

RAPPORT

L'éducation aux médias
et à l'information

Rapport sur l'exercice 2021-2022

Novembre 2022

Sommaire

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

Synthèse

Principaux constats :

Concernant les actions des médias audiovisuels et numériques :

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

Concernant les actions de l'Arcom :

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

¹ « Vrai ou infox ».

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

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

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

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

Prochaines actions de l'Arcom - dates à retenir :

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

Introduction

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

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

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

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

I.

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

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

Les chaînes de télévision et de radio

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

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

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

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

Les plateformes en ligne

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Le développement de formats innovants

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

La mise à disposition de ressources dédiées

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Des clefs de compréhension pour un bon usage des réseaux sociaux

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

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

4. Le renforcement de leurs partenariats

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Le développement d'actions à l'international

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

II.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. La poursuite de ses actions de formation

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Développement des interventions auprès des élèves

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

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

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

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

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

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

2. La coopération avec des organismes nationaux

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Précisions concernant les répondants au sondage

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4. Le développement d'initiatives à l'international

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

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

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

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

>> Parole d'experte <<

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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