



**Doc. 15002**

25 octobre 2019

## L'éducation aux médias dans le nouvel environnement médiatique

### Rapport<sup>1</sup>

Commission de la culture, de la science, de l'éducation et des médias

Rapporteuse: Mme Nino GOGUADZE, Géorgie, Groupe des conservateurs européens

### Résumé

Le nouvel environnement médiatique facilite l'accès à de multiples sources d'information, mais expose les usagers à la menace du désordre informationnel. L'éducation aux médias est un outil essentiel pour faire face à cette menace.

Il faut sensibiliser tous les membres de la société, et les jeunes en particulier, aux dangers de la manipulation, de l'endoctrinement, de la radicalisation et du discours de haine; il faut accroître leur capacité à distinguer les opinions des faits objectifs et l'information de qualité de la propagande ou des fausses nouvelles, et les aider à développer une approche critique vis-à-vis des médias. Il est également nécessaire de renforcer la formation des journalistes en mettant l'accent sur la responsabilité et l'éthique professionnelle.

L'éducation aux médias devrait être dispensée dès l'école et continuer dans le cadre d'un processus d'apprentissage tout au long de la vie. Toutes les parties prenantes – institutions publiques, ministères, écoles, universités, médias, autorités de régulation des médias, société civile, initiatives privées, intermédiaires internet – doivent s'engager dans une collaboration multipartite et renforcer leur coordination dans l'élaboration et la mise en œuvre de leurs stratégies et actions.

---

1. Renvoi en commission: [Doc. 14448](#), Renvoi 4358 du 22 janvier 2018.



## Sommaire

## Page

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| A. Projet de résolution .....                                             | 3  |
| B. Exposé des motifs, par Mme Nino Gogvadze, rapporteure .....            | 7  |
| 1. Introduction .....                                                     | 7  |
| 2. Droit européen et cadre politique: certaines évolutions récentes ..... | 9  |
| 2.1. Conseil de l'Europe .....                                            | 9  |
| 2.2. Union européenne .....                                               | 9  |
| 3. Politiques des États en matière d'éducation du public aux médias ..... | 10 |
| 3.1. L'éducation aux médias et le secteur des médias .....                | 13 |
| 3.2. L'éducation aux médias et les acteurs (non) médiatiques .....        | 16 |
| 4. Formation des journalistes et autres acteurs des médias .....          | 18 |
| 5. Le rôle des médias sociaux et des moteurs de recherche .....           | 21 |
| 6. Conclusions .....                                                      | 22 |

## A. Projet de résolution<sup>2</sup>

1. L'Assemblée parlementaire note que la numérisation, la mobilité et la communication en ligne ont apporté aux citoyens des avantages indéniables, dont la possibilité de bénéficier d'un large éventail de sources d'information et d'un accès sans précédent aux informations, qu'elles soient culturelles, historiques, politiques, économiques ou techniques. En outre, la nature ouverte des plateformes numériques facilite une démocratie participative, transparente et efficace.
2. Dans le même temps, à l'ère numérique on voit s'intensifier la menace qui pèse sur les droits fondamentaux, la démocratie et l'État de droit. Une grande partie du public, et en particulier des jeunes, se tournent vers les médias sociaux comme principale source d'information, mais ils sont vulnérables face au désordre informationnel. Le discours de haine et l'incitation à la violence entravent la paix sociale. La désinformation et la propagande ont des répercussions non seulement sur les élections et les référendums, mais aussi sur la vie quotidienne; elles ont des incidences négatives sur l'engagement politique des citoyens et sur leur confiance dans les médias traditionnels.
3. Les gens ont le droit d'être correctement informés afin de pouvoir faire des choix éclairés, et les États membres doivent protéger ce droit. Dans ce contexte, l'éducation aux médias est un outil clé pour renforcer le pluralisme des médias et la qualité des contenus médiatiques, ce qui est essentiel pour la préservation de nos sociétés démocratiques.
4. Il faut agir pour sensibiliser les membres de la société, les jeunes en particulier, aux défis et aux risques inhérents au nouvel environnement médiatique; pour accroître leur capacité à distinguer l'information de l'opinion et les faits objectifs de la propagande ou des fausses nouvelles; pour attirer leur attention sur la manipulation, la désinformation et le discours de haine possibles; et pour les protéger contre l'endoctrinement et la radicalisation. Il est également nécessaire de renforcer la formation des journalistes: la responsabilité et l'éthique professionnelle devraient être des priorités pour les journalistes dans leur travail car ce sont des conditions préalables à la confiance des gens dans les médias et dans un journalisme de qualité.
5. L'éducation aux médias devrait s'adresser à tous les membres du public. Elle devrait être dispensée dès l'école et continuer dans le cadre d'un processus d'apprentissage tout au long de la vie pour permettre aux individus d'exploiter le potentiel qu'offrent les médias pour l'accès à la culture, au divertissement, à l'apprentissage et au dialogue interculturel; pour les aider à développer une approche critique des médias en termes de qualité et de précision du contenu, pour renforcer leurs compétences et connaissances numériques des outils de protection existants, et pour améliorer leur comportement en ligne.
6. Bien que, dans plusieurs États membres, l'éducation aux médias fasse partie du programme scolaire, la façon dont elle s'y intègre précisément n'apparaît pas toujours clairement. Il arrive que la méthodologie et les objectifs poursuivis ne soient pas cohérents. Les besoins en éducation aux médias évoluent rapidement, parfois plus vite que les programmes d'éducation aux médias ne peuvent être élaborés et dispensés en classe. Les enseignants ont besoin de plus de soutien et de formation, mais leur formation initiale et continue n'est pas toujours assurée et pas toujours actualisée.
7. Par ailleurs, la promotion de l'éducation aux médias n'est pas une tâche qui doit incomber uniquement au système éducatif et aux enseignants, ou encore aux médias eux-mêmes. Les politiques des États ne devraient pas se limiter au secteur de l'éducation, mais adopter une approche intersectorielle et multi-acteurs, en cherchant à impliquer d'autres acteurs susceptibles de jouer un rôle important, comme les autorités de régulation des médias et les médias sociaux. Toutes les parties prenantes concernées par le processus d'éducation aux médias – institutions publiques, ministères, écoles, universités, médias (médias de service public en particulier), autorités de régulation des médias, société civile, initiatives privées, intermédiaires d'internet – doivent renforcer la coordination de leurs stratégies et actions et s'engager dans une collaboration multipartite. Toutefois, l'efficacité de la coordination est entravée par le manque de vue d'ensemble et d'informations complètes et actualisées sur les activités de terrain concernant les politiques et les meilleures pratiques des États membres en la matière, et par l'absence de plateformes qui pourraient faciliter la coopération intersectorielle au niveau national.
8. À un financement généralement «hétérogène», qui manque souvent de transparence, s'ajoute une interaction complexe entre les différents types de financement. Parfois, la responsabilité globale de l'ensemble du processus n'incombe à aucun acteur précis; ceci peut rendre difficile l'obtention d'un financement à long terme pour les projets d'éducation aux médias et à l'information et empêcher de déterminer quel secteur ou quelle organisation devrait en assurer le leadership. Les initiatives de financement

---

2. Projet de résolution adopté à l'unanimité par la commission le 30 septembre 2019.

des géants de la technologie sont les bienvenues, mais celles-ci sont entièrement volontaires et aléatoires; des intérêts de ces entreprises dépendent l'objet de leurs initiatives, la sélection des candidats, les montants, la fréquence ainsi que les conditions régissant le financement accordé. Ces initiatives devraient être complémentaires des systèmes structurés et des mécanismes de financement non commerciaux, plutôt que de s'y substituer. En l'absence de ressources adéquates, l'éducation aux médias restera subordonnée à des initiatives privées et spontanées, alors que c'est de solutions pérennes dont il est besoin.

9. Dans ce contexte, l'Assemblée rappelle aux États membres la [Recommandation CM/Rec\(2018\)1](#) du Comité des Ministres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété, la [Recommandation CM/Rec\(2018\)2](#) sur les rôles et les responsabilités des intermédiaires d'internet, et la [Recommandation CM/Rec\(2018\)7](#) sur les Lignes directrices relatives au respect, à la protection et à la réalisation des droits de l'enfant dans l'environnement numérique. S'appuyant également sur les lignes directrices qui y sont énoncées, l'Assemblée recommande aux États membres:

- 9.1. de concevoir une *politique* nationale coordonnée d'éducation aux médias et d'assurer sa mise en œuvre opérationnelle au moyen de plans d'action annuels et pluriannuels, avec des ressources suffisantes pour atteindre ces objectifs;
- 9.2. de soutenir la formation d'un *réseau* national coordonné d'éducation aux médias intégrant une grande diversité de partenaires, ou de consolider un tel réseau lorsqu'il existe déjà;
- 9.3. d'échanger et promouvoir activement, dans les enceintes internationales pertinentes, les pratiques positives développées au sein des réseaux nationaux;
- 9.4. d'encourager les intermédiaires d'internet à soutenir les stratégies d'éducation aux médias et à l'information;
- 9.5. de procéder, avec les acteurs concernés au niveau national, à une cartographie des pratiques d'éducation aux médias, en veillant à ce qu'il soit répété à intervalles réguliers et promu en conséquence, et à ce que ses résultats soient disponibles en ligne;
- 9.6. de promouvoir l'éducation aux médias à tous les niveaux de l'éducation formelle et de l'éducation continue postscolaire, en intégrant l'éducation aux médias dans les établissements d'enseignement et les programmes scolaires;
- 9.7. d'assurer une formation adéquate des enseignants, notamment du point de vue de leur formation initiale et continue;
- 9.8. de soutenir l'enseignement et la formation du journalisme par le biais d'un mécanisme de financement adéquat et indépendant, tout en assurant une répartition équitable de l'aide financière et en respectant pleinement l'autonomie académique et professionnelle en matière d'organisation;
- 9.9. d'introduire dans la mission des médias de service public, là où ce n'est pas encore le cas, l'obligation de former aux médias, de lutter contre la fracture numérique, de garantir la sécurité des jeunes publics dans l'environnement en ligne; dans ce contexte, d'allouer aux médias de service public des ressources nécessaires pour développer des projets d'éducation aux médias et les intégrer dans leurs programmes;
- 9.10. d'élargir le mandat des autorités de régulation des médias afin que celles-ci s'impliquent plus activement dans le domaine de l'éducation aux médias, notamment dans la promotion de l'éducation aux médias dans le secteur audiovisuel; à cet égard, de veiller à ce que l'éducation aux médias devienne une partie intégrante du mandat des autorités de régulation des médias, en s'inspirant des lignes directrices sur les modalités de la mise en place de réseaux d'éducation aux médias (*Guidelines on how to establish Media Literacy Networks*), adoptées en mai 2018 par la Plateforme européenne des instances de régulation, qui pourraient être d'une grande utilité;
- 9.11. de soutenir les campagnes nationales en faveur de l'éducation aux médias en tant que levier additionnel pour sensibiliser l'opinion à l'importance de la question, et de renforcer la coopération entre les différentes parties prenantes.

