







Ce dossier a été élaboré par un **groupe de militants des Francas** de statuts et fonctions divers, souhaitant réfléchir à l'influence des médias sur l'éducation.

Leurs méthodes de travail durant une année et demi, s'est appuyée sur de l'**observation des pratiques d'animation**, de l'**analyse des pratiques médiatiques**, de la **lecture d'ouvrages** et d'**interviews d'experts** de l'information, des médias et de l'éducation :

- **Elizabeth Baton-Hervé**, chercheur, consultante et formatrice en éducation à l'image et aux médias, experte UNAF (Union Nationale des Associations Familiales) Enfance et médias
- **Evelyne Bevort**, directrice déléguée du CLEMI (Centre de Liaison de l'Enseignement des Médias et de l'Information)
- **Jérôme Bouvier**, journaliste, président de l'association Journalisme et citoyenneté
- **Christian Gautellier**, directeur des publications et responsable du groupe de recherche Multimédia Éducation Culture des Ceméa (Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Éducation Active) et vice-président du CIEM (Collectif Interassociatif Enfance et Média)
- **Pascal Lardellier**, sociologue et professeur à l'Université de Bourgogne à Dijon
- **Roger Lesgards**, président du Collège international de philosophie
- **Agnès Pécolo**, maître de conférence à l'université de Bordeaux III.

Ce groupe est aussi à l'initiative de la création d'un outil d'e-animation : [www.exprime-toile.fr](http://www.exprime-toile.fr)



L'arrivée d'Internet et de ses possibles (téléchargement, chat, réseaux sociaux, blogs...), du téléphone portable, des jeux vidéo, ont profondément modifié l'environnement et les pratiques des jeunes.

Par ailleurs, même s'ils ne s'en revendiquent pas et ne sont pas reconnus comme tels, les médias agissent envers les enfants et les adolescents, avec un projet précis, si ce n'est d'éducation, tout au moins, d'influences<sup>1</sup>. Et l'éducation de ces derniers s'en trouve modifiée (volontairement et/ou involontairement).

Cette époque multimédia bouleverse donc l'ensemble de notre environnement, les rapports humains, les rapports à l'information et à l'éducation. Cette évolution est durable et elle devrait se renforcer avec d'une part, la miniaturisation des équipements, d'autre part, la convergence numérique.

En tant qu'adultes, notre rapport aux médias, à la technique et à ses développements suscitent les mêmes réactions d'attraction et de répulsion : nous y voyons le lieu de la liberté, tantôt les formes mêmes de l'aliénation. Plutôt normal quand on pense, comme Pascal Lardellier, que pour la première fois, l'apprentissage ne passe pas forcément par la transmission adulte-enfant.

Ce mouvement parallèle qui accompagne notre critique doit nous conduire à nous interroger sur les modes d'intervention et d'interpellation des médias, en tant qu'acteurs éducatifs, d'une part, et sur la forme que peut prendre une éducation aux médias d'autre part.

Car, en effet, une simple formation à la maîtrise technique ne peut suffire aux exigences dont la fin est la formation citoyenne et le développement de l'esprit critique.

L'enfant, l'adolescent, le citoyen de la fin du XXème siècle sont littéralement cernés par les médias qui forment une composante majeure de leur environnement social et culturel. Ils sont sans cesse les destinataires de messages écrits, visuels et sonores élaborés dans le but de produire des effets sur leur savoir, leur affectivité (sentiments, émotions), leurs attitudes et leurs comportements. Mais la plupart d'entre eux les subissent car ils ont peu conscience de l'influence de ces messages.

<sup>1</sup> En juillet 2004, *Le Monde* retraçait les propos de Patrick Lelay, le PDG de TF1, interrogé parmi d'autres patrons dans un ouvrage intitulé *Les dirigeants face au changement* (Editions du Huitième jour) : « Il y a beaucoup de façons de parler de la télévision, nous dit Patrick Lelay, mais, dans une perspective « business », soyons réalistes : à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit ». Et de poursuivre : pour « qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible, c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible. Rien n'est plus difficile que d'obtenir cette disponibilité ».



En donnant aux jeunes les bases nécessaires à la maîtrise de ces codes, l'éducation aux médias contribue au développement de la personne, à la construction de son savoir et à son intégration dans la société comme citoyen actif et responsable.

Quels rôles et responsabilités des pouvoirs publics, éducateurs, société civile, producteurs médiatiques dans cette éducation ?

Comment éduquer aux médias lorsque ce champ d'activité est en évolution permanente ? Lorsque cette pratique se déroule en grande partie dans la sphère privée ?

