La RSE
dans le secteur des Médias
Mars 2014



Fiche n°2
Education aux médias

L'Union européenne définit l'éducation aux médias comme « la capacité à accéder aux médias, comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects de leurs contenus et à communiquer dans divers contextes, tous médias inclus - télévision, cinéma, vidéo, sites web, médias imprimés, radio, jeux vidéo et les communautés virtuelles. Elle concerne en outre tous les contenus informatifs et créatifs, c'est-à-dire les textes, images, sons et messages qui constituent au quotidien un aspect important de la culture contemporaine » (Définition extraite de l'index de la Commission européenne qui présente des informations spécifiques à la politique audiovisuelle).

Le supplément sectoriel médias de la GRI (MSS GRI) propose que l'éducation aux médias soit intégrée à la politique de responsabilité sociétale des médias, eux-mêmes appelés à mettre en place « une approche managériale permettant aux publics et à la société dans son ensemble de développer les compétences pour comprendre et interagir avec les contenus, mieux appréhender les médias numériques, produire des contenus, s'exprimer, renforcer leur esprit critique et analyser les contenus ».

Etat des lieux

L'éducation aux médias concourt à la formation du sens critique et à l'utilisation responsable des contenus : comment un programme de TV est-il réalisé ? Comment l'information est-elle mise en scène et hiérarchisée ? Quel est le degré de fiabilité d'une information sur Internet ? Quels sont les droits et les devoirs d'un blogueur ? Quels sont les droits, devoirs et responsabilités de chaque producteur d'information écrite, image/vidéo, largement diffusée ?

L'aptitude du public à décrypter les médias est aussi un enjeu d'éducation publique comme le rappelle le « groupe de haut niveau sur la liberté et le pluralisme des médias » dans son rapport publié en 2013 intitulé « Des médias libres et pluralistes pour soutenir la démocratie européenne ».
Ce groupe d'experts indépendants consacre l'une de ses 30 recommandations de ce rapport à ce sujet : « L'éducation aux médias devrait être dispensée à partir du secondaire et il devrait être prévu, dans les programmes, d'étudier de façon critique, en cours d'instruction civique ou de sciences sociales, le rôle des médias dans le bon fonctionnement d'une démocratie ».

La nécessité de décrypter le fonctionnement des médias est inscrite dans les programmes de l'éducation nationale britannique, suédoise ou irlandaise.

En France, le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI), en charge de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif français depuis 1983, s'appuie sur des partenariats entre enseignants et professionnels de l'information. Des acteurs associatifs liés de près ou de loin à l'Education nationale - dont le ministère, acteur incontournable - interviennent aussi en partenariat avec des professionnels du secteur.

Les médias anglais considèrent que l'éducation aux médias (« *media literacy* ») fait partie de leurs enjeux de RSE. En France, cet enjeu est inscrit dans le cahier des charges de la télévision publique. Il a fait l'objet d'une initiative récente du CSA, qui a créé un site Internet dédié en novembre 2013.
Dans les médias qui ont mis en place cette fonction, les « médiateurs » de l'information ou des programmes participent aussi à l'éducation aux médias en éclairant les processus de fabrication dans leurs réponses aux interpellations du public.

Enjeux et opportunités

Selon Divina Frau-Meigs, sociologue des médias, experte auprès de l'UNESCO, les enjeux de l'éducation aux médias sont multiples et particulièrement cruciaux en pleine transition numérique : il s'agit de « renforcer la participation de la société civile dans les négociations multipartites autour des enjeux de jeunesse, de régulation et de co-régulation des médias », « permettre aux usagers de ne pas rester de simples consommateurs mais de créer aussi des contenus personnels et collectifs » et « préparer les jeunes générations à la citoyenneté et à l'employabilité ».
Réalisée par les médias eux-mêmes, cette éducation est une occasion de resserrer les liens avec les publics, de cultiver leur confiance en démystifiant une activité taxée parfois d'un excès d'honneur ou d'indignité. Dans une perspective de management de la qualité, c'est une opportunité pour s'assurer de la bonne appréhension des contenus. Le développement d'un esprit critique des publics bénéficie ainsi à la fois aux citoyens et aux médias.