10. L'Assemblée invite les organisations des médias de service public:

- 10.1. à suivre les lignes directrices sur l'éducation aux médias élaborées par l'Union européenne de radio-télévision, notamment dans son rapport de 2018, *50 moyens de mieux faire*, et à s'inspirer de nombreux exemples concernant des initiatives d'éducation aux médias;

- 10.2. à élaborer des projets d'éducation aux médias individuellement et en coopération avec d'autres parties prenantes telles que des médias communautaires/privés, des journaux, des initiatives de la société civile, des intermédiaires d'internet et, dans ce contexte, à partager les meilleures pratiques avec les institutions partenaires nationales et européennes;
- 10.3. à fournir des contenus éducatifs spécialisés destinés aux enfants et aux adolescents, en utilisant également de nouvelles techniques adaptées aux comportements du jeune public, pour développer avec eux une approche critique de l'information et des médias en général, à dispenser des conseils et des astuces sur la sécurité numérique et le comportement éthique en ligne, en faisant appel à de jeunes présentateurs, à expliquer comment distinguer les opinions et les faits, comment repérer la désinformation, la manipulation et la propagande et comment vérifier les sources, afin de permettre aux jeunes d'agir de façon responsable à la fois comme consommateurs et comme créateurs de contenus dans l'espace numérique;
- 10.4. à développer des services d'information vidéo en ligne pouvant être utilisés sur des appareils mobiles, en privilégiant des formats qui ciblent et séduisent des publics spécifiques, notamment les jeunes;
- 10.5. à mettre au point des programmes ciblés de conseils aux enseignants sur la manière de produire, d'interpréter ou de décoder les contenus;
- 10.6. à dispenser une formation interne aux journalistes et autres professionnels des médias sur diverses questions journalistiques, y compris les aspects éthiques et la qualité du journalisme.
11. L'Assemblée invite l'Union européenne de radio-télévision:
  - 11.1. à continuer à promouvoir ses lignes directrices en matière d'éducation aux médias et à l'information et à encourager les médias de service public européens à les appliquer pleinement, en gardant à l'esprit leur rôle particulier vis-à-vis de publics de tous âges et toutes catégories sociales;
  - 11.2. à développer davantage, entre ses membres, les initiatives d'éducation aux médias collaboratives, en recherchant des synergies avec d'autres partenaires d'information de qualité;
  - 11.3. à mettre à la disposition de ses membres des stratégies pointues en matière d'éducation aux médias et à l'information dans leurs projets et à encourager une coopération active entre ces derniers;
  - 11.4. à organiser des ateliers et des formations systématiques pour ses membres sur l'éducation aux médias et à encourager l'échange de bonnes pratiques dans le domaine;
  - 11.5. à contribuer et à participer activement à des études ciblées portant sur l'éducation aux médias et à l'information.
12. L'Assemblée appelle l'Association des télévisions commerciales européennes:
  - 12.1. à encourager ses membres à prendre en compte l'importance cruciale de l'éducation aux médias et à développer des programmes spécialisés destinés en particulier au jeune public;
  - 12.2. à développer dans ce domaine la coopération avec les médias de service public et d'autres types de médias et procéder à des échanges de bonnes pratiques qui peuvent être fructueuses et utiles.
13. L'Assemblée invite les professionnels et les organismes du secteur des médias:
  - 13.1. à prendre en considération les défis complexes auxquels sont aujourd'hui confrontés les journalistes et les autres acteurs des médias dans l'écosystème multimédia, et à développer une formation professionnelle axée sur les aspects juridiques, numériques, éthiques, de vérification des faits, de sécurité et autres, organisée soit par les organisations de médias elles-mêmes, soit par les syndicats de journalistes ou d'autres organisations partenaires;
  - 13.2. à veiller à ce qu'une formation professionnelle organisée par des écoles de journalisme ou par des universités dans le cadre de programmes spécialisés soit proposée en permanence aux journalistes;
  - 13.3. à coordonner les efforts entre les principales organisations de journalistes, telles que la Fédération européenne des journalistes, l'Association européenne de formation au journalisme, le Réseau pour un journalisme éthique, le Centre européen de journalisme, le Réseau mondial des Rédacteurs en Chef, afin de permettre aux membres de collaborer aux échanges et aux projets

d'enseignement et de recherche dans le domaine de la formation journalistique, et d'élaborer un aperçu clair, précis, détaillé et actualisé des programmes d'éducation et de formation au journalisme aux niveaux national et européen.

14. L'Assemblée invite les intermédiaires d'internet:

14.1. à coopérer activement avec les entités publiques, sociales et privées pour promouvoir et soutenir l'éducation aux médias, notamment pour lutter contre la désinformation, le discours de haine, y compris le discours de haine sexiste visant les femmes, et les comportements inappropriés en ligne;

14.2. à soutenir le développement de programmes et d'outils appropriés dans le domaine de l'éducation aux médias et à l'information et, en particulier, d'outils spécifiques à utiliser dans le processus d'éducation aux médias dans les écoles et dans le cadre de la formation des journalistes;

14.3. à accroître davantage le soutien aux réseaux indépendants de vérificateurs des faits et aux outils visant à encourager un journalisme de qualité.

## B. Exposé des motifs, par M<sup>me</sup> Nino Gogvadze, rapporteure

### 1. Introduction

1. Aujourd'hui, en matière de médias, on peut véritablement parler d'écosystème multimédia: les médias institutionnels restent des acteurs centraux, mais les communicateurs stratégiques, qu'ils soient politiques, religieux ou commerciaux, jouent aussi dans cet écosystème un rôle actif et efficace, tandis que la communication numérique prend progressivement le pas. Dans ce contexte complexe, il est parfois très difficile de distinguer les informations exactes et fiables des informations fabriquées et délibérément trompeuses.

2. Les nouvelles technologies et les nouveaux services médiatiques ont chamboulé les structures médiatiques traditionnelles et ouvert la sphère publique. Mais ils ont également mis à l'ordre du jour de nouveaux enjeux, tels que le flou croissant entre contenu rédactionnel et contenu publicitaire, la sécurité et la sûreté en ligne, la protection et l'exploitation des données, la fracture numérique et les inconvénients liés à l'exclusion numérique et la diffusion rapide de la désinformation et du discours de haine.

3. L'éducation aux médias est souvent considérée comme un moyen de relever ces défis, presque aussi important que l'aptitude à lire et à écrire; cela se reflète d'ailleurs dans les programmes scolaires nationaux de certains pays. Cependant, l'éducation aux médias est un processus évolutif qui nécessite une actualisation constante. Il s'agit d'un parcours d'apprentissage tout au long de la vie, qui va au-delà de l'éducation formelle. L'éducation aux médias ne devrait pas concerner uniquement les enfants ou les jeunes: de nombreux autres groupes de la société, comme les personnes âgées et les personnes souffrant de handicaps physiques ou cognitifs, ont besoin de davantage de ressources et d'une formation supplémentaire en éducation aux médias pour une participation efficace à la sphère publique numérique.

4. Traditionnellement, la responsabilité de l'éducation aux médias incombait principalement au secteur de l'éducation et, dans une moindre mesure, au secteur des médias. De nombreux médias de service public sont actifs dans le domaine de l'éducation aux médias depuis le tout début. Cependant, ces dernières années, l'éventail des acteurs impliqués s'est élargi et reflète aujourd'hui toute la diversité des secteurs concernés par l'éducation aux médias. La promotion de l'éducation aux médias n'est pas une tâche que le système éducatif et les enseignants ou les médias eux-mêmes pourraient accomplir seuls: il est important d'y associer d'autres acteurs pertinents qui peuvent jouer un rôle important, comme les autorités de régulation des médias et les médias sociaux. Les autorités de régulation des médias, par exemple, ont reconnu l'importance de l'éducation aux médias en tant que mécanisme complémentaire de la régulation des médias. Les campagnes sont un autre moyen d'éducation aux médias. Compte tenu de la puissance et de la domination croissantes des médias sociaux et des moteurs de recherche dans les écosystèmes multimédias, il est très important que ceux-ci assument pleinement leurs responsabilités, notamment en apportant un soutien plus structuré à la promotion de l'éducation aux médias.

5. Les documents politiques aux niveaux européen et national qui contiennent des références à l'éducation aux médias sont nombreux. Mais les engagements fermes en faveur de la promotion et de la mise en œuvre de l'éducation aux médias sont plus rares; c'est là l'un des principaux défis. Heureusement, cette situation est en passe de changer, en partie grâce à l'impulsion donnée par certaines recommandations adoptées par le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe. Ces textes reconnaissent l'importance pour les individus de développer les compétences et les capacités cognitives, techniques et sociales grâce auxquelles accéder efficacement aux contenus médiatiques et les analyser de manière critique. Par ailleurs, ils appellent les États à développer une politique nationale coordonnée d'éducation aux médias et à assurer sa mise en œuvre opérationnelle par des plans d'action annuels ou pluriannuels, en fournissant les ressources adéquates à ces objectifs.

6. La principale difficulté rencontrée dans l'examen de cette question est l'absence d'ensembles de données exhaustifs et d'aperçus des activités menées sur le terrain dans les États européens pour promouvoir l'éducation aux médias. Les informations existantes se limitent à des secteurs particuliers. La Plateforme européenne des autorités de régulation a élaboré des lignes directrices sur les modalités de la mise en place de réseaux d'éducation aux médias au niveau national, et certaines autorités nationales ont pris des initiatives dans ce contexte. Certains médias de service public et médias communautaires élaborent des formations pour leurs membres et leurs publics cibles. Alors que les initiatives se multiplient, une sélection des meilleures pratiques – sur la conception et la mise en œuvre de programmes d'enseignement, le développement de cours ciblés et d'approches transdisciplinaires, et la mise à disposition de ressources

pour les enseignants et les décideurs en matière d'éducation – fait toujours défaut. Dans le présent rapport, je mettrai en évidence les principaux défis dans le domaine de l'éducation aux médias et mentionnerai un certain nombre de bonnes pratiques qui pourraient être une source d'inspiration<sup>3</sup>.

7. Le présent rapport débute par un aperçu des récentes évolutions réglementaires et politiques en matière d'éducation aux médias au sein du Conseil de l'Europe et de l'Union européenne. Ces évolutions devraient donner le ton quant à l'avenir des politiques nationales en matière d'éducation aux médias, prochain thème du présent rapport. Ces politiques devraient cibler toutes les catégories sociales, en s'adaptant toutefois en fonction de leur situation et de leurs besoins spécifiques. Les journalistes – et autres acteurs des médias – sont des décideurs influents ayant le pouvoir d'orienter le débat public. Ils doivent faire face à de nouveaux défis et à de nouveaux choix éthiques, et leur formation – dans les centres d'enseignement du journalisme ou dans le cadre d'une formation professionnelle continue – devrait prendre en compte la dynamique et la complexité de l'environnement en ligne. Cette formation, et notamment son volet éthique, est le thème suivant du rapport. En raison de leur rôle de plus en plus important dans l'écosystème multimédia, le sujet des médias sociaux et des moteurs de recherche est ensuite brièvement abordé.

8. En ce qui concerne la terminologie, la diversité est considérable en ce domaine: des termes comme éducation aux médias (qui couvre à la fois les notions de *media education* et *media literacy*), éducation (critique) à l'information, culture numérique, culture de l'information, formation aux moteurs de recherche, etc. sont tous cohérents sur le plan conceptuel<sup>4</sup>. Cependant, il est important de ne pas se laisser distraire par cette diversité terminologique et au contraire de se concentrer sur la convergence des objectifs et des processus pertinents. Selon certains auteurs, le terme anglais «*media literacy*» (traduit en français par «éducation aux médias») suffirait comme dénomination générique parce qu'il offre une perspective plus «holistique»<sup>5</sup>. D'autres experts proposent de faire une distinction entre «*education*» (éducation, en français) et «*literacy*» (que le français traduit aussi par «éducation» et qui renvoie à la notion de «culture médiatique»), en fonction des contextes spécifiques. Selon eux, «*media literacy*» renvoie aux aptitudes, aux connaissances et à la confiance nécessaires pour faire des choix éclairés sur l'ensemble des contenus et des informations avec lesquels nous entrons en contact; autrement dit, toutes les compétences permettant à un individu de comprendre et d'évaluer de manière critique le contenu des médias, de comprendre comment fonctionnent la production médiatique, les processus éditoriaux et de financement, comment les données sont utilisées et comment les algorithmes et l'intelligence artificielle peuvent influencer les choix des médias. Être «*media literate*» (que l'on pourrait traduire en français par «avoir une culture des médias») signifie aussi être capable d'utiliser les médias, de s'engager de manière responsable et sûre avec les autres dans la sphère publique et de réaliser le potentiel créatif et participatif que les nouvelles technologies et les nouveaux services peuvent offrir. En ce qui concerne «*media education*», la notion devrait plutôt se référer au processus par lequel les gens (de tous âges) développent des compétences en éducation aux médias. La notion de «*media literacy*» est souvent utilisée conjointement avec la notion d'«*information*», de sorte que l'expression «*media and information literacy*» (MIL) – en français, «éducation aux médias et à l'information» (EMI) – peut être rencontrée assez fréquemment dans la littérature spécialisée.

---

3. L'analyse de ces questions s'appuie principalement sur le rapport d'expert de M. Tarlach McGonagle, chercheur/conférencier principal, Institut du droit de l'information (IVIIR), Université d'Amsterdam, que je remercie pour son excellent travail. À la lumière des discussions dans le cadre des auditions tenues par la Commission le 4 mars 2019 à Grenade et le 27 mai 2019 à Paris, j'ai intégré dans mon rapport quelques éléments des présentations de: M. Tom Law, directeur de campagnes et de la communication, Ethical Journalism Network, Kingston upon Thames; M. Stéphane Hoebeke, avocat au département juridique, responsable de l'éducation aux médias, RTBF (Radio-Télévision belge de la Communauté francophone), Bruxelles; M<sup>me</sup> Martina Chapman, consultante indépendante sur l'éducation et les médias, Irlande; M<sup>me</sup> Divina Frau-Meigs, professeur, experte en éducation aux médias, Université Paris-Sorbonne; M. Giacomo Mazzone, responsable des relations avec les institutions et membres, Union européenne de radio-télévision (UER), Genève; et M<sup>me</sup> Sharon Stokes, responsable du *BBC Young Reporter*, Londres. Je remercie tous ces experts pour leurs contributions.