## I. QU'EST-CE-QUE « LES MÉDIAS » ?

Média vient du latin *medium* qui signifie « moyen », dans tous les sens et utilisations du terme : ésotérique, mathématique et statistique, outil et instrument (la peinture est un *medium* de l'art), métaphorique, de communication (la télévision est un *medium* de communication, le téléphone aussi).

Un média est un moyen de diffusion, de transmission et de communication d'une information.

Information est ici définie comme une matière, des données (quelles qu'elles soient), auxquelles on a donné une forme (stable ou non, finie ou ouverte). La communication étant la mise en forme d'une information pour la transmission d'un émetteur à un récepteur.

### I. 1. Pour y voir plus clair

Le mot média désigne aujourd'hui deux choses : les médias de masse et les médias numériques et électroniques.

- Les médias de masse, presse écrite, télévision et radio.

Lorsque nous disons « les médias » dans le langage courant, c'est bien aux médias de masse que nous faisons référence. Ils présentent quatre caractéristiques de base :

- la communication y est de « un vers plusieurs ».
- la communication est unidirectionnelle : le destinataire de l'information n'a quasiment aucun moyen de devenir émetteur dans le même medium, de part la nature même de celui-ci. On peut noter des efforts de la part des émetteurs pour inclure la parole du destinataire : courrier des lecteurs dans la presse écrite, jeux télévisés « interactifs », questions des auditeurs à la radio et à la télévision, participation du public dans certaines émissions, etc. Dans tous les cas c'est l'émetteur qui décide qui, parmi les destinataires, va dire quoi, quand, où et comment.

- l'information est indifférenciée : tout le monde reçoit la même chose au même moment. À la télévision, la simultanéité de la temporalité de la réception est désormais altérée par l'évolution des technologies et la capacité offerte aux individus de différer et d'individualiser la consommation des programmes.

- l'information est linéaire et se déroule selon des séquences prédéfinies.

- **Les médias numériques et électroniques** reposant sur les différents outils terminaux et les NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication) : ordinateur, téléphone...

Le terme devient ici plus flou, recouvrant des réalités et des pratiques différentes dans leur nature et leur structure, mélangeant souvent supports et médias. L'évolution technologique amène des possibilités interactives importantes. La technologie permet le développement des pratiques mais les finalités restent de la responsabilité des utilisateurs.

## I. 2. Quelques évidences à rappeler

### 1. Les médias sont des constructions

Comme l'a démontré Roger Lesgards, tout produit médiatique est soigneusement construit, créé dans un but spécifique, élaboré d'un point de vue particulier, et assujetti à des formes et techniques qui lui sont propres. Le rôle de l'éducation aux médias est de déconstruire ces produits pour explorer les choix et les facteurs qui les soutiennent.



## 2. Chaque individu a sa propre interprétation

Notre identité, notre culture, nos connaissances et expériences de vie influencent la manière dont nous percevons les médias. Chacun interprète de manière différente ce qu'il voit et entend. L'éducation aux médias aide les jeunes à comprendre comment des facteurs individuels, comme l'âge, le sexe, l'origine ethnique ou le statut social, interviennent dans ces différentes interprétations.

## 3. Les médias obéissent à des impératifs économiques

Tout produit médiatique est le fait d'une « industrie » qui doit trouver les moyens de sa subsistance. De plus, certains des producteurs médiatiques appartiennent à de puissants réseaux de corporations qui influencent son contenu et sa distribution. Ces questions de propriété et de contrôle des médias sont d'une importance majeure du fait qu'un nombre relativement petit d'individus contrôle ce que nous regardons, lisons ou écoutons dans les médias.

## 4. Tous les médias abritent des messages idéologiques

Ouvertement ou non, les médias véhiculent tous des messages idéologiques et des notions de valeur, de pouvoir et d'autorité. On pourrait ainsi dire qu'en matière d'éducation aux médias, il importe autant d'identifier ce qui est exclu d'un produit médiatique que ce qui y est présent.

<sup>2</sup> Partie basée sur le rapport d'information de M. David Assouline, « *Les nouveaux médias : des jeunes libérés ou abandonnés ?* », Commission des affaires culturelles, n° 46 (2008-2009), qui reprend les résultats des différentes recherches menées à ce jour sur le sujet.

## II. L'UTILISATION DES MEDIAS PAR LES ENFANTS ET LES JEUNES<sup>2</sup>

### II. 1. Les médias et Internet

Jeunes et médias : une relation de six à huit heures par jour si l'on prend en compte aussi bien les pratiques liées aux supports écrits qu'audiovisuels ou multimédias. Cette consommation s'organise le plus souvent autour de la radio, du téléviseur, de l'ordinateur, de la console de jeux et du téléphone portable. Internet y joue un rôle central apparaissant comme le média des médias.