Cadre réglementaire/normatif/incitatif

International

- La charte européenne pour l'éducation aux médias adoptée par la Commission européenne en septembre 2006 encourage les citoyens à jouer pleinement leur rôle dans la culture, la démocratie et la vie sociale européennes du 21ème siècle.
- L'article 26 de la directive européenne sur les Services de médias audiovisuels (SMA) de 2007 demande à chaque Etat membre un rapport sur les actions d'éducation aux médias.
- En 2009, la Commission européenne a publié les « recommandations sur l'éducation aux médias dans l'environnement numérique pour une industrie de l'audiovisuel et du contenu plus compétitive et une société de la connaissance intégratrice ».

Cette dynamique s'inscrit dans des projets européens de recherche cofinancés par l'UE tels que E-learning (programme de la Commission européenne pour l'intégration des technologies de l'information et de la communication dans les systèmes d'éducation et de formation en Europe) et Safer Internet (Educaunet,...). Il manque cependant aux acteurs des dispositifs transversaux d'échanges, de diffusion et d'exploitation de leurs résultats.

National

Aucune disposition légale ne contraint le secteur médiatique privé à faire de l'éducation aux médias. Le cahier des charges du groupe public de télévision contient en revanche une obligation claire (article 15) : « France Télévisions développe l'éducation aux médias, tant sur ses services de télévision que sur tout autre support. France Télévisions s'attache à permettre aux téléspectateurs, et notamment les plus jeunes, de décrypter les procédés et les contenus proposés par les différents médias ».
Le projet de loi de 2013 pour la refondation de l'école mentionne cet axe d'éducation.

Focus numérique

La possibilité de participation accrue des citoyens/consommateurs à la vie politique, économique, culturelle, locale et mondiale s'accélère. Enjeu à la fois économique et financier mais aussi culturel, la *digital literacy* (éducation au numérique) fait partie des nouveaux développements de la *media literacy* (éducation aux médias) pour les entreprises du secteur. Favoriser l'apprentissage toujours plus pointu du numérique s'avère un atout précieux : une occasion d'être à l'écoute de son marché, de l'accompagner dans l'usage des produits et services innovants mis à la disposition des publics, de déployer voire de capter les innovations sociales qui peuvent en découler.

Indicateurs de suivi et pratiques de reporting

Axes d'action et indicateurs proposés dans le supplément sectoriel médias de la GRI (MSS GRI) :

Voir la présentation de la GRI p.21 du livret introductif

M7. Mesures prises en faveur de l'éducation aux médias permettant une meilleure appréhension des médias par les publics, et résultats obtenus.

Autres indicateurs utilisés dans les reporting RSE des médias :

Les bilans du CLEMI donnent des indications sur la manière de mesurer l'ampleur et l'impact d'initiatives concrètes. Par exemple, la semaine de la presse à l'école vise à : « développer chez les élèves une attitude critique et réfléchie vis-à-vis de l'information » avec des ateliers en compagnie de journalistes, des visites de sites, des concours d'écriture journalistique, des expositions et des débats... Cette initiative récurrente donne lieu à plusieurs résultats chiffrés : la 24ème édition en 2013 a mobilisé 15 375 établissements scolaires et 3 500 000 élèves inscrits. 1 907 médias ont participé à l'opération dont 700 titres de presse ayant offert 1 215 000 exemplaires de journaux et magazines.

Exemples d'initiatives

Les entreprises

Accompagner la transformation numérique de la société est l'un des engagements du groupe Lagardère depuis 2012. C'est aussi un enjeu de Ressources Humaines interne au groupe.
Par ailleurs, l'accompagnement des jeunes dans leurs pratiques médiatiques, en leur proposant des contenus enrichissants et des plateformes d'expression, fait partie des enjeux stratégiques de la politique de RSE de Vivendi depuis 2003.