4. Tarlach McGonagle, "Media Literacy: No Longer the Shrinking Violet of European Audiovisual Media Regulation?", in Susanne Nikoltchev, Ed., *Media Literacy, IRIS plus 2011-3* (Strasbourg, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2011), pp. 7-27.

5. Par exemple, N.A. Cooke (2017), Posttruth, Truthiness, and Alternative Facts: Information Behavior and Critical Information Consumption for a New Age. *The Library Quarterly*. 87 (3), 211-221, p. 219.

## 2. Droit européen et cadre politique: certaines évolutions récentes

### 2.1. Conseil de l'Europe

9. Le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe a renforcé son engagement en faveur de la promotion de l'éducation aux médias dans deux recommandations adoptées en 2018. Sa [Recommandation CM/Rec\(2018\)1](#) aux États membres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété et sa [Recommandation CM/Rec\(2018\)7](#) aux États membres sur les lignes directrices relatives au respect, à la protection et à la réalisation des droits de l'enfant dans l'environnement numérique traitent de manière explicite et détaillée de l'éducation aux médias/numérique.

10. Le Comité des Ministres reconnaît «[qu']Étant donné la diversité croissante des médias et des contenus, il est très important que les individus développent les capacités et les compétences cognitives, techniques et sociales qui leur permettent d'accéder efficacement aux contenus médiatiques et de les analyser avec un esprit critique; de prendre des décisions éclairées sur les médias qu'ils utilisent et la manière dont ils les utilisent; de comprendre les implications éthiques des médias et des nouvelles technologies et de communiquer efficacement, notamment en créant des contenus»<sup>6</sup>.

11. Dans le contexte du présent rapport, l'une des principales lignes directrices du Comité des Ministres est la suivante: «Les États devraient aussi concevoir une politique nationale coordonnée d'éducation aux médias et assurer sa mise en œuvre opérationnelle au moyen de plans d'action annuels et pluriannuels avec des ressources suffisantes pour atteindre ces objectifs. Une stratégie essentielle pourrait consister à soutenir la formation d'un réseau national coordonné d'éducation aux médias intégrant une grande diversité de partenaires, ou à consolider un tel réseau lorsqu'il existe déjà. Il conviendrait d'échanger et de promouvoir de façon active dans le cadre des forums internationaux pertinents les pratiques positives développées au sein des réseaux nationaux»<sup>7</sup>.

12. Le Comité des Ministres affirme par ailleurs que: «Dans l'écosystème multimédia, il est essentiel pour les personnes de tous âges et de tous horizons de posséder une culture des médias. Les mesures encourageant l'éducation aux médias devraient ainsi contribuer à développer l'enseignement de la culture des médias dans les programmes scolaires à tous les niveaux et dans des cycles de formation continue, y compris en offrant une formation appropriée aux enseignants et des ressources suffisantes aux institutions éducatives pour qu'elles élaborent des programmes d'enseignement et des dispositifs d'apprentissage axés sur des projets»<sup>8</sup>. L'éducation aux médias ou au numérique est cependant particulièrement importante pour les enfants.

13. Le Comité des Ministres a également conscience du fait que des mesures de soutien, y compris de nature financière, sont nécessaires pour concevoir et maintenir des initiatives de promotion de l'éducation aux médias et de formation au journalisme. Dans la [Recommandation CM/Rec\(2018\)1](#), le Comité des Ministres encourage les États membres «à soutenir des projets en lien avec la formation au journalisme» (paragraphe 2.13). Dans sa [Déclaration du 13 février 2019 concernant la viabilité financière du journalisme de qualité à l'ère numérique](#), le Comité des Ministres encourage les États membres à prendre des mesures en faveur du développement de médias et du journalisme, financées grâce à divers dispositifs, notamment des partenariats public-privé, visant entre autres «à favoriser les compétences journalistiques et organiser des formations et des programmes d'initiation aux médias dans les rédactions» (page 5, point c.) (v)).

### 2.2. Union européenne

14. Quant à l'Union européenne, il est utile de signaler une évolution récente constatée au niveau européen concernant l'éducation aux médias. L'objectif de promotion et de concrétisation de l'éducation aux médias a récemment reçu un coup de pouce grâce à la révision et au renforcement de la disposition pertinente de la Directive de l'Union européenne sur les services de médias audiovisuels visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive SMA). Jusqu'à présent, l'importance de l'éducation aux médias était expliquée dans le préambule de la directive, mais la seule disposition de la partie de fond de la directive traitant de l'éducation aux médias (article 33) n'exigeait pas des États membres qu'ils

6. CM/Rec(2018)1, préambule, par. 10.

7. *Ibid.*, ligne directrice 5.2.

8. *Ibid.*, ligne directrice 5.3.

prennent des mesures pour promouvoir l'acquisition de cette compétence. Elle se bornait à leur demander de faire périodiquement rapport sur l'application de la directive, sur la base des niveaux d'éducation aux médias dans leurs systèmes nationaux.

15. Le processus officiel de révision de la directive a été l'occasion de remédier à cet angle mort. Le nouvel article 33 bis (1), dispose que «Les États membres promeuvent le développement des compétences liées à l'éducation aux médias et prennent des mesures dans ce sens». L'explication de ce qu'implique l'éducation aux médias et de la raison de son importance a également été revue dans le considérant 59 du préambule de la directive.

16. Un autre ajout intéressant à la directive SMA révisée porte sur les obligations qui incombent aux plateformes de partage de vidéos. Dans la mesure où ces plateformes relèvent désormais du champ d'application de la directive, elles doivent prendre des mesures qui consistent notamment («le cas échéant») à «prévoir des mesures et outils efficaces d'éducation aux médias et à sensibiliser les utilisateurs à ces mesures et outils» (article 28 ter (3) j)).

17. Le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA) aura pour mission «de partager les expériences et les bonnes pratiques concernant l'application du cadre réglementaire en matière de services de médias audiovisuels, y compris en ce qui concerne l'accessibilité et l'éducation aux médias» (article 30 ter (3) b)).

18. La Commission européenne évoque aussi certains aspects de l'éducation aux médias dans sa [Communication sur la lutte contre la désinformation en ligne: une approche européenne](#)<sup>9</sup>. Adoptée en avril 2018, cette communication définit quatre axes pour lutter contre la désinformation en ligne au niveau européen; «Favoriser l'éducation aux médias» est l'un de ces axes.

19. Les évolutions susmentionnées, constatées tant au sein du Conseil de l'Europe que de l'Union européenne, montrent que les cercles où s'élaborent les lois et politiques européennes sont de plus en plus conscients que l'éducation aux médias – quelle que soit sa dénomination ou sa définition – doit être concrétisée et compréhensible par toutes les catégories de la société. L'orientation récente de la réglementation et des politiques favorise les approches collaboratives, multipartites et multisectorielles.

### 3. Politiques des États en matière d'éducation du public aux médias

20. Avec le développement et l'emploi croissants des technologies numériques dans l'environnement des médias, il est urgent de créer et d'entretenir des capacités de réflexion critique pour analyser le contenu des nouvelles en ligne. Les citoyens ayant une bonne connaissance des médias peuvent s'assurer de la fiabilité du contenu de l'information et faire le tri entre faits et opinions afin de faire des choix plus éclairés dans leur consommation d'informations. L'éducation aux médias ne porte pas seulement sur les contenus informatifs sous forme de textes, mais aussi sur les outils de persuasion en ligne et le pouvoir puissant et potentiellement manipulateur des images (en mouvement).

21. Les politiques nationales d'éducation aux médias, qui mettent en rapport les parties prenantes concernées et facilitent et encouragent les initiatives individuelles et collectives, peuvent être essentielles à la mise en place de l'éducation aux médias. De même, il est très important d'admettre la nécessité d'une approche multipartite rassemblant organismes publics, médias, éducateurs, société civile, particuliers, fournisseurs de services internet, etc., chacun y jouant un rôle différent.

22. En premier lieu, il convient de souligner que l'éducation aux médias est l'activité de toute une vie et qu'elle a légitimement sa place à tous les niveaux de l'éducation formelle, mais aussi dans le cadre de la formation continue. Ses objectifs et ses méthodes varient en fonction du contexte dans lequel elle est dispensée (cadre scolaire ou formations ciblées pour les personnes âgées, les personnes handicapées ou d'autres groupes ayant des besoins spécifiques). Les politiques devraient refléter et intégrer cette différenciation. Il n'existe pas de modèle universel d'éducation aux médias. En second lieu, comme mentionné dans l'introduction, le terme «éducation aux médias» est un terme générique. En troisième lieu, les États devraient adopter des politiques ambitieuses et variées et en aucun cas se borner à prendre des mesures législatives (qui pourraient même se révéler inutiles). En quatrième lieu, les États ne devraient pas limiter leurs politiques au secteur éducatif, mais opter pour une approche transversale et multipartite. Des groupes

---

9. <https://library.euneighbours.eu/content/communication-tackling-online-disinformation-european-approach>.

d'acteurs clés devront être identifiés, avant de définir des sous-groupes et leurs rôles précis. Les médias (audiovisuels), et plus particulièrement les médias de service public, qui sont investis de missions particulières au sein de la société, sont l'un de ces groupes clés.

23. Il est difficile d'avoir accès à des informations complètes et actualisées sur les politiques des États membres du Conseil de l'Europe en matière de promotion de l'éducation aux médias. Les données disponibles se limitent parfois à la promotion de cet apprentissage dans des contextes ou secteurs particuliers tels que l'enseignement ou les médias audiovisuels. Il arrive aussi que les objectifs spécifiques des données recueillies dans différents États ne soient pas suffisamment semblables pour permettre des comparaisons simples entre pays. Il arrive aussi que les données ne soient pas collectées de façon systématique ou organisées et mises à disposition sous forme de synthèses accessibles.

24. Compte tenu de ces difficultés de collecte et d'analyse de données relatives aux politiques nationales, il est utile de signaler une sélection d'études (récentes) qui aident à faire l'état des lieux en la matière dans la zone d'influence du Conseil de l'Europe.

25. L'étude comparative réalisée dans le cadre des programmes ANR TRANSLIT et COST «Transformer les publics/Transformer les sociétés» par une équipe d'experts nationaux, dirigée par le professeur Divina Frau-Meigs<sup>10</sup>, a été une contribution majeure à l'effort paneuropéen d'inventaire et d'analyse. Cette étude porte notamment sur la définition de l'éducation aux médias et à l'information dans l'environnement numérique et sur les politiques publiques adoptées pour en réaliser les objectifs. Elle accorde aussi une place importante au système scolaire et à ses ressources et formations visant à concrétiser l'apprentissage de cette compétence, ainsi qu'aux initiatives et intervenants extérieurs au système scolaire. Même si les données relatives à un domaine aussi dynamique prennent rapidement de l'âge, cette étude reste un point de référence important pour la synthèse, l'analyse et l'évaluation comparées des *approches pédagogiques* propres à chaque pays en matière d'éducation aux médias et à l'information.

26. Les dimensions traitées dans l'étude sont: la définition, le cadre politique, le renforcement des capacités (formation et ressources), le financement, les divers acteurs et l'évaluation<sup>11</sup>. Ses principales conclusions sont notamment les suivantes: (1) il existe un «biais numérique» influant sur la définition de l'éducation aux médias et à l'information; (2) un effet de déconnexion fait apparaître des insuffisances dans les dimensions politiques du financement et de l'évaluation; et (3) un «effet en trompe-l'œil» révèle les efforts de compensation déployés par d'autres acteurs pour garantir la mise en œuvre effective de l'éducation aux médias et à l'information<sup>12</sup>.

