dont ils disposent sur l'électorat américain, les experts de Cambridge Analytica ont défini 32 types de personnalités, répartis sur l'ensemble du territoire. Ils vont désormais envoyer des milliers de messages individualisés, contenant des informations déformées ou carrément fausses, en ciblant tout particulièrement les personnes jugées les plus inquiètes. Pourquoi ? Ce sont les plus susceptibles d'être sensibles aux messages anxiogènes de Donald Trump. La firme a repéré nombre de ces profils dans trois états : le Wisconsin, le Michigan et la Pennsylvanie. Trois états qu'elle estime pouvoir faire basculer en faveur de Trump. Les trois états qui vont s'avérer décisifs. Reste une question : comment faire pour livrer ces infos aux fameux électeurs très ciblés ? A leur insu, bien sûr ! Et grâce à une fonctionnalité méconnue à l'époque : le « dark post ». Concrètement, un dark post est un message hyper-personnalisé et quasi invisible. Il n'est lisible que par la personne à laquelle il est destiné. Il reste donc dans « l'obscurité » pour les autres. Prenons un exemple. Grâce à Cambridge Analytica, la campagne de Trump a identifié un électeur favorable au port des armes à feu. De ce fait, elle va imaginer un message juste pour lui, une fake news ultra-personnalisée : « Sais-tu qu'Hillary Clinton veut te piquer ton flingue ? ». Et ce message, l'électeur va le recevoir dans son fil d'actualités Facebook, à un horaire précis, défini par ses habitudes et ses empreintes numériques. Personne d'autre que lui n'en aura de traces et il va disparaître quelques heures après qu'il l'aura vu. De quoi distiller les pires mensonges, de la façon la plus secrète possible : que rêver de mieux ? Cette offensive numérique de désinformation sur Facebook s'est concentrée lors des dernières semaines de la campagne, sur des électeurs et électrices chancelants. Le 8 novembre 2016, contre toute attente, le Wisconsin bascule en faveur de Trump avec 23000 voix de plus que Clinton, le Michigan avec 11000 et la Pennsylvanie avec 43000. En tout, ce sont donc 77000 suffrages dans ces trois États clés qui donnent la victoire à Trump, alors qu'il a trois millions de voix de retard sur l'ensemble du territoire. La stratégie Cambridge Analytica a porté ses fruits. En manipulant

l'information à coups de mensonges, en la masquant pour ne la livrer, sans contradiction, qu'à ceux qu'elle pouvait influencer, cette société a clairement contribué à changer la donne aux États-Unis<sup>20</sup> ».

Finalement, peut-être qu'en effet les élections sont faussées. Mais pas comme on le croit.

## Fatigue et anxiété informationnelles

Guénaëlle Gault et David Medioni définissent ainsi la fatigue informationnelle : « Par fatigue informationnelle, il faut entendre cette impression d'être aveuglés par un nuage informationnel – théorisé par Edgard Morin dans les années 1980 – dans lequel il est impossible de savoir où se situent les informations importantes, à laquelle s'ajoute la sensation d'une boucle qui tourne en permanence et dans laquelle les informations se superposent sans aucune perspective, et la volonté parfois frénétique de partager ou de commenter les informations qui défilent<sup>21</sup> ».

D'après Bruno Patino, les trois raisons de la fatigue informationnelle sont toujours les mêmes<sup>22</sup> :

- la perte d'intérêt face au grand désordre des messages, si nombreux qu'il devient très difficile de suivre les événements ;
- le découragement face à un monde devenu si complexe que l'on pense qu'il faut être un expert pour y comprendre quelque chose ;
- le sentiment d'impuissance éprouvé face aux phénomènes dont parle l'information et auxquels nous pensons ne rien pouvoir changer.

« Cela ressemble à la loi des rendements décroissants que connaissent les étudiants en économie, que l'on explique souvent avec l'exemple de la mousse au chocolat : quand je mange de la mousse au chocolat, je suis de plus en plus satisfait à mesure que j'en mange, mais à partir d'une certaine quantité, je commence à être écœuré, et si je continue, je finirai par vomir. Dit de façon savante, l'utilité marginale d'un bien tend à décroître à partir d'un certain niveau de consommation<sup>23</sup> ».

David Chavalarias va plus loin que le risque de simple fatigue. Il montre comment le biais de comparaison sociale peut conduire à la dépression. « Lorsque vous venez de vider le lave-vaisselle, votre quotidien vous apparaît bien fade en comparaison de celui de vos « amis » qui rient à gorge déployée en bonne compagnie ou se prélassent dans des coins paradisiaques sur votre fil d'actualité. Mais il est évident que ces moments ont justement été partagés parce qu'ils étaient extraordinaires. De même, on se vante rarement d'avoir grossi, mais on poste volontiers une photo mettant en avant les effets d'un régime. A voir tous ces ventres plats, on peut se sentir rapidement hors normes<sup>24</sup> ».

Cet effet de comparaison sociale favorise donc le mal-être, en boucles qui se renforcent jusqu'à la dépression. S'y ajoute le biais de négativité, aux termes duquel un message positif glisse sur nous comme l'eau sur les plumes d'un canard, tandis qu'un message négatif nous interpelle, focalise notre attention et provoque forcément une réaction plus importante – vieux résidu du réflexe de survie qui nous rend plus vigilants aux dangers qu'aux bonheurs. Et combien de très jeunes filles qui recourent aujourd'hui à la chirurgie esthétique pour ressembler à des visages qui ne peuvent pas exister, tant ils sont retouchés, liftés et embellis par des filtres numériques ? Les effets nocifs sont dévastateurs, et on ne mesure pas encore pleinement les conséquences en termes de santé publique, ce qui nécessiterait sans doute des travaux de recherche approfondis. La dépendance aux réseaux sociaux est également un sujet qui doit devenir prioritaire.

<sup>20</sup> Op. cit. pages 67-68. Voir également le documentaire *Unfair game, comment Trump a manipulé l'Amérique* réalisé par Thomas Huchon.

<sup>21</sup> Guénaëlle Gault & David Medioni (2023). *Quand l'info épuise. Le syndrome de fatigue informationnelle*. Paris, Editions de l'Aube, collection La petite boîte à outils, page 11.

<sup>22</sup> Bruno Patino (2023). *S'informer, à quoi bon ?* Paris, La Martinière Jeunesse, collection Alt, page 5.

<sup>23</sup> Op. cit., page 5.

<sup>24</sup> David Chavalarias (2022). *Toxic data. Comment les réseaux manipulent nos opinions*. Paris, Flammarion, page 78.

# Les prédateurs sont dans la poche de vos enfants

Sujet encore plus sensible, celui de l'atteinte à l'intégrité physique et mentale.

Depuis trois ans, des citoyens se liguent pour chasser les pédophiles. Ce sont des guerriers infiltrés. En créant de faux profils d'enfants mineurs sur les réseaux sociaux, ils attirent les prédateurs dans le strict respect de la procédure légale, car les autorités légales les ont d'abord qualifiés de hors-la-loi. Aujourd'hui, le collectif La Team Moore, créé en 2019 à la Réunion, compte plus de 50 membres actifs en France et dans 5 pays. Ils ont permis de monter plus d'une centaine de dossiers transmis aux forces de l'ordre et à la justice. Ils racontent leur expérience dans l'ouvrage *Les prédateurs sont dans la poche de vos enfants*<sup>25</sup>. Leur témoignage est terrifiant. En voici de courts extraits.

« *Alicia* n'existe pas, c'est une enfant virtuelle. Je l'ai conçue sur mesure tel un avatar, une illusion, un mirage, qui, pour ses interlocuteurs, est une jeune demoiselle bien réelle. Une blondinette de douze ans qui découvre les réseaux sociaux. [...] Tout en créant cette enfant virtuelle, je me demande si mon plan va fonctionner. Combien de temps faudra-t-il attendre ? Des jours, des semaines, des mois ? Ma « petite fille imaginaire » n'est pas encore terminée. Je dois encore vérifier certains paramètres du compte. Elle est en ligne depuis seulement une trentaine de minutes quand un certain Jean vient l'aborder. De là, je comprends très vite qu'il ne vient pas uniquement pour une simple conversation autour de la météo ou pour une partie de Scrabble. Dans l'heure qui suit sa visite, un Américain, un Canadien, un Pakistanais viennent à leur tour demander *Alicia* en amie ! J'ai donc ma réponse. Juste une heure. Je n'en reviens pas. Alors c'est ainsi qu'est généré un profil mineur sur *Facebook*. Il est proposé en suggestion d'amis à des adultes<sup>26</sup> ! ».

« Pierre-Luc me paraît de plus en plus dangereux dans ses paroles. Il dit textuellement à *Alicia* qu'il veut la kidnapper et lui faire des enfants. Je lui rappelle sans cesse les douze ans de mon avatar et les dix-sept années qui nous séparent. Mais ça ne le rebute pas. Au contraire, ma naïveté infantile le conforte. Durant des jours, à travers *Alicia*, je reçois de Pierre-Luc des cours d'éducation sexuelle plus formels et détaillés que dans le cursus scolaire. Évidemment, la théorie est illustrée avec son sexe en photo, des vidéos de lui se masturbant... Un concentré de porno obscène censé être destiné à une enfant<sup>27</sup> ».

« Mais que se serait-il passé si *Alicia* était une vraie enfant ? La mieux placée pour en parler serait la véritable *Alicia*... En 2002, aux États-Unis, *Alicia Kozakiewicz*, alors âgée de treize ans, est contactée par un internaute se présentant comme un adolescent. La jeune fille est victime de *grooming*<sup>28</sup> et le plan va durer plusieurs mois pour une parfaite mise en confiance... Après tout ce temps, l'adolescente accepte un rendez-vous physique sans se douter un seul instant du danger. Elle se fait kidnapper puis se retrouve enchaînée dans un sous-sol où elle est torturée et violée pendant plusieurs jours. Ces sévices, diffusés sur Internet, vont permettre au FBI de sauver l'enfant d'une mort certaine. En 2003, à l'âge de quatorze ans, *Alicia Kozakiewicz* lance le « Projet *Alicia* » pour sensibiliser les enfants dans les écoles aux dangers d'Internet. Ce sera le combat de sa vie. En 2007, elle s'exprime devant le Congrès pour tenter de faire bouger les choses : « Protégez les enfants. Sauvez-nous des pédophiles, des pornographes, des monstres... Le croque-mitaine est bien réel, il vit sur Internet. Il vivait dans mon ordinateur et il vit désormais dans les vôtres. Pendant que vous êtes assis ici, il est à la maison avec vos enfants<sup>29</sup> » ».

---

<sup>25</sup> La Team Moore & Neila Moore (2023). *Les prédateurs sont dans la poche de vos enfants*. Paris, éditions Télémaque.

<sup>26</sup> *Op. cit.* page 12.

<sup>27</sup> *Op. Cit.* page 16.

<sup>28</sup> « Pédopiéage » : la sollicitation d'enfants à des fins sexuelles, ou pédopiéage, est une pratique où un adulte se « lie d'amitié » avec un enfant dans le but de commettre des abus sexuels à son encontre.

<sup>29</sup> *Op. Cit.* pages 17-18.



Cette dernière phrase est à rapprocher de l'un de nos verbatims recueillis en audition. M.R., professeur documentaliste certifiée depuis 8 ans en charge de l'EMI dans un collège à Lourches, nous confie : « Et en ce qui concerne la continuité avec le milieu familial et les parents, les parents disent : il se débrouille, il connaît mieux que moi, il sait. Les parents font confiance parce que leurs jeunes sont nés là-dedans, ce qui n'est pas leur cas ». Rappelons qu'en France, les députés ont adopté le 8 février 2018 une disposition fixant à 15 ans l'âge de la « majorité numérique », permettant de s'inscrire sans autorisation parentale sur les réseaux sociaux, et non 16 ans comme le prévoyait le gouvernement<sup>30</sup>. Cette mesure oblige donc les jeunes Français de 13 à 15 ans qui voudraient s'inscrire sur *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat*, *TikTok* ou *Twitter* à avoir l'autorisation de leurs responsables légaux (parents ou tuteurs). En-dessous de 13 ans, la collecte de données est purement et simplement interdite, comme la Cnil le réclame depuis longtemps. Reste à savoir si cette mesure est réellement applicable et appliquée. Sachant que les réseaux sociaux eux-mêmes se dédouanent évidemment de toute responsabilité, en déclarant « Créer un compte avec de fausses informations constitue une infraction à nos conditions générales d'utilisation ». Pour contrer ce laxisme assumé des réseaux sociaux, l'Assemblée nationale a voté à une quasi-unanimité (82 voix contre 2), jeudi 2 mars 2023, l'obligation pour les réseaux sociaux comme



*TikTok* ou *Snapchat* de vérifier l'accord des parents avant l'inscription des moins de 15 ans, l'un des maillons d'une série d'initiatives visant à encadrer les usages numériques des enfants. La proposition de loi était portée par Laurent Marcangeli, député Horizons de la 1<sup>re</sup> circonscription de Corse-du-Sud. Lors des débats, les députés se sont accordés sur la liste des risques face auxquels il fallait protéger les plus jeunes. Un consensus qui montre que les élus ont bien compris l'importance de la problématique et sont disposés à unir leurs forces pour y faire barrage.

En outre, des outils de contrôle parental existent, relayés par des sites performants tels que *e-enfance.org*<sup>31</sup>. Il ne s'agit donc ni d'un déficit d'information, ni d'une absence d'outils. Le problème vient d'un renoncement des familles – pas toutes bien sûr mais un certain nombre d'entre elles, et sans doute les plus perméables aux risques – qui « font confiance ». C'est pourtant bien le contrôle d'adultes qui devrait faire rempart aux agresseurs de tout

poil. Et aussi l'éducation des jeunes eux-mêmes. Le site *e-enfance.org* ne s'y trompe d'ailleurs pas, puisqu'il dit dès sa première page à propos du contrôle parental : « C'est un outil très utile. Mais qui ne remplace pas l'encadrement et l'éducation aux usages numériques ».

<sup>30</sup> Pour mémoire, le règlement européen sur la protection des données fixe la « majorité numérique » à 16 ans, mais autorise les États-membres à abaisser le seuil jusqu'à 13 ans, soit l'âge requis par *Facebook* dans ses conditions générales d'utilisation. En Espagne par exemple, seuls les moins de 13 ans doivent obtenir l'accord de leurs parents pour pouvoir s'inscrire sur le réseau social.

<sup>31</sup> Voir par exemple [https://e-enfance.org/informer/controle-parental/?gclid=CjwKCAiAjPyfBhBMEiwAB2CClp0-IQhQFPM0P8w\\_7a1Y53jPzYnzgAHPbHeweglkx3torhukJvLNRoCIIMQAvD\\_BwE](https://e-enfance.org/informer/controle-parental/?gclid=CjwKCAiAjPyfBhBMEiwAB2CClp0-IQhQFPM0P8w_7a1Y53jPzYnzgAHPbHeweglkx3torhukJvLNRoCIIMQAvD_BwE) (consulté le 1<sup>er</sup> mars 2023) pour des conseils pratiques sur la mise en place du contrôle parental.

## Qu'est-ce que le contrôle parental ?

Le contrôle parental est une fonctionnalité ou un logiciel qui permet de **filtrer et de restreindre l'accès à certains contenus**. Généralement, l'activation du contrôle parental est motivée par une volonté de protéger l'enfant d'une exposition à des contenus choquants, violents ou pornographiques. Mais il peut également être très utile pour planifier et encadrer le temps d'écran.

Le plus souvent, la désactivation du **système de filtrage** prend la forme d'un mot de passe à renseigner. Nous vous conseillons donc d'opter pour une formule complexe que votre enfant aura du mal à deviner. Il est très important d'installer un contrôle parental **en totale transparence avec son enfant**.

La plupart des logiciels de contrôle parental permettent de :

- **Créer différents types de profil.** Vous pouvez ainsi adapter les restrictions en fonction de l'âge de vos enfants. En choisissant le profil enfant, votre enfant navigue dans un univers fermé. Il n'aura accès qu'à une sélection de sites prédéfinis correspondant à ses centres d'intérêt et sécurisés (pas d'espaces de dialogue). En choisissant le profil Adolescent vous pouvez donner accès à tout Internet, mais les sites illégaux (racisme, drogue...) et inappropriés pour les mineurs (pornographie, violence, jeux d'argent...) sont filtrés ;
- **Interdire l'accès aux contenus inappropriés, sensibles ou choquants** (vidéos, musiques, téléchargement illégal, etc.) ;
- **Limiter le temps de connexion** en fixant des horaires d'accès à Internet ou des quotas d'heures par période ;
- **Limiter l'accès à des jeux** ou à certains autres logiciels ou applications ;
- **Contrôler les usages numériques** de l'enfant en consultant son historique de navigation et en accédant à diverses statistiques.

De nombreux logiciels de contrôle parental gratuits ou non existent actuellement et peuvent vous aider, sans toutefois remplacer le rôle primordial de surveillance et d'éducation.

Il n'est pas nécessaire d'aller plus loin dans la description de l'horreur pour comprendre la gravité des faits : les témoignages rassemblés dans l'ouvrage *Les prédateurs sont dans la poche de vos enfants* sont accablants. Ils viennent acter le caractère délictueux, voire criminel, du risque potentiellement encouru par nos enfants sur les réseaux sociaux. D'où la nécessité absolue de s'en prémunir.

## CHAPITRE 2

# Quoi ?

Éducation aux médias et à l'information

État des lieux



# Quoi ?

## Éducation aux médias et à l'information : état des lieux

Une fois acquise la conviction que nous sommes en état de guerre informationnelle, et qu'il y a urgence à agir, il s'agit de chercher des remèdes.

Il se trouve qu'une action publique a été mise en place il y a plus de quarante ans. Aux États-Unis, elle est désignée par MIL : *Media and Information Literacy*. Pour mémoire, le mot anglo-saxon de *literacy* a donné lieu à une transposition francophone (car d'origine canadienne) en littératie, terme dont la signification désigne exactement ce dont il s'agit : aptitude à lire, à comprendre et à utiliser l'information dans la vie quotidienne. On aurait pu dire en français : média et info littératie, ce qui aurait présenté l'avantage de conserver le même acronyme, MIL. Pour on ne sait quelle raison, en traversant l'Atlantique, cette discipline est devenue l'Éducation aux Médias et à l'Information, EMI. Outre que la connotation du terme « éduquer » renvoie davantage au dressage des animaux domestiques qu'à rendre apte à lire, comprendre et utiliser en autonomie, il se trouve que ce terme devient très inadéquat lorsqu'il ne s'agit plus d'élèves, et l'on verra que cela pose un problème d'exclusion aujourd'hui.

Pour l'heure, nous en resterons à l'appellation reconnue et acceptée d'EMI. Ce chapitre 2 propose un état des lieux des initiatives foisonnantes en la matière, mais offre aussi de premières pistes d'amélioration dans l'enseignement de cette matière transversale déjà ancienne, mais dont les problématiques ne cessent de se renouveler à l'aune du numérique et des réseaux sociaux, comme l'a montré le chapitre précédent.

## Définition de l'EMI

L'objectif de l'EMI est de « former des citoyens libres et éclairés ». La loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de juillet 2013 précise : « *L'éducation aux médias initie les élèves à l'usage raisonné des différents types de médias et les sensibilise aux enjeux sociétaux et de connaissance qui sont liés à cet usage* ».

Ce qu'est l'Éducation aux médias et à l'information aujourd'hui en France est bien défini dans le BO n°4 du 27 janvier 2022<sup>32</sup> : « Une nouvelle dynamique pour l'éducation aux médias et à l'information ».

Enjeux : « L'objectif d'une éducation aux médias et à l'information est de permettre aux élèves d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication, de former des citoyens éclairés et responsables, capables de s'informer de manière autonome en exerçant leur esprit critique ».

Position de la communauté éducative : « La communauté éducative s'est fortement exprimée lors des états généraux du numérique pour l'éducation à travers la proposition n°12 « développer la citoyenneté numérique et renforcer l'éducation aux médias et à l'information en s'appuyant sur le CLEMI » ».

Aux termes de cette définition, il est clair que l'EMI cible les « élèves », et que si le terme d'éducation s'est imposé, c'est sans doute qu'il s'agit avant tout d'un dispositif de l'Éducation nationale.

<sup>32</sup> NOR : MENE2202370C, Circulaire du 24-1-2022, <https://www.Éducation.gouv.fr/bo/22/Hebdo4/MENE2202370C.htm>

## La filière de l'EMI en France

De fait, la filière et les ressources en appui sont bien structurées en France : il existe une discipline scientifique d'appui qui sont les sciences de l'information et de la communication (discipline qui n'existe qu'en France, section 71 du Conseil National des Universités). Il y a donc un corps existant de chercheurs et d'enseignants-chercheurs qui s'emploient à faire progresser la connaissance dans le domaine et à la transmettre. On peut remarquer au passage que cette discipline assure également le pilotage de la plupart des formations universitaires et/ou écoles de journalisme reconnues par la profession, sauf peut-être celle de Sciences Po Paris qui, comme son nom l'indique, relève davantage des sciences politiques.

Il existe également un CAPES de documentation et des masters au sein des INSPE (Instituts Nationaux Supérieurs du Professorat et de l'Éducation, masters MEEF Métiers de l'Éducation et de la Formation parcours information-documentation) pour les professeurs documentalistes qui sont les principales chevilles ouvrières de la mise en œuvre de l'EMI<sup>33</sup>. Il existe également une École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, l'ENSSIB à Lyon<sup>34</sup>.

Enfin, le CLEMI, Centre de Liaison pour l'Éducation aux Médias et à l'Information, est l'opérateur public chargé de ces questions pour le ministère de l'Éducation nationale. L'organisme fêtera ses quarante ans cette année, ce qui témoigne de l'engagement de longue date de la France sur ce sujet. En tous cas, en préambule, Divina Frau-Meigs, directrice du CLEMI en 2014-2015, rappelle que la France a été pionnière dans le domaine de l'éducation aux médias, dans la lignée de la pensée des Droits de l'Homme.

## Le CLEMI

Le CLEMI<sup>35</sup>, Centre de Liaison pour l'Éducation aux Médias et à l'Information, est rattaché au réseau Canopé. Il est doté d'un conseil d'orientation et de perfectionnement (COP, où siège une pluralité de médias représentatifs du secteur) qui fixe les missions du CLEMI, ses orientations stratégiques et réunit les partenaires. C'est toutefois la DGESCO<sup>36</sup> qui fixe la politique ministérielle du CLEMI.

Comme l'a indiqué en entretien le Ministère de l'Éducation Nationale qui est sa tutelle, sa feuille de route n'a pas varié et ses objectifs sont clairement établis : il s'agit de former les élèves à l'esprit critique et à l'outil numérique avec plusieurs axes directeurs :

- les « valeurs de la République », centrées sur la laïcité et la lutte contre le complotisme ;
- les réseaux sociaux et l'économie des médias, les influenceurs, l'économie numérique, etc. ;
- les actions et problématiques liées à l'interdisciplinarité et qui vont se raccrocher à des thématiques d'actualité, par exemple la guerre en Ukraine, à la fois en tant qu'événement et sur l'axe « comment parler à mes élèves d'une actualité angoissante ? » notamment dans des classes qui accueillent des élèves Ukrainiens ;
- le sujet des fake news, mais pour lequel il faut faire preuve de prudence pour ne pas louper le coche vis-à-vis des élèves : dire « cette info n'est pas vraie car moi le sachant je vais vous dire pourquoi », dans certains contextes ou pour certaines populations, ça ne marche pas, car les fake news prospèrent en jouant sur l'émotion. Les enseignants doivent y être formés et si on n'intègre pas la connaissance fine des réseaux sociaux, des influenceurs, et de leur mode de fonctionnement, on loupe le coche. C'est plus complexe qu'un simple « vrai/faux ».

« Concrètement, l'enseignement de l'EMI consiste à forger l'esprit critique en distinguant les faits et leurs représentations. Un travail d'EMI peut être un travail portant par exemple sur un fait de départ et on va en

---

<sup>33</sup> <https://www.reseau-inspe.fr>

<sup>34</sup> <https://www.enssib.fr>

<sup>35</sup> <https://www.clemi.fr>

<sup>36</sup> [Direction Générale de l'Enseignement Scolaire](#)

présenter l'ensemble des traitements journalistiques sans juger de telle ou telle valeur. Les enseignements consistent aussi à forger le regard, par exemple par la création de journaux scolaires ». DGESCO, Ministère de l'Éducation Nationale, table ronde n°1.

Les missions du CLEMI n'ont cessé d'évoluer. Néanmoins, on peut identifier trois pans majeurs de son activité : il produit et diffuse des ressources de référence (voir par exemple *Les essentiels. Éducation aux médias et à l'information*), il impulse des actions de formation initiale et continue, et il organise des événements (telle *La Semaine de la presse et des médias dans l'École®*), des dispositifs (lors de la *Fête de la science* par exemple) et concours (*Concours ARTE-CLEMI Reportage*).

Lors de la première table ronde, son ministère de tutelle a confirmé et précisé les volets principaux de ses missions qui sont la formation, l'édition et la diffusion des ressources, et l'organisation de manifestations événementielles :

- Le CLEMI agit sur la formation des formateurs et la production de ressources utilisées par les professeurs.
- Le CLEMI fait de la médiation de ressources, en les élaborant et les faisant connaître aux enseignants et professionnels qui interviennent.
- Il développe le système des compétences numériques « PIX », obligatoire en 1ère/Terminale, qui permet à l'élève de se construire une citoyenneté numérique.
- Le Parcours « PIX » permet également aux enseignants de se mettre en accord avec les pratiques des élèves et d'avoir accès à différentes ressources.
- Il fait des ateliers dans les départements.
- Il organise *La Semaine de la presse et des médias dans l'École*



De façon convergente, à propos de ses missions générales, le site du CLEMI reprend ainsi :

Le CLEMI est chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif. L'éducation aux médias et à l'information (EMI) permet aux élèves d'apprendre à lire, à décrypter l'information et l'image, à aiguiser leur esprit critique, à se forger une opinion, compétences essentielles pour exercer une citoyenneté éclairée et responsable en démocratie. L'EMI a également pour objectif d'accompagner la parole des élèves dans le cadre scolaire, pour les former à la responsabilité et à l'exercice de la liberté d'expression. L'essentiel de la formation de terrain, formation initiale et formation continue en éducation aux médias et à l'information, est pris en charge par les académies.

*La Semaine de la presse et des médias dans l'École* est un événement annuel organisé par le CLEMI. Les chiffres annoncés par la Ministère de l'Éducation Nationale sont les suivants : il rassemble plus de 1800 partenaires qui interviennent dans les classes et touche près de 5 millions d'élèves. L'objectif est décrit ainsi sur le site du CLEMI :

*La Semaine de la presse et des médias dans l'École®* a pour objectif d'aider les élèves, de la maternelle au lycée, à comprendre et décrypter l'univers des médias, apprendre à vérifier les sources et l'information, développer leur goût pour l'actualité et se forger leur identité de citoyen.

Le concours *ARTE-CLEMI Reportage* est également une initiative originale pilotée par le CLEMI, dont témoigne la page Web suivante<sup>37</sup> :

27 Septembre 2022

Encore quelques semaines pour s'inscrire au concours *ARTE-CLEMI Reportage*. Il s'agit pour les collégiens et lycéens, individuellement ou en groupe, de monter un reportage de deux à trois minutes à partir des images

<sup>37</sup> [www.clemi.fr/fr/evenements/concours/arte-reportage/plus-dinfos-sur-le-concours-2023.html](http://www.clemi.fr/fr/evenements/concours/arte-reportage/plus-dinfos-sur-le-concours-2023.html)

ayant servi à la réalisation d'un sujet diffusé dans Arte Journal. Les enseignants inscrivent leurs élèves en ligne avant le 21 octobre 2022.

Nouveauté cette année avec 2 nouvelles catégories : un prix reportage d'antenne et un prix reportage réseaux sociaux.

La mobilisation du CLEMI sur la *Fête de la Science* est également récurrente, comme l'illustre par exemple ce post :

La 31<sup>e</sup> édition de la *Fête de la Science* se déroule du 7 au 17 octobre en métropole et du 10 au 27 novembre en outre-mer et à l'international sous le thème du changement climatique. Pour permettre à chacun de découvrir le monde des sciences, les femmes et les hommes qui font la science d'aujourd'hui, le CLEMI s'associe à l'opération en proposant une sélection de ressources et fiches pédagogiques mêlant éducation aux médias et à l'information et Sciences.

Pour autant, le développement récent des plateformes et médias en ligne lui a donné une actualité nouvelle, et a rendu plus nécessaire une éducation aux médias renforcée, qui ne se résume pas à la presse et aux médias historiques. Les évolutions des modes d'information impactent les modes de formation à l'EMI : depuis quelques mois, le souhait de renforcer les moyens dédiés à la formation s'est manifesté. Le CLEMI a suivi les évolutions techniques et s'est profondément renouvelé depuis 10 ans avec le numérique. Les enjeux de l'EMI eux-mêmes se sont transformés. Il s'agit désormais moins de la découverte du métier de la presse et du journalisme que de l'éducation au numérique et à l'appréhension des informations qui y circulent, et de la lutte contre les fake news. En outre, les professeurs sont « challengés » aujourd'hui face à des élèves qui s'informent via internet et qui croient que la vérité se juge au nombre de « like ».