Médiateurs de l'information

- En 1998, France Télévisions instaure le premier médiateur TV en France. Les médiateurs - des programmes ou de l'information pour le secteur audiovisuel ou seulement de l'information pour la presse écrite - constituent une interface de dialogue essentielle avec les téléspectateurs/lecteurs dont ils se font le relais auprès des rédactions. A l'émission de France 3 « Votre télé et vous » s'ajoute la page Facebook.
- Le médiateur de Radio France intervient régulièrement sur les ondes de France Inter, de France Info et de France Culture.

Lien vers plus d'information

- Celui du quotidien Le Monde publie une chronique hebdomadaire dans l'édition du week-end.
- La médiatrice de TF1 tient un blog et choisit chaque jour une question d'internaute à propos de l'info sur TF1 ou LCI.

Lien vers plus d'information

Une émission de webradio sur l'éducation aux médias

Lancée le 5 février 2013, la webradio de Vivendi propose des émissions régulières renforçant le dialogue avec ses parties prenantes concernant sa politique de RSE. A l'occasion du *Safer Internet Day* 2013, une matinée spéciale composée de quatre tables rondes traitant des questions de réputation et d'esprit critique en ligne, a ainsi donné la parole à des experts (CNIL, Défenseur des enfants, hommes et femmes politiques, milieux académiques et associatifs, experts professionnels…) et à des jeunes (lycéens, blogeurs, représentants d'un panel européen…).

Dans les coulisses de la presse jeunesse

À l'occasion de la 24ème édition de la Semaine de la presse et des médias à l'école, les rédactions des magazines jeunesse de Bayard et Milan ont accueilli des dizaines de classes pour deux journées exceptionnelles de rencontres et d'échanges autour de l'éducation aux médias mais aussi de découverte des métiers de la presse jeunesse et des coulisses des magazines Astrapi, Okapi, Wapiti, J'aime Lire, Julie, Phosphore, *Today in English* ou encore Géo Ado, pour plus de 900 élèves entre Toulouse et Montrouge.
A cette occasion 30 000 exemplaires de magazines jeunesse ont été envoyés aux écoles et cinq vidéos « Fabrikamag, les coulisses d'un magazine jeunesse » ont été mises en ligne. L'opération doit être renouvelée en 2014.

Découvrir les métiers des industries culturelles et créatives

Accompagner les jeunes dans leurs pratiques numériques et médiatiques passe aussi par la connaissance des métiers des industries culturelles et créatives. Partenaire de la journée nationale des jeunes en 2012 et 2013, Vivendi a organisé, à son siège, des matinées de découverte des métiers comme ceux de réalisateur, juriste, producteur de musique, directeur artistique ou encore directrice des documentaires.
Lien vers plus d'information

Créer sa propre chaîne de télévision

Depuis 2012, CanalSat et « Viacom International Media Networks France » proposent « Mon Nickelodeon Junior », 1ère chaîne de télévision ludo-éducative sans publicité entièrement programmée par les parents à partir du catalogue de programmes jeunesse de la chaîne Nickelodeon Junior (Dora, Diego…). A eux de créer une chaîne pour leur enfant, en fonction de leurs critères : âge, temps de visionnage souhaité, etc.

Multi-acteurs

Ma caméra chez les pros

La réalisation de reportages est une approche concrète pour découvrir et comprendre les métiers de l'audiovisuel. Une initiative du ministère de l'éducation nationale, TF1 et SFR.
Lien vers le site Internet « ma caméra chez les pros »

Chaîne et application TV interactive ludo-éducative

SFR et Nathan se sont associés fin 2011 pour lancer une application ludo-éducative inédite. Accessible gratuitement sur la neufbox SFR, tablettes et web phones, Dokéo TV propose « une autre façon de regarder la TV » : des contenus mêlant vidéos, jeux et Quiz, actionnés par la télécommande aux mains d'un jeune public consommateur-acteur de sa TV.
Lien vers plus d'information