27. Le premier constat renvoie à l'observation faite dans l'introduction du présent rapport, selon laquelle il existe une diversité terminologique concernant l'éducation aux médias. Le «biais numérique» renvoie à l'émergence de termes tels que l'éducation informatique et numérique, ce dernier terme l'emportant de plus en plus sur le premier<sup>13</sup>. Il ne s'agit pas là simplement de nouvelles désignations: ces notions peuvent aussi influencer sur la manière dont l'éducation aux médias est comprise, conceptualisée, enseignée et encouragée. Comme l'introduction du présent rapport le note également, l'éducation aux médias recouvre des compétences diverses (cognitives, techniques et sociales/civiques). Dans l'offre de l'éducation aux médias, l'accent peut être mis plus particulièrement sur les compétences numériques/techniques (par exemple, au titre de l'éducation informatique ou numérique) ou sur les compétences civiques (par exemple, dans le cadre de l'étude des médias ou de l'éducation civique). Diverses perspectives existent. Les principaux concepts et valeurs identifiés et regroupés dans l'étude sont les suivants:

- l'intégration des études cinématographiques, visuelles, culturelles et artistiques dans l'éducation aux médias;
- les compétences de traitement et de gestion de l'information en vue d'une plus grande employabilité;
- la promotion de la participation citoyenne et politique et de la démocratie (électronique);
- l'éthique des médias et la protection des consommateurs;
- les compétences techniques et de production<sup>14</sup>.

10. La période de référence de l'étude s'étend de juin 2013 à janvier 2015 et constitue la base du livre suivant: Divina Frau-Meigs, Irma Velez et Julieta Flores Michel, Eds., *Public Policies in Media and Information Literacy in Europe*, Routledge, 2017.

11. *Ibid.*, p. 24.

12. (Légère paraphrase du texte original), *ibid.*, p. 8.

13. *Ibid.*, pp. 19, 74 et 75.

14. *Ibid.*, p. 105.

28. Cette diversité d'approches a conduit des experts comme Divina Frau-Meigs à insister sur l'importance d'ensembles de compétences différentes et complémentaires, qu'elle qualifie de connaissances multiples ou transversales<sup>15</sup>. Sur la base de leurs données et de l'analyse qu'ils en font, les auteurs de l'étude ont observé un certain niveau de stabilité du point de vue de la formation, accompagnée d'une valorisation croissante et d'une expansion des ressources<sup>16</sup>.

29. Dans la plupart des pays d'Europe (les deux tiers de ceux qu'examine l'étude de M<sup>me</sup> Frau-Meigs et al.), l'éducation aux médias est enseignée en tant que discipline transversale, plutôt que comme une discipline distincte au sein du programme<sup>17</sup>. Cette approche transversale présente des avantages pour l'intégration dans les programmes, mais elle engendre aussi des difficultés méthodologiques concernant l'évaluation d'impact, car il peut être malaisé de délimiter l'effet spécifique des activités d'éducation aux médias. Ce point renvoie plus généralement à l'un des principaux défis liés au développement de l'éducation aux médias d'après les auteurs de l'étude, à savoir l'évaluation de l'efficacité concrète des initiatives d'éducation aux médias (et l'élucidation des raisons pour lesquelles elles sont – ou ne sont pas – efficaces). Le financement est très «hétérogène». Il existe une interaction complexe entre différents types de financement, touchant notamment aux différents secteurs où l'éducation aux médias est proposée. De plus, le financement manque de transparence et à la difficulté d'interpréter les données disponibles s'ajoute la diversité de ces données. Le financement affecté à des objectifs généraux peut avoir des effets positifs implicites ou indirects pour les initiatives d'éducation aux médias, mais il peut être difficile de démontrer concrètement l'existence d'un lien de cause à effet<sup>18</sup>.

30. Enfin, l'étude recense quatre problèmes liés au financement communs à tous les pays:

- la durabilité;
- la coordination des initiatives d'éducation aux médias et à l'information (EMI);
- le partage des programmes existants et de leurs produits;
- le soutien financier des produits innovants utiles au domaine de l'EMI<sup>19</sup>.

31. Les cadres juridiques et politiques nationaux, ainsi que leur architecture institutionnelle, déterminent la manière dont l'éducation aux médias est conceptualisée, organisée et mise en œuvre. Certaines initiatives récentes et actuelles en matière d'éducation aux médias ciblent spécifiquement la désinformation en ligne. En voici quelques exemples:

- En Finlande, l'Institut national de l'audiovisuel (sous les auspices du ministère de l'Éducation et de la Culture) est chargé de promouvoir l'éducation aux médias, les compétences médiatiques des enfants et le développement d'un environnement médiatique sûr pour les enfants, en coopération avec d'autres autorités et entreprises du secteur<sup>20</sup>.
- Aux Pays-Bas, le ministère de l'Éducation, de la Culture et des Sciences a favorisé l'essor de *Mediawijzer*, un réseau dynamique rassemblant un large éventail de parties prenantes, soit plus de 1 000 organisations et particuliers qui s'occupent activement des politiques, questions et activités d'éducation aux médias<sup>21</sup>. Les cadres juridiques, politiques et institutionnels peuvent faciliter l'élaboration d'initiatives spécifiques.
- En Irlande, *Webwise* est le Centre irlandais de sensibilisation à la sécurité sur internet. Cofinancé par le ministère de l'Éducation et de la Formation et l'Union européenne, il promeut une utilisation autonome, efficace et plus sûre d'internet par les jeunes grâce à une stratégie d'information et de sensibilisation à long terme ciblant les parents, les enseignants et les enfants eux-mêmes au moyen de messages cohérents et pertinents<sup>22</sup>.
- En Belgique, *Mediawijs*, centre flamand d'éducation aux médias, s'est attaché en 2017 à expliquer aux citoyens comment faire preuve de plus d'esprit critique vis-à-vis des «fausses nouvelles»<sup>23</sup>. De plus, un projet d'éducation aux médias intitulé «l'actualité en classe» est mis en pratique chaque année. Il s'agit d'une collaboration entre *Mediawijs*, *Vlaamse Nieuwsmedia*, *Press and Media*, soutenue par le

---

15. *Ibid.* Voir aussi pp. 238-239, *ibid.*

16. *Ibid.*, p. 63.

17. *Ibid.*, p. 39.

18. Ces points sont exposés plus longuement par les auteurs au chapitre 6, *ibid.*

19. *Ibid.*, pp. 212-213.

20. Voir: <https://kavi.fi/en/media-education-and-audiovisual-media>.

21. Voir: <https://www.mediawijzer.net/>.

22. Voir: <https://www.webwise.ie/>.

Gouvernement flamand<sup>24</sup>. Ce projet vise à encourager les élèves à consulter et interpréter les nouvelles sources d'information de manière critique<sup>25</sup>. Pour ce faire, il fournit aux enseignants des kits pédagogiques, dont l'un des plus récents porte sur la lutte contre les «fausses nouvelles»<sup>26</sup>. Ces kits, qui exposent les élèves au phénomène de la «bulle de filtrage»<sup>27</sup>, les invitent à relever le défi consistant à apprendre à discerner des informations fausses ou fallacieuses. En Wallonie, le Conseil supérieur de l'éducation aux médias a lancé des initiatives similaires comme la «Quinzaine de l'éducation aux médias», dont le thème principal de 2017 était «Les fausses nouvelles»<sup>28</sup>. Le 18 octobre 2017, le Conseil a également organisé la «Journée de l'éducation aux médias», ouverte par un débat sur ce même thème<sup>29</sup>. Le 31 janvier 2018, Sven Gatz, ministre flamand de la Culture, a annoncé qu'il constituerait un «burgerkabinet» (cabinet des citoyens) consacré aux «fausses nouvelles»<sup>30</sup>. Ce projet vise à sensibiliser les citoyens à la manière dont ils s'informent et sur ce qui pourrait être amélioré<sup>31</sup>. Jusqu'au 7 avril 2018, une plateforme en ligne a permis d'échanger des idées<sup>32</sup>. Par la suite, une «véritable» plateforme de discussion a été organisée au sein du Parlement flamand dans le but de formuler des recommandations concernant l'élaboration des politiques<sup>33</sup>.

### 3.1. L'éducation aux médias et le secteur des médias

#### 3.1.1. Le secteur audiovisuel en général

32. L'Observatoire européen de l'audiovisuel s'intéresse depuis longtemps à l'éducation aux médias dans le secteur audiovisuel. En 2016, il a publié un rapport détaillé sur le sujet<sup>34</sup>. Ledit rapport inventoriait et décrivait les principaux projets en matière de promotion de l'éducation aux médias qui ont fait l'objet d'une couverture nationale ou régionale dans les 28 États membres de l'Union européenne depuis janvier 2010<sup>35</sup>. Les 547 projets sélectionnés par des experts nationaux fournissent une multitude d'exemples de la manière de donner corps à l'éducation aux médias, principalement dans le secteur audiovisuel. Le rapport s'est plus précisément concentré sur les projets d'éducation aux médias relatifs aux services de médias proposés sur les réseaux de communication électronique, tant linéaires que non linéaires, et le cas échéant, sur les services de la société de l'information<sup>36</sup>. Les projets ont été classés en sept catégories: ressources; engagement des utilisateurs finaux; recherche; plateformes de réseautage; financement; campagnes et élaboration de politiques<sup>37</sup>. Ils ont également été classés en fonction des compétences en éducation aux médias qu'ils privilégient: créativité, esprit critique, dialogue interculturel, utilisation des médias, participation et interaction<sup>38</sup>. Les différents secteurs associés aux projets présentés ont eux aussi été catégorisés: universités, fournisseurs de contenus audiovisuels, autorités publiques, autorités de régulation des médias, plateformes en ligne, société civile, collaboration intersectorielle et «autres»<sup>39</sup>.

33. La Plateforme européenne des instances de régulation (EPRA) manifeste également depuis longtemps son intérêt et son engagement vis-à-vis de la promotion de l'éducation aux médias dans le secteur audiovisuel. Elle s'intéresse tout particulièrement au rôle que peuvent jouer les autorités de régulation

23. Mediawijs, "Dossier: Nieuws- en Informatiegeletterdheid", 2017, <https://mediawijs.be/dossiers/dossier-nieuws-en-informatiegeletterdheid>.

24. *Nieuws in de klas*, "Nieuws in de klas. Jouw afspraak met het nieuws!", <https://www.nieuwsindeklas.be/contact/>.

25. Ibid.

26. *Nieuws in de klas*, "Fake news? What's in a name", 2017, [https://www.nieuwsindeklas.be/wp-content/uploads/2016/09/Fake-News\\_lesmap.pdf](https://www.nieuwsindeklas.be/wp-content/uploads/2016/09/Fake-News_lesmap.pdf) ; Mediawijs, "Fake News? What's in a name", [https://mediawijs.be/sites/default/files/wysiwyg/fake\\_news\\_-\\_difference\\_day\\_1.pdf](https://mediawijs.be/sites/default/files/wysiwyg/fake_news_-_difference_day_1.pdf).

27. Vlaamse Nieuwsmedia, "Nieuws in de klas: Fake News op Difference Day", 2017, <https://www.vlaamsenieuwsmedia.be/newsroom/2017/04/nieuws-in-de-klas-fake-news-op-difference-day>.

28. Conseil Supérieur de l'éducation aux médias, «Quinzaine de l'éducation aux médias». [www.csem.be/outils/operations/la\\_quinzaine\\_de\\_leducation\\_aux\\_medias](http://www.csem.be/outils/operations/la_quinzaine_de_leducation_aux_medias).

29. Ibid.

30. Open VLD, "Sven Gatz lanceert het 4<sup>e</sup> Burgerkabinet", 31 janvier 2018, <http://www.openvld.be/?type=nieuws&id=1&pageid=96598>.

31. Ibid.

32. Voir: <http://www.burgerkabinet.be/>.

33. Ibid.

34. *Cartographie des pratiques et des activités d'éducation aux médias dans l'UE-28*, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2016.

35. Ibid., p. 27.

36. Ibid., p. 31.

37. Ibid., p. 40.

38. Ibid., p. 41.

39. Ibid., pp. 42-43.

nationales en la matière. En effet, la nature de ce rôle tient en partie à l'existence ou à l'absence d'une obligation statutaire de promouvoir l'éducation aux médias, et d'un financement spécifique pour prendre des initiatives pertinentes. Au fil des ans, des groupes de travail ont partagé expériences et (bonnes) pratiques. Le document de travail 2017 de l'EPRA est une source très utile d'informations comparatives<sup>40</sup>. La taskforce Éducation aux médias de l'EPRA a adopté en mai 2018 des lignes directrices sur les modalités de la mise en place de réseaux d'éducation aux médias. Il s'agit d'une liste de contrôle à l'intention des autorités réglementaires nationales qui envisagent de créer des réseaux d'éducation aux médias dans leur pays. Le Réseau irlandais d'éducation aux médias, constitué par l'Autorité irlandaise de radiodiffusion dans le cadre de ses activités diverses en matière d'éducation aux médias, fournit un modèle déjà utilisé<sup>41</sup>.