## L'obligation scolaire d'EMI

Le Professeur Divina Frau-Meigs rappelle qu'historiquement, le parcours citoyen créé en 2015, suite aux attentats contre *Charlie Hebdo*, était censé avoir deux piliers : Éducation Morale et Civique (EMC) et EMI. Mais l'EMC tend à l'emporter, avec les professeurs d'histoire et la transformation de l'éducation morale et civique en « enseignement » avec 1 heure par semaine dédiée. Ce n'est pas le cas pour l'EMI, il y a donc déséquilibre entre les deux piliers. Quant au lien à l'Éducation artistique et culturelle (EAC), il n'est pas formalisé, donc laissé à la bonne volonté des enseignants.

C'est au collège, en cycle 4, que l'ossature de l'EMI est la plus concrète. Elle est comprise dans le socle commun. D'après le ministère de l'éducation nationale, l'EMI existe dans le 1<sup>er</sup> degré, mais plus l'enfant est jeune plus son rapport à l'information est difficile à construire car la frontière entre réalité et fiction est encore compliquée pour lui.

La circulaire déjà mobilisée du BO n°4 du 27 janvier 2022<sup>38</sup> précise l'obligation scolaire d'EMI et sa mise en œuvre :

Méthode : « Cette éducation, visant à comprendre la fabrication et la diffusion d'une information, passe par la connaissance et l'utilisation des médias (télévision, radio, presse écrite, web, réseaux sociaux) d'une part, et par la mise pratique des élèves d'autre part ».

Mise en œuvre : « Transversal, l'apprentissage des médias et de l'information se déploie tout au long de la scolarité, du cycle 2 au lycée, dans tous les enseignements, notamment par le biais des professeurs documentalistes. Le nouvel enseignement obligatoire en classe de seconde générale et technologiques Sciences numériques et technologie donne notamment un nouveau cadre propice à l'EMI. L'EMI s'appuie également sur des actions éducatives, des dispositifs et des interventions de professionnels, par exemple lors de *La Semaine de la presse et des médias dans l'École* pilotée par le CLEMI ».

<sup>38</sup> NOR : MENE2202370C, Circulaire du 24-1-2022, <https://www.Éducation.gouv.fr/bo/22/Hebdo4/MENE2202370C.htm>



La circulaire précise en outre la dimension transversale invoquée :

L'EMI s'inscrit dans :

- **le socle commun de connaissances, de compétences et de culture** : utiliser de façon réfléchie différents outils de recherche et confronter les sources pour valider un contenu ; identifier les différents médias, en connaître la nature, en comprendre les enjeux et le fonctionnement général ; utiliser avec discernement les outils numériques de communication et d'information en respectant les règles sociales de leur usage et toutes leurs potentialités pour apprendre et travailler ; traiter les informations, les organiser pour en faire des objets de connaissance ;
- **le parcours citoyen** : l'EMI est liée au travail d'analyse des représentations stéréotypées, des discours de haine, de la désinformation/de la mauvaise information ; elle rejoint des enjeux d'éducation à la responsabilité, individuelle et collective, et se déploie dans un monde marqué par l'omniprésence du numérique et l'accès facilité à des contenus non vérifiés, notamment sur des sujets en lien avec les sciences et le développement durable ;
- **le parcours d'éducation artistique et culturelle** : l'EMI permet de travailler sur la contextualisation, la question du point de vue, l'altérité, l'expression d'un regard singulier, les langages, la représentation du monde et la manière dont une création transmet des idées et suscite des émotions. L'EMI s'inscrit dans l'axe prioritaire « Développer son esprit critique » de la feuille de route « Réussir le 100% éducation artistique et culturelle » des ministères en charge de l'éducation et de la culture..

De par cette implantation transversale, l'EMI relève également du ministère de la Culture, par le biais de la délégation générale à la transmission, aux territoires et à la démocratie culturelle. Le ministère de la Culture dit travailler en temps réel avec l'éducation nationale et le CLEMI sur le sujet. Mais au-delà du scolaire, le Bureau des temps de la vie pense le levier de la culture à tous les âges. Il intègre l'EMI dans l'éducation culturelle et artistique pour tous les âges et dans toutes les compétences. Au niveau national, le ministère travaille avec différents types d'acteurs dans 3 secteurs principaux : le secteur éducatif, le secteur culturel (dont les bibliothèques), le secteur scientifique. Il insiste sur le fait que les acteurs scientifiques jouent un rôle absolument majeur. Au niveau déconcentré, le ministère est en lien permanent avec le temps scolaire mais travaille aussi avec les résidences de journalistes, radios et/ou médias de proximité (qui interviennent dans des écoles, des EHPAD). Il met en place des formations durant les vacances pour ceux qui ne partent pas. Le lien est aussi très fort avec les DRAC dans les territoires. Les objectifs assignés à l'EMI par le ministère de la Culture diffèrent de ceux de l'éducation nationale dans ses ambitions :

- Sa volonté est de partir des territoires et des citoyens.
- L'accès à la vie culturelle et l'éducation artistique se joue très jeune. Sa volonté est de développer l'esprit critique dès le plus jeune âge.
- Les attentats ont déclenché une véritable prise de conscience de l'importance de l'EMI dans l'action culturelle. Le ministère souhaite ainsi intégrer l'EMI à l'éducation culturelle en général.
- L'intégration de la dimension numérique au sein des ateliers est importante.

## Faiblesses du dispositif actuel d'EMI

Sur le papier, le dispositif est parfait. L'EMI est à la fois du ressort de l'éducation et de la culture. De plus, il est clair que la maîtrise de l'information ne doit pas être perçue comme cantonnée dans une case à part. Elle intervient partout : quand l'élève doit préparer un dossier, dans une pédagogie par problème où il doit aller chercher lui-même les ressources qui lui sont nécessaires, quand il explore la documentation ou les archives... La transversalité s'impose. Mais les difficultés de mise en œuvre d'un dispositif parfait se nichent souvent dans les détails.

L'EMI souffre de deux faiblesses. La première est d'être réparti entre divers intervenants, sans attribution bien définie, et sans obligations précises. Le texte officiel notifie bien : « l'apprentissage [...] se déploie [...] notamment par le biais des professeurs documentalistes ». Ce « notamment » brouille la dévolution claire de la responsabilité aux documentalistes. Et tous les professeurs disciplinaires doivent déjà assumer un programme très lourd. De ce fait, chacun peut se défausser sur les autres, en arguant que son propre programme est déjà très chargé – ce qui est vrai et n'est pas seulement une excuse – et qu'il n'a pas le temps de traiter des ajouts « supplémentaires ».

« Qui est en charge de ça ? Si c'est tout le monde, en fait, c'est personne ». Verbatim, audition n°2.

La deuxième faiblesse est que les documentalistes n'ont pas le statut de professeur au même titre que les autres. C'est dévalorisant pour eux. En plus, ils doivent « s'arranger avec les profs », ce qui n'est pas simple.

« Concernant l'articulation concrète de l'EMI avec le parcours citoyen et l'éducation artistique et culturelle, les troisièmes par exemple préparent un oral. Ils doivent trouver leur sujet et sont encadrés par un référent, dans un des parcours : citoyenneté, santé, culture/artistique ou avenir/orientation. L'idéal serait de faire de l'EMI dans chacun des parcours. Mais ce n'est pas le cas. C'est un travail d'équipe difficile à formaliser, difficile à faire rentrer dans les obligations. Ça marche, ou pas (...) Concrètement, l'EMI fait partie du programme. Mais ça dépend du bon vouloir des équipes. Il n'y a aucune obligation dans les faits. En réalité, on fait ce qu'on peut avec ce qu'on a ». Verbatim, audition n°1.

Il est également possible de s'affranchir de l'obligation à faire de l'Éducation aux médias et à l'information dans leurs formes contemporaines en restant sur les « vieux médias du siècle dernier », sans aborder le Web et les réseaux sociaux. Ce n'est pas une défaillance des enseignants. Plusieurs raisons justifient ces formes d'évitement. La première, la plus forte, est la crainte de représailles depuis l'assassinat de Samuel Paty. Aborder l'actualité « chaude » ou polémique est ainsi exclus d'office. Divina Frau-Meigs évoque un véritable « syndrome Paty », qui fait que, depuis l'attentat, les professeurs sont marqués et ont peur d'aborder certains sujets sensibles en classe.

« L'EMI est une toute petite partie des programmes de lycée. Du coup, les enseignants ne s'engagent pas car ils ne sont pas formés. Et puis depuis l'assassinat de Samuel Paty, les enseignants ont peur. Ils sont confrontés à beaucoup d'opposition de la part des parents d'élèves [...] L'école, elle n'a pas d'arme contre ça. Du coup, les médias et les sujets qu'on peut traiter, c'est ceux du siècle dernier [...] Donc, pour ce qui est des médias, la documentaliste fait venir un journaliste. Mais elle voit avec lui les sujets : rien en rapport avec l'actualité pressante ». Verbatim, audition n°3.

Certains évitent aussi les réseaux sociaux, le Web, et les nouveaux médias, car ils se sentent moins compétents que leurs élèves eux-mêmes sur ces outils. Il est alors plus simple de rester sur les médias traditionnels, mieux maîtrisés par les enseignants, mais très peu fréquentés par les jeunes (comme indiqué au chapitre précédent, 2% des jeunes de moins de 35 ans lisent la presse, 66% s'informent prioritairement sur Internet via leur smartphone contre 25% qui restent fidèles à la télévision). Il en résulte un enseignement totalement déconnecté de leurs pratiques quotidiennes.

« Enfin, il y a beaucoup de collègues qui s'affranchissent de leur obligation de faire de l'EMI en se limitant aux médias anciens et classiques : presse essentiellement, que les jeunes (et leurs familles) ne lisent pas ». Verbatim, audition n°1.

## Les actions éducatives d'EMI

Le texte légal ouvre la porte à des « actions éducatives, des dispositifs ou des interventions de professionnels ». C'est extrêmement bénéfique au plan de l'apprentissage, car le changement d'interlocuteurs, ou le changement de cadre ancre la dimension citoyenne et pas seulement éducative de l'EMI. « Changer d'air » ne peut que faire du bien. Certains interlocuteurs ont évoqué un « côté fun ». Mais cela ouvre une faille qui permet aussi de s'affranchir de l'obligation d'EMI en faisant ponctuellement appel à des intervenants extérieurs (journalistes, policiers, artistes) sans que la discipline rentre en tant que telle dans les obligations scolaires.

« Chez nous par exemple, des policiers viennent parler de cybercriminalité : 1H en sixième et en cinquième. Le formateur est un policier antidrogue qui est aux stupés et travaille sur les réseaux sociaux. J'ai aussi une compagnie théâtrale, la compagnie Mauberti, qui est venue jouer ici une pièce de théâtre, *Une proie facile*. Très bien, ça a bien marché. Et c'est pris en charge par l'académie ». Verbatim, audition n°2.

En termes de méthode et d'organisation du temps en classe, leur intervention est bien encadrée et sécurisée. Le ministère de l'Éducation Nationale nous a ainsi indiqué : « Sur le déroulement des interventions de professionnels, c'est l'établissement qui fixe la commande via le professeur ou le chef d'établissement qui définit le besoin, indique l'âge des élèves et repositionne l'intervention dans ce qui a déjà été fait. Le professeur ensuite reçoit l'intervenant et doit toujours être dans la classe, l'intervenant ne pouvant pas parler aux élèves sans la présence

du professeur. L'exercice est donc défini et cadré par l'établissement ». Le ministère de la Culture souligne pour sa part la méthode des agréments qu'il a mise en place. Tout artiste, et plus généralement toute personne qui intervient dans une école, n'intervient jamais seul avec des élèves. Des agréments au niveau national existent avec des associations agréées. Une association locale peut intervenir dans un établissement via un agrément académique. L'association de journalistes *La Chance* confirme que : « Les interventions sont co-construites avec les enseignants, qui s'appuient beaucoup sur les intervenants pour traiter des sujets qu'il est impossible d'aborder en cours ».

En outre, il est impératif que ces acteurs extérieurs soient préalablement formés à intervenir auprès des jeunes. C'est un apprentissage exigeant. L'engagement citoyen et/ou la bonne volonté ne suffisent pas.

« Par exemple, les séances avec un policier qui vient en classe pour faire de la morale, c'est compliqué. Surtout que les policiers, ils disent : « il ne faut pas aller sur tel site ». Vous dites ça à des ados, le premier truc qu'ils font, c'est d'aller voir ! Une solution, c'est la classe inversée ou la classe renversée, pour qu'ils soient acteurs de l'apprentissage, comme ils sont acteurs avec leur smartphone. Les expos itinérantes, c'est une très bonne solution aussi ». Verbatim, audition n°1.

## Une pédagogie exigeante

D'où la nécessité d'une pédagogie adaptée à un sujet qui requiert un doigté particulier. Divers écueils sont à éviter à toute force. Pas de caractère surplombant à cet enseignement. Pas le moindre jugement moral. Pas d'intervention qui pourrait être perçue comme une tentative d'imposer un discours officiel.

« Les élèves ne prennent pas l'EMI comme un enseignement surplombant ou la tentative d'imposer un discours officiel, quand c'est bien traité. Il faut bien le traiter. Il faut commencer par : « je n'ai rien à vous apprendre, vous êtes plus forts que moi. Et moi je suis à X heures sur mon smartphone par jour [...] je ne vais pas vous juger ». Il ne faut pas être moralisateur. Il faut une réflexion profonde sur la façon de faire passer le message ». Verbatim, audition n°1.

Les associations de journalistes plaident également pour une pédagogie qui parte des usages réels et quotidiens des jeunes. Ainsi l'association *Entre les lignes* nous dit : « Il est nécessaire de leur donner le goût de l'information. Il faut leur donner des réflexes (trouver les sources, se poser les 5 *W-questions*) et des outils (pour repérer le détournement d'image, vérifier les vidéos...) ». D'expérience, ils notent d'ailleurs la faible quantité d'affaires ou de sujets qui intéressent les jeunes lors des interventions (uniquement Mila, Ouighours...). Les réseaux sociaux les enferment dans des sortes de bulles, par rapport à la masse des sujets traités par les médias traditionnels. Il faut parvenir à ouvrir ces jeunes à d'autres sujets. Selon eux : « Les sujets qui passionnent les jeunes sont mal traités par les médias traditionnels, qui sont en retard et qui n'arrivent par conséquent pas à toucher les jeunes (exemple affaire Mila, où les médias arrivent après le buzz des réseaux). Il faut une autocritique des acteurs pour réduire le fossé entre médias traditionnels et habitudes des jeunes, en partant de leurs usages ».

De son côté, *Dessinez Créez Liberté*, association d'éducation aux médias, au dessin de presse et à la citoyenneté fondée par *Charlie Hebdo* et *SOS Racisme* au lendemain des attentats de janvier 2015, est née d'une nécessité : initier la jeunesse au dessin de presse – en particulier à la satire et la caricature – et offrir au plus grand nombre (enseignants, animateurs jeunesse, bibliothécaires, éducateurs, personnel pénitentiaire, etc.) des outils pédagogiques originaux pour ouvrir les débats et aborder les thématiques qui font l'actualité et agitent la société. « Sans tabou, sans démagogie ni frilosité intellectuelle ». L'association intervient en classe dès le CM2 et dans d'autres structures, avec des interventions courtes mais aussi un travail dans la longueur. Ils nous ont dit observer que les élèves ne retiennent que ce qui les choque : il est très important de leur rappeler les faits (pour Samuel Paty, pour Mila...). « La presse est très abstraite pour les jeunes. Ils ne savent pas ce que c'est. Certains disent ne pas s'informer car d'autres le font pour eux. Le but n'est pas de convaincre (par exemple sur *Charlie hebdo*) mais de leur faire se poser des questions. C'est la répétition qui fonctionne, sur plusieurs mois ou semaines ».

L'association *Lumières sur l'info* est née également après les attentats. Le constat de départ, déjà mentionné dans plusieurs entretiens, est qu'il est impossible de parler de certains sujets au sein des classes. De là est née l'idée d'aller dans les écoles et de se baser sur les sources d'informations des élèves eux-mêmes. Si les intervenants

partent de leurs propres informations, elles ne sont pas crues. Il faut partir des élèves et de leurs usages. Les intervenants expliquent le métier de journaliste, racontent leurs expériences de terrain, insistent sur la différence info/opinion, sur ce qu'est une source. Les élèves sont invités par petits groupes à recueillir une information qui les a marqués sur leurs supports d'information habituels, à travailler ensuite sur les sources, et à confronter ce travail avec le journaliste. Sur le terrain, les intervenants de l'association observent la construction de discours logiques à partir de fake news et tentent de provoquer des déclics, de faire changer d'avis. Ils développent enfin une activité sur les réseaux sociaux : ils ont formé deux jeunes pour qu'ils expliquent eux-mêmes les coulisses de l'information. Cela permet de démystifier efficacement certains thèmes, quand c'est fait par les jeunes eux-mêmes pour les jeunes. De jeune à jeune, ça passe mieux. C'est un travail long sur les réseaux sociaux. En suivant ce chemin, ils sont optimistes sur leur capacité à convaincre. « Pour être efficaces, il faut sortir du système clos des théories du complot. Il s'agit de faire que les jeunes remontent les sources d'informations et découvrent les buts de leurs auteurs. Les jeunes doivent faire le chemin eux-mêmes : on ne doit pas leur donner d'argument d'autorité sur la véracité des informations, ni être donneurs de leçons. Les élèves arrivent très bien aux bonnes conclusions par ce chemin-là ».

## Des ressources foisonnantes

« L'enjeu des ressources pour l'EMI n'est pas tant celui d'un manque que d'une profusion des productions existantes émanant d'horizons multiples », selon les auteurs du rapport « Renforcer l'éducation aux médias et à l'information et la citoyenneté numérique » remis au ministre de l'Éducation nationale, de la jeunesse et des sports en mai 2021. Une simple recherche sur Internet montre l'abondance des ressources institutionnelles, associatives et universitaires à vocation pédagogique.

L'opérateur public de référence, le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI) est en première ligne pour offrir aux personnels de l'éducation nationale, aux animateurs et aux journalistes des ressources utiles au regard de cette matière composite et complexe qu'est l'EMI. Mais il existe en parallèle une multiplicité de ressources d'origines diverses, gratuites et accessibles, à la disposition de tous les publics. Vadémécum, brochures, vidéos, documentaires, reportages, livrets pédagogiques, jeux vidéo, parcours de formations sont autant de ressources, à la disposition de tous les « médiateurs » de cette discipline. La nécessité de diffuser largement des outils collectifs étant partagée par tous, notons que se développe également une offre privée de contenus. C'est le cas de *Spicee educ*<sup>39</sup>, « une ressource numérique pour l'éducation aux médias et pour la lutte contre la désinformation ». *Spicee educ* résulte de deux constats : la désinformation et le complotisme sapent les piliers du débat collectif et de la démocratie, et les jeunes sont particulièrement perméables à ces contenus mensongers car ils ont moins de références culturelles et parce que ces contenus circulent de façon exponentielle sur les réseaux sociaux, leur principale source d'information. D'où la mise en place de l'outil proposé par *Spicee* : une plateforme de streaming, accessible par abonnement sur plusieurs canaux dont Canopé, qui contient des documentaires accompagnés de leur fiche explicative, le tout organisé de façon pédagogique.

Face à cette profusion, il faut cependant résister à la tentation de formuler le reproche simpliste d'un foisonnement de ressources qui nuirait à leur accessibilité ; ce serait un comble quand on sait que l'on reproche au monde numérique contemporain la surinformation et l'absence de hiérarchisation des médias de masse.

Les expositions sur la désinformation et les fake news se multiplient également. Les accueillir dans les établissements vient compléter les dispositions éducatives déjà en place. Leur présence dans les lieux publics, les établissements recevant du public (cinémas, bibliothèques, salles de spectacle, théâtres, opéras...) multiplie leur impact. Quelques panneaux sont utiles pour « relayer » la problématique, comme on le voit ci-dessous avec l'exposition Fake News de Marcq-en-Baroeul (photo personnelle, 4 mars 2023).

---

<sup>39</sup> Jean-Bernard Schmidt est le co-fondateur et Directeur général de *Spicee*.



## Des acteurs pléthoriques

Il ressort des auditions que, s'il y a tant de ressources, c'est que les organismes s'étant emparés du sujet sont également pléthoriques. L'Éducation nationale a été parmi les premières à s'en préoccuper, mais toutes les institutions à vocation culturelle (Bibliothèque nationale de France, Bibliothèque publique d'information, bibliothèques municipales, départementales ou associatives, centres sociaux etc.) ont développé des initiatives dans ce champ, tout comme les associations d'éducation populaire, les radios associatives, les centres d'information jeunesse... A tel point qu'il est difficile de les citer tous !

Les médias traditionnels – tels que la presse et les chaînes de radio et de télévision – se mobilisent également sur la question. L'association Reporters sans Frontières (RSF), association de défense du journalisme, confirme que l'audiovisuel et la presse elle-même ont un rôle à jouer envers leurs publics. L'association a mené cette expérience de traverser la France avec un bus, en 20 étapes.

- ✓ **FACEBOOK** : La limite est de 63205 caractères.
- ✓ **INSTAGRAM** : Son nombre maximum de caractères est de 2200.
- ✓ **TWITTER** : offre une limite de 280 caractères.
- ✓ **TIKTOK** : la limite est de 150 caractères dans les publications.
- ✓ **YOUTUBE** : la limite est de 5000 caractères pour la description vidéo.
- ✓ **LINKEDIN** : la limite est de 1300 caractères.
- ✓ **TWITCH** : la limite est de 300 caractères dans la biographie de ta chaîne.
- ✓ **GOOGLE MY BUSINESS PUBLICATIONS** : la limite est de 1500 caractères pour les publications.

La presse écrite, les éditeurs de presse et toute la filière presse restent en effet un modèle de référence en termes d'excellence des contenus et du travail effectué : qualité des productions, profondeur, actualité et précision des enquêtes, présence de dossiers riches et documentés, sujets éducatifs et culturels très peu traités par ailleurs, rôle historique joué par les titres phares dans le temps, ... Tous les indicateurs attestent que la presse demeure un acteur

incontournable. La presse écrite offre l'un des rares espaces où peut encore se déployer en format long une analyse de qualité relayant un monde et des phénomènes eux-mêmes complexes. A comparer avec les 180 caractères d'un post *Twitter*, ou pire encore les 150 caractères sur *TikTok* qui, de fait, imposent la brièveté et donc la simplification et le raccourci.

Par exemple, côté groupes de presse, La Voix du Nord a créé en 2019 *Ta Voix*, média numérique régional des ados. Son objectif est de mettre en avant la parole des ados et de leur offrir un espace où s'exprimer. *Ta Voix* diffuse essentiellement des vidéos et stories d'actu sur les réseaux sociaux, là où les jeunes sont, c'est-à-dire sur *Instagram*, *Snapchat*, *Youtube*, *Facebook* et *TikTok*. Le media offre également chaque jour une compilation des articles de La Voix du Nord qui concernent les jeunes, sur une page web dédiée. Une page web est également consacrée à toute la production destinée aux jeunes. L'ensemble de ces contenus sont en accès libre. Pour renforcer son action dans l'éducation aux médias, La Voix du Nord a également lancé, en septembre 2020, *Ta Voix #Creator*, « l'outil des ados pour créer l'info ». Avec *Ta Voix #Creator*, des journalistes professionnels de La Voix du Nord interviennent auprès de jeunes pour les sensibiliser à ce qu'est l'information et les mettre en situation de produire eux-mêmes des contenus journalistiques. Ce dispositif est proposé dans les collèges et lycées, mais aussi dans les lieux que fréquentent les jeunes : centres sociaux, accueil de loisirs, associations... Les productions des ados sont publiées en ligne et peuvent être publiées dans les éditions locales de La Voix du Nord. Différentes prestations de *Ta Voix #Creator* sont proposées aujourd'hui via le pass culture (plus d'une quarantaine de pass réalisés ou programmés durant cette année scolaire). Le projet a décroché l'an dernier le prix EMI aux Assises du journalisme de Tours. Dans le cadre de *La Semaine de la presse et des médias dans l'École*, La Voix du Nord propose depuis 2019 un *Marathon de la presse* dans chacune des 17 éditions de La Voix du Nord avec des publications web et papier le même jour. En une journée, au cours de la semaine de la presse, une classe de collège (ou un groupe d'élèves), encadrée par un journaliste, doit réaliser le contenu d'une page du journal avec photos et vidéos sur la thématique de son choix. Les reportages réalisés sont publiés sur le web et le papier de chacune des locales le vendredi qui clôt la semaine de la presse et des médias. Enfin, le dispositif *Journalistes en herbe* en est à sa 11<sup>ème</sup> édition. Le principe : chaque classe, accompagnée par un journaliste, publie un reportage dans les pages locales de son édition. Les parutions s'échelonnent durant six semaines. La famille de chacun des élèves est abonnée gratuitement à La Voix du Nord durant six mois. Une action liée à la prévention de l'illettrisme et à la maîtrise de la langue accompagne l'opération. Jusqu'en 2019, seuls des écoliers (CM1-CM2 surtout) et des collégiens de 6<sup>e</sup> participaient à l'opération. Depuis 2020, des jeunes de lycées professionnels sont également concernés. Cette année, ce sont 575 élèves qui participent à l'opération.

Du côté des radios, les représentants de Radio France ont affirmé que l'éducation aux médias est une conviction portée par eux depuis plus de 15 ans. Radio France travaille avec le CLEMI depuis des années. Le tournant véritable s'est opéré en 2015, suite à la vague d'attentats. Quatre dispositifs sont aujourd'hui en place :

- sur France inter : dispositif *InterClass'* dans une vingtaine de territoires – investissement lourd dans des quartiers prioritaires, établissements spécialisés, et zones rurales. Ce sont souvent des aventures humaines très marquantes pour les journalistes. L'éducation aux médias doit passer par le relais numérique. *Interclass'* est donc décliné sur une plateforme numérique, *InterClass'Up*, pour que les enseignants, journalistes et élèves puissent se saisir d'*InterClass'* partout en France et le déployer dans plus de classes et de lieux.
- sur France Info : formats radios et audios à destination des plus jeunes (ex : *France info junior*, *Le vrai du faux junior*).
- sur France bleu : dispositifs sur le territoire, *France Bleu Classe Média*, le dispositif d'éducation aux médias de France Bleu.
- sur Le Mou : deux dispositifs, 1) *Pod'classe* : concours de podcasts ouverts à tous les établissements, en association avec le ministère de l'éducation sur le développement des web radios et 2) dispositifs « *Parlons vrai* » rencontres sur tout le territoire après la crise des gilets jaunes.

Au total, ce sont aujourd'hui entre 150 et 200 journalistes de Radio France qui sont impliqués par an. 3 500 élèves participent chaque année à des ateliers de découverte des médias qui permettent de renforcer la confiance entre les journalistes et les jeunes. L'idée qui guide cette action est que l'éducation aux médias doit se faire par le contact humain direct, et que cela rentre de plus en plus dans les missions des journalistes qui doivent apprendre à informer autrement. Ainsi, le médiateur de Radio France est une personne qui relaie les avis des auditeurs et remonte ensuite ces avis auprès des rédactions : l'information ne ruisselle plus seulement verticalement, de l'émetteur vers l'auditeur. En termes d'appui financier, certaines rédactions sont parfois amenées à recruter des

CDD<sup>40</sup> pour remplacer des journalistes qui sont mobilisés sur une mission EMI. Radio France multiplie aussi les partenariats, avec des écoles de journalisme, des radios associatives, des professeurs des écoles collèges et lycées, des anciens journalistes. Ils sont en effet convaincus de la nécessité d'une approche territoriale de ces questions, et mettent en avant l'intérêt de rassembler tous les acteurs.



Toujours pour la radio, le syndicat national des radios libres met en avant que la préoccupation de lier le monde des médias et le monde de l'éducation n'est pas quelque chose de nouveau. L'implication de professionnels répond à la volonté qui s'affirme dans les jeunes générations d'apprendre par le faire, au besoin d'accéder aux outils et d'être projetés dans des situations de réalisation. Dans ces conditions « du réel », il est possible de faire passer des valeurs de déontologie, le sens de la responsabilité face à l'irresponsabilité véhiculée par des flux douteux ou par les réseaux sociaux. En outre, il faut une déclinaison déconcentrée de l'éducation aux médias. Les radios interviennent auprès de tous les établissements, mais également auprès des centres sociaux ou de la Caisse d'Allocations Familiales<sup>41</sup>.

Pour ce qui est des télévisions, M6 se dit engagé depuis des années car c'est un sujet d'importance pour eux depuis le début. M6 met en avant, parmi d'autres, les exemples suivants :

- l'émission E=M6 dans son ensemble ;
- les journaux d'information : rubriques « expliquez-nous » et « Infox » ;
- sur RTL : les podcasts Focus de décryptage de l'info ;
- les journées du patrimoine...

La chaîne M6 s'appuie sur l'ensemble des antennes pour diffuser des aspects très complémentaires. La chaîne Gulli entretient de son côté un lien très fort avec le CLEMI, et participe à la semaine de la presse et des médias. Une campagne a été lancée : intitulée « Fais Gaffe », elle consiste en vidéos d'une minute qui donnent la parole à des jeunes et qui sensibilisent les enfants aux usages des réseaux sociaux. Le but est de donner des clés dès l'enfance.