Francetv éducation

francetvéducation

Cette plateforme éducative du groupe France Télévisions est à destination des parents, des élèves et des enseignants. Elle propose une offre de contenus multimédias gratuits à caractère éducatif pour favoriser l'accès à la culture et aux connaissances et faciliter l'accompagnement de la scolarité et de l'orientation. La plateforme s'articule autour de six grands thèmes : apprendre, jouer, s'orienter, décrypter, accompagner, enseigner.
Lien vers la plateforme Francetv éducation.
Son offre se complète avec lesite.tv, qui propose des vidéos indexées au programme scolaire pour une utilisation en classe.

La parole aux jeunes internautes européens

La plateforme Pan-EU Youth - soutenue par Vivendi - offre aux jeunes internautes de l'Union européenne un espace d'expression (forum, blogs, sondages…) sur l'impact des nouvelles technologies dans leur vie quotidienne.
Le site propose également un jeu de rôle interactif spécialement conçu pour l'occasion.

Site Internet dédié au sujet « Éducation & médias »

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) a lancé en novembre 2013, education-médias.csa.fr, une plateforme d'éducation aux médias destinée au grand public. Au total, le site compte une quarantaine de contributions vidéos des principales chaînes télé et radio, allant de France Télévisions à Radio France, en passant par TF1, Canal+, M6, Lagardère (Europe 1, Gulli), BFM TV ou Public Sénat. Des institutions comme l'Institut National Audiovisuel (INA) ou le Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information (CLEMI) ont également été associées ainsi que des experts et sociologues des médias.

Webographie sélective

Sites, blogs, portails :

- Portail thématique de l'Union européenne sur le sujet de l'éducation aux médias
- Initiative E-Learning de la Commission européenne qui vise à mobiliser les communautés éducatives et culturelles ainsi que les acteurs économiques et sociaux, leviers d'une société fondée sur la connaissance
- Site Internet "European media literacy education study" qui regroupe 7 organismes de recherche européens sur l'éducation aux médias dans l'UE
- Portail national des professionnels de l'éducation sur les actualités du numérique dans l'école. Livrant aux enseignants textes de référence et dossiers utiles
- Portail de l'éducation aux médias en France, il promeut l'apparition de nouveaux outils permettant aux citoyens, aux acteurs sociaux et aux journalistes professionnels de coproduire l'information. Il cible le grand public et aussi les professionnels et les chercheurs (fiches pratiques, initiatives, formations…)
- Page dédiée à l'Université populaire pour une information citoyenne sur le site Internet de Mediapart
- Site Internet « decryptimages », portail qui présente de nombreux outils pédagogiques nés de la collaboration entre la Ligue de l'Enseignement et l'Institut des Images
- Site Internet « Jeunes et médias », site animé par une équipe pluridisciplinaire de chercheurs qui observe, analyse, tente de comprendre et accompagne les pratiques médiatiques des enfants et adolescents
- Site Internet « Enjeux E Médias » qui aborde notamment celui de l'éducation aux médias
- Site Internet sur l'éducation aux medias ouvert par le CSA en novembre 2013

Documents en ligne (éducation, médias, information et citoyenneté) :

- « L'éducation aux médias en Europe, controverses, défis et perspectives », Eurometeduc, 2009
- Rapport de l'inspection générale de l'éducation nationale : « Education aux médias, enjeux, états des lieux et perspectives », 2007
- « Nouvelle génération et culture numérique », l'Atelier Conseil et Stratégie numérique pour le Forum d'Avignon, 2012. Il s'agit d'une enquête internationale (France/Allemagne/Etats Unis/Inde/Corée du Sud) avec la contribution de Vivendi, novembre 2012

Exemples d'émissions et de sites Internet de décryptage des médias :

- L'atelier des médias
- Médias, le magazine
- La médiasphère
- Mediaslemag
- Le grand direct des médias
- L'hebdo des médias
- Mediapolis
- Arrêt sur images