### 3.1.2. Médias de service public (MSP)

34. Il y a plusieurs années, l'Union européenne de radio-télévision (UER), organisation faîtière représentant les intérêts des radiodiffuseurs et des médias de service public d'Europe, a défini ses principes sur l'éducation aux médias selon trois grands axes: réduire la fracture numérique, informer et donner voix aux citoyens en matière de démocratie, et créer un espace de confiance<sup>42</sup>. L'UER a exposé les meilleures pratiques mises en œuvre par ses membres et regroupées le long de ces trois axes. Depuis, elle ne semble pas avoir actualisé ces informations pourtant très utiles. Cependant, le bulletin d'information 2018 de l'UER, *50 moyens de mieux faire*, donne de nombreux exemples de la façon d'amener l'audience à participer et à faire confiance au journalisme de service public, dont bon nombre ont trait à des initiatives en matière d'éducation aux médias<sup>43</sup>. L'UER a également conçu des ressources spécifiques et une vitrine pour exposer les approches de ses membres en matière de «fausses nouvelles» et de désinformation en ligne. Une vue d'ensemble est disponible dans sa publication *Perfect Storm*<sup>44</sup> et un survol des initiatives de vérification des faits développées ou soutenues par ses membres figure dans l'annexe à son *document de synthèse*: «Fausses nouvelles et chaos informationnel»<sup>45</sup>.

35. Dans le cadre d'*Eurovision News Exchange*, l'UER a mis au point un projet destiné aux jeunes, *Eurovision Youth News Exchange* – un échange multilatéral d'articles pour des programmes d'information et magazines destinés aux enfants. Ces programmes quotidiens ou hebdomadaires couvrent les événements de l'actualité du point de vue des enfants, dans un langage accessible et compréhensible par les enfants. L'objectif du programme est de clarifier le contexte des événements mondiaux et de donner aux enfants les outils nécessaires pour comprendre les informations auxquelles ils sont exposés par le biais des médias. De plus, l'UER a organisé en 2018 dans le cadre de sa conférence sur les médias numériques, une table ronde intitulée «L'éducation aux médias: des approches ambitieuses des membres de l'UER visant à développer l'esprit critique du public vis-à-vis des contenus des médias sociaux et à déceler la désinformation»<sup>46</sup>. Cette table ronde a mis en exergue certaines initiatives de ses membres, comme l'action de la BBC pour offrir une parade contre les «fausses nouvelles»<sup>47</sup>.

#### 3.1.2.1. La BBC (Royaume-Uni)

36. La BBC travaille avec les jeunes dans le domaine de l'éducation aux médias et à l'information depuis une quinzaine d'années. Cette action s'inscrit dans ses objectifs fondamentaux, à savoir: informer, éduquer et divertir. La charte de la BBC stipule que l'entreprise doit «fournir un contenu éducatif spécialisé pour aider à soutenir l'apprentissage des enfants et des adolescents dans tout le Royaume-Uni». Concrètement, les journalistes partagent leurs connaissances et leurs compétences (repérer les informations inexactes et délibérément fausses, vérifier les sources, connaître la différence entre les opinions et les faits, apprendre les

---

40. Martina Chapman, Emmanuelle Machet et Tone Gunhild Haugan-Hepsø, Document de travail sur le thème: Éducation aux médias: point focal sur le rôle des régulateurs, Groupe de travail 1 de l'EPRA, 12 décembre 2017, disponible sur: <https://www.epra.org/attachments/vienna-wg-i-media-literacy-focus-on-the-role-of-regulators-background-document>.

41. Détails disponibles sur: <https://www.bai.ie/en/viewers-listeners/understanding-media/>.

42. Point de vue de l'UER, *Citoyenneté et éducation aux médias: le rôle des médias de service public*, février 2012: [https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-Media-Lit\\_EN.pdf](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-Media-Lit_EN.pdf).

43. Bulletin d'information UER 2018, *50 moyens de mieux faire*, Genève, novembre 2018, disponibles sur: <https://www.ebu.ch/publications/news-report-2018-50-ways-to-make-it-better>.

44. Bill Dunlop, *Perfect storm: the multiple challenges facing public service news, and why tackling them is vital for democracy*. Genève: Union européenne de radio-télévision, 2017, pp. 13 – 15.

45. UER, document de synthèse: «Fausses nouvelles et chaos informationnel», 18 avril 2018.

46. UER, Journées de l'éducation aux médias, Prague, 8 mars 2018, [https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Events/Media%20Online/Digital%20Media%20Days%202018/Agendas/EDMD\\_Day1\\_InteractiveSession.pdf](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Events/Media%20Online/Digital%20Media%20Days%202018/Agendas/EDMD_Day1_InteractiveSession.pdf).

47. Voir, par exemple: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/beyond-fake-news>; <https://www.bbc.com/teach/live-lessons/bbc-news-live-lesson/zn4kqp3>.

bases du tournage et de la narration), afin de permettre aux jeunes d'agir à la fois comme consommateurs et créateurs de contenus dans l'espace numérique. Cette approche est d'autant plus louable si l'on tient compte des faits: en 2018, la Commission on *Fake News and Teaching of Critical Literacy Skills*, dirigée par un groupe parlementaire multipartite, et le *National Literacy Trust* ont publié un rapport qui indique que seulement 2 % des enfants possèdent les compétences essentielles d'esprit critique dont ils ont besoin pour déterminer si une information est vraie ou fausse et que, en conséquence de la désinformation, deux tiers d'entre eux ont dorénavant moins confiance dans les informations.

37. La BBC propose aux jeunes une éducation aux médias dans différents domaines via des projets tels que *BBC Young Reporter*, *BBC Own*, *BBC Bitesize*, *BBC Teach*, *Beyond Fake News*, qui visent chacun des publics et des objectifs légèrement différents. Le principal projet britannique d'éducation aux médias est *BBC Young Reporter*, qui vise à permettre à des jeunes de 11 à 18 ans de découvrir le domaine des médias/du reportage en leur donnant une voix sur les plateformes de la BBC, en leur offrant la possibilité de partager leurs histoires avec les équipes de programmes et en les aidant à les réaliser et à les diffuser à l'occasion d'un concours annuel (*BBC Young Reporter*). Les écoles, collèges, groupes de jeunes et organismes caritatifs qui participent au projet bénéficient d'événements, de formations, d'un accès à des ressources et du mentorat des journalistes de la BBC. L'entreprise offre des ressources en ligne gratuites qui peuvent être utilisées par les enseignants ou par les élèves, individuellement. La panoplie d'outils englobe des ressources axées sur: comment repérer un robot, savoir à qui faire confiance, reconnaître les fausses nouvelles, vérifier les faits, les chiffres et leurs pièges. La panoplie comprend également des lignes directrices à l'intention des enseignants, une série de leçons et de plans de cours et une trousse à outils sur les informations factuelles<sup>48</sup>. En 2017, la BBC a lancé un ensemble de nouvelles ressources visant spécifiquement à aider les jeunes à repérer les fausses informations. En matière de désinformation, elle a également développé un jeu en ligne auquel les jeunes peuvent jouer sur des ordinateurs portables ou des appareils mobiles.

### 3.1.2.2. RTBF (radiodiffuseur de service public de la Communauté francophone de Belgique)

38. Si des formats de programmes inédits peuvent parler à l'imaginaire collectif, les modèles structurés de promotion de l'éducation aux médias à l'échelle de tout un organisme de médias (de service public) sont aussi susceptibles d'être reproduits. Lorsque les investissements financiers et rédactionnels nécessaires sont effectués pour intégrer l'éducation aux médias dans l'ensemble d'une organisation, ils peuvent produire des bénéfices durables. RTBF, le radiodiffuseur de service public de la Communauté francophone de Belgique, a conçu une politique visant à intégrer l'éducation aux médias de manière transversale – à travers ses thématiques éditoriales – et verticale, dans tous les types de contenus médiatiques. Cette approche prônant une culture d'éducation aux médias constitue une stratégie qui fournit un contexte et une direction à l'élaboration de programmes et services individuels sur le long terme.

39. Depuis 2014, la RTBF élabore chaque année un plan d'éducation aux médias assortis de deux objectifs majeurs: d'une part, développer chez le public (notamment les jeunes) la pensée critique et, d'autre part, aider les individus à communiquer et interagir dans le nouvel environnement médiatique. La société diffuse à la radio et à la télévision, ainsi qu'en ligne. Elle propose des programmes sur le décodage des médias, le développement de la pensée critique, l'éthique professionnelle et les conditions d'une plus grande fiabilité des nouvelles et de l'information et, partant, d'une confiance accrue du public. Elle organise également des visites guidées et des ateliers interactifs: chaque année, plus de 10 000 personnes viennent rencontrer des journalistes et participer à des ateliers afin de mieux comprendre les processus de collecte et de diffusion de l'information. Le personnel suit régulièrement des cours de formation, y compris en coopération avec d'autres partenaires tels que le Conseil de l'éducation aux médias, l'Association des journalistes professionnels et la Ville de Bruxelles (concernant la formation des enseignants).

### 3.1.2.3. Quelques autres MSP européens

40. Une autre tendance digne d'intérêt est le développement de formats de programmes qui attirent leurs publics cibles, en particulier les jeunes, et les incitent à s'impliquer. Le *Jeugdjournaal* du radiodiffuseur de service public néerlandais est très apprécié. Ses journalistes produisent des reportages de qualité et cependant adaptés aux besoins et aux intérêts des enfants. L'émission quotidienne est complétée par une présence en ligne qui offre de nombreuses possibilités et ressources interactives fournissant des éléments de contexte et une profondeur supplémentaires aux sujets couverts<sup>49</sup>. D'autres radiodiffuseurs ont également mis au point des formats en ligne qui fournissent des informations à un public plus jeune dans un style et un ton qui leur sont plus proches, comme la chaîne suisse romande SSR, qui a créé un service de nouvelles

48. Voir: <https://www.bbc.co.uk/academy/en/collections/youngreporter>.

49. Voir: <https://jeugdjournaal.nl/>.

vidéos en ligne adapté aux appareils mobiles<sup>50</sup>. En Allemagne, ARD-Aktuell a mis au point Novi, un bulletin d'information qui propose deux fois par jour, via Facebook Messenger, des micro-informations «passives» au jeune public. Pour y accéder, les utilisateurs reçoivent un message comportant les principaux titres, après quoi ils ont la possibilité de «répondre» et de recevoir un complément d'information. Les questions de suivi sont préconfigurées pour les utilisateurs, avec quelques options à choix multiple<sup>51</sup>. *L'instant détox*, sur France-Info, se présente comme une émission visant à lutter contre les fausses informations et propose en direct des sessions Facebook contre la désinformation, ainsi qu'une chaîne YouTube<sup>52</sup>. *News Class* est un projet éducatif mené par le radiodiffuseur de service public finlandais, YLE. Les élèves travaillent à la création de contenus informatifs avec des tuteurs, journalistes de l'YLE<sup>53</sup>.

#### 3.1.2.4. Médias communautaires et médias commerciaux

41. En complément des médias de service public, les médias associatifs jouent aussi un rôle très important dans la promotion de l'éducation aux médias, la formation étant l'une de leurs caractéristiques et l'un de leurs objectifs spécifiques. D'autres types de médias, comme la presse écrite commerciale, peuvent également contribuer à l'éducation aux médias. Leur caractère commercial n'empêche pas leur contribution; comme on l'a vu, l'environnement de l'éducation aux médias est nécessairement multidimensionnel, impliquant un large éventail d'acteurs. Un exemple intéressant identifié à ce sujet est celui de Play Bac Presse, une entreprise créée à l'origine en France, qui produit des journaux destinés à la jeunesse et à diverses tranches d'âge au sein de son public cible.