Le groupe France Télévisions est connu pour ses nombreuses interventions d'éducation aux médias. En octobre 2022 a par exemple été lancé le *Tour de France académique de l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté* en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse (MENJ), le CLEMI et le réseau académique. L'idée était de réunir 150 professeurs sur une journée de formation et de sensibilisation à l'éducation à l'image. Les journalistes leur expliquent les contraintes et comment ils travaillent. 8 tables rondes thématiques ont été organisées, ainsi que des débats avec des professionnels de l'éducation. Ont suivi le lendemain, une projection du documentaire sur la Rafle du Vel d'hiv avec plusieurs centaines d'élèves et leurs professeurs qui avaient suivi la formation, et des échanges avec l'équipe technique du film. Une opération similaire doit être renouvelée prochainement dans 5 autres académies. Désormais tous les recteurs veulent le développement de ce type d'opération chez eux. Les efforts se poursuivent avec d'autres opérations en direction des enseignants : mise en place de demi-journées de formation au siège de France TV tous les 15 jours ; mise en place de modules pédagogiques à usage des enseignants (plateforme *Lumni* enseignant), l'idée étant de pouvoir tous les professeurs en supports pédagogiques... Pour France Télévisions, c'est un vrai projet d'entreprise qui mobilise beaucoup d'intérêt et d'enthousiasme. Le dispositif est totalement co-construit avec le ministère de l'Éducation nationale, qui a fait montre d'un accueil très favorable et intéressé. Cette démarche de co-construction est essentielle du début à la fin, car elle assure le lien entre le journaliste et le professeur afin que les deux échangent opportunément et s'enrichissent mutuellement. L'offre de France Télévisions se décline sur d'autres actions :

<sup>40</sup> Contrats à Durée Déterminée.

<sup>41</sup> Qui a aussi une mission d'EMI !

- une offre éditoriale dédiée riche et diversifiée sur l'ensemble des antennes : émissions de décryptage et de pédagogie (*Vrai ou Fake*, *Chasseur de Fake*), cellule de vérification de l'information (*Les Révélateurs*), magazines avec des invités experts (*C dans l'air*, *C à vous*), séquences dédiées à la lutte contre les fake news et à la vérification de faits au sein des éditions d'information (*L'œil du 20h*).
- une offre à destination des enseignants et des élèves avec *Lumni*, le média éducatif des acteurs de l'audiovisuel public, piloté par France Télévisions et l'INA<sup>42</sup> avec l'appui du ministère de l'Éducation nationale et de ses partenaires (Centre pour l'éducation aux médias et à l'information et Réseau Canopé). Cette offre éducative, gratuite, vérifiée et sans publicité propose des séries et modules consacrés à l'EMI (ex : lancement en 2023 de *Resotutots*, tutoriels sur l'usage des réseaux sociaux à destination des collégiens et lycéens). Une rubrique consacrée à l'EMI sera prochainement créée dans l'espace *Lumni* dédié aux enseignants avec une trentaine de nouveaux modules pour donner aux enseignants des contenus pédagogiques à utiliser en classe et des méthodes d'animation des séquences d'EMI (fabrication de l'information, évaluation de l'information, analyse des images d'actualité...).
- #*vraiofake* est devenu, depuis fin 2022, le hashtag de référence de la lutte contre les fausses infos, pour sensibiliser, sur l'ensemble des antennes du groupe, à l'existence des fake news ainsi qu'au besoin de les identifier et de les dénoncer.

France Médias Monde se déclare aussi très engagé sur le sujet. Dans le cadre du Pacte pour la Jeunesse signé par toutes les entreprises de l'audiovisuel public avec l'État, France Médias Monde est devenu chef de file pour coordonner les actions d'EMI à l'échelle de l'audiovisuel public. Cet engagement a vocation à se renforcer dans le cadre des coopérations à l'échelle de tout le secteur, et pourrait par exemple passer par la constitution d'un vivier commun de journalistes intervenant dans les établissements scolaires. L'engagement propre à France Médias Monde pour l'EMI s'appuie sur les spécificités internationales du groupe, qui a la particularité d'offrir des ressources plurilingues (à partir du français et de 20 autres langues), de disposer d'un vivier de journalistes qui disposent, le plus souvent, d'une double-nationalité ou d'une double culture, et de rédactions délocalisées et un vivier de correspondants sur les 5 continents qui interviennent aussi auprès des établissements scolaires à l'étranger. France Médias Monde apporte sa signature internationale en contribuant notamment à la plateforme commune du service public, *Lumni*, qui rassemble les contenus et les offres à destination de la jeunesse. France 24 y met par exemple à disposition des publics son module « *Info ou Intox* », produit par la rédaction des Observateurs. Leur stratégie est très concentrée sur le développement de l'esprit critique et la lutte contre l'infox. Le groupe va dans les écoles (4 000 élèves ont pu bénéficier d'une intervention). Les enseignants visitent les locaux du groupe aussi et accèdent à plusieurs contenus. Les professeurs sont parfois démunis, du coup la mise à disposition de supports leur rend un grand service ; on peut citer par exemple l'émission *info/infoc*. France Médias Monde entretient également de grands liens avec le CLEMI. Sur le terrain, les interlocuteurs constatent une vraie défiance envers les médias traditionnels de la part des jeunes. Mais lors du contact direct, les élèves se montrent mobilisés et à l'écoute. C'est une matière qui passionne les élèves et qui susciterait facilement des vocations. De fait, les professeurs se sentent alors accompagnés. Pour France Médias Monde, l'éducation aux médias est une mission citoyenne et c'est un enjeu national. Elle ne va pas sans certaines difficultés néanmoins : les demandes de plus en plus importantes de la part des établissements font qu'ils ne savent plus comment prendre en charge cette politique volontariste ; et le travail global d'éducation aux médias devrait aller bien au-delà de ce qu'ils peuvent proposer.

Du côté de Altice Media (BFM TV, RMC et leurs déclinaisons), l'information étant une composante essentielle de l'offre délivrée par ses antennes, l'éducation à l'information est une préoccupation toute particulière pour le groupe qui entend éclairer le public sur la manière dont ses 700 journalistes travaillent pour offrir au public chaque jour une information fiable et de qualité. La transmission des savoir-faire, le décryptage des exigences journalistiques et la transparence des coulisses de l'information ont ainsi été au cœur des réflexions pour bâtir les premières actions pédagogiques du groupe. L'action d'Altice Media se décline autour de trois axes :

- 1) rencontres avec le public sur le terrain dans une volonté de transparence et de proximité. On peut citer sur cet axe le *Tour de France BFMTV & Vous* - rencontre d'un public composé d'une centaine de Français (lycéens, étudiants, actifs, retraités, tous âges, sexes et CSP représentés) pour échanger durant plus de 2h et répondre à toutes leurs questions sur les coulisses des métiers de l'information). Autre exemple sur ce même axe, un partenariat avec le CLEMI intitulé « Le Lien » permet des échanges entre des personnalités de l'antenne et des

<sup>42</sup> Institut National de l'Audiovisuel.



collégiens et lycéens, en visioconférence, pour expliquer les métiers, le fonctionnement des médias et répondre à toutes les questions des jeunes autour de la construction de l'information.

- 2) accueil de public dans les locaux du groupe Altice pour faire découvrir les métiers du secteur des médias et de l'information. Pour illustrer les différents formats de production (radio, télévision, web), des visites de rédaction, échanges et sessions sont organisés tout au long de l'année, et tout particulièrement à l'occasion de *La Semaine de la presse et des médias dans l'École*.

- 3) proposition de contenus adaptés aux nouveaux usages et à tous les publics. Face aux mutations des usages et l'accroissement de la consommation de l'information sur les réseaux sociaux, surtout chez les jeunes, de nouveaux formats digitaux sont proposés pour poursuivre le travail de vérification des faits, de contextualisation et de décryptage de l'actualité – contenus spécifiquement dédiés au fact-checking comme « La Vérif de Céline » chaque semaine, ou « Inside » à l'antenne et hors antenne.

L'engagement du groupe TF1 se décline également en trois actions-clés :

1) les « rencontres de l'info » : chaque trimestre depuis octobre 2021, rencontres avec des collégiens et lycéens au siège du Groupe, en partenariat avec le CLEMI. Lors de ces journées, les élèves ont l'opportunité de rencontrer les journalistes des rédactions de TF1 et LCI, et de leur poser toutes leurs questions sur les rouages de la fabrication et de la diffusion de l'information. Des élèves de toute la France participent à ces rencontres, mais une attention particulière est portée sur les élèves des quartiers prioritaires. Plus de 1300 collégiens et lycéens ont participé à ces rencontres depuis octobre 2021. Les « Rencontres de l'Info » sont par ailleurs retransmises en direct sur la page Facebook de TF1 INFO et sur celle du CLEMI, pour toucher un plus large public. Chacune de ces vidéos enregistre en moyenne près de 30 000 vues.

2) de multiples formats d'éducation aux médias sur tous les supports : le Groupe TF1 développe une stratégie multi-canaux en matière d'éducation aux médias et à l'information, à commencer par le digital indispensable pour atteindre une tranche d'âge qui délaisse les médias traditionnels, avec des contenus adaptés au format numérique publiés sur *TikTok* et *Instagram*. En douze mois d'existence, le compte *TikTok* « TF1 INFO » a atteint 660 000 abonnés et 37 vidéos ont dépassé le million de vues. A l'antenne, TF1 est la chaîne dont les rendez-vous d'information réalisent les meilleures performances auprès des jeunes. Depuis 2019, la rédaction de TF1 a également introduit dans le JT des formats de *fact-checking* pour apprendre aux téléspectateurs, notamment aux plus jeunes, à démêler le vrai du faux, et à comprendre les méthodes de travail et d'investigation des journalistes.

3) des interventions de journalistes du Groupe TF1 dans les écoles : les journalistes des rédactions de TF1 et LCI interviennent régulièrement dans les collèges et lycées pour discuter avec des élèves de leur métier et échanger sur les enjeux des médias et de la désinformation. Le groupe TF1 est notamment partenaire du programme AGORA (programme d'éducation aux médias et à l'information, pour la liberté d'expression, mis en place par le département de la Seine Saint-Denis après l'assassinat de Samuel Paty). Les interventions des journalistes des rédactions sont par ailleurs renforcées durant *La Semaine de la presse et des médias à l'École* : une vingtaine de journalistes interviennent dans des écoles primaires et collèges sur tout le territoire, près de 150 élèves de primaire et de collège sont accueillis pour une journée dans les locaux de TF1 et sont immergés au cœur de la fabrication de l'information pour découvrir les différentes facettes des métiers du journalisme et de la technique. La visite des coulisses de TF1 et de LCI, à la rencontre des rédactions, de la régie, et des présentatrices et présentateurs des JT, est retransmise en direct sur les réseaux sociaux du Groupe TF1 ainsi que sur l'application TF1 INFO. En mars 2022, cette visite a été regardée par plus de 28 000 internautes sur Facebook.

Les chiffres d'audience télévision transmis par TF1 sont particulièrement intéressants et mettent en avant une composante familiale peu présente jusque-là. Le JT de 20H occupe la première place auprès des 11-14 ans et des 15-24 ans de toutes les éditions d'information, toutes chaînes confondues, selon Médiamétrie. Le JT de 20H de TF1 est ainsi suivi chaque soir par près de 370 000 jeunes âgés de 11 à 24 ans<sup>43</sup>, contre 193 000 pour le JT de France 2 et 230 000 pour le 19:45 de M6. Le journal télévisé est un programme familial qui associe souvent parents et enfants devant le même écran. Aborder de telles thématiques pendant le journal télévisé permet de sensibiliser les enfants mais aussi les parents sur la question de la désinformation. Cela peut également permettre d'amorcer un échange entre parents et enfants sur le fonctionnement des médias ou sur les fausses informations. Le Groupe TF1 a d'ailleurs développé des outils interactifs permettant au public d'interagir avec les journalistes des rédactions. Un QR Code apparaît désormais dans les programmes d'information de TF1 et LCI, notamment dans les JT de 13H et de 20H, permettant au public d'adresser ses questions aux journalistes des rédactions et d'accéder au *fact-checking* en direct.

<sup>43</sup> Source Médiamétrie. Sur la période septembre 2021 – juin 2022, en moyenne 105 000 enfants de 11 – 14 ans et 263 000 jeunes de 15 – 24 ans regardaient chaque soir le 20H de TF1.

Les médias mettent donc en avant des initiatives plus ou moins structurées de leurs journalistes qui ont conscience que les œuvres culturelles et les informations qu'ils proposent doivent être visibles et, surtout, audibles des citoyens de plus en plus consommateurs passifs de « contenus » indifférenciés, parfois mensongers ou complotistes. Il en va de la survie du métier de journaliste et, plus largement, de la préservation de la mission de ceux qui transmettent et diffusent la culture, au premier rang desquels les enseignants eux-mêmes. Nombreux sont ceux confrontés aux doutes des élèves quant à l'existence de faits historiques avérés ou de faits d'actualité vérifiés avec, par exemple, la contestation ou la remise en cause de la théorie de l'évolution, de la Shoah et, plus récemment, des attentats contre *Charlie Hebdo*. Le journaliste Damien Fleurot expliquait lors de son audition par la mission que son association d'EMI, *Lumières sur l'info*, était issue d'une rencontre via un tournage avec des jeunes qui niaient l'existence des attentats contre *Charlie Hebdo*. Damien Fleurot rapporte ainsi : « Selon eux c'était l'État français qui avait fomenté cet attentat. [...] ils nous racontaient que leurs professeurs ne pouvaient pas aborder le sujet [...] sans provoquer un tollé dans la classe ».

De manière générale, les associations de journalistes sont mobilisées de façon exemplaire. Citons Un Bout de Média qui défend en priorité l'indépendance des médias. Mais *Entre les lignes*, association d'éducation aux médias et à l'information dont le maître mot est « Apprendre à lire entre les lignes », rassemble un réseau de plus de 230 journalistes bénévoles, tous issus des rédactions de l'Agence France-Presse (AFP), du Groupe Le Monde (*Le Monde*, *Télérama*, *Courrier international*, *La Vie*, *Le HuffPost*), de l'*Obs* et de *Contexte*. L'association résulte elle aussi d'une initiative prise par les journalistes après les attentats de *Charlie Hebdo*. *Entre les lignes* anime des ateliers, partout en France, principalement dans des établissements scolaires mais aussi auprès de jeunes en insertion, en situation de décrochage scolaire et auprès de publics adultes dans des médiathèques. Les interventions sont toujours faites à la suite de demandes expresses des professeurs, des éducateurs spécialisés, des bibliothécaires... Il n'y a pas de démarches systématiques qui passent par les administrations. Comme il y a plus de demandes que de capacités, certains doivent attendre un an voire deux. Depuis 2018, l'association propose également des formations à destination de tous les professionnels du champ éducatif : enseignants, éducateurs, responsables de centres de loisirs ou sociaux, psychologues...

De son côté, l'association *La Chance*, créée en 2007 par des journalistes frappés par l'homogénéité du recrutement des journalistes, accompagne des étudiants boursiers pour les concours des Écoles de journalisme. Aujourd'hui présente dans 7 villes, elle aide plus d'une centaine d'étudiants. Elle représente ainsi le principal dispositif d'égalité des chances dans le secteur du journalisme. La conviction, partagée par un grand nombre de journalistes, qui fonde une démarche telle que celle de *La Chance* est que la profession de journaliste doit refléter la société. Les bénéficiaires de leurs dispositifs passent ensuite par les écoles et deviennent journalistes. L'EMI faite par *La Chance* est ainsi donnée par les anciens bénéficiaires de leurs dispositifs, qui sont payés pour transmettre à leur tour. Ils sont plus proches de leur public de par leur âge et leur origine sociale. Ils interviennent dans les écoles avec un éveil à l'esprit critique, ils expliquent les métiers du journalisme. Ils conduisent également des projets longs, notamment avec les plus jeunes, car ils constatent que les concepts sont davantage retenus à travers des actions de long terme. Eux non plus ne parviennent pas à répondre à toutes les demandes.

## Des institutions engagées

Certaines grandes institutions culturelles sont également engagées. Nous en avons rencontré quelques-unes.

La Bibliothèque Nationale de France, la BNF, affirme que l'EMI est une composante centrale pour elle, autour de la question du savoir, et l'idée de développer l'esprit critique dans le cadre d'actions éducatives ciblées. Ce travail doit favoriser l'accès aux ressources de presse, aux sources fiables dont regorge la BNF et les autres institutions.

Trois piliers structurent son action :

- le premier se conforme à l'activité d'une bibliothèque ordinaire ;
- le deuxième répond à une action de mise en œuvre auprès des publics ;
- le troisième repose sur un travail collectif avec des partenaires, afin de les pourvoir en outils dédiés et de leur fournir des cas pratiques pour l'EMI.

Une offre pérenne à l'année se décline en offre de formation à distance ou en présentiel. Environ 700 personnes ont été formées en 2022. Des ateliers pour les scolaires sont également proposés sur site. Cette offre initiale est complétée à l'année dans d'autres territoires avec des résidences de journalistes, en Seine Saint-Denis par

exemple. Des ateliers sont mis en place jusqu'à la licence universitaire. L'institution produit enfin des ressources pédagogiques en ligne. Différents supports de communication et d'EMI sont diffusés sur l'ensemble des territoires à travers un certain nombre de partenariats. Au niveau du territoire de l'Île-de-France, les lieux, les outils et les bonnes volontés existent. Mais pour que ça marche complètement, il est nécessaire d'intégrer le développement d'une offre de transports, notamment dans le cas des formations faites aux scolaires. Le vrai sujet est la systématisation et l'automatisme de cette prise en charge des coûts de transports, plutôt qu'un fonctionnement au coup par coup. Il pourrait être profitable d'intégrer aussi les réseaux de journalistes dans les ateliers, avec, pourquoi pas, la mise en place d'un duo bibliothèque et journaliste.

*Universcience, la cité des sciences*, premier musée de sciences en Europe, propose des ateliers de vulgarisation. Le projet de cet établissement est axé autour de : esprit critique, capacité à penser librement, penser l'information, se faire son propre avis, « médiation détox » en remède aux infos. Le « baromètre de l'esprit critique » vient d'être lancé en partenariat avec *La Croix* et *France Info*. Il s'agit d'une étude qui vise à mesurer : les moyens d'information des français, leur rapport à l'information, et un questionnement plus général sur l'esprit critique des personnes. Pour l'EMI à proprement parler, des ateliers qui ont vocation à développer l'esprit critique ont été créés avec le CLEMI et sont proposés aux scolaires. Pour lutter contre la problématique du coût des transports pour venir sur place, la mise en place de kits thématiques qui peuvent circuler et la diffusion d'ateliers en visio sont de bonnes solutions.

La BPI, bibliothèque publique d'information, se présente comme une « petite sœur de la BNF » dont toutes les collections sont tournées vers l'information. L'établissement est hébergé au centre Pompidou. Il développe, bien sûr, un programme particulier autour de l'EMI, conforme au projet national sur l'EMI tracé par le ministère de la Culture. Celui-ci comporte la mise en place d'un parcours médias très précis : info-intox. Il comprend aussi le développement d'un parcours de l'éducation à l'image, qui accompagne l'éducation aux médias. Enfin, le dispositif est complété par des ateliers philo et la création de parcours réseaux sociaux. Les bibliothèques municipales, les points lectures (16 500 en France dont 8 000 bibliothèques) constituent un réseau énorme qui a compris l'importance de disposer d'une information juste. Aujourd'hui, la BPI est débordée par la demande. Il faudrait pouvoir démultiplier les actions effectuées. Sur les 8 000 bibliothèques, environ 25% ont déjà effectué au moins un atelier autour de l'EMI. Il est vrai que, malgré tout, il y a toujours des territoires qui accusent du retard. Il faut démultiplier les offres, les outils et les partenariats pour que les enseignants s'en emparent eux aussi.

## Une répartition inéquitable

Il va de soi que l'engagement des grandes institutions culturelles, essentiellement parisiennes, souligne l'inéquité de la répartition territoriale en matière d'EMI.

Concernant l'effectivité de l'enseignement d'EMI, le Ministère de l'Éducation Nationale affiche des résultats impressionnants :

- La DGESCO<sup>44</sup> affirme que l'EMI est appliquée à 100%. Par contre, elle ne dispose pas de chiffres sur les ateliers.
- *La Semaine de la presse et des médias dans l'École* toucherait 2/3 du secondaire public et privé sous contrat. C'est une « semaine » qui s'étale presque sur un mois. Le CLEMI produit chaque année un questionnaire pour en mesurer l'impact. Les résultats remontés constatent un bond de l'inscription du premier degré, avec une participation en hausse continue.
- Une volonté s'affirme de multiplier les partenariats pour mieux correspondre aux attentes et coller aux réalités des élèves est affichée.
- L'impact des autres actions est plus compliqué à appréhender. Tous les collèges et lycées voient des offres EMI via le pass Culture. S'ajoutent à tout cela les actions sur le terrain.

Les remontées de terrain et les entretiens à la source ont montré que la réalité est plus disparate, et les initiatives variables en nombre et en qualité en fonction du lieu. L'Île-de-France est bien sûr la mieux dotée puisqu'elle

<sup>44</sup> [Direction Générale de l'Enseignement Scolaire](#)

dispose d'un vivier important de professionnels prêts à intervenir dans un périmètre restreint. En outre, la région concentre le siège de nombreuses institutions culturelles de plan national, qui disposent de ressources pour l'EMI d'abord disponibles pour le public résidant à leur proximité, sans que ce public soit toujours celui ayant les plus grands besoins en la matière. *Universcience, la cité des sciences*, en a bien conscience : « le risque, c'est de parler à des personnes qui sont déjà dans les canaux et qui s'adressent à des communautés déjà moins à risque. Le risque, c'est d'être dans un cercle vicieux où l'on ne parle qu'à des personnes déjà convaincues et éveillées ».

Les régions et territoires sont moins bien lotis. Une brève cartographie fait apparaître de véritables « déserts de l'éducation aux médias » avec une partie de la population qui reste en dehors de cette sensibilisation. De fait, nos entretiens avec des jeunes confirment que, sur un même territoire géographique et avec des profils d'établissements similaires, si certains d'entre eux ont pu avoir quatre à cinq modules d'EMI, voire plus dans les grandes métropoles, d'autres n'en ont jamais entendu parler et ne savent même pas de quoi il s'agit.

« Pour ce qui est de l'éducation aux médias, c'est cruellement simple : rien. Hormis une légère approche en EMC (Éducation Morale et Civique), il n'y a rien. Quant à l'éducation à l'information, elle est abordée de manière très lacunaire et laconique. Quelques points encore en EMC et en spécialité HGGSP (géopolitique et sciences politiques) mais rien de bien étoffé et approfondi ». Verbatim, audition n°4.

La raison tient à ce que l'on pourrait désigner comme le « dernier kilomètre de la réforme » : le ministre est mobilisé, le recteur a une centaine de priorités à mettre en œuvre, le proviseur gère l'urgence du quotidien, le professeur documentaliste n'a pas toujours le temps, la DRAC a d'autres projets : le bouclage des programmes scolaires reste bien évidemment la priorité dans les établissements. Le résultat est que les initiatives les plus marquantes et parfois les plus abouties sont celles portées par des professionnels passionnés. Et c'est ici l'occasion de leur rendre hommage car le temps disponible dans les agendas ne permet pas de faire systématiquement de l'éducation aux médias, et c'est toujours par du « bricolage » des emplois du temps, le plus souvent sur leur temps libre, que l'EMI peut être dispensée (webradios, expositions, ateliers avec des intervenants extérieurs, visites etc.).



CHAPITRE 3

Qui ?



Les enjeux citoyens



# Qui ?

## Les enjeux citoyens

Rappelons ce chiffre alarmant : 29% des Français pensent que les élections sont faussées (sondage Harris-Challenge réalisé en octobre 2021). Nous ne pouvons pas nous y résoudre. Le premier chapitre a montré que toute la population est concernée. Les enfants sont les premiers à protéger, bien sûr. Mais ce sont loin d'être les seuls.

De nombreux interlocuteurs ont convergé sur cette préconisation : il faut que l'EMI soit présente à toutes les heures du jour (scolaire et parascolaire) et tout au long de la vie, tous âges confondus.

## Esprit critique

L'enjeu national est de rendre chaque citoyen capable, tout au long de sa vie et pas seulement à l'école, d'exercer son esprit critique, adjectif essentiel dans l'intitulé de la mission parlementaire de départ, comme l'ont souligné nombre d'interlocuteurs auditionnés. Nathalie Sonnac, Présidente du Conseil d'Orientation et de Performance (COP) du CLEMI (Centre de Liaison pour l'Éducation aux Médias et à l'Information), en souligne les points-clefs : « Savoir distinguer les faits de leurs interprétations. Savoir ce qu'est-ce une info. Ce qu'est une info vérifiée ? Et comment lutter contre la désinformation ? Comprendre la fabrique et la diffusion de l'information. C'est cette éducation critique qu'il s'agit aujourd'hui de renforcer. Il faut réellement rajouter l'esprit critique dans l'EMI ».

Chaque citoyen doit être éduqué aux médias et à l'information et posséder l'esprit critique nécessaire pour s'informer de manière autonome. C'est une culture partagée, sociale et citoyenne, qu'il faut instaurer en tant que telle. Et ce sont les personnes les plus vulnérables qui en ont le plus besoin.

### Proposition 4<sup>45</sup>.

**Veiller à ce que les cibles les plus vulnérables soient touchées par l'éveil à l'esprit critique.**

D'ailleurs, le ministère de la Culture mentionne au cours de l'entretien que les personnes les plus éloignées de l'offre culturelle sont aussi les plus éloignées d'un esprit critique. Mais il faut en même temps faire attention à ne pas stéréotyper le regard porté sur les médias par les acteurs de l'EMI eux-mêmes. L'APEM (Association Pour l'Éducation aux Médias) par exemple met en garde contre un *a priori* négatif sur les médias, y compris dans les démarches de médiation et d'EMI, ce qui pourrait renforcer les thèses complotistes, et donc être finalement

<sup>45</sup> Les propositions sont numérotées dans l'ordre logique où elles sont répertoriées dans la section « synthèse des propositions », en page 96.

contreproductif. Comme le soulignent Thomas Huchon et Jean-Bernard Schmidt<sup>46</sup>, le complotisme a son vocabulaire très repérable, au sein duquel figure en bonne place le terme *merdia*. Péjoratif et stigmatisant, il désigne un soi-disant complot médiatique complice de ceux qui dirigeraient le monde en secret, rendant les médias systématiquement menteurs et manipulateurs. Dans le même esprit, l'association Reporters sans Frontières estime que l'on ferait plutôt face à un excès d'esprit critique aujourd'hui. Il serait peut-être plus juste de penser que l'on est face à un excès de défiance, mais justement sans discernement en l'absence d'un véritable esprit critique pour faire la part des choses. Car l'esprit critique ne consiste pas à douter de tout par principe et sans distinction – forme de doute généralisé souvent revendiqué par la propagande conspirationniste. L'esprit critique permet au contraire de pouvoir s'appuyer avec assurance sur un état de la connaissance, des savoirs et de l'information qui fournit les critères pour distinguer le vrai du faux.

L'APEM (Association pour l'éducation aux médias) souligne que, dans le cadre propre aux médias, l'esprit critique prend un visage très concret. Car on y observe un mélange de contenus de divers types qui sont tous placés sur un même plan (divertissement, info, jeux, parodie) : l'actualité est abaissée au même niveau que la promotion ou le divertissement. Or elle ne répond pas aux mêmes règles, objectifs, fonctions. L'acquisition d'un esprit critique se doit d'aider le jeune public à naviguer de manière autonome. De la même manière, culpabiliser les jeunes pour leur usage des réseaux sociaux peut se révéler contre-productif et va contre le sens de l'Histoire. Diaboliser les médias sans distinction n'est pas pertinent non plus. Là où la presse ne peut exercer librement son travail en Iran, ce sont les réseaux sociaux qui informent le monde sur les manifestations de la population contre la dictature idéologique des Mollahs en permettant la diffusion d'images qu'on ne voyait pas lors des soulèvements précédents. La baisse d'attention et le risque d'ultra-simplification de la pensée peuvent être compensées par un usage plus étendu des contenus de presse écrite. Ils renforcent le degré de concentration de l'utilisateur, l'habituent à canaliser son attention plus longtemps et l'exposent aux nuances de l'argumentation. Des valeurs essentielles pour aiguïser l'esprit critique.

## Failles rationnelles

Les diverses définitions de l'esprit critique convergent vers la capacité à évaluer correctement les contenus et les sources d'information afin de mieux juger, raisonner, décider, agir. « Evaluer la qualité épistémique d'une information consiste à déterminer si l'information a de bonnes chances de correspondre à la réalité, donc si elle mérite notre confiance. Nous pouvons donc définir l'esprit critique comme la capacité à faire confiance à bon escient, après évaluation de la qualité des informations, opinions, connaissances à notre disposition, y compris les nôtres<sup>47</sup> ». Par rebond, comprendre les altérations du raisonnement et les répertoire ne peut que conforter le développement de l'esprit critique.

### Proposition 31.

Repérer et cartographier les difficultés cognitives et les biais de raisonnement.

Les travaux scientifiques ont montré que la compétence à la discrimination de l'information est une prédisposition de l'être humain, déjà repérable chez les enfants en bas âge. Malheureusement, ces dispositifs performants qui nous permettent de détecter les sources peu fiables sont mis en défaut par les dispositifs numériques dont les algorithmes sont programmés pour exploiter les failles de notre système de vigilance. L'étude approfondie de nos mécanismes cognitifs, via des travaux scientifiques pointus, est un préalable à l'apprentissage du jugement éclairé.

<sup>46</sup> Thomas Huchon & Jean-Bernard Schmidt (2022). *Anti Fake News. Le livre indispensable pour démêler le vrai du faux*. Paris, First Editions, page 153.

<sup>47</sup> Rapport Bronner, p.90.



## Affaiblir l'emprise des biais cognitifs

Les réseaux sociaux s'appuient sur deux biais majeurs déjà signalés. Tout d'abord l'influence néfaste que peuvent exercer les « métriques sociales ». Celles-ci prêtent à confusion et peuvent conduire à ne pas distinguer entre un contenu populaire (nombre de vues, de partages, de commentaires et de *likes*) et un contenu pertinent, qui sera d'autant moins populaire qu'il est expert et documenté. Il s'agit du biais de popularité. Le deuxième est lié à la bulle de consensus dans laquelle enferme la recommandation algorithmique, présentée au chapitre 1. Celle-ci conduit à penser qu'une opinion minoritaire ou marginale est dominante, car les seuls posts reçus vont tous dans le même sens. Ce consensus illusoire résulte du biais de renforcement. Favoriser l'esprit critique passe par le désamorçage de ces deux biais, actuellement dominants sur les réseaux sociaux. Dans cette optique, nous reprenons l'une des recommandations du rapport Bronner, dans une formulation très simplifiée<sup>48</sup>.

### Proposition 32.

Lutter contre les biais de popularité et de renforcement.

## Intégrer les enjeux de parentalité

Il faut former aussi les parents. Agir sur la parentalité en lien avec les Fédérations de Parents d'élèves, les centres sociaux, les MJC<sup>49</sup>... est essentiel.

« Il faudrait former les parents aussi, qu'ils viennent faire de la prévention avec leurs enfants ». Verbatim, audition n°3.

Car les jeunes ne sont pas les seuls à diffuser de la fausse information, loin de là. Comme le rappelait Nathalie Sonnac<sup>50</sup> : « beaucoup d'adultes sont aussi susceptibles de le faire, de nombreuses fois, et souvent sans le savoir ». L'association de journalistes *Entre les lignes* confirme que les parents sont les publics les plus difficiles à toucher, alors qu'il est très fructueux de les intégrer aux processus d'EMI. Cela aide notamment quand les enfants souffrent de conflits de loyauté entre professeurs et famille.

### Proposition 15.

Fédérer les acteurs du champ éducatif et social autour des enjeux de parentalité numérique et de sensibilisation des seniors à l'EMI.

La fédération des centres sociaux indique que sa mission est d'accompagner les parents en tant que premiers éducateurs de leurs enfants. Les parents sont souvent perdus car chaque génération a ses propres médias d'informations, et souvent ils ne savent pas comment accompagner les enfants dans l'usage de ces nouvelles sources numériques. En termes d'action, la revue « famille éducation » consacre des articles à ce sujet. Des ateliers

<sup>48</sup> Rapport Bronner, p.49.

<sup>49</sup> Maisons des Jeunes et de la Culture.

<sup>50</sup> Présidente du COP du CLEMI.

où interviennent des journalistes parents d'élèves sont organisés avec les familles autour de la véracité de l'information, afin de sensibiliser tôt, dès le primaire avec des enfants qui sont des éponges de l'information. Il faut les sensibiliser sur les informations disponibles sur les réseaux sociaux. Les outils proposés par le CLEMI sont aussi mobilisés et c'est au niveau local que se font ces diverses actions au plus proche des différents territoires.

## Le MIL pour tous et tout le temps

*Quid* de nos aînés, ou plutôt des générations de proches plus âgés, des grands-parents ? Les jeunes ne sont pas les seuls impliqués, les seniors doivent aussi être éduqués aux médias : ils sont les premiers à relayer les fake news. Les médias relaient cette idée (Reporters sans Frontière par exemple) : l'éducation critique doit aussi s'adresser aux seniors. Le groupe France Télévisions met en avant une étude montrant que sur Facebook, les seniors diffusent jusqu'à 7 fois plus de fausses informations que les 18-29 ans<sup>51</sup>. Si les familles – au sens élargi du terme – qui entourent et accompagnent les jeunes sont les cibles prioritaires, tous les membres de la société sont concernés, fussent-ils âgés, solitaires, isolés et sans famille.

Plus largement, insistons sur la nécessité de développer et valoriser l'EMI non seulement sur tous les temps du jour pour les élèves – temps scolaire et parascolaire –, mais sur tous les temps de la vie. Cela permet de proposer des approches complémentaires et répétées. C'est un point crucial : l'éducation aux médias touche tous les publics. Les jeunes, nous l'avons vu, mais également les parents, souvent désarmés face aux nouveaux outils numériques et aux usages qu'en font leurs enfants. Les personnes âgées ne sont pas en reste, et ont de véritables besoins pour ne pas sombrer ni dans l'illectronisme, ni dans la propagation, volontaire ou non, des fausses informations.

### Proposition 7.

Développer la formation à l'esprit critique et l'EMI dans la société civile.

Mais comment atteindre tous les âges ? Mettre en avant les informations vérifiées et argumentées, irriguer les réseaux sociaux de la présence de nos médias de service public et des médias qui bénéficient d'une reconnaissance institutionnelle (via la CPPAP – Commission paritaire des publications et agences de presse – pour la presse, ou l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique – Arcom, qui affirme être très vigilante à sa mission d'éducation aux médias – pour l'audiovisuel) gage de professionnalisme, être présents pour les seniors dans les bibliothèques, notamment associatives, et les centres sociaux ? La sur-régulation présente aussi des risques, notamment celui de laisser penser que toute l'information est entièrement contrôlée par une autorité peu visible, ce qui va renforcer les thèses complotistes et se montrer finalement contre-productif. Il est bien préférable de préserver la liberté d'expression, afin que nul ne puisse émettre le moindre doute là-dessus, et former chacun à « l'auto-défense informationnelle ». L'éducation populaire a ici un rôle primordial à jouer.

La fédération des centres sociaux souligne également la dimension intergénérationnelle très présente au niveau des centres sociaux. Sont mis ensemble des seniors et des plus jeunes autour d'ateliers. Un suivi quantifié n'est pas effectué, on ne peut donc pas disposer de chiffres précis là-dessus, mais l'action existe. L'approche numérique est renforcée pour les seniors. Les actions numériques qui mettent en regard des jeunes et des seniors sont souvent au croisement de l'éducation critique et de la désinformation.

---

<sup>51</sup> Science Advances, « Less than you think : prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook », 9 janvier 2019.

L'EMI ne doit pas être cantonnée dans le cadre éducatif et à la seule scolarité, mais faire l'objet d'un continuum à travers tous les aspects et tous les moments de la vie. A ce titre, il est peut être stigmatisant pour les adultes de convenir qu'ils ont encore besoin d'« éducation ». Nous l'avons signalé en ouverture au chapitre 2 : la connotation du terme « éduquer » renvoie davantage au dressage des animaux domestiques qu'à rendre apte à lire, comprendre et utiliser en autonomie. Il en outre très coloré « école ». Ce terme peut donc exclure plus qu'il ne rassemble. Pourquoi ne pas s'aligner avec nos amis canadiens et adopter le MIL, Media et Info Littérature, lorsque le champ de l'EMI s'étend au-delà de l'école ? Le MIL pour tous est une cause à défendre. Au demeurant, il y a, selon Divina Frau-Meigs, une perception aux termes de laquelle l'EMI concerne les catégories sociales élevées, et seulement elles. L'une des grandes recommandations est donc de mettre fin à la disparité des mesures, notamment au sein des populations. Et si un changement de terme peut y contribuer, il ne faut pas s'en priver. *Universcience, la cité des sciences*, confirme : il faut étendre les ateliers existants aux seniors. En outre, il faut sortir du « one shot » où l'on coche la case en se disant « ça y est, j'ai fait mon atelier annuel, c'est bon ». Il faut que l'EMI soit maintenue le plus longtemps possible, voire favoriser des rappels constants tout au cours de la vie. L'Association des Professeurs Documentalistes de l'Enseignement Privé rappelle que : « des interventions de type « one shot » ne permettent pas de s'appuyer sur les principes de répétition, de mémorisation et de réactivation, nécessaires à tout apprentissage sur le temps long ». Dans ce cadre, le recours à toutes sortes d'acteurs est fondamental pour toucher toutes les populations.

### Proposition 3.

Mettre fin à la disparité des mesures, notamment au sein des populations.

## Grande cause nationale

L'éducation critique aux médias est un combat incessant. Il en va de la défense de notre démocratie et de nos libertés. Cela doit devenir une cause nationale. De nombreux interlocuteurs convergent sur cette idée fédératrice : syndicat national des radios libres, professeurs des universités, association Reporters sans Frontières... Ils ont tous émis cette préconisation, chacun à leur tour, sans se concerter. C'est également la recommandation R26 du rapport de la Commission Bronner.

### Proposition 1.

Déclarer l'EMI grande cause nationale.

La ligue de l'enseignement résume bien, à elle seule, la problématique à résoudre : « Il y a un enjeu de politique publique pour développer en effet une approche élargie des formations afin d'atteindre un public plus large, surtout quand on parle de fracture numérique et de nécessité d'inclusion numérique. Il faut pouvoir toucher des publics d'autres âges et avoir une réflexion autour de la parentalité numérique en lien avec la protection de l'enfance. Les Caisses d'Allocations Familiales peuvent avoir un rôle central sur ces questions. La CAF va explorer un volant famille sur le net qu'il faut suivre de près. Et sur la parentalité numérique, sa position est de plus en plus importante sur tout ce qui est en jeu vis-à-vis des réseaux sociaux ».

## Fêter les médias

Instaurer une grande fête nationale est un moyen de souligner durablement dans les esprits l'importance du sujet. Le 3 mai est d'ores et déjà la journée mondiale de la liberté de la presse. Pourquoi pas rebondir sur cette date pour instaurer un rendez-vous annuel qui serait un marqueur national ? Sur le modèle de la fête de la musique, chacun serait concerné d'une manière ou d'une autre par la fête des médias. Cette date serait l'occasion d'une campagne nationale grand public en prévention santé/dépendance sur les risques de la désinformation et de surconsommation d'informations. Elle permettrait aussi de valoriser et challenger les initiatives en EMI, de mettre en place des concours, de créer un Prix National remis ce jour-là. D'autres idées viendraient bien sûr s'agréger au fil du temps, avec l'aide et la contribution de tous les acteurs fortement impliqués.

### Proposition 2.

Créer la fête des médias le 3 mai.

Dès le 3 mai 2023, la date pourrait coïncider avec la célébration des 40 ans du CLEMI.

## Evaluer l'efficacité des dispositifs

Un travail régulier d'évaluation des dispositifs doit évidemment être engagé. Concernant l'efficacité des dispositifs et leur capacité à convaincre les jeunes, *Dessinez Créez Liberté*, association d'éducation aux médias, au dessin de presse et à la citoyenneté fondée par *Charlie Hebdo* et *SOS Racisme* confie : « On sait que cela fonctionne car on voit que les jeunes se posent plus de questions et appliquent les méthodes d'analyses qui leur sont transmises ». L'association *Lumières sur l'info* reconnaît pour sa part que la mesure de l'impact est un vrai sujet. Car suffit-il de « constater que cela fonctionne », et peut-on s'en contenter ?

Des analyses plus fines et de la connaissance scientifique capitalisée sont plus à même de garantir la pertinence des actions et leur efficacité, avant de les diffuser ou de les généraliser. D'où la nécessité de développer la recherche, comme on le verra au chapitre 5. Le rapport Bronner est également très clair sur ce point : « La formation à l'esprit critique doit impérativement se faire sur la base de contenus dont l'efficacité aura été scientifiquement évaluée. Il s'agit donc de mettre en place des procédures scientifiques et une structure de recherche permettant une telle évaluation<sup>52</sup> ».

### Proposition 18.

Instaurer des indicateurs permettant une évaluation fiable sur la durée.

---

<sup>52</sup> Rapport Bronner, p.38.

## Un perMIL ?

L'association de journalistes *Lumières sur l'info* imagine le principe d'une certification d'un socle de compétences MIL. « Les enfants devraient sortir de chaque cycle avec une sorte de permis de s'informer, sur le modèle du permis piéton ». Les enfants et aussi leurs aînés, comme on l'a vu plus haut. Reporters sans Frontières suit la même ligne, en avançant l'idée d'un « Passe Médias », qui attesterait d'une familiarisation à la pratique des médias. La question centrale est bien sûr le développement des capacités des individus, « l'encapacitation » comme on le dit parfois pour traduire le terme anglo-saxon d'*empowerment*.

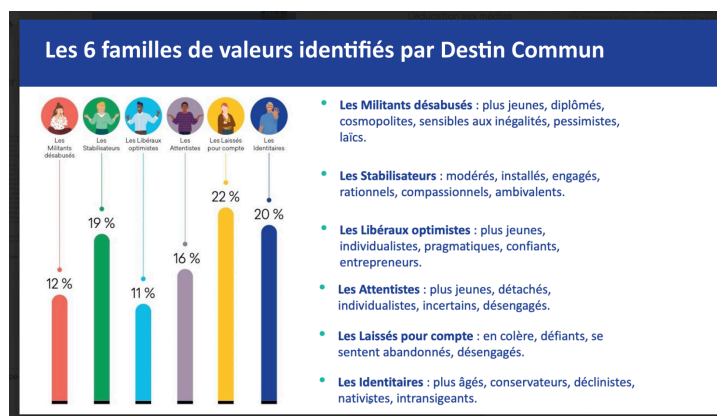
be. my media est une entreprise à mission qui s'est fixée comme objectif de développer une pratique éclairée de l'information, en rendant l'information accessible, sûre et émancipatrice pour toutes et tous. En cherchant à adresser au plus grand nombre les enjeux d'une information vectrice d'esprit critique et de curiosité, ce sont près de 20 000 personnes, à travers la France, qui sont actuellement accompagnées par be. my media. Ils ont pu observer, dans leurs accompagnements quotidiens (auprès de classes de terminales ou d'étudiants du supérieur), une rupture d'égalité parfois profondément marquée, et donc une importante disparité de compétence en matière d'EMI, entre les élèves ayant fréquenté des établissements porteurs de projets d'EMI et des enseignants intéressés et formés sur ces questions, et les autres élèves bien plus démunis en compétences informationnelles et en littératie numérique. Pour remédier à cette rupture d'égalité et ainsi s'assurer que tous nos jeunes concitoyens sortent du lycée, dotés des outils nécessaires pour s'informer de manière responsable en faisant preuve d'un esprit critique et d'un minimum de curiosité, ils estiment que des temps d'EMI doivent être sacralisés dans les programmes de l'Éducation Nationale au niveau lycée. Comme cela est déjà le cas pour les lycées de l'enseignement agricole (où l'EMI est même une unité d'enseignement évaluée lors de la validation du BTS par exemple), ils pensent que l'EMI transmet des compétences beaucoup trop importantes pour ne pas s'assurer de leur égale transmission auprès de tous les élèves. A l'instar du Brevet Informatique et Internet (B2I) qui certifie la maîtrise de la compétence numérique pour tous les élèves, la mise en place d'une évaluation ou d'une certification propre à l'EMI au lycée permettrait également l'organisation systématique, dans tous les lycées et auprès de tous les élèves, de temps d'EMI.

Certains sont convaincus, d'autres non. C'est pourquoi nous ne plaçons pas cette piste en proposition, mais la laissons ouverte pour des discussions futures.

## Un destin commun ?

*Destin Commun* se présente comme « un laboratoire d'idées et d'actions dont la mission est de lutter contre les phénomènes de fragmentation et de polarisation qui fragilisent la démocratie et la cohésion sociale ». Destin commun est une association de loi 1901, aconfessionnelle et non partisane. C'est la branche française du réseau international *More in Common*, implanté également en Allemagne, au Royaume-Uni, aux États-Unis et en Pologne.

Son approche consiste à analyser les lignes de fracture et de tensions qui traversent la société française et à identifier les opportunités de rassemblement, à travers une méthodologie fondée sur la psychologie sociale. Ainsi ce ne sont pas les caractéristiques sociodémographiques qui fondent leur segmentation de la population en familles, mais un certain nombre de valeurs hautement prédictives de leurs opinions.



Leurs études montrent sans conteste le sentiment d'un pays divisé, un effondrement de la perception de la solidarité, l'impression que les différences ne permettent plus d'avancer ensemble, la mise en place d'une équation où (incertitude + restriction des horizons + impuissance + complexité) conduisent à (défiance + complotisme + contestation), un attachement à la démocratie fragile et qui intervient de plus en plus tard, une polarisation politique croissante, un cercle de confiance qui s'est restreint avec la pandémie.

Dans le rapport des divers segments de population avec l'information, une défiance généralisée envers les médias et la confusion, amplifiées par la guerre en Ukraine, règnent en maîtres. Trois mises en équation apparaissent là aussi.

1. Excès, saturation ==> Risque : noyade ==> Réaction : rupture
2. Négativité ==> Risque : dépression ==> Réaction : customisation du réel
3. Manque de fiabilité ==> Risque : égarement ==> Réaction : défiance, complotisme

On le voit, le continuum de défiance envers l'information génère des effets délétères. Sur la base de ces études, *Destin Commun* préconise entre autres, pour amorcer un rétablissement de la situation :

- des campagnes de sensibilisation et de prévention : du type « les 5 fruits et légumes par jour » de l'éducation à l'image et aux écrans, à relayer conjointement par l'école et les parents – comme la règle du 3-6-9-12 pour les écrans de Serge Tisseron ;
- la mise en place d'applications de contrôle du temps sur les réseaux sociaux ;
- une prévention des addictions, par les médecins traitants, psychologues et pédiatres en termes de fatigue informationnelle, anxiété, dépression ;
- plus de transparence et de clarté pour lutter contre la confusion des rôles sur les plateaux de télévision (journalistes, éditorialistes, chroniqueurs, experts, invités...) ;
- inclure l'éducation à l'information et aux images dans un programme ambitieux d'éducation à la démocratie, avec une approche intégrée toutes matières.

En effet, renouer avec la transparence de l'information, la confiance réciproque et la démocratie est un préalable pour retrouver le chemin d'un destin commun qui ne bascule pas dans une variante de régime totalitaire.



CHAPITRE 4

# Où et quand ?



Lieux et moments du  
« pour tous et sans relâche »





# Où et quand ?

## Lieux et moment du « pour tous et sans relâche »

L'examen des enjeux citoyens a permis de conclure qu'il faut de l'EMI à toutes les heures du jour (scolaire et parascolaire) et tout au long de la vie, tous âges confondus. Ce constat repositionne les ambitions d'un tel projet dans un cadre considérablement plus étendu que celui de l'EMI des origines, cantonné à l'environnement scolaire.

La question prégnante devient alors : quels leviers, quels lieux, quels moments pour assurer ce « pour tous et sans relâche » ?

## Dans le cadre scolaire

Même si le cadre est singulièrement élargi, le scolaire reste fondamental. Nombre d'interlocuteurs recommandent d'ériger l'EMI au rang de discipline scolaire à part entière. C'est le cas de Divina Frau-Meigs, ancienne directrice du CLEMI qui milite pour « une matière à temps plein ». Il est clair que le focus aujourd'hui est sur le numérique : être en capacité de naviguer dans des contenus en ligne, savoir faire une recherche et trier l'information... Mais il n'est pas question, en cela, d'opposer les modes médiatiques en séparant les médias anciens et les plus récents. La télévision et la radio figurent toujours dans le paysage, ainsi que la presse, bien entendu. Il faut embarquer toutes les sensibilités, toutes les compétences, tous les savoirs et toutes les bonnes volontés. La culture médiatique assemble, au sein d'une culture informationnelle, sociétale et citoyenne, les « vieux » médias de plus de trente ans et les médias d'aujourd'hui, tout en se souciant d'y intégrer au plus vite ceux de demain (le métavers, l'intelligence artificielle, le *deep learning*...)

### Proposition 26.

Mettre à jour les programmes scolaires afin que l'EMI soit bien intégrée partout.

Le ministère de l'Éducation nationale ne s'est pas montré enthousiaste à l'idée de rendre obligatoire dans les programmes la participation à *La Semaine de la presse et des médias dans l'École*, et ceci pour plusieurs raisons :

- la DGESCO<sup>53</sup> est assez partagée, elle émet des réserves au sujet de l'organisation ;
- elle invoque le risque de perdre le côté « fun » de l'événement ;
- à son sens, le deuxième risque est que cette semaine se voie transformée en une sorte de substitution ou de rattrapage de cours dont on pourrait, dès lors, se dispenser. Son avis est qu'il faut privilégier le renforcement du pilotage académique et développer le volontariat ;
- elle plaide enfin pour l'autonomie des établissements.

<sup>53</sup> [Direction Générale de l'Enseignement Scolaire](#)

Dès lors, l'enjeu prioritaire est pour elle un enjeu de pilotage et de structuration : elle souhaiterait consolider l'infrastructure générale pour qu'il y ait des référents EMI pour le 1<sup>er</sup> et le 2<sup>nd</sup> degré au sein des académies. Derrière, il y aurait des cellules académiques puis des structures communes entre le DGESCO et le CLEMI. L'enjeu porte aussi sur la production et la diffusion des ressources. Son souhait est dépasser le champ des professeurs documentalistes pour que tous les professeurs puissent au besoin se saisir du sujet et l'enseigner.

Cet avis n'est pas partagé par tous. Par exemple, l'association de journalistes *Lumières sur l'info* estime que l'EMI devrait être obligatoire à l'école. En contradiction avec ce qu'avance le CLEMI sur la liberté des établissements. Les professeurs documentalistes, de leur côté, réclament un socle de connaissances et de compétences clairement identifiées et évaluées, inscrit explicitement dans le parcours scolaire des élèves avec un parcours dédié. En outre, il serait bon de commencer l'EMI dès le CM1-CM2 dans toutes les écoles en priorisant notamment sur l'utilisation des réseaux sociaux, afin que tous les jeunes soient formés avant de posséder un portable.

### Proposition 27.

Établir un socle de connaissances et de compétences inscrit dans le parcours scolaire, avec un parcours dédié dès le CM1.

## Au-delà, en lien avec le cadre scolaire

On l'a vu, l'EMI se prête à des formes de traitement qui ne relèvent pas de la didactique classique : interventions de professionnels dans la classe, de journalistes, expositions itinérantes, spectacles vivants accueillis dans les établissements, ... Toutes ces formes viennent accréditer le fait que l'EMI, c'est tout le temps et partout. C'est une cause collective à laquelle beaucoup peuvent contribuer avec leurs propres compétences et ressources.

« Pour les enseignants, il faut que les personnes soient formées, sensibles à cette problématique, et cela s'ajoute à leurs charges antérieures. C'est compliqué pour eux. L'idéal, c'est de faire intervenir des professionnels qui travaillent là-dessus au quotidien. Parce que ça bouge très vite, il y a une grosse veille documentaire à faire et à se former constamment ». Verbatim, audition n°5.

Cette perspective est soutenue par la DGESCO<sup>54</sup>, qui souligne l'enjeu de la coopération collégiale en soutien aux partenaires associatifs, institutionnels et professionnels. Il faut que l'ensemble des acteurs du secteur soient impliqués dans l'EMI. Il faut atteindre l'objectif du 100% EMI pour que tous les élèves aient accès à l'EMI. Car il faut favoriser l'esprit critique et se méfier des effets contre-productifs face à des jeunes émetteurs mais aussi récepteurs d'informations.

## Dans le cadre du SNU

De son côté, le Secrétariat d'État chargé de la jeunesse et du service national universel, plus exactement la direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative (DJEPVA) intervient auprès des mineurs. Elle sécurise l'accueil physique et moral des mineurs. L'EMI ne figure pas dans son cœur de métier à ce jour, sauf parfois dans le cadre de l'accueil de loisir. La DJEPVA soutient les associations en lien direct avec l'EMI ou avec

<sup>54</sup> [Direction Générale de l'Enseignement Scolaire](#)

l'éducation aux valeurs de la République et les questions de citoyenneté. Les mouvements d'éducation populaires, de leur côté, sont pleinement investis avec le CLEMI et Canopé.

L'institut national de la jeunesse a pu concrètement montrer aux jeunes les dangers des réseaux sociaux par exemple via des éducateurs de jeunesse. Le constat est que les jeunes accueillis sont souvent seuls face aux nouveaux médias. Dans le Service National Universel, il y a un volet culture en lien avec la critique des médias et des réseaux sociaux, avec la lutte contre les infos. L'extension du Service National Universel est prévue en septembre 2023, et tous les jeunes Français de Seconde devraient être concernés. C'est donc l'un des moments-clés de l'égalité nationale où un socle d'EMI pourrait être dispensé avec bénéfice.

## Proposition 8.

Instaurer un parcours socle d'EMI dans le cadre du stage de cohésion du Service National Universel.

## Avec de multiples partenaires et contributeurs

Le chapitre 2 l'a montré : le service public de l'audiovisuel, par exemple, est déjà un partenaire de choix dans la démarche d'EMI. C'est l'une des parties-prenantes essentielles, un pourvoyeur de contenus de premier rang.

« Le recours au service public de l'audiovisuel est essentiel. Mobiliser France Info, le JT pour le jeu *Classe Investigation* est très utile. J'ai déjà utilisé aussi la plateforme *LUMNI*, c'est vraiment une ressource top ». Verbatim, audition n°1.

Mais les initiatives menées par les grands groupes de l'audiovisuel public ont du mal à « percoler » dans les territoires, comme nous l'avons constaté lors de nos déplacements dans leurs antennes locales. Une mise en synergie et des relais doivent là aussi être trouvés.

Au titre d'une meilleure intégration de tous les acteurs pour donner plus d'efficacité à la politique publique d'éducation aux médias, insistons par ailleurs sur le travail fait dans les bibliothèques, les centres sociaux, les mairies, mais aussi dans des institutions où cette problématique pourrait sembler moins attendue, comme les caisses d'allocations familiales. Pour toucher tous ces publics de façon plus intégrée, les différents organismes évoqués se doivent de travailler à des partenariats plus aboutis, à des actions plus concertées touchant tous les âges.

Ainsi, la fédération des centres sociaux déclare que ce sujet est fondamental et que la vague du numérique a rendu ce sujet encore plus sensible pour eux qu'il ne l'était il y a quelques années. L'éducation populaire, dont ils font partie, travaille à ces questions-là depuis toujours. L'éducation aux médias est une composante de l'esprit critique. Avec le numérique, les enjeux sont encore plus importants car il y a un certain nombre de choses qui bougent dans la capacité de pénétration des fake news. La fédération ne porte pas de chantier national aujourd'hui sur la question de l'inclusion numérique mais la question est posée. Des actions sont néanmoins réalisées « de 0 à 99 ans » en quelque sorte, et cette globalité permet d'attaquer la question sous différents axes en parlant aux enfants mais également aux familles : des approches intéressantes peuvent ainsi se travailler. Leur ancrage local leur permet d'œuvrer sur tout le territoire, même si leur présence est plus forte dans les territoires urbains et péri-urbains. Ils portent un projet où les jeunes sont amenés à s'impliquer dans leur citoyenneté, dans l'action individuelle et collective. Selon eux, il manque aujourd'hui une réelle formation des intervenants sur la question de l'éducation aux médias et cela joue sur la forte disparité des actions. L'analyse des médias, qu'ils

soient numériques ou pas, est complétée par une action autour de la production-même de ces contenus. L'approche active de la production des médias a un impact fort sur la compréhension des dangers, c'est pourquoi des ateliers sur la génération et la création de fausses fake news permettent de comprendre comment elles se créent et comment les décrypter. La question de l'EMI est travaillée aussi via le volet culture avec la création de jeux, l'utilisation du débat. Et nationalement, collaborer avec le ministère de la Culture permet de travailler la question de manière publique et globale, avec une diversité de thématiques. Il ne faut donc pas hésiter à utiliser les éléments de médiation que peuvent représenter les éducateurs populaires.

D'ailleurs les professeurs documentalistes qui sont en charge de l'EMI dans les établissements scolaires y souscrivent également. L'Association des professeurs documentalistes de l'Éducation nationale demande un maintien et le financement de ces actions, en synergie avec les enseignants : « Des enseignants, dont les professeurs documentalistes, font intervenir des journalistes et associations de journalistes, comme ils font intervenir des auteurs, des élus, des artistes, des professionnels. C'est un choix pédagogique qui doit être maintenu par des budgets d'établissement. Mais la réussite de l'Éducation aux médias et à l'information, dont nous partageons le caractère essentiel avec ces professionnels des médias, est avant tout le fruit d'une meilleure ambition pour que les enseignants puissent, à différents niveaux, porter ces apprentissages ».