### 3.2. L'éducation aux médias et les acteurs (non) médiatiques

42. Divers organes publics et institutions proposant des services publics, ainsi que des organisations de la société civile, promeuvent de manières différentes l'éducation aux médias sur une base continue. Certaines initiatives, menées récemment ou encore actuellement dans divers secteurs, ont porté spécifiquement sur les effets dommageables de la désinformation (en ligne), avec pour objectif de contrer ces effets. Citons par exemple:

- Les bibliothèques et le développement de l'esprit critique: en encourageant l'esprit critique, la Fédération internationale des associations de bibliothécaires et des bibliothèques (FIAB) joue un rôle important dans la lutte contre les «fausses nouvelles». L'organisation a notamment mis au point une infographie définissant huit étapes simples pour les repérer<sup>54</sup>. Ces étapes, inspirées d'un article publié en 2016 par FactCheck.org, sont les suivantes: Identifier la source / Identifier l'auteur / Vérifier la date / Évaluer nos préjugés / Aller au-delà du titre / D'autres sources? / Est-ce de l'humour? / Que disent les experts?
- Initiatives multimédias: En mettant leurs ressources en commun, les médias peuvent réaliser bien plus de choses qu'en agissant chacun de leur côté. *Faktisk* est un site web norvégien de «vérification des faits» lancé en juillet 2017 par quatre des principales agences de presse norvégienne: les journaux *Dagbladet* et *VG*, la chaîne commerciale TV2 et la chaîne de service public NRK. Il s'agit d'une organisation à but non lucratif, bien que plus de 50 % de son budget annuel lui soient versés par ses partenaires. Les résultats des vérifications sont affichés sur une échelle à cinq points, codée par couleur, allant de «absolument vrai» à «absolument faux». Ces résultats peuvent ensuite être intégrés par tout un chacun dans son propre travail. *Faktisk* rencontre un grand succès.
- Initiatives de vérification des faits: Les mesures de vérification des faits consistent à vérifier l'exactitude d'un contenu en ligne présenté comme authentique ou factuel afin d'identifier des éléments de désinformation. Cela peut être fait soit en interne par des entreprises de technologie, soit par des organismes externes indépendants, soit encore dans le cadre de collaborations entre eux et/ou d'autres parties prenantes. Divers acteurs, tels les éditeurs et diffuseurs de médias d'information et les consommateurs d'information, ainsi que les plateformes en ligne, ont tous recours à cette pratique<sup>55</sup>. Le *International Fact-Checking Network* (IFCN) a lancé son Code de conduite le 15 septembre 2016 et compte actuellement 67 signataires vérifiés du monde entier<sup>56</sup>. Les signataires sont des organisations

50. Bulletin d'information UER 2018, p. 81.

51. *Ibid.*, p. 82.

52. Voir: [https://www.youtube.com/channel/UCRAbwEqGDnUBt\\_gPOkplGBA/about](https://www.youtube.com/channel/UCRAbwEqGDnUBt_gPOkplGBA/about). Voir également le Rapport de nouvelles de l'UER 2018, p. 73.

53. Voir: <https://www.youtube.com/watch?v=DJ5qjRWH3sk>.

54. Voir: <https://www.ifla.org/publications/node/11174>.

55. Voir à cet égard l'annexe à l'étude *sur le chaos informationnel*, intitulée «Initiatives européennes de vérification des faits et de démystification des fausses informations», pp. 86 et seq.

qui publient régulièrement des rapports impartiaux sur l'exactitude des déclarations de personnalités publiques et de grandes institutions et d'autres revendications largement diffusées présentant un intérêt pour la société. Le Code comprend cinq principes que doivent accepter et respecter tous les signataires dans l'exercice de leurs activités journalistiques. Ces principes appellent les engagements suivants: impartialité et équité; transparence des sources; transparence du financement et de l'organisation; transparence de la méthodologie; politique correctionnelle ouverte et honnête. L'objectif de ce Code est de promouvoir l'excellence dans la vérification des faits. Pour devenir signataire, il faut suivre un processus d'accréditation exhaustif, ce qui suppose que des évaluateurs externes doivent évaluer à partir d'une liste de contrôle dans quelle mesure le candidat respecte le code de conduite<sup>57</sup>. La vérification des faits peut présenter une valeur ajoutée pour l'éducation aux médias, et offrir des finalités éducatives plus larges lorsque la vérification systématique des faits est accompagnée ou renforcée par la création de ressources, tel des didacticiels vidéo ou des clips expliquant comment vérifier l'authenticité des photos ou du matériel audiovisuel<sup>58</sup>.

- Journaux dans la salle de classe: En vigueur depuis des décennies dans certains pays, la mise à disposition de journaux dans la salle de classe est dans ce domaine le modèle de référence qu'il faut souligner. Divers journaux sont mis gratuitement à la disposition des élèves par les éditeurs, souvent accompagnés de ressources pédagogiques pour aider les enseignants à susciter la discussion et l'apprentissage en classe. En Finlande, l'industrie finlandaise de la presse collabore ainsi avec les écoles depuis plus de 50 ans. En Belgique francophone, les éditeurs de médias français et la Fédération Wallonie Bruxelles proposent le projet «Ouvrir mon quotidien» qui, chaque jour, met un choix de journaux à la disposition des écoles. Au Danemark, la diffusion des journaux dans l'enseignement est assurée par l'Association des médias danois. Dans ce cadre est organisé un concours de création d'un journal imprimé ou d'un site d'information numérique; les enseignants doivent se former et enseigner les bases du journalisme aux élèves. En Irlande, *Press Pass* ([www.presspass.ie](http://www.presspass.ie)) est un programme d'initiation à l'information et au journalisme destiné aux élèves du secondaire de 15 à 16 ans, qui a été développé par *NewsBrands Ireland*, l'organe représentatif des 17 éditeurs de presse nationaux irlandais, avec le soutien du ministère de l'Éducation. Les ressources, gratuites, comprennent des exemplaires des journaux nationaux et locaux, des sites web d'information, un cahier d'exercices pour les élèves et un plan de cours pour les enseignants.
- Ateliers et ressources en libre accès: Des ateliers peuvent être proposés dans le cadre du programme scolaire ou à titre d'activité parascolaire volontaire dans les environnements d'enseignement ou d'apprentissage. Par exemple, *Lie Detectors* est un programme mis en œuvre par la société civile en Allemagne et en Belgique. Des journalistes en activité interviennent dans des établissements pour présenter aux jeunes les éléments d'un journalisme de qualité et leur apprendre à détecter et déconstruire les fausses nouvelles. Les journalistes formés pour encadrer des ateliers *Lie Detectors* dans les écoles sont tous des professionnels qualifiés et rémunérés qui viennent faire découvrir leur vie professionnelle. Les élèves peuvent ainsi appréhender ce qu'est un journalisme de qualité et, pour certains, développer l'ambition de devenir journalistes. Le projet est financé par la Fondation Wyss aux États-Unis.
- Modèle collaboratif: *Newswise*, nouveau programme basé au Royaume-Uni, est né de la collaboration entre *The Guardian Foundation*, *The National Literacy Trust* et *PSHE Association*; il est financé par Google (voir aussi la section 5). *Newswise* repose sur la conviction que l'éducation est l'une des meilleures armes contre la désinformation. Le programme propose des plans de cours et des ressources gratuites pour les écoles, des sessions de formation pour les enseignants et des ateliers dans tout le Royaume-Uni. Le nombre d'ateliers est limité, mais toutes les écoles primaires du Royaume-Uni peuvent télécharger gratuitement les plans de cours et les ressources développés. Depuis avril 2018, plus de 2000 enseignants et enfants en ont bénéficié et plus de 2500 ressources *Newswise* ont été téléchargées. Le programme européen *MediaCoach*, fruit d'une collaboration entre des organisations de la société civile et des institutions universitaires, est mis en œuvre à Chypre, en Grèce, aux Pays-Bas, en Roumanie, en Bulgarie, au Portugal et en Belgique. Il s'appuie sur le programme national néerlandais *MediaCoach*, qui est parvenu à améliorer les compétences en matière de médias des enfants, des jeunes et des parents en formant un large éventail de professionnels des médias qui travaillent avec les jeunes dans les écoles, les centres de jeunes et dans des contextes non formels comme les bibliothèques et les musées.

56. Voir: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>.

57. Voir: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/what-you-should-know-before-applying>.

58. Voir, par exemple, un tweet de Nieuwscheckers, une initiative néerlandaise de vérification des faits basée à l'Université de Leiden, le 19 avril 2018: <https://twitter.com/nieuwscheckers/status/986898289189687298>.

- Programmes parascolaires volontaires d'éducation aux médias: En Croatie, l'Association pour la culture de la communication et des médias a mis sur pied un programme parascolaire volontaire d'éducation aux médias (appelé *Djeca Medija*) afin de dispenser aux enseignants, aux parents et aux enfants une éducation aux médias. 850 ateliers, conférences et colloques sur l'éducation aux médias ont été organisés sur une base essentiellement volontaire à l'intention de plus de 19 000 participants et ont reçu le prix spécial du jury de la Fondation Evens pour l'éducation aux médias.
- Développement d'outils et de ressources à utiliser en classe et en dehors de la classe: *Les Clés des médias* est un projet qui a vu le jour en France après les attentats terroristes de 2015. Les pouvoirs publics et les médias de service public ont jugé urgent de fournir de nouvelles ressources pour aider les enseignants à organiser dans leurs classes un débat sur la liberté d'expression. Le projet a été conçu pour faciliter le débat et l'apprentissage sur les questions relatives aux médias en milieu scolaire ou auprès d'un public plus large. L'objectif est d'illustrer des questions clés liées aux médias et à la production d'informations afin de susciter le débat et de développer la pensée critique.
- En Grèce, la plateforme «*i-create*» encourage et soutient la création numérique et audiovisuelle des élèves. Développé par la Radiotélévision éducative et les médias numériques du ministère de l'Éducation, de la Recherche et des Affaires religieuses, ce projet, qui a démarré en 2011, facilite l'engagement des élèves dans des projets collaboratifs. La plateforme fournit un contenu produit professionnellement par *EduTV* et permet aux élèves et aux enseignants de télécharger leurs propres courtes vidéos ou contenus numériques et de participer à des activités de dialogue, de classement, de sondage et de partage. Le projet s'adresse aux enfants de 4 à 18 ans et à leurs enseignants.

#### 4. Formation des journalistes et autres acteurs des médias

43. Dans cette partie, je vais examiner principalement une sélection d'initiatives prises par des réseaux de centres d'enseignement du journalisme, puis une deuxième série d'initiatives lancées par d'autres organisations qui conçoivent des dispositifs de formation en ligne pouvant être utilisés par une vaste communauté d'acteurs. Je conclurai cette partie par quelques brèves observations sur les activités d'éducation et de formation menées au niveau national.

44. Dans l'écosystème multimédia, où de nombreux acteurs contribuent chacun à leur manière aux activités d'information et de communication, une formation s'impose non seulement pour les journalistes dits «traditionnels», mais aussi pour ceux que le Conseil de l'Europe qualifie souvent d'«autres acteurs des médias». Bien que le présent rapport se concentre sur les journalistes, certains des exemples donnés peuvent également offrir des possibilités de formation intéressantes pour d'autres acteurs des médias.

45. Compte tenu des défis complexes auxquels sont confrontés les journalistes et d'autres acteurs des médias dans l'écosystème multimédia, il est important d'analyser avec précision les différentes composantes/orientations possibles de la «formation». Il convient de privilégier une approche de la formation à 360 degrés incluant des volets juridiques, numériques, éthiques, de vérification des faits, de sécurité et autres. J'insisterais sur la nécessité d'une formation aux questions d'éthique dans ce type d'approche holistique.

46. Il est judicieux de placer l'accent sur les questions d'éthique. En effet, il arrive que l'on découvre des cas d'impostures et d'inventions journalistiques. Ceux-ci sont parfois très médiatisés, comme la récente affaire Claas Relotius, dans laquelle une fraude commise par le journaliste primé pour *Der Spiegel* a été révélée<sup>59</sup>. De tels incidents, en particulier ceux qui ont un fort retentissement et qui impliquent des organisations médiatiques réputées, déclenchent un examen critique du public et un auto-examen des journalistes. *Der Spiegel* a réagi à l'affaire Relotius en étudiant et en cherchant à combler les lacunes de ses propres mécanismes d'assurance qualité et freins et contrepoids éditoriaux<sup>60</sup>. La formation sur les questions éthiques, tant au niveau de l'enseignement du journalisme que dans le cadre du perfectionnement professionnel continu, ne garantit pas l'élimination concrète des manquements éthiques mais propose une stratégie solide, structurée et durable pour les prévenir.

47. Conscientes des préjudices que peuvent causer les lacunes et manquements éthiques, y compris l'érosion de la confiance du public dans le journalisme et les médias, diverses organisations investissent de plus en plus dans des moyens permettant de (re)construire la confiance dans leur travail journalistique. Par exemple, l'initiative Journalism Trust Initiative (JTI) a été lancée en 2018 par Reporters sans frontières,

---

59. Ullrich Fichtner, 'DER SPIEGEL Reveals Internal Fraud', *Spiegel Online*, 20 décembre 2018: <http://www.spiegel.de/international/zeitgeist/claas-relotius-reporter-forgery-scandal-a-1244755.html>.