Il faut souligner également le travail remarquable effectué par les associations et aussi certains acteurs privés. Citons par exemple l'association *Signes de Sens* à Lille, spécialisée dans la création de contenus inclusifs en conception universelle – *design for all*. Leurs contenus sont accessibles à la fois aux personnes sans handicaps et aux malentendants et sourds, autistes, etc. C'est un point de vue rare qui permet non pas de stigmatiser, mais d'inclure. L'association Génération Numérique est pour sa part une association de non journalistes qui déploie des actions d'éducation aux médias et à l'information. Depuis 2018, l'association a lancé, avec le soutien du ministère de la Culture, du CIPDR et de la DILCRAH des actions en classe : le projet *Complots Rigolos* (pour les 14 ans et plus) ; puis en 2019, le projet *Chasseurs d'Infox* (pour les 9-14 ans). Ces projets ont été déployés partout en France et ont permis de conseiller et former plus de 30 000 élèves tous les ans à l'esprit critique. La demande adressée par les établissements scolaires est supérieure à la somme totale des budgets que l'association parvient à mobiliser (fonds publics locaux - préfetures - ou fonds nationaux tels que des subventions publiques ou du mécénat privé) : le besoin d'éducation et de formation a fortement augmenté chez les professeurs et chefs d'établissement depuis l'assassinat de Samuel Paty. 58% d'entre eux expriment d'ailleurs le besoin d'être aidés et accompagnés selon la dernière enquête menée par OpinionWay pour l'Arcom<sup>55</sup> ; l'association intervient d'ailleurs pour le compte de l'Arcom pour mener des actions en classes.

Du côté des acteurs privés, *Spicee educ* par exemple propose une plateforme de streaming, accessible par abonnement sur plusieurs canaux dont Canopé, qui contient des documentaires accompagnés de leur fiche explicative, le tout organisé de façon pédagogique. Le réseau des agences *Mon assistant numérique* réparties sur toute la France est aussi fortement impliqué dans l'EMI. Tenir compte de toutes les ressources disponibles est essentiel pour maximiser l'efficacité globale du dispositif.

## Proposition 17.

Impliquer les réseaux et acteurs associatifs et privés.

---

<sup>55</sup> (<https://www.arcom.fr/nos-ressources/etudes-et-donnees/mediatheque/rapport-sur-l'Education-aux-medias-et-l'information-exercice-2021-2022>)

## Un continuum, à toute heure et partout

Les représentants de l'ESJ, École de Journalisme de Lille, par exemple, défendent qu'il faut passer par d'autres canaux que l'école, tels que les centres sociaux, et il faut des médiateurs qui ne soient pas journalistes. Ils soulignent l'importance de faire de l'EMI en dehors de l'école. Ils donnent l'exemple des colonies de vacances « Deviens youtubeur », où pas une ligne sur l'EMI ne figure dans les programmes.

Il est aussi consternant de constater que l'EMI est totalement absente de l'université. C'est comme si tout avait été traité avant et qu'il n'y avait plus lieu de s'en préoccuper. Nous avons pourtant constaté qu'il est extrêmement courant de dérouler toute une scolarité en passant complètement au travers. Cet enseignement doit trouver une place prépondérante dans les fondamentaux transversaux de l'université, au même titre que les langues ou le sport.

### Proposition 5.

Déployer l'EMI dans les universités pour toucher un public étudiant très exposé à la désinformation

La fédération des centres sociaux souligne en écho que l'on peut s'appuyer sur eux pour assurer des interventions d'EMI pendant les vacances, l'idée étant qu'il faut exploiter tous les moments où on peut travailler la question, à l'école mais aussi pendant les vacances et les loisirs. Nous l'avons déjà mentionné : il faut d'ailleurs capitaliser sur le travail fait dans les bibliothèques, les centres sociaux, les mairies, ou encore les caisses d'allocation familiales. Ces lieux permettent de toucher les plus âgés, les adultes, les parents : ils doivent être mis en réseau aux niveaux départemental et régional. Et il y a bien à être au clair entre les différentes coordinations territoriales, il semble important d'avoir une structure pour penser les choses au niveau territorial avec des plans de déploiement concertés de l'EMI.

Cette proposition reprend pour partie l'une des recommandations du rapport Bronner.

### Proposition 6.

Créer un continuum entre le temps scolaire, l'université, le monde culturel et le monde du travail et identifier tous les moments sociaux propices à l'EMI.

Sur un autre plan, pour déclencher l'engagement dans une démarche active et en préalable, des démonstrations directes, en face à face, de vols de données en quelques secondes (par des criminologues spécialistes du Web) sont toujours très frappantes et marquent les esprits. C'est un peu le même effet de sidération que lorsqu'on est dupé au jeu de Bonneteau.

« Quand on parle aux gens du vol de données, de la protection de leur identité numérique, ils pensent tous que c'est pas pour eux, que eux ils sont protégés parce qu'ils sont prudents. Alors, quand en présentiel, on leur démontre qu'en quelques secondes, on peut savoir sur eux des choses très privées, ça a un impact très fort,

c'est immédiat. Ils deviennent blêmes et ils sont immédiatement sensibilisés à la cause [...] Les gens ne se rendent pas compte que l'on parle de délits et de crimes derrière ». Verbatim, audition n°6.

## Des Fabmédias

Le gouvernement s'est notoirement engagé en 2016 en faveur de l'apprentissage de l'EMI « par le faire », c'est-à-dire via une pédagogie active, du type « main à la pâte ». L'entretien accordé par Najat Vallaud-Belkacem à l'École Publique de Journalisme de Tours (EPJT) et toujours accessible en ligne<sup>56</sup>, est sans ambiguïté : « J'ai voulu que cet enseignement s'appuie sur la création de médias par les élèves eux-mêmes : radio, blog ou journal. Ces médias sont tenus par les élèves eux-mêmes car, pour comprendre le fonctionnement des médias, rien de mieux que d'en fabriquer soi-même. Je souhaite donc que soit développé au moins un média par collège et par lycée ». La promesse n'a pas été tenue, ce qui génère évidemment de la déception, voire de la frustration.

Peut-être cette promesse non tenue serait-elle positivement compensée par des lieux ressources dédiés, de type Fablab, disséminés sur le territoire pour accueillir les élèves et leurs professeurs et/ou encadrants pour aller jusqu'à la réalisation finale, par exemple, réaliser un JT (avec des plateaux, des invités, des reportages, etc...). En effet, on voit bien que le principe des web-radios dans chaque collège ou lycée est vertueux, mais qu'il se frotte vite à la question des coûts matériels à investir, puis à celle de la maintenance technique des équipements. C'est évidemment bien pire s'il s'agit d'une télévision plutôt que d'une radio. Or nous vivons dans une société de

l'image. Il conviendrait de rendre accessibles ces ateliers où l'on apprend « par le faire », mais des ateliers mutualisés et non saupoudrés sur les territoires sans compétences techniques d'appui. La mutualisation permet en effet de garantir le meilleur niveau d'équipement technique et son maintien en bon état de marche à tout moment. Ces Fabmédias peuvent être gérés par des organismes différents. Le labo 148, agence de productions journalistiques et artistiques financée dans le cadre du PIA (Plan d'Investissement d'Avenir) de la Métropole Européenne de Lille, est hébergée à la Condition Publique à Roubaix. Arenberg Creative Mine, à Wallers-Arenberg près de Valenciennes, est un projet de la communauté d'agglomération de la Porte-du-Hainaut.



En outre, le projet d'une web-radio dans chaque établissement ne fait pas consensus. Sur le principe-même des web-radios, l'Association des professeurs documentalistes de l'Éducation Nationale conteste le dispositif envisagé dans sa lettre ouverte du 2 février 2022 au Ministre Jean-Michel Blanquer : « Nous ne comprenons pas, par ailleurs, la proposition de généralisation à tous les collèges d'une webradio dans la mesure où celle-ci contredit le vademecum lorsqu'il précise qu'« il n'existe pas un seul projet d'éducation aux médias et à l'information », que celui-ci devra « s'adapter aux besoins et aux moyens de l'école ou de l'établissement » et que les « projets qui ne visent qu'un petit nombre ne sont en général que peu efficaces », ce qui est nécessairement le cas de ce type de projet à très haute technicité. Nous voyons même dans cette proposition un risque important de surinvestissement de moyens humains et financiers sur ce seul dispositif, tant au niveau académique qu'à celui de l'établissement, au détriment d'un travail de fond, moins spectaculaire, mais sans nul doute beaucoup plus efficace et une fois encore plus conforme au besoin d'installer un « enseignement structuré et progressif ». Cette disposition nous semble par conséquent très éloignée de l'ambition initiale fixée par vous-même, Monsieur le Ministre, au groupe de travail EMI, de penser un dispositif à même de doter tous les élèves

<sup>56</sup> <https://assises-journalisme.epjt.fr/entretien-Éducation-aux-medias-cela-ne-dependra-pas-du-bon-vouloir-des-etablisements>

d'une culture informationnelle, médiatique et numérique commune, garante de l'exercice d'une citoyenneté libre et éclairée. Le contexte de grande fragilisation de notre démocratie, la convergence des rapports sur la nécessité de faire de cette formation, qui touche bien-sûr à celle de l'esprit critique, une cause prioritaire voire nationale, nous laissait espérer un plan d'une tout autre portée ».

En revanche, lorsque l'établissement est engagé de son plein gré, nous avons pu voir à quel point un projet ambitieux catalyse les équipes et emporte l'adhésion collective, y compris celle des parents, des familles, du voisinage... La visite du collège Pierre Mendès-France de Tourcoing a été très instructive de ce point de vue. Systématiser la présence de collèges médias dans toutes les académies constitue sans aucun doute un levier bénéfique.

### **Proposition 34.**

**Systématiser les collèges médias dans toutes les académies et dédier des fonds mutualisés d'équipement pour permettre à chaque élève d'apprendre par le faire.**





## CHAPITRE 5

# Comment ?

Structurer, professionnaliser, répartir



# Comment ?

## Structurer, professionnaliser, répartir

Aujourd'hui, l'éducation aux médias connaît donc une offre très abondante émanant d'acteurs divers. Nous ne plaidons pas pour son uniformisation, car cette diversité est aussi une richesse, qui permet d'atteindre le public par différents biais ; et quand bien même il y aurait des répétitions, elles peuvent être utiles. Il y a en revanche un enjeu d'harmonisation. Comme l'indique la ligue de l'enseignement : « il y a un intérêt, dans tous les leviers existants, à former les enseignants et les animateurs, et à professionnaliser ces acteurs du périscolaire à des modules spécifiques autour de l'EMI. Il y a un réel enjeu de culture partagée autour des acteurs afin de mettre en place une continuité éducative ». Cette offre, aujourd'hui éparse, gagnerait en outre à être mieux structurée.

Sur un autre plan, il convient surtout de rester particulièrement attentifs à ce que les enseignements dispensés répondent bien aux objectifs visés, et à ce que le champ de l'éducation aux médias ne soit pas investi par des acteurs y voyant là une opportunité de diffuser des thèses contraires à l'éducation à la citoyenneté et aux valeurs de la République promues par l'EMI. La BPI, bibliothèque publique d'information, évoque cette question sans détours : « il faut faire attention, mettre des garde-fous en cas d'évolution des propositions légales, pour que cela reste dans un cadre public en étant vigilants sur les associations pour que cela ne soit pas contreproductif. Car « ouvrir les vannes » de la formation EMI, cela peut dériver à contre sens : certaines associations ne doivent pas s'en servir pour effectuer justement de la propagande. Je pense par exemple à certaines associations extrémistes dans les quartiers ! »

Le bilan effectué jusque-là permet de relever des points-clés qui sont autant de propositions en forme de pistes de réflexion et d'action pour aider à structurer le paysage de l'EMI.

## Consolider la recherche scientifique

Le ministère de la Culture a insisté sur le rôle essentiel joué par les acteurs scientifiques dans l'évolution de l'EMI. Les trois professeures des universités auditées, Divina Frau-Meigs, Sylvie Leleu-Merviel et Nathalie Sonnac, ont bien entendu relayé cette nécessité et l'ont martelé : en préalable à toute velléité de modernisation, une démarche scientifique est indispensable pour améliorer les enseignements, renouveler les approches pédagogiques, évaluer les modalités nouvelles mises en place, certifier les formations, apporter la preuve que les armes fournies aux citoyens sont efficaces et les aident à se protéger... La ligue de l'enseignement s'en est faite également le porte-voix. Dans une logique d'éducation populaire, ils luttent en permanence contre la désinformation et le complotisme, suite au tournant majeur lié à la multiplication de l'information sur les réseaux sociaux, qui change la donne par rapport au travail des années 90-2000. Cette éducation critique, en fait, a presque toujours un temps de retard sur la dérégulation des médias. L'enjeu n'est pas seulement de former les jeunes aux médias, mais surtout de développer leur esprit critique pour travailler notamment les questions scientifiques qui sont de plus en plus remises en cause (sondage Jean Jaurès). Cela s'articule avec un travail approfondi sur les biais cognitifs et les algorithmes. A leur sens, il est extrêmement important de développer aussi ces questions sur le temps scolaire car l'école a cet avantage de toucher l'ensemble des jeunes. Sylvie Leleu-Merviel a relevé et souligné ces trois points aveugles qu'aucun des audités sur le terrain n'a évoqué dans les dispositifs pourtant importants mis en place : l'algorithme ; les biais cognitifs – biais de confirmation, biais de conformité sociale, biais de représentativité, renforcement des croyances... – ; et les principes et outils

d'indexation et de sémantisation qui régulent pourtant la réponse à une requête en recherche d'information. Interrogés sur ces sujets, les acteurs de terrain ont tous répondu qu'ils ne traitaient pas ces thématiques et préféreraient les laisser à d'autres et pour plus tard. De toute évidence, les connaissances sur ces sujets ne sont pas encore transférées à l'éducation alors qu'elles sont produites en abondance dans les laboratoires de recherche.

La France a la grande chance de disposer d'une discipline universitaire pour ce faire : les sciences de l'information et de la communication, 71<sup>ème</sup> section disciplinaire du Conseil National des Universités. Cette section pilote l'EMI, les formations de master en Éducation et Formation parcours documentation, le CAPES documentation, ainsi que les écoles de journalisme. Pour avancer, il faut donner à la discipline les moyens d'une recherche de pointe, identifier ou créer un ou plusieurs laboratoires d'excellence spécifiquement dédiés à la recherche en EMI (l'association Reporter sans Frontières plaide pour la création d'un Institut d'éducation aux Médias), former un grand réseau de laboratoires et de chercheurs scientifiques qui travaillent peu ou prou toutes ces questions, fédérer les forces de recherche sur cette thématique aux plans national et international. Un socle scientifique est un préalable nécessaire à l'établissement d'une véritable discipline scolaire qui réfléchisse à ses contenus et à ses modalités pédagogiques, qui fasse de la recherche, qui innove et qui organise un recueil commun de ressources et de pratiques.

Cette proposition rejoint d'ailleurs la toute première recommandation de la Commission Bronner. Elle est argumentée ainsi : « Faire preuve d'un esprit analytique capable de résister à certaines de nos intuitions immédiates est une compétence centrale pour distinguer le vrai du faux, en particulier sur Internet et les réseaux sociaux. Nous recommandons d'investir dans la recherche scientifique et de pousser les plateformes numériques à ouvrir leurs données aux chercheurs, car les connaissances sur la prévalence de la désinformation en ligne (particulièrement en France), sur ses effets ainsi que sur les mécanismes par lesquels elle affecte les individus demeure lacunaire<sup>57</sup> ». Cette recommandation est placée en premier rang dans le rapport Bronner, ce qui signe son importance, et nous la reprenons ici.

## Proposition 30.

**Soutenir et financer la recherche publique sur les processus de désinformation et l'EMI.**

Ce tissu scientifique crée aussi les conditions du transfert des savoirs, de la capitalisation des connaissances, de leur diffusion, de leur valorisation et de l'enrichissement réciproque. Son rôle est d'expertiser chaque ressource et renforcer la structuration éditoriale des multiples contenus dédiés, de manière à accroître leur visibilité et à faciliter leur emploi. C'est aussi de constituer un collectif autour de cet objet, une cause commune, de la capitalisation d'expériences et de connaissances, que chacun se sente impliqué et concerné, que les bonnes idées circulent, que les personnes directement impliquées ne se sentent pas seules face à l'importance de l'enjeu. D'où encore une fois la nécessité d'une véritable discipline scientifique mobilisée sur ce thème.

« Ce qui serait intéressant, c'est une ressource collective et du partage d'expérience (...) ». Verbatim, audition n°1.

---

<sup>57</sup> Rapport Bronner, p.13.

## Renforcer le CLEMI

Pour mener à bien cet enrichissement collectif, il est essentiel de structurer plus fortement le champ de l'éducation aux médias derrière un acteur bien identifié, avec des procédures d'homologation garantissant la qualité et la pertinence des propositions faites au public.

Le CLEMI constitue l'opérateur le plus indiqué pour voir son rôle de chef de file renforcé. Opérateur public du ministère de l'Éducation nationale, il dispose déjà d'une longue expérience, car il a été créé en 1983 par le ministre Alain Savary pour « *promouvoir, notamment par des actions de formation, l'utilisation pluraliste des moyens d'information dans l'enseignement afin de favoriser une meilleure compréhension par les élèves du monde qui les entoure tout en développant leur sens critique* ». La France peut se féliciter du caractère précurseur de son initiative sur le sujet, et se réjouir de disposer déjà d'un organisme public chargé de l'éducation aux médias pour l'ensemble du système éducatif. C'est un acquis majeur du dispositif.

Le CLEMI fournit de nombreuses ressources pédagogiques aux professeurs des différentes disciplines souhaitant mener des actions d'EMI dans les classes. Il permet de conduire des actions de formation à leur profit et aussi à destination des professeurs documentalistes. Il organise chaque année *La Semaine de la presse et des médias dans l'École*, ce qui conforte sa visibilité auprès des acteurs du monde éducatif. Il est enfin reconnu selon l'Arcom comme « *le partenaire privilégié des acteurs de l'audiovisuel pour l'éducation aux médias et à l'information* ». Il vaut mieux capitaliser sur cette notoriété. En effet, beaucoup de participants connaissent déjà le CLEMI. Il pourrait être le lieu d'une mise en fédération des bonnes pratiques.

Le CLEMI a vocation à :

- être mieux connu des centres sociaux et des maisons de la jeunesse, des bibliothèques, dont les personnels pourraient bénéficier de certaines actions de formation ;
- être le principal pourvoyeur de ces formations, en partenariat avec les écoles de journalisme et les universités ;
- voir son rôle de portail d'accès s'accroître, en centralisant et répertoriant les ressources disponibles, ce qui permettrait également d'aller vers une homologation des multiples outils et actions existants, pour un meilleur contrôle.

Afin de faire du CLEMI le pilier de cette politique restructurée, on peut envisager de s'appuyer sur son conseil d'orientation et de perfectionnement (COP), présidé par le Professeur Nathalie Sonnac. Le COP est une instance qui comprend 3 collèges :

- 1) un collège de 20 membres représentant des pouvoirs publics (de la DGMIC<sup>58</sup> à la direction de la mission laïque, en passant par l'enseignement à distance et évidemment la direction du CLEMI et le réseau Canopé) ;
- 2) un collège de 20 membres représentant du système éducatif ;
- 3) un collège de 20 membres représentant des professionnels de l'information et de la communication (groupes de l'audiovisuel public, régulateur Arcom, groupe Bayard Presse...).

De nouveaux membres ont été intégrés, tels que : le Ministère des Solidarités et de la Santé (au travers de la direction générale de la cohésion sociale), l'association e-Enfance pour renforcer les actions de prévention en direction des enfants, des adolescents, des jeunes et de leurs familles.

Les missions du COP sont :

- 1) Accompagner le CLEMI dans ses orientations stratégiques ;
- 2) Fédérer les acteurs de l'EMI au service de l'EMI, en phase avec les priorités ministérielles et gouvernementales ;
- 3) Favoriser la remontée d'informations sur les actualités de l'EMI entre tous ses membres ;
- 4) Garantir au CLEMI une forme d'autonomie dans la conduite de son projet.

Dans ce contexte, le COP a la responsabilité de collectivement renforcer l'éducation aux médias et à l'information et le traduire dans les faits par une mobilisation de l'ensemble de ses acteurs.

<sup>58</sup> Direction générale des Médias et des Industries Culturelles.

Trois nouveaux groupes de travail ont été mis en place : 1) ressources de travail, 2) modalités d'intervention des professionnels de l'information (il y a sur ce point beaucoup de choses à faire, car il s'agit d'industrialiser les choses), 3) développer l'offre du CLEMI en direction de l'enseignement supérieur. Ainsi, des efforts restent sans doute à faire en faveur d'une meilleure connaissance du CLEMI par les centres sociaux et les maisons de la jeunesse, les bibliothèques, dont les personnels pourraient utilement bénéficier de certaines actions de formation proposées et, pour l'heure, réservées aux professeurs. De par son antériorité et son expérience, le CLEMI est légitime pour être le principal pourvoyeur de ces formations, en partenariat avec les écoles de journalisme et universités disposant déjà de formations certifiées.

Le CLEMI pourrait également voir s'amplifier son rôle de portail d'accès, en centralisant et en répertoriant les ressources disponibles sur son site internet, ce qui permettrait également d'aller vers une homologation des multiples outils et actions existants, pour un meilleur contrôle. Pour cela, le CLEMI pourrait s'appuyer sur le réseau de ses référents locaux mis en place en janvier 2022. Il doit également, en lien avec les DRAC, pouvoir être le facilitateur de la constitution de réseaux locaux d'acteurs engagés sur ce sujet. De tels réseaux, à l'image de l'association EMI'cycle dans les Hauts-de-France, favorisent en effet une meilleure cartographie et améliorent le maillage territorial de l'éducation aux médias.

L'élargissement de ses actions nécessite évidemment des moyens renforcés pour le CLEMI : les quarante ans de cet organisme – qui seront fêtés à la Maison de la radio et de la musique – semblent constituer une opportunité à saisir pour une montée en puissance indispensable. Celle-ci pourrait aller de pair avec la consécration de l'éducation aux médias comme grande cause nationale, comme le préconisait notamment l'Association pour l'éducation aux médias (APEM), auditionnée par les rapporteurs, dans une lettre ouverte au Président de la République l'an dernier.

### **Proposition 16.**

**Faire du CLEMI le point d'entrée principal en matière de ressources pédagogiques, référencées et évaluées.**

## **Délégation interministérielle**

Pour asseoir cette politique publique transversale, qui passe par des actions du ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, du ministère de la Culture mais également des ministères de l'Agriculture (très actif dans l'enseignement agricole), ou de la Justice, il est souhaitable qu'un délégué interministériel soit nommé. Il pourra notamment s'assurer de la cohérence et de la continuité des projets menés, et veiller au renouvellement des conventions interministérielles, interrompu depuis 2018, alors même que ces conventions garantissent la bonne articulation entre les différents volets de l'action publique en matière d'EMI.

Cette proposition n'est pas nouvelle car elle rejoint la recommandation R24 du rapport Bronnner.

### **Proposition 11.**

**Nommer un délégué interministériel à l'EMI pour mieux en coordonner les différents volets ministériels et veiller au renouvellement et au suivi des conventions.**

# Reconnaître l'EMI comme discipline à part entière dans le parcours scolaire

Selon la circulaire du ministère de l'Éducation nationale du 24 janvier 2022 pour la généralisation de l'EMI, celle-ci est au cœur du projet éducatif de l'école. Elle vise à « *former des citoyens éclairés et responsables, capables de s'informer de manière autonome en exerçant leur esprit critique* ». Saluons l'impulsion donnée par ce texte, ainsi que les outils destinés à favoriser une dynamique nouvelle pour l'EMI : la promotion de l'utilisation des webradios avec un guide à destination des professeurs, un vadémécum mis à leur disposition pour la pratique de l'EMI, l'affirmation du caractère transversal de l'EMI, autant de mesures qui apparaissent bienvenues.

Toutefois, ce qui est ici présenté comme une force de l'EMI, à savoir son utilisation possible et souhaitable dans tous les enseignements disciplinaires, et son caractère transversal, peut aussi devenir une faiblesse. Intégrée comme composante des différents parcours de l'élève (parcours citoyen, socle de connaissances et parcours d'éducation artistique et culturelle), l'EMI finit par être partout... ou nulle part !

Pourtant, comme l'affirme le rapport du comité d'experts présidé par le Professeur Nathalie Sonnac rendu au ministre de l'Éducation nationale en 2021, « *l'absence d'un curriculum dédié à l'EMI ou encore d'une évaluation explicite et systématique des compétences participe de façon évidente de ce manque de visibilité et de cohérence des formations mises en œuvre* ». Pour y pallier, il faut faire de l'EMI une véritable discipline, disposant d'horaires obligatoires dédiés, du cycle 3 de l'école élémentaire (CM1-CM2) au lycée. C'est ce que souhaitent les documentalistes en tous cas, qui en ont la charge actuellement.

## Proposition 23.

**Faire de l'EMI une discipline scolaire à part entière, avec des horaires dédiés tout au long de la scolarité, du cycle 3 de l'école élémentaire au lycée et des référentiels de compétences et connaissances.**

## Des professeurs d'EMI

L'Association des professeurs documentalistes de l'Éducation nationale rappelle qu'elle représente 11 000 professeurs documentalistes qui ont pour mission l'enseignement de la culture de l'information et des médias. Ce sont des enseignants certifiés, spécialistes dans les Sciences de l'information et de la communication. Ils sont présents dans tous les collèges et lycées. Mais, faute d'heures auprès des élèves, faute aussi de personnels, de temps de concertation et de travail en équipe, cet enseignement ne peut pas être correctement dispensé. Alors que les phénomènes complexes liés aux nouveaux médias supposent des apprentissages réguliers, progressifs, en matière de recherche d'information, de consultation de sources, de production et de publication, de maîtrise du droit et de l'économie de l'information, ces apprentissages sont actuellement impossibles à une échelle nationale.

Pour y remédier, cet enseignement sera dévolu aux professeurs documentalistes, dont la formation initiale aux sciences de l'information les prépare à ces enjeux. Ils seraient amenés à collaborer avec un autre membre du corps enseignant au gré des sujets abordés. Cette ambition renouvelée pourra aller de pair avec la revalorisation du métier de professeur documentaliste. Celle-ci passera notamment par la création d'une agrégation, dans le prolongement du CAPES récemment créé.

### Proposition 24.

Placer les professeurs documentalistes au cœur des dispositifs d'enseignement renforcés et créer une agrégation spécifique.

## De l'EMI pour tous les professeurs

Le nouveau dispositif nécessitera de renforcer la formation initiale et continue de l'ensemble des professeurs des autres disciplines, notamment par le biais de l'extension de la certification Pix +. Il faut également rendre plus visibles les possibilités de formation, trop souvent ignorées des enseignants.

L'Association des Professeurs Documentalistes de l'Enseignement Privé demande ainsi : « Une formation initiale de tous les enseignants, qui insiste davantage sur l'interdisciplinarité, la transdisciplinarité et la co-animation, afin de permettre une véritable construction et mise en œuvre des parcours éducatifs au sein des projets d'établissement et notamment l'éducation aux médias et à l'information, dont les professeurs documentalistes, spécialistes de la discipline, demeurent les garants ».

Pour ce qui est de la formation continue, Divina Frau-Meigs suggère : « En formation continue, il faut que les INSPE adoptent toutes un contingent horaire de formation à l'EMI, au sein des enseignements disciplinaires. Mais il faudrait aussi créer une discipline EMI à l'université, pour donner une logique à un enseignement EMI dans le secondaire ».

### Proposition 25.

Former à l'EMI – en formation initiale et continue – les professeurs de toutes disciplines.

## Faire figurer l'EMI dans le projet d'établissement

Nous avons pu constater lors de nos déplacements, à Tourcoing et Nogent-sur-Oise, que lorsque des professeurs bien formés s'engagent sur ces sujets, toute la communauté éducative de l'établissement bénéficie du sens conféré par les projets de classes médias : les professeurs impliqués disent trouver un sens nouveau à leur mission, et l'image du collège change progressivement pour devenir plus attractive auprès des parents de futurs élèves. Ces projets valorisent les élèves et les professeurs participants, mais permettent aussi de renouer les liens avec le voisinage de l'établissement, sollicité pour prendre part à certains projets (comme dans le cas d'interviews menées par les jeunes sur les opérations de rénovation urbaine à Tourcoing, sous la direction d'une journaliste de France Bleu Nord). À cet effet, il apparaît souhaitable que les projets d'établissement puissent faire figurer les projets d'EMI, afin de favoriser leur élaboration concertée et de leur donner la visibilité qu'ils méritent. Cela concrétisera également l'importance de la nouvelle discipline parmi le puzzle de toutes les disciplines enseignées.



### Proposition 28.

Faire mentionner dans les projets d'établissement les actions d'EMI menées par les équipes éducatives.

## Concrétiser le soutien aux professeurs

Si la dimension transversale de l'EMI doit être maintenue car elle concerne toutes les disciplines, il faut rapidement apporter une réponse aux réticences légitimes de certains professeurs à aborder des sujets jugés sensibles, au regard des réactions parfois très vives des élèves ou de leurs parents. Pour cela, on peut proposer que des chartes académiques soient conclues ou renforcées quand elles existent, assurant les professeurs du soutien de leurs autorités hiérarchiques et mettant en lumière les mécanismes d'alerte existant en cas, par exemple, d'atteinte à la laïcité.

### Proposition 29.

Proposer des chartes académiques réaffirmant les modalités de soutien des professeurs par leur hiérarchie et informant des mécanismes d'alerte en cas d'atteinte aux valeurs de la République.