60. *Spiegel Online*, 'Claas Relotius Affair – The Lessons We Are Drawing', 7 janvier 2019: <http://www.spiegel.de/international/claas-relotius-affair-the-lessons-we-are-drawing-a-1246823.html>.

l'Agence France Presse, l'Union européenne de radio-télévision et le Global Editors Network<sup>61</sup>. La JTI a pour but de promouvoir le journalisme par l'adhésion à un ensemble de normes de confiance et de transparence qui restent à élaborer et à mettre en œuvre. La JTI œuvre dans trois domaines: Identité et transparence; Responsabilité et professionnalisme; et Indépendance et éthique<sup>62</sup>. Les normes sont en cours d'élaboration avec les parties prenantes.

48. L'Association européenne de la formation au journalisme (EJTA) compte actuellement 76 membres (centres de journalisme, écoles et universités) implantés dans 32 pays européens. Ces membres travaillent ensemble à l'amélioration de l'enseignement du journalisme en Europe, en collaborant à des échanges et des projets d'enseignement et de recherche, et en se rencontrant régulièrement pour partager des idées et des informations<sup>63</sup>. **EUFACTCHECK**, l'un des projets phares actuels de l'EJTA, a pour objet la création d'une unité pédagogique durable sur la vérification des faits au sein d'un réseau européen d'écoles de journalisme. Le projet publiera les résultats de ses vérifications ainsi que des articles de blogs pour tester leur méthodologie commune lors des élections européennes. L'un des principaux objectifs ou aspirations de l'EJTA présenté sur son site internet est ainsi formulé: «En vérifiant les faits relatifs aux revendications politiques européennes et en essayant de lutter contre la désinformation, nous voulons que nos étudiants et notre public s'intéressent davantage aux processus démocratiques, tant au niveau national qu'europpéen, et les comprennent mieux». L'un des projets précédents de l'EJTA, intitulé **Mediahackers**, visait à améliorer les compétences en matière de médias numériques des journalistes de tous les secteurs en leur proposant des cours spécialisés sur les nouveaux médias et les multimédias à Chypre, en Allemagne, en Grèce et en Roumanie. Un consortium de partenaires a travaillé avec des journalistes individuels, ainsi qu'avec des médias et des associations et syndicats de journalistes.

49. Le Centre européen du journalisme (CEJ) est une fondation internationale à but non lucratif dont la mission est d'améliorer et de renforcer le journalisme et les médias d'information dans l'intérêt d'une sphère publique démocratique et fonctionnelle. Le centre possède une grande expérience en matière d'activités de formation et de renforcement des capacités, et les ressources et matériels qu'il crée sont transposés en ligne. Par exemple, **Learno.net** est la plateforme sur laquelle le CEJ propose des cours de formation vidéo professionnelle. Son offre du moment porte en grande partie sur un large éventail de compétences numériques, et elle appelle les internautes à faire des suggestions de futurs cours, ce qui laisse la porte ouverte à des cours de formation sur les questions éthiques. Le CEJ travaille également beaucoup sur les techniques de vérification et héberge en ligne un **guide de vérification** du contenu numérique pour la couverture d'événements dans l'urgence.

50. Le Réseau pour un journalisme éthique est une association mondiale de journalistes, de rédacteurs et d'éditeurs qui s'engagent à promouvoir un journalisme responsable<sup>64</sup>. Ses activités sont guidées par les cinq valeurs qu'il place au cœur du journalisme éthique, soit l'exactitude, l'indépendance, l'impartialité, l'humanité et la transparence<sup>65</sup>. Il produit à l'intention des journalistes, des formateurs médias et des étudiants en journalisme des matériels expliquant comment renforcer l'éthique des médias et communications dans la sphère publique [...], dont des **rapports approfondis**, des **infographies sur le discours de haine et la couverture des migrations**, des **vidéos** sur un large éventail de questions éthiques, ainsi que des [...] **podcasts** et **présentations** [...]<sup>66</sup>. Son test en cinq points sur le discours de haine et son guide en cinq points sur le traitement médiatique des migrations sont présentés de manière claire et succincte et leur format infographique est visuellement attrayant<sup>67</sup>. Ils sont largement traduits et utilisés comme outils pratiques dans les salles de formation et de rédaction. Le Réseau a créé en collaboration avec la Fondation Thomson un cours en ligne sur l'éthique journalistique, la Trousse d'apprentissage pour un journalisme éthique<sup>68</sup> et dispense des formations aux professionnels des médias et aux formateurs.

51. Le *Global Editors Network* (GEN), la Fédération européenne des journalistes (FEJ), l'Association portugaise des éditeurs (APImpressa) et le Forum Journalisme et médias de Vienne (FJUM) mènent un projet visant à élaborer une boîte à outils pour l'éducation aux médias dans les salles de rédaction d'Europe. Les partenaires ont invité des éditeurs, des rédacteurs en chef et des journalistes influents de cinq pays d'Europe

61. Voir: <https://rsf.org/en/news/rsf-and-its-partners-unveil-journalism-trust-initiative-combat-disinformation>.

62. Voir aussi: <https://www.cen.eu/news/workshops/Pages/WS-2018-004.aspx>.

63. Voir: <https://www.ejta.eu/introduction>.

64. Voir: <https://ethicaljournalismnetwork.org/>.

65. Voir: <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/videos/5-core-values-of-journalism>.

66. Voir: <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources>.

67. Voir: <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/infographics/5-point-test-for-hate-speech-english>.

68. Voir: <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/courses/ethical-journalist-toolkit>. Le cours a eu lieu l'année dernière et est actuellement mis à jour.

à une série d'anti-conférences et à un hackathon régional dans le but de produire conjointement cette boîte à outils numérique dont l'objectif est d'aider à combattre la désinformation et de diffuser plus largement des contenus de qualité auprès du grand public<sup>69</sup>.

52. Si l'on peut se féliciter qu'un large éventail de ressources en ligne soit disponible, le plus souvent gratuitement, il est cependant difficile de déterminer comment, et dans quelle mesure, ces ressources sont utilisées dans des programmes concrets d'éducation et de formation au niveau national dans les différents pays.

53. Il est très difficile d'avoir une vue d'ensemble claire, précise, détaillée et actualisée des programmes d'enseignement et de formation au journalisme au niveau national. Les informations pertinentes peuvent être rassemblées à partir de sources et de ressources diverses<sup>70</sup>, mais cette collecte ne peut avec certitude être systématique, exhaustive ni actualisée.

54. Au niveau national, l'enseignement du journalisme est habituellement assuré par des écoles de journalisme ou sous la forme de programmes spécialisés proposés par les universités. Il est essentiel que l'autonomie académique et/ou professionnelle de l'enseignement du journalisme soit véritablement garantie en toute circonstance. Le rôle et l'intervention de l'État doivent donc se limiter à garantir l'octroi d'un financement adéquat à l'enseignement du journalisme et à veiller à ce que ce financement soit réparti équitablement afin que les écoles de journalisme et les programmes universitaires puissent concevoir et proposer leurs propres cursus sans aucune forme d'ingérence, politique ou autre. Dans l'idéal, la formation devrait être financée par un mécanisme indépendant. Quant à l'évaluation des résultats de l'éducation aux médias, de nombreux acteurs sont impliqués et, pour chaque secteur d'activité, il devrait y avoir une matrice spécifique de mesure. Si le contenu de l'enseignement du journalisme est de la seule responsabilité des écoles et universités, diverses organisations intergouvernementales et non gouvernementales (internationales) proposent des ressources dans ce domaine, notamment la Série UNESCO sur l'enseignement du journalisme, qui inclut des (recueils de) modèles de cursus et de ressources thématiques sur des sujets tels que, dernièrement, le journalisme et la désinformation<sup>71</sup>. Un manuel, intitulé «Journalism, fake news and disinformation» (Journalisme, fausses nouvelles et désinformation) et publié en 2018, contient des exemples intéressants de la manière dont les journalistes ont rendu compte de la désinformation, comment ils ont intégré des techniques de l'éducation aux médias dans leurs reportages afin que leur public puisse mieux comprendre comment ils travaillent et comment, par ce processus, il est possible de renforcer la confiance du public dans l'information. Ce manuel a été un outil utile dans le processus d'éducation aux médias.

55. La formation professionnelle continue, quant à elle, est habituellement organisée par les organes de médias eux-mêmes (formation interne) ou par des syndicats de journalistes ou d'autres organes de représentation. Les offres de formation que proposent ces derniers sont souvent variées, reflétant les compétences à 360 degrés que doivent maîtriser les journalistes à l'ère numérique. Les formations portent souvent sur les compétences numériques (journalisme de données, conception web, podcasts, blogs vidéo, etc.) et les compétences administratives professionnelles (questions fiscales, assurance, gestion du temps, etc.)<sup>72</sup>. Un autre thème est celui de la sécurité, par exemple en lien avec le journalisme dans les zones de conflit. Les syndicats coopèrent aussi parfois avec d'autres organisations partenaires afin d'élargir et de diversifier l'éventail des formations qu'ils proposent. Il est à noter que les formations organisées par les syndicats nationaux de journalistes sont souvent ouvertes aux journalistes free-lance. Quant aux salles de rédaction, elles devraient se préoccuper de l'éducation aux médias, car c'est dans leur intérêt: un public plus instruit reconnaîtrait et apprécierait plus facilement un journalisme de qualité et serait prêt à payer pour cela. Ainsi, l'éducation aux médias pourrait favoriser un modèle d'entreprise fondé sur la confiance, alors qu'au contraire, un modèle d'entreprise fondé sur une technologie de pistage invasive sur le web, sur le sensationnalisme et les clics pourrait diminuer la confiance dans le journalisme.

---

69. Voir: <https://europeanjournalists.org/projects/european-media-literacy-toolkit-for-newsrooms/>.

70. Voir, par exemple: Georgios Terzis, dir., *European Journalism Education*, Intellect, 2009; Jan Fredrik Hovden, Gunnar Nygren & Henrika Zilliacus-Tikkanen, dir., *Becoming a journalist: Journalism education in the Nordic countries*, Nordicom, 2016; Centre européen du journalisme, collection *Media Landscapes*: <https://medialandscapes.org/about>. Cette collection inclut une sélection de pays d'Europe. L'un des thèmes de chaque rapport national est «L'éducation», subdivisé en «Universités et écoles» et «Développement professionnel». Les informations fournies sous ces intitulés sont de nature relativement sommaire.

71. Voir: <https://en.unesco.org/unesco-series-on-journalism-education>.

72. Voir, par exemple, les formations dispensées par le Syndicat national des journalistes (sections Royaume-Uni et Irlande), le Syndicat danois des journalistes et l'Association néerlandaise des journalistes. Celle-ci organise ses formations sous l'égide d'une école (<https://www.nvj.nl/nvj-academy>), qui coopère avec divers partenaires afin de diversifier les points de vue dans les formations dispensées.

56. Selon le thème de la formation, un financement public ou privé peut être garanti, mais dans la plupart des pays il est d'usage que les participants à une formation paient des frais d'inscription. Les membres des syndicats ont souvent droit à une réduction: celle-ci est par exemple de 20 à 50 % pour les membres de l'Association néerlandaise des journalistes sur les formations dispensées par l'École de cette association.

57. La demande des journalistes en matière de formations sur les questions d'éthique semble être moins importante dans le cadre de leur formation continue. Ils ont le sentiment de devoir davantage se former aux compétences requises à l'ère du numérique. Les formations sur l'éthique sont souvent organisées autour de thèmes spécifiques et conjointement avec certaines organisations. L'Association néerlandaise des journalistes, par exemple, coopère avec la Croix-Rouge, le Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés et le *College voor de Rechten van de Mens* (la commission nationale néerlandaise des droits de l'homme).

58. Il est très difficile de mener une étude d'impact des formations, car elles portent sur des compétences et une déontologie que les participants appliqueront de manière continue et dans des contextes professionnels très divers.

## 5. Le rôle des médias sociaux et des moteurs de recherche

59. Du fait de leurs capacités de filtrage, les intermédiaires d'internet exercent une influence et un pouvoir considérables, en particulier lorsqu'ils accèdent à une position dominante dans des secteurs spécifiques de l'écosystème multimédia. C'est notamment le cas des fournisseurs de services de médias sociaux et des moteurs de recherche. Dans sa Recommandation CM/Rec(2018)2 aux États membres sur les rôles et les responsabilités des intermédiaires d'internet, le Comité des Ministres définit l'obligation qui incombe aux intermédiaires d'internet de respecter les droits de l'homme dans toutes leurs opérations. À différents stades de la Recommandation, le Comité des Ministres appelle les États et les intermédiaires à soutenir les stratégies d'éducation aux médias et à l'information.