## Rétablir l'équité territoriale

Force est de constater aujourd'hui que l'abondance des ressources existantes et la multiplicité des organismes s'emparant du sujet de l'EMI ne permettent pas d'éviter de grandes disparités territoriales, qui créent de véritables « déserts d'EMI ». Des pans cruciaux du public sont ainsi laissés sur le bas-côté.

Face à ce double constat, la structuration de l'offre, derrière un acteur chef de file déjà bien identifié – le CLEMI –, doit accompagner son renforcement dans l'Éducation nationale. Ce renforcement doit aller de pair avec une meilleure intégration des différents acteurs impliqués, afin de toucher le public dans sa variété, lors de tous les temps de la vie.

Par ailleurs, des actions d'identification et de mise en réseau des ressources sont nécessaires, et la puissance publique apparaît la plus à même de les prendre en charge, sans doute aux niveaux départemental et régional. Cela implique de renforcer les équipes dédiées dans les DRAC ou dans les cellules académiques. En bout de chaîne, ces personnels seront également indispensables à un travail d'évaluation des dispositifs et des actions, en lien avec les laboratoires de recherche. L'évaluation est en effet un préalable inévitable à la promotion des initiatives les plus efficaces. Le déploiement de référents locaux de l'éducation aux médias dans les académies, décidé par la circulaire de janvier 2022 et encore en cours, est un début de dissémination territoriale. Il devra lui-même faire l'objet d'une évaluation en temps voulu. Il devra surtout être relayé par une dissémination plus fine dans des territoires plus isolés, moins métropolitains, moins urbanisés.

Une politique territoriale priorisée doit permettre de rétablir l'équité territoriale. Le ministère de la Culture soutient depuis 2015 le développement de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) à destination de tous les publics, jeunes et adultes, sur tous les territoires. Il a notamment mis en place, à partir de 2016, un programme de résidences de journalistes et a intensifié son action à partir de 2018 avec la mobilisation de moyens financiers accrus et la mise en œuvre d'un plan d'éducation aux médias. Cet exemple doit être suivi par toutes les instances publiques. Décentraliser les moyens consiste aussi, par exemple, à pousser les grands établissements nationaux (BNF, BPI, Cité des Sciences, CNC, ARCOM, CNL...) à déployer des moyens sur les territoires prioritaires.

## Proposition 9.

**Formaliser la politique territoriale priorisée en EMI en appuyant sur les zones blanches.**

Au niveau départemental, on peut créer des pôles d'excellence Médias avec des contrats de filières EMI dans chaque département : coordination territoriale animée régulièrement, avec un budget dédié, des moyens humains, incluant les collectivités territoriales, les rédactions, les Clubs de la Presse, les établissements scolaires, les établissements culturels et médico-sociaux, les collectivités territoriales. Objectif : créer une filière métier reconnue, avec des débouchés locaux, et un impact territorial fort.

Véritable politique de justice sociale, il est urgent de déployer une politique publique coordonnée sur les territoires, dans un objectif d'équité, de citoyenneté et de santé publique.

## Généraliser une méthode « par le faire » ?

Reporters sans Frontières souligne qu'il faut sortir de la logique d'une éducation aux médias qui serait uniquement descendante. En termes de méthode, les meilleurs intervenants partent de l'usage que font les jeunes des médias (réseaux sociaux), de leurs centres d'intérêt (le sport est un bon point d'entrée) sans adopter une position verticale consistant à dire le vrai et le faux. Ils laissent la place au débat et favorisent le contradictoire lorsque des points de vues opposés se défendent.

La question des sources des informations est centrale, mais la tentation du « pas de vagues » au sein de l'Éducation nationale est encore trop prégnante. Dès lors, l'intervention d'un tiers étranger à l'administration (journalistes, influenceurs, etc.) est un bon moyen pour remédier à l'autocensure de certains enseignants qui, après le drame de l'assassinat de Samuel Paty, ont trop souvent renoncé à leur liberté pédagogique par crainte.



La plupart ont conscience qu'un discours surplombant rebute les jeunes et qu'un travail qui associe la main et l'esprit est approprié à la discipline. Les web-radios en sont l'exemple le plus courant, mais nous avons vu de nombreuses autres pratiques : jeu sérieux de *Signe de sens*, *escape games*, *podcasts*, reportages, création de journaux télévisés supervisés par des professionnels...

Il faut constamment s'adapter au langage de ces jeunes et veiller à utiliser aussi les canaux qui leur parlent le plus. À quoi bon leur demander de créer une « Une » de journal quand ils ne lisent plus de journaux papier ou quand celui-ci n'est pas chez eux ?

## Mieux relier les acteurs entre eux

Le champ de l'EMI doit mieux tirer profit de la complémentarité de ses acteurs : les déplacements sur le terrain ont montré l'importance du travail commun réalisé entre, d'une part, les professeurs et les acteurs associatifs et, d'autre part, les professionnels des médias. Pour ces derniers, l'enjeu est d'abord d'éclairer les mécanismes de production de l'information pour mettre en lumière le caractère capital de l'accès à une information fiable et vérifiée. Il y a là un enjeu démocratique fort sur lequel il est important d'insister. Les institutions évoquent aussi la nécessité d'un décloisonnement. Ainsi *Universcience, la cité des sciences*, déclare : « Bien souvent, énormément de communautés professionnelles touchent à l'EMI sans se connaître entre eux et sans communiquer. Les médias eux même doivent en parler sur leurs canaux ». France Télévisions est de son côté convaincue que le besoin de la communauté éducative réside moins dans la production de ressources que dans l'échange et l'interaction pour répondre aux interrogations et demandes de la communauté éducative. Mettre en lien, instaurer des synergies s'impose aux yeux de tous.

Il est également crucial pour les journalistes de faire connaître leur métier afin de renouer le lien de confiance avec le public qui bien souvent ne va plus chercher l'information auprès des médias d'information traditionnels. L'initiative du bus de *Reporters sans frontières*, parti en itinérance dans la France entière pour initier des débats citoyens au gré de ses arrêts, est emblématique de cet effort « d'aller vers » le public, dans un esprit d'échange et de dialogue. On rejoint là l'idée, souvent entendue lors des auditions, et que nous évoquons plus haut, d'éviter les discours surplombants et moralisateurs consistant à expliquer aux jeunes qu'ils s'informent mal et sont victimes des réseaux sociaux. Nous plaidons au contraire pour embarquer les acteurs des nouveaux médias dans une démarche positive de réflexion critique avec et pour les jeunes. Les influenceurs doivent être parties prenantes de cet effort, et sont d'ailleurs souvent tout à fait volontaires pour cela, comme en a témoigné Gaspard G, reçu lors d'une des tables-rondes. Bien entendu, cela ne signifie pas que les journalistes et médias traditionnels doivent être mis de côté, bien au contraire : nous avons pu constater la mobilisation de nombreuses associations de journalistes sur ce sujet, ainsi qu'un ensemble d'actions très intéressantes menées par l'audiovisuel public comme privé, tant sur leurs antennes que dans les classes. Il faut plutôt viser d'amener les influenceurs et nouveaux éditeurs de contenus au même niveau d'engagement que les acteurs des médias plus classiques.

### Proposition 12.

Instaurer de la coordination et de la transversalité – intersectorielles, interministérielles, institutionnelles, etc.

## Homologuer les actions

Une structuration de l'offre sur la base d'un cadre de référence partagé semble manquer encore, comme le note *Reporters sans Frontières*. La mise en œuvre de mécanismes d'agrément ou d'homologation permettrait à la fois de professionnaliser des initiatives souvent disparates et spontanées et de garantir leur conformité à certaines exigences essentielles quant aux valeurs et principes véhiculés. Une telle homologation pourrait être obtenue exclusivement auprès du CLEMI et conduirait à mettre en lumière certaines initiatives tout en certifiant leur conformité aux buts recherchés. Ces procédures pourraient conditionner l'accès à des subventions publiques dans le cadre des appels à projets lancés par les structures recherchant des intervenants en EMI.

Formaliser un agrément des formations pour enseigner l'EMI, permettra en effet de sécuriser l'enseignement et valoriser les compétences pédagogiques (pour les intervenants extérieurs, comme pour les professeurs).

## Proposition 19.

**Créer une homologation des actions d'EMI réalisées par les intervenants du champ éducatif, social et associatif, valorisant leur qualité et conditionnant le financement public de ces actions. Faire du CLEMI le centre de référence pour l'homologation de ces actions.**

À l'heure actuelle, certaines formations en EMI, sont déjà reconnues et certifiantes : c'est le cas de la formation dispensée par l'École de journalisme de Lille par exemple, ou encore de la Bibliothèque publique d'information, de l'association pour l'éducation aux médias et bien d'autres. Ces formations doivent faire la part belle à l'image, car nous savons que c'est par ce média que s'informent majoritairement les jeunes sur les réseaux.

## Certifier les acteurs

L'APEM (Association Pour l'Éducation aux Médias) s'intéresse à la certification des professionnels de l'audiovisuel et de la presse écrite pour favoriser la montée en compétence de l'EMI. Car de leur point de vue, l'EMI est plus efficace quand les professionnels sont impliqués. Les pédagogues prennent alors la pleine mesure des impératifs de déontologie du secteur. Car les enseignants ne sont pas assez formés. L'APEM éprouve auprès d'eux des difficultés à expliquer à quoi servent les acteurs de l'EMI. L'association de journalistes *Lumières sur l'info* est d'accord avec ce principe : « les acteurs intervenant dans les milieux scolaires pourraient être labellisés – grâce à une sorte de Passe – et il serait plus facile d'identifier l'offre EMI ».

A la demande du CPNEF audiovisuel et du CPNEF presse, l'APEM a participé à la préparation du cahier des charges et à la sélection de lauréats de l'appel à projets de certification de formation des professionnels en EMI. Il y a à ce jour 8 écoles qui peuvent remettre des certifications pour les formateurs EMI, avec 7 blocs de compétences. Ces certifications sont conçues pour être ouvertes à tous les publics. Parmi les acteurs qui les délivrent, il y a 2 écoles de journalisme, une radio associative, l'INA... C'est le cas de l'École Supérieure de Journalisme de Lille (ESJ) qui se dit très investie dans l'EMI depuis 2018, au niveau régional des Hauts-de-France, en bénéficiant pour ce faire de financements européens. Ils ont ouvert un DU<sup>59</sup> en EMI, et créent des outils pédagogiques pour que les journalistes puissent dialoguer avec les publics et défendre leur profession. Ils ont remarqué en effet que des journalistes ne savent pas quoi répondre quand ils sont brutalement pris à parti pour l'ensemble de la profession. Ces problématiques sont intégrées au cursus des masters, afin que les futurs journalistes puissent être acteurs de l'EMI. En cohérence avec l'offre de formation originale qu'elle a développée, l'ESJ prône la reconnaissance professionnelle de la qualité d'enseignant en EMI, qui donnerait lieu à une rémunération à la hauteur du travail fait et de la formation des enseignants. La philosophie de ces certifications est que l'EMI soit faite par ceux qui pratiquent les médias, donc d'abord les journalistes, mais d'autres professions doivent pouvoir être certifiées. Parmi les associations de journalistes, tout le monde ne semble pas être au courant de l'existence de ces certifications.

Évidemment, favoriser le développement de l'EMI dans les formations initiales des professeurs coule de source, mais il ne faut pas oublier les animateurs (BAFA et BPJEPS).

---

<sup>59</sup> Diplôme d'Université. C'est un diplôme local, qui n'a pas de reconnaissance nationale.

## Proposition 20.

Certifier les acteurs de l'EMI.

Plus modérée, la fédération des centres sociaux, si elle ne conteste pas la nécessité de bien former les acteurs, met toutefois en garde contre une sur-standardisation de l'EMI qui imposerait des critères normés de qualification. Car on fait face, parfois, à des structures légères avec des acteurs qui ne peuvent pas être labélisés. Donc il faut autoriser une souplesse, même si cette exigence de certification est louable. Pensons notamment aux espaces de vie sociale en ruralité où ils ne sont pas plus qu'une ou deux personnes bien souvent, et où il faudra bien avoir des actions malgré une absence de formation qualifiante. La ligue de l'enseignement va dans le même sens, en relevant que l'agrément pourrait entraver l'accès à l'EMI. De fait, il faudra veiller à ce qu'une exigence trop forte ne conduise pas à appauvrir les capacités d'action sur le terrain.

## Labelliser les organismes

Au-delà de l'agrément ou de l'homologation des formations elles-mêmes, les associations sont également demandeuses d'une labellisation des organismes. Ainsi, *La Chance* est assez critique sur le peu d'exigence du financeur public sur les interventions : « Par rapport à la question de l'efficacité de nos initiatives : dans nos échanges avec les DRAC, nous sommes frappés par la manière dont les acteurs publics n'ont aucune idée de comment se passent les interventions qu'ils financent, ils ne savent pas où va l'argent. L'action publique ne sait pas s'évaluer, même si les associations, elles, savent ce qu'elles font. D'où l'idée d'une labellisation des associations ».

## Proposition 21.

Labelliser les organismes investis dans l'EMI.

## Structurer les réseaux d'intervenants

Les associations sont également demandeuses de structuration. Ainsi, *Entre les lignes* se montre assez critique sur la mise en lien et la structuration : « Aujourd'hui, les réseaux sont assez artisanaux. Il faudrait qu'existe une plateforme, liée à un pass média, pour permettre la mise en relation des acteurs homologués. Pourtant, le ministère de l'Éducation est « timoré » là-dessus et les enseignants ne sont pas du tout poussés vers les intervenants. Il y a des déclarations d'intentions mais peu d'actions réelles, ce qui ne permet pas de systématiser les partenariats. La puissance publique est encore amateur ».

A rebours des autres association de journalistes auditées, *Lumières sur l'info* dit ne pas être assez connue car elle n'est pas affiliée à un média. De ce fait, ils n'ont pas assez de demandes. Leur principal sujet aujourd'hui est de pouvoir entrer dans le réseau de l'Éducation nationale, car ils sont en mesure d'accompagner, de former, ils disposent de ressources pour ce faire. Au regard des forts besoins dans le milieu scolaire et associatif, il est aujourd'hui primordial de disposer d'un outil de référencement des offres d'intervention par les professionnels des médias. Nous le constatons en effet au regard des témoignages rapportés précédemment : certaines associations de journalistes ne peuvent répondre à toutes les demandes, alors que d'autres peinent à trouver leur public.

L'APEM (Association Pour l'Éducation aux Médias) s'emploie déjà à structurer en cristallisant toutes les initiatives disparates des divers organes de presse. Elle standardise et professionnalise l'ensemble des interventions. Elle partage aussi les compétences et ne s'arrête pas à la jeunesse.

Pourtant, tous notent qu'il est important que les interventions aient lieu avec des acteurs divers. La complémentarité des formateurs est très valorisante. Dans l'éducation populaire, il y a des acteurs très investis, notamment les éducateurs spécialisés. Ils apportent beaucoup, par exemple sur la laïcité. Les influenceurs doivent aussi être parties prenantes de cet effort de réflexion critique avec et pour les jeunes.

A propos des coordinations locales, la ligue de l'enseignement met en garde contre la création « d'usines à gaz », réserve qu'ils modèrent aussitôt : « mais si c'est léger au niveau local, oui, il faut encourager dans les territoires ruraux la prise en compte de la question de l'EMI [...] Et territorialement, pourquoi pas des formations partagées entre les acteurs communs du territoire dans une logique de parcours local ».

## Avec l'appui des réseaux sociaux ?

L'association de journalistes *Lumières sur l'info* souligne que tous les intervenants ont besoin de soutien de la part des réseaux sociaux pour empêcher la diffusion des fake news. Certains réseaux semblent en effet jouer le jeu.

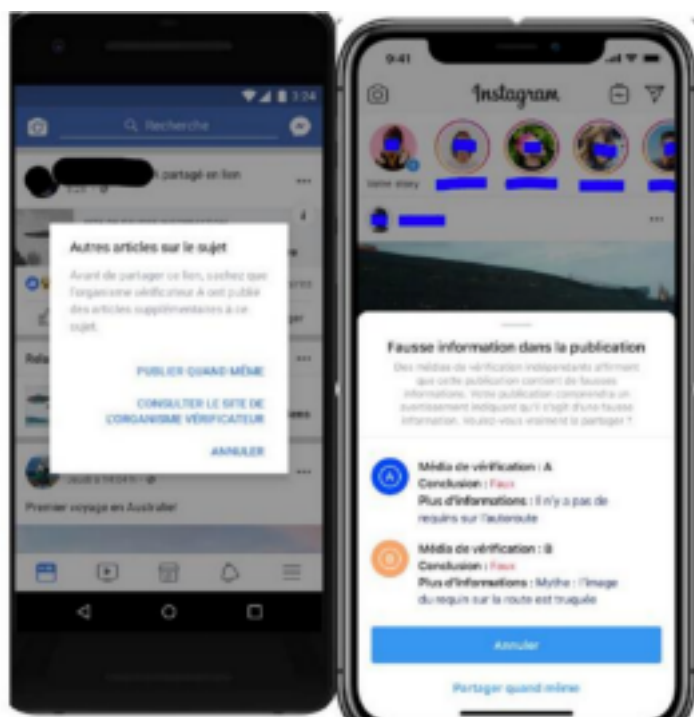
YouTube a ainsi édité en 2021 un livret intitulé « Le Vrai du Fake », qui a été distribué avec des grands quotidiens et hebdomadaires nationaux à plusieurs centaines de milliers de personnes. Celui-ci met en valeur vingt chaînes YouTube permettant d'aiguiser son esprit critique et de s'informer sur l'actualité (par exemple *HugoDécrypte*, *Le Crayon* ou *L'instant détox* du journaliste de France Info Julien Pain, *Le Monde*, *BFMTV*). Vincent Simonet, directeur de l'ingénierie de Google France, s'est exprimé dans une interview avec le média *Brut* dans une vidéo mise en ligne le 20 octobre 2021 où il répond aux questions du créateur *DebunKer des Etoiles*. Dans l'espace *How YouTube Works*, YouTube a mis en ligne en 2021 cinq conseils de l'association *Génération Numérique* pour lutter contre la désinformation. YouTube soutient également des créateurs qui se mobilisent contre la désinformation et a soutenu la collaboration entre Hugo Décrypte (*HugoDécrypte – Actus du jour*, qui compte 1,3 millions d'abonnés) et *Génération Numérique* afin de permettre la création de 2 vidéos de conseils : « Fake news : notre cerveau nous manipule sur les différents biais cognitifs » (166 000 vues à ce jour) et « 6 techniques de manipulation à connaître absolument pour s'en défendre » (420 000 vues à ce jour).

Google et YouTube apportent leur soutien à plusieurs initiatives en termes d'éducation aux médias, et notamment les projets suivants qui ont chacun bénéficié d'une bourse d'un million d'euros octroyée en 2019 pour 3 ans par la branche philanthropique de Google, *Google.org* : l'initiative *Les complots rigolos* développée par l'association *Génération Numérique* (plus de 23 000 jeunes ont suivi cette formation en 2021) ; l'initiative *Il paraît que* menée par l'association *Les petits débrouillards* (près de 90 000 jeunes en 2021) ; l'initiative *Les Super Héros du Net* développée par l'association *e-Enfance* (plus de 22 000 jeunes en 2021). YouTube soutient78 par ailleurs l'éditeur jeunesse Milan Presse: dans la gestion de sa chaîne lancée en 2021 à destination des ados intitulée "Info ou Mytho" qui compte 450 000 abonnés et a pour objectif de développer l'esprit critique des ados grâce à des programmes exclusifs conçus pour démêler le vrai du faux et identifier les bugs de notre cerveau. YouTube a également soutenu ainsi l'étude récente réalisée par Milan et l'Institut CSA sur les ados et l'info dont les enseignements sont particulièrement éclairants. Google a aussi lancé des actions à destination des seniors, notamment pour les dernières élections présidentielles et législatives en partenariat avec l'AFP.



Wikimédia déclare contribuer à l'EMI à travers le soutien aux éducateurs qui souhaitent utiliser les encyclopédies collaboratives comme supports pédagogiques, qu'ils soient dans le domaine scolaire ou périscolaire, ainsi que des partenariats avec des acteurs institutionnels et associatifs spécialisés dans l'EMI. Y contribuent la création et la diffusion de ressources pédagogiques qui facilitent l'utilisation des encyclopédies collaboratives. D'une part, des ateliers et des formations de formateurs sont proposés pour mieux expliquer le fonctionnement des plateformes libres et collaboratives et ainsi essayer au mieux leurs potentiels en termes d'EMI. D'autre part, l'objectif poursuivi est d'autonomiser et encapaciter le public cible, à savoir les enseignants du secondaire, et plus particulièrement les professeurs documentalistes, mais aussi les animateurs en périscolaire, en leur proposant des ressources consultables en ligne, à travers [le site web de l'association](#) ou directement sur [Wikipédia](#) et [Vikidia](#). Par ailleurs, un partenariat a été tissé avec Canopé afin d'assurer la légitimité et la bonne diffusion de nos ressources pédagogiques.

De son côté, Meta assure retirer tout contenu qui viole leurs règles, et en particulier les types de fausses informations les plus dangereux, notamment les contenus qui font peser un risque d'atteinte physique et de violences imminentes. Sont concernés par exemple les contenus comportant des allégations trompeuses sur les vaccins et les traitements dans le monde.



Ainsi, depuis le début de la pandémie de COVID, ce sont plus de 25 millions de contenus de ce type qui ont été retirés. Sont retirés également certains contenus manipulés hautement trompeurs (« deep fakes »). Cela s'applique également aux contenus qui visent, par exemple, à limiter la participation électorale. Pour les contenus qui ne sont pas contraires à leurs règles, ils disent avoir développé un partenariat innovant avec le plus grand réseau de vérificateurs externes de l'information, 90 membres validés par l'*International Fact Checking Network*, l'organisme mondial de référence en la matière. Lorsqu'ils identifient une fausse information, la distribution de ce contenu est réduite significativement afin que moins d'utilisateurs ne le voient. Les utilisateurs qui essaient de le partager ou qui l'ont préalablement partagé sont également informés et la lecture d'un article contradictoire ou complémentaire écrit par

l'un des journalistes membres du réseau de vérification de l'information leur est proposée. Enfin, un message d'avertissement très visible est placé directement sur le contenu concerné et renvoie vers des informations supplémentaires, à destination des utilisateurs qui y seraient malgré tout exposés. Enfin, un fonds pour le civisme en Ligne permet de financer des initiatives : programme de lutte contre la désinformation et la haine en ligne pour les 9-13 ans « Chasseurs d'infox » créé par *Génération Numérique*, ou lancement de la première chaire de recherche en EMI conjointement lancée par l'ESJ Lille et Meta en 2020.

*Snapchat* défend une posture originale en affirmant que le parlement français a adopté un arsenal législatif complet permettant d'appréhender la problématique : réunion de différents acteurs numériques et associatifs au sein d'un observatoire<sup>60</sup>, renforcement des obligations des opérateurs de plateforme et des pouvoirs de l'Arcom<sup>61</sup>, insertion dans le code de l'Éducation nationale de l'obligation de former les enseignants et les élèves aux bons usages du numérique<sup>62</sup>. Si cet arsenal est précurseur et cible chaque maillon de la chaîne, sa mise en œuvre reste aujourd'hui partielle. Il n'est donc pas nécessaire, à leur sens, d'adopter une énième loi sur le sujet, mais de s'assurer de la bonne application des dispositions déjà votées. À cet effet, *Snapchat* s'attache à

<sup>60</sup> Loi du 24 juin 2020 visant à lutter contre les contenus haineux sur internet.

<sup>61</sup> Loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information.

<sup>62</sup> Loi du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République.

développer trois mesures nécessaires : 1. La promotion de partenariats avec des médias reconnus, traditionnels et représentatifs du paysage médiatique français, 2. La sensibilisation à l'importance du signalement en ligne, La mise en œuvre du 'Permis Internet' dans les collèges.

Twitter a établi un partenariat solide et de longue date avec l'UNESCO en matière d'éducation aux médias, concept défini comme : « un moyen d'identification, de compréhension, d'interprétation, de création et de communication dans un monde de plus en plus numérique, médiatisé par des textes, riche en informations et en évolution rapide<sup>63</sup> ». Mais Twitter met en avant une mission très particulière, qui est de promouvoir et de protéger la conversation publique - d'être en quelque sorte la place publique de l'internet. Pour atteindre cet objectif, doit être donné à chacun le pouvoir de créer et de partager des idées et des informations, instantanément et sans barrières. La vision qu'ils défendent est celle d'un Internet ouvert - accessible à tous et qui repose sur des normes ouvertes et la protection des droits de l'homme. Dans ce cadre, les produits sont construits de manière à offrir un plus grand choix et un plus grand contrôle aux utilisateurs : 1) Choix et contrôle. Il faut donner aux utilisateurs plus de contrôle sur leur expérience en ligne ; 2) Sécurité et liberté d'expression. Le but est que les gens aient des conversations riches, pertinentes et sûres sur Twitter. Il ne s'agit pas seulement de faire respecter des comportements et normes positifs ; 3) Confidentialité et transparence. L'engagement est pris d'assurer la sécurité des données et de respecter la vie privée. Les pratiques sont constamment mises à jour pour répondre à l'évolution des besoins des utilisateurs. Il est évident que cette philosophie de la liberté se marie mal avec un contrôle et une régulation des contenus, d'où un investissement sur l'EMI assez limité dans son déploiement.

D'ailleurs, *Lumières sur l'info* émet globalement des réserves sur le soi-disant investissement des réseaux et plateformes sur l'EMI. Selon eux, les crédits publicitaires donnés par les réseaux sociaux ne fonctionnent jamais. Les réseaux tiennent un double langage, ils s'achètent une image mais en réalité ils n'aident pas du tout les acteurs de l'EMI sur leurs propres réseaux. L'association pointe la responsabilité des grandes plateformes, qui doivent mobiliser des fonds et mettre en place des modules de formation. Ils pourraient diffuser du contenu à grande échelle s'ils le voulaient mais la volonté leur manque. Il est difficile d'atteindre une véritable responsabilisation dans ces entreprises. Les interlocuteurs de *Lumières sur l'info* redoutent que seule l'obligation puisse fonctionner.

De fait, force est de constater que les réseaux et les plateformes sont les seuls parmi nos interlocuteurs à prôner un discours libertaire ou à contester le besoin de régulation – pour certains d'entre eux –, alors que leur aide et leur soutien seraient tellement profitables à la cause de l'EMI !

---

<sup>63</sup> "Ce qu'il faut savoir sur l'alphabétisation", site internet de l'UNESCO (Mis à jour le 24 juin 2022).





CHAPITRE 6

# Combien ?



La question des moyens



# Combien ?

## La question des moyens

La question des moyens est évidemment centrale. L'ampleur des actions à mener n'est-elle pas rédhibitoire en contexte de budgets contraints ? Pourtant, certaines mesures ne nécessitent pas des plans financiers colossaux, mais plutôt de la réorganisation et davantage d'efficacité des dispositifs existants.

La ligue de l'enseignement résume assez bien les divers pans à prendre en compte : « Concernant la disparité territoriale, on est dans la difficulté d'articulation entre les différentes administrations locales sur ce sujet. On voit bien que dans les territoires ruraux il y a en effet une priorisation de moyens à avoir. Sur le manque d'acteurs, il y a un enjeu de structuration, le problème maintenant c'est comment rééquilibrer les financements publics pour établir un maillage. Il faut que nous formions des pédagogues sur le long terme pour qu'ils soient en capacité d'adapter des contenus aux différentes thématiques et aux différents publics. Enfin pour finir, comment réintégrer l'EMI dans une approche plus globale ? Il faudrait peut-être articuler l'EMI avec une approche artistique et culturelle parce qu'on voit bien qu'il s'agit d'élargir l'horizon des jeunes pour qu'ils ne s'enferment pas dans un repli identitaire notamment sur les réseaux sociaux ».

## Un projet pédagogique repensé

La place de l'EMI dans le parcours scolaire doit être reconsidérée en profondeur. En effet, ajouter une nouvelle obligation sans un travail transversal de préparation est contreproductif. A nouveau, la ligue de l'enseignement est très claire : « il faut renoncer à charger toujours plus l'école et l'éducation nationale. Il faut revoir de manière générale la place du parcours citoyen et la place des enseignants documentalistes. Car si on ne fait qu'ajouter, en effet on risque de passer après les fondamentaux dans un emploi du temps déjà très chargé ». Ce verbatim mentionne déjà une piste fructueuse : ne faut-il pas faire admettre que, dans la société du numérique qui advient, l'EMI doit être hissée au rang des fondamentaux ?

Il est nécessaire de définir un horaire spécifique à l'EMI tout en préservant la continuité avec tous les autres enseignements.

« Améliorer la continuité des enseignements d'EMI tout au long de la scolarité, c'est un problème. Il faut le faire, c'est obligatoire. Mais là on bidouille ». Verbatim, audition n°1.

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

Le travail sur les contenus est déjà largement entamé. En effet, en l'absence d'un programme dédié (celui du cycle 4 de 2015 se limitant à un référentiel de 27 compétences), la profession s'est très fortement investie dans l'identification des connaissances et compétences liées au champ de l'EMI et dans leur didactisation avec le souci de couvrir les différentes cultures concernées : culture informationnelle, culture médiatique, culture technique et numérique en lien avec les enjeux sociétaux et éthiques qui s'y rattachent. L'Association des professeurs documentalistes de l'Éducation nationale joue un rôle moteur dans ce processus depuis de nombreuses années et travaille actuellement à la mise à jour d'un curriculum en information-documentation du cycle 2 au cycle terminal, publié initialement en 2014, qui définit, pour chaque cycle et chaque niveau, des objectifs de formation et les notions qui y sont associées selon 4 champs :

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

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

Les idées égrenées au fil des échanges peuvent être répertoriées :

- Co-construire avec les acteurs concernés un socle d'enseignement labellisé avec niveaux (1,2,3) sur le modèle du PIX, afin de pouvoir s'assurer des acquis quel que soit le public ;
- Intégrer l'EMI dans les enseignements socles dès le cycle 3 et début de collège, et les évaluer au-delà des projets EPI, à travers notamment l'outil du Livret Scolaire Unique ;
- Instaurer un module EMI dans les carnets de correspondance des enfants dès le cycle 3 et au collège ;
- Définir les thèmes obligatoires et les options à maîtriser selon les publics ;
- Organiser la formation dans des filières identifiées, créer des labels / agréments / niveaux accessibles à tous les intervenants.

## Un cadre clair et précis de mise en œuvre

Le cadre actuel proposé aux professeurs documentalistes est très flou, ce qui permet des « aménagements » qui ne bénéficient pas toujours à l'EMI. La documentaliste de terrain audité s'est fait le témoin.

Concrètement, l'EMI fait partie du programme. Mais ça dépend du bon vouloir des équipes. Il n'y a aucune obligation dans les faits. En réalité, on fait ce qu'on peut avec ce qu'on a.

Le ou la documentaliste cumule 3 missions :

- 1) L'accès aux ressources documentaires
- 2) L'ouverture culturelle sur le local, l'international et l'orientation, le contexte professionnel (organisation d'expositions, culture scientifique, travail coordonné avec les médiathèques, les centres culturels, ...)
- 3) L'EMI

Dans cette multiplicité de tâches et responsabilités, chaque collègue donne un peu la priorité à ce qu'il veut. Seuls les génies arrivent à gérer complètement les trois.

Auprès des élèves, il y a 3 types d'intervention :

- 1) En permanence, lorsque les élèves sont en autonomie au CDI pendant une heure
- 2) Dans son établissement, les sixièmes ont un créneau dans leur emploi du temps une fois tous les 15 jours, en alternance avec un cours de français par demi-groupe (accord avec la prof correspondante)
- 3) Enfin, actions ou activités avec les collègues de discipline, selon le bon vouloir (ou pas) de chacun. Elle n'a pas les cinquièmes, quatrièmes et troisièmes en cours, il faut s'arranger avec les profs. Du coup, tous les élèves n'ont pas la même chose, cela dépend de leur classe. Verbatim, audition n°1.

L'association des Professeurs Documentalistes de l'Enseignement Privé exprime aussi le manque d'un cadre précis : « Il manque aujourd'hui un cadre de travail concret, formalisé dans le projet d'établissement : volume horaire, projets identifiés inscrits dans les parcours éducatifs, équipe pédagogique impliquée dans ces projets, partenaires extérieurs... ». Ils sollicitent eux aussi des clarifications institutionnelles.

Dans la même lignée, l'association des professeurs documentalistes de l'Éducation nationale a fait remonter à la Commission Bronner une liste de propositions qui résultent de 30 années d'expérience, de réflexion et de travail. Parmi celles-ci, citons :

- 1) Créer un curriculum des compétences et connaissances en éducation aux médias et à l'information de l'école au lycée ;
- 2) Définir sur chaque niveau, au collège et au lycée, des modules horaires EMI dans les emplois du temps des classes pour une moyenne hebdomadaire *a minima* de 0,5 heure, confiés à des équipes interdisciplinaires incluant le professeur documentaliste ;
- 3) Garantir, dans le temps de service des professeurs documentalistes, un cadre horaire consacré à l'enseignement, entre 1/4 et 1/3 du temps de service, afin d'éviter que le cadre horaire élève, proposé ci-dessus, ne soit utilisé pour « boucler » les services des collègues d'autres disciplines, phénomène déjà connu pour l'EMC et qui, s'il était reproduit pour l'EMI, pourrait évincer les professeurs documentalistes de cet enseignement (voir rapport de la Cour des comptes<sup>64</sup> à ce sujet, qui recommande de « s'appuyer davantage sur le professeur documentaliste, seul enseignant qui a reçu une formation initiale spécialisée ») ;
- 4) Rectifier, en conséquence, dans la circulaire de missions des professeurs documentalistes de 2017, les formulations ambiguës qui octroient à leur mission enseignante un caractère facultatif, la met en tension avec l'ouverture du CDI et soumet sa réalisation à l'arbitrage du chef d'établissement ;
- 5) Faire appliquer sans ambiguïté le décompte des heures d'enseignement prévu dans la circulaire de missions de 2017 et le décret sur les Obligations Réglementaires de Service de 2014, pour toutes les heures d'enseignement effectuées par les professeurs documentalistes, seuls ou en co-intervention, dont les heures d'EMI ;
- 6) Augmenter le nombre de postes au CAPES avec un nombre de postes par établissement tenant compte du nombre d'élèves avec un minimum d'un poste par établissement ;
- 8) Affecter dans les CDI des personnels de catégorie B pour des missions de gestion et d'accueil afin de mettre fin à la tension qui existe actuellement entre la mission d'accueil et la mission d'enseignement.

## Un plan de formation des personnels déjà en place

Sans même envisager de recrutements supplémentaires, le plan de formation des enseignants déjà en place est très insuffisant et mal adapté. Tout est à revoir sur ce plan, et ce doit être le premier chantier. Il faut d'abord instaurer auprès de tous l'idée que l'EMI est une priorité absolue. Une fois ce premier combat remporté et tout le monde motivé, il faut remettre en place un plan de formation complet. Les verbatims sont très explicites et unanimes sur ce point, comme celui du chef d'établissement ci-dessous.

« Question formation, tous les collègues n'ont pas le niveau, par exemple, en recherche d'information. Les formations existent, mais les collègues ne pensent pas : « pour moi, c'est un incontournable ». C'est pas leur priorité. Pour eux, ce n'est pas le cœur des apprentissages, c'est du niveau d'un club de fans. Pour les former, on a les FE, les formations établissements, prises en charge par l'autorité académique. Mais c'est très compliqué. Les plans de formation ne répondent pas à leurs besoins de formation. J'ai par exemple une formation LGBT. C'est bien, mais moi ce qu'ils veulent c'est « comment gérer les conflits » ou « le harcèlement ». Et ça y a pas. En plus, les cours c'est tout en visio, on doit regarder pendant des heures des vidéos venues d'en haut, c'est pas possible. Il faut du présentiel, du participatif. La formation continue a longtemps été sur catalogue, et c'est la personne qui choisissait. Maintenant, c'est imposé depuis le ministère. Donc ils sont tous démotivés, il n'y a plus de formations demandées. Pour un chef d'établissement qui n'a pas de perspective nouvelle de carrière ou de statut par exemple, il n'existe aucune formation. Il n'y a pas de CPF, trusté par le ministère pour la préparation aux concours. Tout ça est trop téléguidé. En plus, on leur demande de récupérer les cours. Donc c'est sur leur temps et leurs deniers personnels. Il y a 20 ans, il y avait des formations de 4 à 5 jours qui se passaient ailleurs, ça faisait une respiration. Maintenant c'est une journée et demie max. Ça va pas. Il faudrait

<sup>64</sup> COUR DES COMPTES. "La formation à la citoyenneté - Communication au comité d'évaluation et de contrôle des politiques publiques de l'Assemblée nationale", 15/10/2021. <https://www.vie-publique.fr/rapport/282438-la-formation-la-citoyennete-rapport-de-la-cour-des-comptes>

des stages de communication, de la formation en psychologie de l'enfant. Et que tout ça ne se ramène pas toujours à des questions budgétaires ». Verbatim LDM, audition n°2.

Le CLEMI offre pourtant des solutions. L'écart entre l'offre et la demande est donc immense. Avant toute décision précipitée, il convient d'écouter les enseignants, pour entendre la nature de leurs résistances et pourquoi ils n'engagent pas la démarche – ce que nous avons commencé à faire à toute petite échelle. Pour mémoire, quelques éléments de ce qui est fourni par le CLEMI en termes de formations.

### CLEMI-FORMATION

Le CLEMI assure la formation de formateurs et d'enseignants du 1er et du 2nd degré, dans l'ensemble des disciplines. Les actions de formation se voient renforcées à l'école primaire, où lire et écrire l'info, publier en sachant respecter autrui, sont des compétences fondamentales que doivent acquérir les élèves.

Il ouvre son offre de formation à une communauté éducative élargie, intégrant des publics diversifiés d'éducateurs, des travailleurs sociaux, et se mobilise par des actions de sensibilisation des familles. Le numérique est désormais au cœur des stratégies de formation du CLEMI : intégration de l'éducation aux données, évolution des modalités de formation, hybridation des ressources.

Le référentiel enseignants et formateurs ainsi proposé par le CLEMI distribue les compétences en EMI en cinq axes thématiques qui s'ancrent dans :

- Une culture médiatique, constituée par la connaissance des médias, de leur fonctionnement, de leurs formats et de leurs langages ;
- Une culture informationnelle, permettant de comprendre ce que sont les acteurs, les processus de production, de diffusion et de réception de l'information ;
- Une culture sociale et citoyenne, construite à partir d'une connaissance partagée des droits et devoirs liés à l'usage des médias et de l'information, et d'une capacité à mettre en œuvre des pratiques informationnelles et communicationnelles éthiques et responsables en termes de vivre ensemble et de citoyenneté ;
- Une culture technique et numérique, autorisant un accès égalitaire à une connaissance et à une maîtrise des outils permettant un usage raisonné, responsable et créatif de l'information et des médias ;
- Une culture didactique et pédagogique, rendant compte des concepts, méthodes et courants en éducation les plus favorables à l'apprentissage-enseignement des fondamentaux de l'EMI.

Les compétences identifiées dans ce référentiel CLEMI peuvent s'évaluer selon trois niveaux d'acquisition progressive, correspondants à la découverte, au renforcement et enfin à l'expertise.

- Je connais : La compétence et les notions associées ont été décryptées, expliquées par la formatrice ou le formateur ;
- Je maîtrise : La compétence et les notions associées ont été mises en œuvre par les apprenants ;
- J'enseigne : La compétence et les notions associées ont été enseignées par les apprenants.

## Une politique publique ambitieuse

Il n'est pas admissible, au nom de l'égalité entre nos concitoyens, qu'une politique publique soit soumise à « la bonne volonté » de ceux dont elle dépend alors même qu'il existe une filière professionnelle structurée de formation en sciences de l'information. Les professionnels des médias sont quant à eux aussi mobilisés par passion et cela n'est pas sans poser problème au titre de leur activité principale (remplacement à l'antenne, remboursement de leurs frais de déplacement, etc.). Enfin, mobiliser l'ensemble du système d'acteurs locaux et tout ce tissu d'éducation populaire qui est sous employé est crucial. Il y a des ressources en France, mais il faut travailler encore à bien les utiliser. Un niveau structurant territorial, qui pourrait être le département, peut envisager une approche intégrée et globale qui traite l'EMI en termes de parcours citoyen dans un sens large, mais avec une forte préoccupation autour du numérique.

Il est urgent de passer la vitesse supérieure : une politique publique budgétée, ambitieuse, massive, organisée, efficace s'impose. La menace des extrémismes dans nos démocraties nous révèle l'importance de former de véritables citoyens, fantassins de l'information, exercés à l'usage de l'information sur Internet, du discernement et de l'esprit critique. Elle nous pousse à stimuler l'engagement et la citoyenneté. L'EMI doit participer à la baisse de l'abstention qui menace nos démocraties.

## Proposition 10.

Mettre en place une politique publique budgétée, ambitieuse, transversale, massive, organisée, efficace.

Face au foisonnement des ressources illustré au chapitre 2, le rôle de la délégation interministérielle serait aussi de piloter la rationalisation des contenus accessibles et leur valorisation au sein d'un serveur fédéré unique. En effet, Divina Frau-Meigs fait le constat suivant pour les ressources vidéo : « la politique de *Lumni* à l'égard des contenus d'accompagnement est peu claire, surtout quand ils proviennent de l'éducation populaire. C'est l'éducation nationale qui semble avoir le contrôle alors que le partenariat est avec toute la sphère de l'audiovisuel public (Arte, Ina, France Télévisions...) ». Elle conclut donc : « Une plateforme dédiée intersectorielle, avec une gouvernance incluant tous les partenaires (y inclus les médias), s'impose, qui fasse la curation des ressources et s'assure de leur découvrabilité ». On peut élargir sa proposition et la généraliser. Les quelques items ci-dessous commencent à répertorier le travail de fond à produire :

- référencer tous les outils existants en France aujourd'hui, les évaluer, les classer selon les publics, l'objectif recherché et l'impact souhaité, valoriser la plateforme *Media Éducation* et la renforcer ;
- pousser à la modernisation des outils / canaux EMI (supports numériques, réseaux sociaux, jeux en ligne) dans l'ensemble des interventions ;
- favoriser les outils inclusifs (handicap, illettrisme, illectronisme) ;
- créer un lieu / une structure ressource dans chaque département (coordination type Emi'cycle) associant tous les acteurs pour découpler les moyens et les projets, afin de partager les bonnes pratiques et faire connaître les acteurs référencés sur le territoire ;
- soutenir (par des contributions volontaires de plateformes et par des financements start-up) les start-up d'influenceurs reconnus et certifiés, qui déploient une information et un décryptage écoutés par les jeunes, attribuer la carte de presse aux influenceurs certifiés...

Nous le disions dès l'introduction : affirmer une politique publique ambitieuse d'EMI requiert *a minima* une meilleure coordination des nombreux acteurs privés et publics impliqués, un renforcement de leur formation, une complémentarité coordonnée, un consensus sur le socle de compétences et de connaissances, un partage des bonnes pratiques, une mise en commun et une validation des ressources... Ce travail conséquent d'identification, de mise en cohérence et en visibilité est la première mission de la délégation, qui se doit de le piloter.

## Modèles économiques

Concernant l'évolution des moyens dévolus à l'EMI ces dernières années, le CLEMI lui-même, dont c'est la mission, semble souffrir d'un manque cruel de moyens, aux dires des personnes directement concernées telles que Divina Frau-Meigs qui l'a dirigé.

## Proposition 33.

Renforcer le budget EMI.

La restructuration de l'EMI est un chantier qui a été entrepris par le CLEMI. Mais le manque de moyens humains ne permet pas d'avancer suffisamment. Des moyens nouveaux permettraient de mieux accompagner les acteurs de terrain. Au plan des moyens ministériels alloués, Le Professeur Frau-Meigs constate en outre une certaine déperdition : « Le budget de l'EMI pour l'Éducation nationale n'est pas clairement dédié à l'EMI ; il s'éparpille dans des soutiens à la production de ressources ou des subventions à des associations (fonds de partenariats), à l'exception de l'opérateur Canopé, bien doté. Le Ministère de la culture est plus transparent, notamment sur des publics plus larges, avec des financements de la DGMIC et un soutien aux journalistes et associations de la culture populaire. Ces dernières années, les fonds ont progressé, surtout en lien avec la lutte contre la désinformation. Quant au caractère interministériel, il reste embryonnaire, y compris dans l'optique de la convention-cadre signée entre le ministère de l'Éducation et le ministère de la Culture. Le véritable angle-mort est l'enseignement supérieur et la formation des maîtres et des professeurs du primaire et secondaire ».

Le constat est qu'il existe des budgets et des actions dans de nombreux ministères actuellement :

- **Éducation nationale** : référent EMI dans les académies, temps de travail et implication variable, collègues médias, actions dans le domaine des sciences ;
- **Enseignement Supérieur et Recherche** : convention cadre *Éducation aux médias* ;
- **Culture** : appels à projet des DRAC, très variables selon les régions ;
- **Numérique** : appels à projets, déploiement des conseillers numériques, PIX ;
- **Citoyenneté** : appels à projets sur la lutte contre l'embrigadement, la laïcité, la lutte contre les sectes ;
- **Ville** : contrats de ville avec des volets éducation artistique et culturelle ou médias, variables ;
- **Agriculture** : dans les lycées agricoles, et dans les contrats culture-ruralité ;
- **Famille** : avec un axe du contrat d'objectif de la CAF qui comprend parfois de l'EMI ;
- **Santé** : lutte contre la dépendance aux réseaux sociaux, lutte contre l'anxiété et la dépression liée à l'avenir ;
- **Justice** : dans le cadre du protocole culture-justice, pour toucher tous les publics.

Il est donc impossible pour le moment de formaliser un budget dédié et son évolution, et il existe très peu de recherches sur l'efficacité des actions et leur impact sur les populations. Tous les acteurs convergent vers la nécessité de mieux se connaître et de travailler ensemble. Un focus important est à faire au demeurant sur la mobilisation autant du public que du privé. Par ailleurs, au-delà de la réponse à des appels à projets de DRAC pour obtenir un financement pour les ateliers, les acteurs utilisent parfois le pass Culture collectif dans les collèges et lycées. Mais un des freins pour les enseignements EMI est que le transport vers les rédactions ou dans les lieux culturels n'est pas pris en charge dans le pass Culture et que dans certains départements, l'EMI n'est pas validée dans le pass. Certains acteurs (associations de journalistes) ne sont pas reconnus par les DRAC qui valident les acteurs du pass. Enfin, les rédactions, plateformes qui dédient des budgets à l'EMI et au déploiement des actions, ne sont pas valorisées spécifiquement. Proposer que les actions dans les associations ou les établissements, prenant du temps de travail puissent être reconnues, stimulerait la participation.

On le voit, au plan budgétaire aussi, une certaine clarification s'impose. On peut imaginer que celle-ci soit traitée au niveau d'une coordination départementale de l'EMI, pilotée par le Préfet à l'égalité des chances ou le Préfet. Son rôle serait d'identifier et de gérer le budget EMI dans chaque département, en lien avec la délégation interministérielle, la mission transversale ou la cellule d'appui nationale. Elle coordonnerait également les budgets au sein des politiques familiales (CAF) et des contrats de ville.

## Proposition 13.

Mettre en place une coordination départementale de l'EMI pour identifier le budget EMI et gérer les moyens ciblés.



Pour ce qui est de la distribution du soutien financier, la logique d'appels à projets des directions régionales des affaires culturelles (DRAC) est louable mais restreint les budgets à une poignée de structures désignées, parfois de manière discontinue dans le temps. Surtout, certains publics ou acteurs demandeurs n'en ont tout simplement pas connaissance. Le montage des dossiers est par ailleurs complexe et favorise les initiés. Ceux qui ne disposent pas en interne des compétences pour le montage de tels dossiers passent alors à côté des opportunités, dont profitent toujours les mêmes réseaux. À l'inverse, des associations peuvent recevoir des financements de plusieurs ministères pour les mêmes actions d'EMI. Le ministère de la Culture mentionne d'ailleurs qu'il devient nécessaire de lutter contre les disparités territoriales et les spécialistes des appels à projets, pour lesquels il y a des décrochages régionaux. Les appels à projets sont utiles à l'identification de certains acteurs mais filtrent et éliminent les acteurs initiaux. Cela tient aux associations présentes mais également à leur budget. Les DRAC pointent la nécessité d'identifier de nouveaux acteurs.

L'APEM (Association Pour l'Éducation aux Médias) par exemple trouve des financements européens, qui sont gigantesques mais complexes. C'est une possibilité qui pourrait être plus exploitée par l'ensemble des parties-prenantes, mais qui requiert un haut niveau de technicité pour le montage des dossiers et le suivi des projets jusqu'à leur clôture administrative et financière. Des demandes collectives fédérées par un interlocuteur central qui disposerait de cette technicité pourrait constituer une solution.

## Mieux valoriser l'engagement

Nous l'avons vu, les professeurs documentalistes, sur le terrain, s'investissent diversement dans leur mission d'EMI, certains allant jusqu'à la laisser entièrement de côté. Il faudrait à tout le moins permettre aux chefs d'établissement de récompenser l'engagement des personnels remarquablement investis. Ce n'est pas possible actuellement. De fait s'exprime au contraire le malaise des professeurs documentalistes très impliqués dans leur mission d'EMI. Ainsi l'Association des professeurs documentalistes de l'Éducation Nationale rappelle, dans sa lettre ouverte du 2 février 2022 au Ministre Jean-Michel Blanquer, les inégalités de traitement dont ils font l'objet : « Enfin, pour notre profession c'est toujours, au-delà de la reconnaissance de notre compétence et de notre engagement, l'attente de mesures concrètes à même de mettre fin aux tensions qui s'exercent entre les différentes missions qui lui sont confiées et qui entravent très fortement l'engagement possible sur la mission enseignante ainsi que l'a parfaitement identifié le rapport récent de la Cour des Comptes. Rappeler, comme cela est fait dans le vademecum, que les professeurs documentalistes ont un rôle central dans la mise en œuvre de l'EMI, s'accorde mal avec les coupes drastiques dans le nombre de postes au concours ainsi qu'avec, à ce jour, l'absence complète d'avancées sur la réduction des inégalités de traitement qui nous sont infligées au sein du corps des certifiés auquel nous appartenons depuis trente-deux ans, inégalités dont nous nous sommes déjà entretenus avec vos services : refus du décompte de nos heures d'enseignement, régime indemnitaire discriminatoire, absence d'agrégation, de corps d'inspection dédié et, plus récemment, exclusion du bénéfice de la prime informatique ».

Le rétablissement d'un traitement équitable et la possibilité de valoriser l'engagement des personnels semble légitime.

## Avec les influenceurs

Une démarche positive de réflexion critique avec et pour les jeunes doit embarquer les acteurs des nouveaux médias, qui sont très écoutés par cette catégorie de population. Les influenceurs doivent être parties prenantes de l'effort EMI, et sont d'ailleurs souvent tout à fait volontaires pour cela. Bien entendu, cela ne doit pas se faire au détriment des journalistes et médias traditionnels qui sont très mobilisés sur ce sujet, et mènent un ensemble d'actions très intéressantes comme nous l'avons vu au chapitre 2. Il faut plutôt viser d'amener les influenceurs et nouveaux éditeurs de contenus au même niveau d'engagement que les acteurs des médias plus classiques.

Gaspard Guermonprez, connu en tant que youtuber sous le nom de Gaspard G, reçu lors d'une des tables-rondes, constate que ni Radio France, ni France Télévisions, ni les autres n'ont fait beaucoup de pas vers les créateurs de contenus, alors que ces derniers souhaiteraient que le service public les accompagne. Dans son entreprise, 1/3

des 10 salariés sont des journalistes. Malgré cela, ils souffrent toujours d'un manque de légitimité de la part de certains médias. Les influenceurs dont les contenus seraient homologués (voir proposition n°19) devraient pouvoir bénéficier d'une double casquette de journalistes et de néo-communicants. Ces créateurs réclament une labellisation qui leur permettrait d'accéder à des sources de financement. En plus d'être soutenus par le service public, ils ne devraient plus subir de blocages de la part de certaines plateformes. Il faut noter cependant que les créateurs de contenus ne sont pas soumis au contrôle de l'Arcom, ce qui pose question compte-tenu de leur nombre d'abonnés.

### **Proposition 22.**

**Reconnaître les influenceurs « certifiés » de l'information comme de véritables acteurs du journalisme (attribution de la carte de presse) et intervenants EMI.**

## **Couverture territoriale**

Aux dires de la ligue de l'enseignement : « sur la question des moyens et de la couverture territoriale, on voit bien qu'il y a un enjeu sur les inégalités de moyens. On ne peut pas propulser des journalistes partout sur le territoire ».

Il y a des disparités énormes. Les recteurs sont en partie responsables de cette disparité. Certains inspecteurs disent que l'EMI n'est pas au programme, des professeurs cachent qu'ils traitent cette matière. Les relations sont compliquées aussi avec les parents d'élèves. En 2015, seulement 5 personnes sont référents EMI sur le territoire à temps plein. Quelques améliorations sont à noter mais le CLEMI n'a pas de budget supplémentaire, spécifiquement dédié aux liens avec les territoires. Pourtant, impliquer les territoires est toujours bénéfique. On peut imaginer une forme de contractualisation.

### **Proposition 14.**

**Contractualiser avec les communes ou EPCI sur l'EMI pour dédier des moyens d'animation du territoire : médiateurs dédiés, et renforcement des compétences des conseillers numériques.**

La ligue de l'enseignement relève cependant le risque de sur-couche administrative, plus contraignante que facilitatrice au final : « Il faut faire attention à ne pas rajouter aux espaces de coordination existants de nouveaux espaces par-dessus. Nous avons les Caisses d'Allocations Familiales par exemple qui travaillent souvent au niveau départemental. Sur les zones rurales, il faudra passer par les intercommunalités. Mais il faut bien penser les espaces d'articulations. Sur la question de l'accessibilité des structures, pouvons-nous penser par exemple à de l'itinérance avec des bus numériques pour lutter contre la fracture numérique dans une logique d'inclusion ».

## Pass Culture et Médias

Comme le propose la ligue de l'enseignement, articuler l'EMI avec une approche artistique et culturelle est une bonne idée. Elle a été reprise par de multiples interlocuteurs (journalistes, professeurs des universités...).

On l'a vu, il est primordial de disposer d'un outil de référencement des offres d'intervention par les professionnels des médias et les autres acteurs. Le pass Culture a fait la démonstration de son succès comme répertoire des offres culturelles à destination du public jeune. Son élargissement à un pass Culture et Médias permettrait aux acteurs homologués de s'inscrire sur un répertoire consultable sur l'application, et d'entrer dans les circuits de financement public, les prestations d'EMI pouvant alors être tarifées comme le sont les manifestations culturelles. Certains acteurs de l'EMI ont déjà fait l'objet d'un accompagnement par le ministère de la Culture, et sont aujourd'hui intégrés dans le pass Culture grâce à la base ADAGE, mais d'autres se sont vu refuser cet agrément. *Lumières sur l'info* par exemple s'est vu refuser la labellisation du pass Culture sous prétexte que leur offre n'était pas assez créative. Ils revoient leur offre, mais ils perdent du temps et sont en attendant obligés de trouver des financements ailleurs (fondations, entreprises...). Là encore, les progrès se font de façon trop disparate.

Affirmer clairement l'extension du pass Culture permettrait de lancer un signal clair pour encourager les intervenants à obtenir d'abord la certification qui serait instaurée, et demander ensuite leur référencement. Au-delà de l'opportunité donnée ainsi aux classes de réserver sur la plateforme des visites de locaux de médias (notamment régionaux) par exemple, ou d'autres actions d'EMI, cet élargissement de l'intitulé mettrait mieux en lumière les possibilités déjà existantes d'abonnement à la presse grâce à la part individuelle du pass. En outre, la prise en charge des transports est un frein qui a été maintes fois relevé. Rappelons les propos de la Bibliothèque Nationale de France : « pour que ça marche complètement, il est nécessaire d'intégrer le développement d'une offre de transports, notamment dans le cas des formations faites aux scolaires. Le vrai sujet est la systématisation et l'automatisme de cette prise en charge des coûts de transports, plutôt qu'un fonctionnement au coup par coup ». Inclure les frais de transport scolaire dans le pass constitue une solution.

### Proposition 35.

Élargir le pass Culture à l'éducation aux médias, avec transports inclus.

## Bénévolat or not bénévolat ?

Parmi les plus belles initiatives figurent celles promues par des professionnels passionnés. Or une politique publique ne doit pas être soumise à « la bonne volonté » de ceux dont elle dépend. Aussi, les professionnels des médias doivent rendre compatibles leurs interventions en la matière avec l'organisation de leur activité au sein de leurs entreprises.

Les intervenants journalistes sont pour la plupart bénévoles, qu'ils soient dans une association ou qu'ils fassent de l'EMI à titre personnel, tant pour leur propre formation en EMI réalisée sur le temps privé (un bon journaliste n'étant pas automatiquement un bon enseignant, les besoins de formation sont réels), ou des actions devant le public, pour lesquelles ils prennent parfois des jours de congés. Mais ils sont salariés par ailleurs. Ils interviennent aussi bien sur leur temps de travail que sur leur temps libre. En réalité, tous les modèles coexistent : parfois rémunérés (réponse aux appels à projet DRAC et résidences), parfois subventionnés via les associations de presse, parfois et souvent bénévoles hors temps de travail, parfois rémunérés par les rédactions sur leur temps de travail. L'association *Entre les lignes* a par exemple obtenu la mise à disposition par *Le Monde* d'une journée du temps

de travail pour faire des interventions. Certaines entreprises participent économiquement à l'EMI et financent la participation des journalistes aux interventions. Ces initiatives devraient être systématisées et faire l'objet d'incitations. L'association *La Chance* reconnaît également que : « La rémunération des intervenants favoriserait la prise de conscience de leur légitimité ». En outre, les interventions d'EMI ne sont pas prises en compte dans l'attribution de la carte de presse. Il s'agirait d'intégrer les prestations EMI d'une manière ou d'une autre dans les revenus des journalistes.