60. Les intermédiaires de l'internet ont pris certaines initiatives pour soutenir et/ou promouvoir l'éducation aux médias. En voici quelques exemples:

61. La majeure partie des mesures de financement de Google allouées aux activités concernées ont été mises en œuvre dans le cadre de sa *Digital News Initiative* et, dans le contexte européen, de son Fonds pour l'innovation numérique de la presse. En 2018, Google a financé un projet appelé *MediaWise* dans le but d'enrayer la propagation de la désinformation<sup>73</sup>. Axée sur les générations de demain, l'initiative vise à enseigner aux adolescents comment repérer les fausses nouvelles en concevant un nouveau programme d'études qui sera proposé dans toutes les écoles américaines. Google finance également *NewsWise* (voir aussi sous 3.2) – un projet gratuit et pluridisciplinaire d'initiation à l'information destiné aux enfants de 9 à 11 ans au Royaume-Uni, mis en place par la *Guardian Foundation*, le *National Literacy Trust* et la *PSHE Association*<sup>74</sup>. *NewsWise* vise à doter les enfants de cette tranche d'âge des compétences et connaissances dont ils ont besoin pour faire face à la désinformation. Il vise également à fournir aux enseignants des ressources, des expériences et un soutien de grande qualité en matière d'éducation à la maîtrise de l'information<sup>75</sup>. En février 2019, Google a publié un livre blanc expliquant comment il lutte contre la désinformation<sup>76</sup>. Celui-ci détaille les principales mesures prises en ce sens par Google dans Google Search et Google News, YouTube et Google Advertising Products. Il signale qu'en mars 2018, Google.org (la branche philanthropique de Google) a lancé une initiative mondiale de 10 millions de dollars pour soutenir l'éducation aux médias dans le monde<sup>77</sup>.

62. À la suite des élections présidentielles américaines de 2016, Facebook a annoncé avoir pris plusieurs mesures visant à limiter la portée des «fausses nouvelles», dont la mise en place d'un partenariat avec des organisations de vérification des faits ayant signé le Code de conduite de l'IFCN<sup>78</sup>. Cette collaboration a récemment connu quelques revers avec le retrait de divers partenaires tels que les principales agences de vérification des faits, *Associated Press* et *Snapes*<sup>79</sup>. Afin d'enseigner aux collégiens et aux lycéens comment

73. Voir: <https://www.poynter.org/mediawise/>.

74. <https://www.theguardian.com/newswise/2018/jun/12/newswise-who-we-are-and-what-we-do>. La PSHE Association est l'organisme national du Royaume-Uni pour l'éducation personnelle, sociale, sanitaire et économique.

75. Ibid.

76. Google, Livre blanc sur la lutte contre la désinformation, février 2019: [https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/How\\_Google\\_Fights\\_Disinformation.pdf](https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/How_Google_Fights_Disinformation.pdf).

77. Ibid., p. 6.

78. Craig Silverman, 'Facebook Is Turning To Fact-Checkers To Fight Fake News', BuzzFeed News, 15 décembre 2016: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/facebook-and-fact-checkers-fight-fake-news>.

identifier les fausses nouvelles et évaluer l'information, Facebook s'est associé au [News Literacy Project](#), une organisation éducative à but non lucratif qui dispense des cours interactifs d'initiation à l'actualité dans une classe virtuelle<sup>80</sup>.

63. Une autre mesure est l'élaboration d'un [Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation](#) (soutien à un réseau indépendant de vérificateurs des faits et outils pour encourager un journalisme de qualité) qui a été signé par Facebook, Google, Twitter et Mozilla, ainsi que l'association professionnelle représentant les plateformes en ligne et les associations professionnelles du secteur de la publicité et des publicitaires. En vertu de ce Code, les signataires s'engagent à travailler en partenariat avec la société civile, les gouvernements, les établissements d'enseignement et d'autres parties prenantes pour soutenir les efforts visant à améliorer la pensée critique et la maîtrise des médias numériques.

64. Facebook a de plus créé une bibliothèque d'alphabétisation numérique. Le site internet offre des leçons interactives et des vidéos gratuites portant par exemple sur la protection de la vie privée, la réputation et la sécurité en ligne<sup>81</sup>.

65. En 2015, Twitter a ouvert son *Neighbor's Nest*, un centre d'apprentissage technologique communautaire qui propose des ateliers sur l'accès à la technologie et la culture numérique aux résidents locaux<sup>82</sup>.

66. Eu égard aux priorités politiques et sociétales actuelles, diverses initiatives des intermédiaires d'internet dans ce domaine visent à traiter le problème spécifique de la désinformation, comme l'attestent les quelques exemples cités ci-dessus. Ceux-ci incluent souvent l'octroi d'un financement pour des projets et la coopération avec d'autres partenaires pour des projets visant à promouvoir l'éducation aux médias. Bien que bienvenus, ces exemples sont le plus souvent ponctuels et ne représentent que des sommes modestes (en comparaison avec le chiffre d'affaires de ces sociétés). Tant que les actions d'entreprises technologiques internationales relèveront de leur initiative et de leur libre volonté, ces entreprises pourront en déterminer les thématiques, le public visé, les critères de sélection pour les candidats, le montant des sommes qui y seront consacrées, les modalités de leur financement et la fréquence à laquelle les financements sont accordés. En tant qu'entreprises, elles ont des intérêts corporatifs qui peuvent influencer sur leurs initiatives. Par conséquent, les initiatives des intermédiaires d'internet présentent souvent une valeur ajoutée liée à la place centrale qu'occupent ces intermédiaires au sein de l'écosystème médiatique et liée au soutien financier souvent accordé par les initiatives en question, mais leur rôle positif n'exclut cependant pas certaines réserves. Ces initiatives doivent être considérées comme complémentaires des systèmes et dispositifs structurés de financement non commercial, plutôt que comme devant s'y substituer.

67. Compte tenu de la responsabilité sociale de tels «géants technologiques», ainsi que de la diligence raisonnable en matière de droits de l'homme dont ils doivent faire preuve dans l'ensemble de leurs activités, une action bien plus vaste devrait être menée dans ce domaine. Les États devraient prendre l'initiative d'éclaircir la nature et la portée des engagements structurels pertinents de la part des sociétés multinationales.

## 6. Conclusions

68. Une des conclusions majeures de ce rapport est qu'une collaboration multipartite constructive de tous les instants est essentielle pour promouvoir l'éducation aux médias dans le nouvel environnement médiatique. L'éducation aux médias fait l'objet d'une attention croissante dans les 47 États membres du Conseil de l'Europe. La promotion de l'éducation aux médias, comprise comme un ensemble de compétences critiques, techniques et civiques dont chacun – et pas seulement les enfants et les jeunes gens – a besoin pour utiliser efficacement les médias, que ce soit de manière passive ou active, et pour participer au débat et aux affaires publics, est de plus en plus encouragée par les instances du Conseil de l'Europe, comme le Comité des Ministres et l'Assemblée parlementaire.

69. Pourtant, il reste encore beaucoup à faire pour progresser sur cette voie. Le rapport a montré – même avec un nombre relativement limité d'exemples disponibles – l'extrême diversité de la stratégie utilisée par les États membres dans l'organisation et la promotion de l'éducation aux médias. Dans sa Recommandation

---

79. Dave Lee, 'Key fact-checkers stop working with Facebook', BBC News, 2 février 2019: <https://www.bbc.com/news/technology-47098021>.

80. Voir: <https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/the-facebook-journalism-project-partners-with-the-news-literacy-project-to-expand-its-news-literacy-classroom-for-students>.

81. Voir: <https://www.facebook.com/safety/educators/>.

82. Voir: [https://blog.twitter.com/official/en\\_us/a/2016/twitter-neighbornest-how-we-learn-connect-and-grow-together.html](https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2016/twitter-neighbornest-how-we-learn-connect-and-grow-together.html).

CM/Rec(2018)1, le Comité des Ministres invite les États membres à promouvoir les politiques et réseaux nationaux et à investir dans l'élaboration des programmes scolaires et parascolaires visant à intégrer l'éducation aux médias dans des programmes d'apprentissage tout au long de la vie. Vision, organisation, collaboration et investissement sont des mots clés pour la réalisation de ces objectifs. Les exemples ci-dessus illustrent une large gamme d'initiatives; il reste à créer des synergies et à investir dans le développement structurel de l'éducation aux médias, en partenariat étroit avec des acteurs d'autres secteurs. Toutefois, en l'absence de mandats clairs et de ressources adéquates, l'éducation aux médias restera subordonnée à des initiatives privées et spontanées, alors que c'est de solutions pérennes dont il est besoin.

70. La Directive révisée sur les services de médias audiovisuels (directive SMA) de la Commission européenne renforce également le rôle de l'éducation aux médias et impose aux États membres de promouvoir et de prendre des dispositions pour le développement des compétences en la matière, obligeant les plateformes de partage vidéo à mettre en place des mesures et outils efficaces pour l'éducation aux médias. Comme indiqué précédemment, la Commission européenne évoque aussi certains aspects de l'éducation aux médias dans sa Communication sur la lutte contre la désinformation en ligne: une approche européenne, qui souligne, entre autres, la nécessité de promouvoir l'éducation aux médias pour lutter contre la désinformation en ligne. Un développement positif visant à améliorer la pensée critique et l'éducation aux médias numériques est le Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation, qui soutient un réseau indépendant de vérificateurs des faits et de journalistes de qualité, signé par les principales plateformes technologiques et des publicitaires.

71. Nous constatons qu'un nombre important de grands projets sont en cours, ce qui est une tendance positive étant donné que le besoin d'éducation aux médias est aujourd'hui plus urgent que jamais. Dans le même temps, certains défis persistent en ce qui concerne la mise en œuvre de la politique d'éducation aux médias, et notamment:

- *Responsabilité décentralisée*, en particulier dans des pays comme le Royaume-Uni et l'Allemagne: il est très difficile de concevoir un système ou une politique qui fonctionne pour tous. À cela s'ajoute le débat sans fin concernant la question de savoir si l'éducation aux médias doit être transdisciplinaire ou spécifique à une matière.
- *Soutien aux enseignants*: l'éducation aux médias évolue à un rythme soutenu, parfois plus vite que le programme d'éducation aux médias ne peut être élaboré et dispensé en classe. Les enseignants ont besoin de davantage de soutien et de formation, en particulier si l'éducation aux médias est conçue comme un sujet transdisciplinaire.
- *Financement et coordination* aux niveaux national et international: l'éducation aux médias et à l'information touche tellement de domaines politiques que le risque qu'aucun ne s'en occupe vraiment est permanent. Tout le monde comprend l'intérêt de la promotion de l'éducation aux médias et à l'information, mais personne n'a la responsabilité globale de son orchestration. Dans ces conditions, il peut être difficile de sécuriser le financement à long terme des projets d'éducation aux médias et à l'information et, surtout, de déterminer le secteur ou les organisations qui devraient en assurer le leadership.
- *Collaboration intersectorielle*: le rapport de 2016 de l'Observatoire européen de l'audiovisuel (Cartographie des pratiques et des activités d'éducation aux médias dans l'UE-28), qui recense les projets majeurs en matière de promotion de l'éducation aux médias dans les États membres de l'UE-28, a montré que plus des deux tiers des organisations identifiées dans l'étude, qui encourageaient l'éducation aux médias, n'avaient aucune attribution statutaire dans ce domaine. Elle a également montré que la «collaboration intersectorielle» était un aspect clé de la mise en œuvre de tout projet d'éducation aux médias significatif. Ce même rapport montre par contre qu'il n'existe pas de plateformes au niveau national pour faciliter une collaboration transversale efficace.

72. Concernant l'éducation aux médias dans les États membres du Conseil de l'Europe, compte tenu de ces défis à relever, et d'autres, et de la complexité du tableau, ce rapport peut constituer une étape intermédiaire vers un plan d'action harmonisé à l'échelle européenne. Toutefois, à ce stade déjà, l'Assemblée pourrait jouer un rôle déterminant en encourageant l'adoption et le lancement de plans d'action nationaux pour la mise en œuvre opérationnelle de la promotion de l'éducation aux médias; en encourageant le développement de réseaux nationaux, multipartites et multisectoriels d'éducation aux médias; et en renforçant l'engagement des intermédiaires d'internet et leur contribution à la promotion de l'éducation aux médias.