### Proposition 36.

**Créer des mécanismes de compensation et de valorisation pour les journalistes engagés dans les actions d'EMI afin de favoriser les interventions des professionnels de l'info.**

Il est indispensable de mettre en place des mécanismes de valorisation, pour les entreprises comme pour les salariés, de nature à permettre la tenue de ces actions sans que cela affecte l'activité des médias concernés (un journaliste, à moins d'être en congé, ne pouvant se trouver à la fois à l'antenne ou en rédaction et devant une classe ou dans une bibliothèque). Ces actions doivent pouvoir être soutenues et valorisées au titre de la politique de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) dans le secteur privé, ou faire l'objet de dispositifs d'incitation fiscale quant aux heures consacrées à l'EMI par les salariés. En outre, leur rémunération devrait être systématique. Pour les médias de service public, il serait opportun de réserver des crédits au recrutement de personnels plus particulièrement mobilisés sur ces questions, en allant plus loin dans les objectifs figurant dans les contrats d'objectifs et de moyens.

On peut ainsi avancer les trois pistes suivantes :

- 1) Valider un tarif horaire, aligné par exemple sur celui des intervenants en Éducation Artistique et Culturelle à 55 euros / h pour toute intervention ;
- 2) Développer le mécénat de compétence pour les rédactions et les plateformes, en contraignant plateformes et acteurs de la presse à un temps de mécénat autorisé pour les salariés, dans le cadre de la RSE et défiscaliser le mécénat de compétence EMI ;
- 3) Budgéter des CDD de remplacement dans les rédactions pour libérer les journalistes diplômés pour les interventions EMI.

Sur le point spécifique du financement des ressources humaines pour les associations, l'association *Dessinez Créez Liberté* par exemple compte trois salariés et des bénévoles. L'association de journalistes *Lumières sur l'info* affirme que certaines grandes entreprises facilitent la participation de leurs salariés à l'EMI. Mais c'est plus compliqué pour les petites structures de presse. Là encore, des disparités fortes se manifestent.

# Conclusion

Pour conclure, si beaucoup a été fait en France en matière d'éducation aux médias, montée en puissance et structuration pourraient bien être aujourd'hui les deux mots d'ordre pour garantir sa pleine efficacité. Le déploiement possible du service national universel à tous les jeunes pourrait ainsi nous amener à imaginer de nouveaux outils pour garantir à chacun un socle minimal en cette matière.

Nous avons montré que l'EMI peut se déployer sur beaucoup de champs d'action, non priorités :

- comment se fabrique l'information : visites de rédactions, ateliers ;
- comment développer son esprit critique : approche des sciences et de la rationalité ;
- compréhension des réseaux sociaux, des algorithmes, des biais cognitifs et des outils d'indexation ;
- *fact checking*, vérification des sources, repérage des fake news ;
- création d'un média, regard sur l'actualité ;
- sécurité pour naviguer sur internet, prévention des escroqueries ;
- prévention de l'embrigadement et des dérives sectaires ;
- mais aussi lutte contre la fracture numérique, contre l'infobésité, prévention de l'anxiété liée à la surinformation, prévention de la dépendance ...

Loin d'exiger l'uniformisation, nous proposons la mise en place de socles de niveaux co-construits, qui doit permettre la capitalisation des connaissances et des compétences requises.

De nombreux acteurs sont impliqués, pas tous reconnus et valorisés :

- documentalistes ;
- professeurs d'histoire, de santé, de sciences... ;
- journalistes indépendants, membres d'associations ou envoyés par leurs rédactions ;
- photographes ou dessinateurs de presse ;
- bibliothécaires ;
- animateurs socio-culturels ;
- influenceurs...

Ils sont tous très motivés et partagent un sentiment d'urgence et d'utilité sociale. Mais leur liste à la Prévert montre une disparité forte des acteurs, sans coordination, sans partage de connaissances, sans évaluation de niveau. Les formations sont très nombreuses, peu connues, de niveaux variables. Elles sont en outre organisées en silos étanches, sans transversalité et sans partage : par exemple, la BPI anime le réseau des bibliothécaires publics, mais leurs formations ne sont pas diffusées à d'autres métiers (documentalistes notamment).

On voit que pour toucher les publics les plus sensibles à la désinformation, les exemples qui fonctionnent bien se basent sur l'implication des collectivités territoriales notamment communes et départements, qui déploient des médiateurs sur le terrain, qui vont chercher les publics : familles, assistants maternels, animateurs, seniors, personnes isolées. Le dernier quinquennat a vu se développer des Conseillers Numériques dans les Maisons France Service mais aussi dans les structures des territoires, en contractualisation territoriale. Leurs compétences sont limitées à la maîtrise des outils, on pourrait aller plus loin sur les dangers du net et la désinformation. On voit aussi des acteurs se qualifier en EMI dans le domaine de la justice (pénitentiaire) et de la prévention de la délinquance (PJJ, clubs de prévention). C'est un domaine d'action supplémentaire à identifier.

Il existe aujourd'hui de nombreux outils peu coordonnés :

- les résidences de journalistes (appel à projet DRAC ou Contrats de ville, partenariat école-Journalisme) ;

- les ateliers sur mesure de production de média proposés par des associations de journalistes ;
- les jeux numériques créés par les plateformes ou les médias eux-mêmes, ou par des associations ;
- les jeux physiques conçus par la BPI, BNF, ou autres acteurs ;
- les ateliers radio ou télé, les web-radios dans les écoles ;
- les visites de rédactions ;
- les collèges médias ;
- la création de médias certifiés par les influenceurs reconnus (Hugo Décrypte, Gaspar G)...

Beaucoup d'acteurs n'ont pas connaissance des outils disponibles pour se former ou pour animer des ateliers, il n'y a pas de lieu de présentation et de partage des outils pédagogiques, voire d'évaluation et de ciblage de leur impact.

Les chiffres de participation à *La Semaine de la presse et des médias à l'École* sont parlants. Les médias sont pour la plupart massivement investis. Il y a beaucoup d'implication, et beaucoup de participants, c'est incontestable. Mais cela reste malheureusement une goutte d'eau relativement au nombre de jeunes scolarisés à l'instant T. Il faut retenir néanmoins que l'organisation de grands moments collectifs catalyse la mobilisation.

Les ressources et bonnes volontés existent, les actions aussi, mais les réseaux et les ressources restent à organiser et les bonnes volontés à coordonner pour atteindre collectivement les objectifs partagés. Comme l'indique Reporters sans Frontières : « il s'agit de passer du volontariat à l'égalité sociale ». Il s'agit aussi de passer d'un saupoudrage non évalué à une véritable politique publique à la hauteur des défis de l'information à l'ère numérique.

En touchant à de nombreux sujets annexes (comme la parentalité à l'aune du numérique, le rôle des plateformes dans la société, l'inclusion et le vivre-ensemble), le sujet de l'éducation aux médias nécessitera évidemment des réflexions ultérieures et un travail approfondi. Ceci n'est rien d'autre qu'un premier état des lieux à la faveur de la mission Flash de l'Assemblée nationale et du tour de piste qu'elle a rendu possible. Assises du Journalisme, États Généraux de l'Information, certaines dates jalonnent déjà la suite à lui donner, en cohérence avec les travaux parlementaires déjà en cours à l'Assemblée nationale ou à venir.

Le chantier est ouvert.



# Synthèse des 36 propositions

## Mesures d'équité

1. Déclarer l'EMI grande cause nationale.
2. Créer la fête des médias le 3 mai.
3. Mettre fin à la disparité des mesures, notamment au sein des populations.
4. Veiller à ce que les cibles les plus vulnérables soient touchées par l'éveil à l'esprit critique.
5. Déployer l'EMI dans les universités pour toucher un public étudiant très exposé à la désinformation
6. Créer un continuum entre le temps scolaire, l'université, le monde culturel et le monde du travail et identifier tous les moments sociaux propices à l'EMI.
7. Développer la formation à l'esprit critique et l'EMI dans la société civile.
8. Instaurer un parcours socle d'EMI dans le cadre du stage de cohésion du Service National Universel.
9. Formaliser la politique territoriale priorisée en EMI en appuyant sur les zones blanches.

## Coordination et structuration

10. Mettre en place une politique publique budgétée, ambitieuse, transversale, massive, organisée, efficace.
11. Nommer un délégué interministériel à l'EMI pour mieux en coordonner les différents volets, ministériels et locaux, et veiller au renouvellement et au suivi des conventions.
12. Instaurer de la coordination et de la transversalité – intersectorielles, interministérielles, institutionnelles, etc.
13. Mettre en place une coordination départementale de l'EMI pour identifier le budget EMI et gérer les moyens ciblés.
14. Contractualiser avec les communes ou EPCI sur l'EMI pour dédier des moyens d'animation du territoire : médiateurs dédiés, et renforcement des compétences des conseillers numériques.
15. Fédérer les acteurs du champ éducatif et social autour des enjeux de parentalité numérique et de sensibilisation des seniors à l'EMI.
16. Faire du CLEMI le point d'entrée principal en matière de ressources pédagogiques, référencées et évaluées.
17. Impliquer les réseaux et acteurs associatifs et privés.



## Reconnaissance, légitimation

18. Instaurer des indicateurs permettant une évaluation fiable sur la durée.
19. Créer une homologation des actions d'EMI réalisées par les intervenants du champ éducatif, social et associatif, valorisant leur qualité et conditionnant le financement public de ces actions. Faire du CLEMI le centre de référence pour l'homologation de ces actions.
20. Certifier les acteurs de l'EMI.
21. Labelliser les organismes investis dans l'EMI.
22. Reconnaître les influenceurs « certifiés » de l'information comme de véritables acteurs du journalisme (attribution de la carte de presse) et intervenants EMI.

## A l'école

23. Faire de l'EMI une discipline scolaire à part entière, avec des horaires dédiés tout au long de la scolarité, du cycle 3 de l'école élémentaire au lycée et des référentiels de compétences et connaissances.
24. Placer les professeurs documentalistes au cœur des dispositifs d'enseignement renforcés et créer une agrégation spécifique.
25. Former à l'EMI – en formation initiale et continue – les professeurs de toutes disciplines.
26. Mettre à jour les programmes scolaires afin que l'EMI soit bien intégrée partout.
27. Établir un socle de connaissances et de compétences inscrit dans le parcours scolaire, avec un parcours dédié dès le CM1.
28. Faire mentionner dans les projets d'établissement les actions d'EMI menées par les équipes éducatives.
29. Proposer des chartes académiques réaffirmant les modalités de soutien des professeurs par leur hiérarchie et informant des mécanismes d'alerte en cas d'atteinte aux valeurs de la République.

## Solutions scientifiques, techniques et financières

30. Soutenir et financer la recherche publique sur les processus de désinformation et l'EMI.
31. Repérer et cartographier les difficultés cognitives et les biais de raisonnement.
32. Lutter contre les biais de popularité et de renforcement.
33. Renforcer le budget EMI.
34. Systématiser les collèges médias dans toutes les académies et dédier des fonds mutualisés d'équipement pour permettre à chaque élève d'apprendre par le faire.
35. Élargir le pass Culture à l'éducation aux médias, avec transports inclus.
36. Créer des mécanismes de compensation et de valorisation pour les journalistes engagés dans les actions d'EMI afin de favoriser les interventions des professionnels de l'info.

# Glossaire

---

AFP : Agence France Presse

Arcom : Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique

BAFA : Brevet d'aptitude aux fonctions d'animateur en accueils collectifs de mineurs

BNF : Bibliothèque Nationale de France

BPI : Bibliothèque Publique d'Information

BPJEPS : Brevet professionnel de la jeunesse, de l'éducation populaire et du sport

CAF : Caisse d'Allocations Familiales

Canopé : Le réseau de formation des enseignants

CAPES : Certificat d'aptitude au professorat de l'enseignement du second degré

CDD : Contrat à Durée Déterminée

CLEMI : Centre de Liaison pour l'Éducation aux Médias et à l'Information

COP du CLEMI : Conseil d'Orientation et de Performance

CPNEF : Commission Paritaire Nationale Emploi Formation

CPPAP : Commission paritaire des publications et agences de presse

CSA : Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

DGESCO : Direction Générale de l'Éducation scolaire

DGMIC : Direction générale des Médias et des Industries Culturelles

DJEPVA : Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative

DRAC : Direction Régionale des Affaires Culturelles

DU : Diplôme d'Université

EAC : Éducation Artistique et Culturelle

EMC : Éducation Morale et Civique

EMI : Éducation aux Médias et à l'Information

ENSATT : École Nationale Supérieure des Arts et Techniques du Théâtre

ENSSIB : École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques

ENSL : École Nationale Supérieure Louis Lumière

ESJ : École Supérieure de Journalisme de Lille

FEMIS : École Nationale Supérieure des Métiers de l'Image et du Son

Hadopi : Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet

HGGSP : Histoire-géographie, géopolitique et sciences politiques

INA : Institut National de l'Audiovisuel

INSPE : Instituts Nationaux Supérieurs du Professorat et de l'Éducation

Master MEEF : Master Métiers de l'Éducation et de la Formation

MENJ : Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse

MIL : Médias et Info Littérature

PJJ : Protection judiciaire de la jeunesse

SNJ : Syndicat National des Journalistes

# La mission parlementaire flash sur l'éducation critique aux médias

Lors de sa réunion du mercredi 28 septembre 2022, la commission des Affaires culturelles et de l'éducation a décidé de créer une [mission flash sur l'éducation critique aux médias](#).

La commission des Affaires culturelles et de l'éducation a confié à M. Philippe Ballard, député de l'Oise (Rassemblement national) et Mme Violette Spillebout, députée du Nord (Renaissance), une mission flash sur l'éducation critique aux médias. Il s'agissait de faire l'état des lieux des nombreuses initiatives et dispositifs existants, d'évaluer leur efficacité, leur pertinence et leur répartition territoriale, et de proposer des voies d'amélioration possibles pour l'éducation aux médias et à l'information (EMI). En effet, la France se distingue par une action de longue date dans l'éducation aux médias. Pourtant, l'acquisition des compétences visée demeure trop souvent conditionnée au bon vouloir des acteurs concernés, ou rendue difficile par une offre foisonnante mais encore mal structurée. Affirmer une politique publique ambitieuse d'EMI nécessite une meilleure coordination de l'action des nombreux acteurs privés et publics impliqués et un renforcement de leur formation.

À l'issue de huit tables rondes réunissant quarante organisations (ministères, institutions, chercheurs, associations, médias) et de deux déplacements sur le terrain, les rapporteurs ont estimé que l'éducation aux médias, aujourd'hui reconnue comme une part essentielle de la formation à la citoyenneté, souffre d'un trop grand éclatement des dispositifs, conduisant à de réelles disparités territoriales. Les efforts récents de structuration et de renforcement de l'offre doivent être poursuivis pour une éducation aux médias affirmée comme grande cause nationale, intégrant tous les temps de la vie et touchant tous les publics

Le travail de la mission s'est organisé en deux phases :

- Du **15 novembre au 15 décembre** : tables rondes thématiques et entretiens ;
- Du **15 janvier au 15 février** : déplacements sur le terrain, en priorité dans les Hauts-de-France, où la diversité des territoires couverts par les circonscriptions des députés permettra d'apprécier les réalisations et marges de progrès possibles.

Les résultats de la mission ont été rendus publics :

- par un rapport remis à la Commission des affaires culturelles et de l'éducation ;
- par une communication au sein de la Commission des affaires culturelles et de l'éducation, communication à l'issue des travaux de la mission flash sur l'éducation critique aux médias (M. Philippe Ballard et Mme Violette Spillebout, co-rapporteurs) qui s'est tenue le mercredi 15 février 2023 à 9 heures 30 ;
- par une conférence de presse qui s'est tenue le mercredi 15 février à 14 heures à la salle des Conférences de presse du Palais Bourbon.

## Récapitulatif des 10 propositions des rapporteurs de la mission

1. Faire du CLEMI le centre de référence pour la formation des acteurs de l'EMI au-delà de la sphère de l'Éducation nationale, et le point d'entrée principal en matière de ressources pédagogiques, référencées et évaluées.
2. Déclarer l'EMI grande cause nationale et nommer un délégué interministériel à l'EMI pour mieux en coordonner les différents volets ministériels et veiller au renouvellement et au suivi des conventions.
3. Faire de l'EMI une discipline à part entière, avec des horaires dédiés tout au long de la scolarité, du cycle 3 de l'école élémentaire au lycée.
4. Revaloriser la formation initiale et continue des professeurs à l'EMI et placer les professeurs documentalistes au cœur des dispositifs d'enseignement renforcés, créer une agrégation spécifique.
5. Mentionner les actions d'EMI menées par les équipes éducatives dans les projets d'établissement.

6. Proposer des chartes académiques réaffirmant les modalités de soutien des professeurs par leur hiérarchie et informant des mécanismes d'alerte en cas d'atteinte aux valeurs de République.
7. Créer une homologation des actions d'EMI réalisées par les intervenants du champ éducatif, social et associatif, valorisant leur qualité et conditionnant le financement public de ces actions.
8. Créer des mécanismes de compensation et de valorisation pour les journalistes engagés dans les actions d'EMI afin de favoriser les interventions des professionnels.
9. Fédérer les acteurs du champ éducatif et social autour des enjeux de parentalité numérique et de sensibilisation des seniors à l'EMI.
10. Créer un module commun d'EMI dans la formation socle dispensée au cours du futur service national universel étendu à tous les jeunes.

## Liste des personnes auditionnées par les rapporteurs

(Par ordre chronologique)

➤ *Table ronde « Politiques publiques menées par les ministères concernés »*

– **Secrétariat d'État chargé de la jeunesse et du service national universel – Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative (DJEPVA) : M. Marc Engel**, chargé de mission auprès du sous-directeur de l'éducation populaire

– **Ministère de la culture – Délégation générale à la transmission, aux territoires et à la démocratie culturelle : M. Noël Corbin**, délégué général, **Mme Isabelle Jacquot Marchand**, cheffe du bureau des temps de la vie dans la sous-direction de la participation à la vie culturelle et **M. Jean-Christophe Théobalt**, chargé de mission Culture numérique et éducation aux médias et à l'information au bureau des temps de la vie

– **Ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse : M. Edouard Geffray**, directeur général de l'enseignement scolaire (DGESCO), **Mme Bérénice Hartmann**, directrice de cabinet, **Mme Marie-Caroline Missir**, directrice générale du Réseau Canopé – CLEMI (Centre pour l'éducation aux médias et à l'information), et **M. Choukri Kouas**, responsable du pôle communication du CLEMI

➤ *Table ronde « Actions engagées par les associations et écoles de journalisme »*

– **Lumières sur l'Info : Mme Susanna Dörhage**, présidente de l'association et présidente de Zébra Production, et **M. Damien Fleuret**, rédacteur en chef adjoint du service politique du groupe TF1 et secrétaire de l'association

– **APEM (Association pour l'éducation aux médias) : M. Etienne Millien**, directeur

– **École supérieure du journalisme (ESJ) de Lille : M. Pierre Savary**, directeur, et **Mme Corinne Vanmerris**, directrice adjointe

– **Entre les Lignes : M. Gilles Van Kote**, administrateur d'Entre les lignes et directeur délégué du Monde en charge des relations avec les lecteurs, et **Mme Sandra Laffont**, présidente et co-fondatrice d'Entre les lignes et journaliste à l'Agence France-Presse

– **La Chance : M. Marc Epstein**, président, et **Mme Brigitte Fonsale**, chargée de mission EMI

– **Dessinez Créez Liberté : Mme Séverine Teillot**, directrice de l'association

➤ *Audition commune*

– **Mme Nathalie Sonnac**, professeure d'université, Panthéon Assas, présidente du Conseil d'orientation et de perfectionnement (COP) du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI)

– **Mme Sylvie Leleu-Merviel**, professeure d'université, INSA Hauts-de-France, Conseiller scientifique au Ministère des Enseignements Supérieurs, de la Recherche et de l'Innovation de 2007 à 2014.

– **Mme Divina Frau-Meigs**, titulaire de la chaire UNESCO Savoir devenir à l'ère du développement numérique durable, membre du réseau mondial MILID (éducation aux médias et à l'information), présidente de l'ONG Savoir Devenir

➤ *Table ronde « Actions menées par le secteur audiovisuel français »*

– **Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) : M. Roch-Olivier Maistre**, président, et **Mme Manon Conan**, cheffe du département éducation aux médias

– **Radio France\*** : **M. Xavier Domino**, secrétaire général, et **Mme Marie Ménard**, chargée de mission affaires institutionnelles à la présidence

– **France médias mondes (FMM) : Mme Samira Ibrahim**, journaliste à Monte Carlo Doualiya, et **M. Corentin Masclat**, responsable relations institutionnelles

– **France Télévisions\*** : **M. Christophe Tardieu**, secrétaire général et **Mme Amel Cogard**, directrice EMI

– **Syndicat national des radios libres : M. Christophe Betbeder**, délégué général, **M. Eric Lucas**, délégué national Jeunesse & Éducation

– **Groupe M6\*** : **Mme Marie Grau-Chevallereau**, directrice des études réglementaires, et **Mme Pauline Marin**, chargée de mission au secrétariat général

➤ *Table ronde « Actions menées par les réseaux sociaux et le secteur du numérique »*

– **YouTube – M. Thibaut Guiroy**, directeur des affaires publiques

– **Google France\*** – **M. Arnaud Vergnes**, responsable des relations institutionnelles

– **Twitter\*** – **Mme Claire Dilé**, directrice des affaires publiques

– **M. Gaspard Guermonprez**, youtuber

– **Reporters sans frontières – M. Thibaut Bruttin**, adjoint au directeur général, **M. Antoine Bernard**, directeur du Plaidoyer et de l'Assistance, et **M. Paul Pouchoux**, chargé de plaidoyer

– **META-France\*** – **Mme Elisa Borry-Estrade**, responsable des affaires publiques et **Mme Capucine Tuffier**, responsable des affaires publiques

– **TikTok France\*** – **M. Eric Garandeau**, directeur des relations institutionnelles et des affaires publiques France

– **Wikimédia France\*** – **M. Rémy Gerbet**, directeur exécutif, et **Mme Mathilde Louis**, chargée de mission projets pédagogiques

– **Snapchat France – Mme Sarah Bouchahoua**, responsable des affaires publiques

➤ *Table ronde « Actions menées par les structures culturelles »*

– **Bibliothèque nationale de France** – **M. Kévin Riffaut**, directeur général, **Mme Marie Laure Chérel**, directrice département du développement des publics et de la médiation et **M. Etienne Manchette**, responsable partenariats et contenus BnF-Partenariats

– **Bibliothèque publique d'information** – **Mme Christine Carrier**, directrice

– **Universcience/Cité des sciences** – **Mme Coulhon-Wehr**, directrice de la bibliothèque et des ressources documentaires et **M. Romain Pigenel**, directeur du développement des publics et de la communication

➤ *Table-ronde « Secteur associatif et social »*

– **Fédération des centres sociaux** – **M. Tarik Touahria**, président, et **Mme Maïa Cordier**, cheffe de projet Influence et Numérique

– **La Ligue de l'Enseignement** – **M. Etienne Butzbach**, vice-président en charge de l'éducation et du numérique, **M. Arnaud Tiercelin**, directeur du service éducation, arts et culture, laïcité et numérique, et **M. Olivier Magnin**, responsable de l'éducation aux médias et à l'information

– **Association des parents d'élèves de l'enseignement libre (APEL)** – **M. Gilles Demarquet**, président

## Liste des personnes rencontrées lors du déplacement à Lille

➤ **France Bleu Nord** – **M. Bertrand Lefebvre**, directeur, **M. Antoine Barège**, rédacteur en chef, et **Mme Pascale Thiébold**, journaliste

➤ **Direction régionale des affaires culturelles** – **M. Hilaire Multon**, directeur régional des Affaires culturelles, **Mme Peggy Le Roy**, directrice régionale adjointe déléguée en charge du pôle publics, territoires et industries culturelles, et **Mme Sophie Josseaux**, conseillère action culturelle et territoriale, en charge de l'EM

➤ **SGAR Hauts-de-France** – **Mme Florence Ferrandi**, chargée de mission auprès du préfet de région - mission cohésion sociale, culture, éducation, politique de la ville, vie associative, illettrisme

➤ **École Supérieure de Journalisme (ESJ)** – **M. Pierre Savary**, directeur, **Mme Corinne Vanmerris**, directrice adjointe, **Mme Charlotte Menegaux**, directrice des formations, et **Mme Laurence Gaiffe**, responsable opérationnelle - Éducation aux médias et à l'information

➤ **Collectivités territoriales/associations** – **Mme Clémence Boulfroy**, association Carmen, coordonnatrice du réseau EMI'cycle, **Mme Mathilde Beauchamp**, coordonnatrice CLEA Hénin-Carvin, **M. Roberto Sperandio**, conseiller départemental du Pas-de-Calais

➤ **Collège Pierre Mendès-France de Tourcoing** – **M. Stéphane Yameundjeu**, principal, **Mme Emily Schepers**, professeure, et **Mme Emeline Bis**, professeure

➤ **Bibliothèque pour tous de Bondues** – **Mme Nathalie Draux**, directrice

➤ **Signes de sens** – **M. Sébastien Sellier**, directeur du développement

➤ **Centre social Mosaïques Lille Fives** – **M. Brian Lombardia**, directeur

➤ **Labo 148 Roubaix**

## Liste des personnes rencontrées lors du déplacement à Nogent-sur-Oise

➤ **Lycée Marie Curie de Nogent-sur-Oise** – **M. Procar**, proviseur du lycée **M. Régis Signarbieux**, référent académique à l'Éducation aux Médias et à l'information, **M. Damien Cambay**, professeur de mathématiques au lycée Hugues Capet de Senlis, coordinateur CLEMI, **Mme Zehaf**, professeure (LGT) d'histoire-géographie projet communication et citoyenneté, **Mme Clou- Menessart**, professeure (LGT) d'histoire-géographie, référente pour les actions relatives à la webradio, coordinatrice de discipline, **M. Dorni**, professeur (LP) de lettres-histoire-géographie (exposition représentations sur la coupe du monde de football), **Mme Peyras**, professeure documentaliste (LP), **Mme Pinchon**, professeure documentaliste (LGT)

Audition de 9 élèves impliqués dans la webradio et le conseil de la vie lycéenne – **Hamza Gads** (2BCP1), **Lou Faburel Papin** (1BCP1), **Dallel Debiche** (1G10), **Lilou Imbert** (TG02), **Manel Herizi** (TG03), **Mathilde Ferreira Bourson** (1G05), **Adam Bekhti** (TG01), **Justine Farrudjia** (TG7), **Iris Fehervari** (TG2)

## Contributions écrites

- Altice Médias
- Association des professeurs documentalistes de l'éducation nationale (APDEN)
- Association des professeurs documentalistes de l'enseignement privé (APDEP)
- Association pour l'éducation aux médias (APEM)
- Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom)
- Be my media - M. Julien Monvener –
- Cafeyn
- Dessinez Créez Liberté
- Divina Frau-Meigs
- DJEPVA
- Entre les lignes
- Fédération des centres sociaux
- Fédération des conseils de parents d'élèves des écoles publiques (FCPE)
- France Medias Monde
- France Télévisions
- Générations numérique
- Groupe SOS
- Groupe TF1
- Jean-Bernard Schmidt
- La chance
- Meta
- Ministère de l'Agriculture
- Ministère de la Culture
- Ministère de Enseignement Supérieur
- Ministère de la Justice
- Ministère du Numérique
- Nathalie Sonnac
- Newsback
- Pierre-Alain Raphan
- Radio France
- Radios libres
- Snapchat
- Syndicat National des Radios Libres
- Sylvie Leleu-Merviel



- Twitter
- Un Bout De Média
- Une voie pour tous
- Wikipedia
- Youtube

(\*) Ces représentants d'intérêts ont procédé à leur inscription sur le répertoire de la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique, s'engageant ainsi dans une démarche de transparence et de respect du code de conduite établi par le Bureau de l'Assemblée nationale.

## Entretiens avec Violette Spillebout

- **Alice Antheaume**, journaliste, directrice exécutive de l'École de Journalisme de Sciences Po
- **Hervé Brusini**, journaliste, président du prix Albert-Londres, ainsi que du Comité Relatif à l'Honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'Information et des Programmes (chipip) de France Médias Monde
- **Christophe Deloire**, secrétaire général de Reporters sans Frontières, président du Forum sur l'information et la démocratie
- **Laurence de Nervaux**, directrice de *Destin Commun*
- **Jean-Philippe Moinet**, journaliste, fondateur de La Revue Civique
- **Jean-Bernard Schmidt**, journaliste, cofondateur et directeur général de la plateforme de documentaire française *Spicee*

## Entretiens de terrain menés par Sylvie Merviel

(Par ordre chronologique)

Audition n°1 : Marie Rachez, documentaliste certifiée depuis 8 ans, collègue Voltaire à Lourches

Audition n°2 : Laurent Duc-Maugé, principal, collègue Voltaire à Lourches

Audition n°3 : Laurence Saydon, proviseur, lycée Paul Duez à Cambrai, récemment mutée dans un collège

Audition n°4 : Olivier Majewicz, professeur de géographie, EMC et HGGSP, lycée Léonard de Vinci à Calais

Audition n°5 : Ludovic Brutel, consultant numérique, *Mon assistant numérique* Cambrésis

Audition n°6 : Hervé Putigny, criminologue spécialisé dans le Web

## Remerciements

Violette Spillebout tient à remercier chaleureusement tous les participants à la mission Flash, ainsi que les personnes qui ont bien voulu contribuer à cette enquête après et/ou en-dehors de la mission.