### Quelques chiffres du CIEM - collectif interassociatif enfance et média (septembre 2007) :

- 96 % des 10-17 ans et 77 % des 6-17 ans surfent presque tous les jours sur l'Internet
- 8 ans, c'est l'âge moyen à partir duquel l'enfant a le droit d'accéder à Internet seul
- 70 % des moins de 18 ans ont déjà chatté sur MSN
- 72 % des parents admettent laisser leurs enfants surfer seuls
- 46 % de ces parents pensent qu'il n'y a pas de risque
- 97 % des parents connaissent l'existence des logiciels de contrôle parental
- 51 % d'entre eux pensent qu'il est primordial de les améliorer
- 40 % des familles en ont un sur leur ordinateur

## II. 2. La vie numérique des adolescents

Internet constitue une révolution à la fois technologique et médiatique dans la mesure où il rassemble sur un même support tous les médias traditionnels. Ce faisant, Internet concurrence l'ensemble des médias en rendant les informations accessibles rapidement, gratuitement et sans intermédiaire (vendeur, distributeur...).

La jeunesse se situe au cœur de cette révolution. En effet, **non seulement les jeunes n'ont pas échappé au bouleversement numérique mais ils en sont même les acteurs** : ils sont les principaux utilisateurs des nouvelles technologies (près d'un tiers des internautes sont des jeunes âgés de 16 à 24 ans alors qu'ils ne représentent que 13 % de la population), ont tendance à les utiliser de manière combinée (67,5 % des 11-20 ans déclarent utiliser régulièrement plusieurs médias en même temps), et ils en ont créé des usages originaux.

Les éléments chiffrés<sup>3</sup> suivants permettent d'avoir une meilleure idée de l'immersion des jeunes dans la culture numérique :

- 95 % des 12-17 ans sont internautes et 68 % d'entre eux déclarent se connecter tous les jours ou presque à Internet. Ils surfent en moyenne 12 heures par semaine
- 95 % des jeunes européens de 12 à 18 ans ont leur propre téléphone mobile (TNS media intelligence)
- 78 % des garçons et 52 % des filles disent pratiquer les jeux vidéo sur console ou ordinateur
- 85 % d'entre eux jouent sur leur téléphone.

Les jeux, la télévision, Internet et les activités de communication sont ainsi parmi les activités préférées des jeunes, après les sorties et les activités sportives, mais devant la lecture<sup>4</sup>. Selon un sondage Ipsos de novembre 2004, Internet est même le média préféré pour 61 % des 15-25 ans et l'office des communications britannique a récemment mis en lumière le fait que le temps consacré à naviguer sur la toile était devenu, pour les jeunes britanniques, supérieur à celui passé devant la télévision. Ces jeunes passent globalement 800 heures par an à l'école, 80 heures à discuter avec leur famille et 1 500 heures devant un écran.

Le fait que l'usage d'Internet soit devenu une activité primordiale dans la vie des jeunes constitue une petite révolution sociologique. Mais ce qui surprend le plus, ce n'est pas tant l'utilisation massive des nouveaux médias, que leur omniprésence dans l'ensemble des activités des adolescents, du fait de la miniaturisation, de la personnalisation des récepteurs, et surtout des possibilités de combiner très aisément leurs usages. Les adolescents sont du coup, soumis à une multitude d'informations, de types complètement différents, en permanence, qui doit nous poser questions.

Comme le précise David Assouline dans son rapport remis au Sénat fin 2008, il semble assez inutile de se lamenter sur « l'invasion des nouveaux médias ». Il vaut mieux réfléchir dès maintenant aux meilleurs moyens d'accompagner

<sup>4</sup> Gabriel Langouët, *Les jeunes et leurs loisirs en France*, Paris, Hachette, 2004.

les pratiques numériques des jeunes en faisant en sorte qu'elles leur soient le plus profitable possible.

### II. 3. La vie numérique des enfants

Alors que la pratique numérique des adolescents et des jeunes fait l'objet d'une attention importante chez les chercheurs, celle des enfants, ou au moins des effets des usages des médias sur les moins de 12 ans, ne sont finalement que peu étudiés. Pourtant ces derniers sont également des utilisateurs.

La spécificité des moins de 12 ans devrait nous alerter, explique Christian Gautellier : quelle compréhension ont-ils des messages véhiculés par les médias autour d'eux ? Quelle est leur appréhension de l'abstraction des questions ? Quels sont les effets physiologiques sur leur développement corporel ?

A ce sujet, on notera l'effort fait par le CIEM, dans le cadre de sa campagne contre « la télé des bébés », pour condenser les résultats des études menées à l'étranger sur les conséquences d'une utilisation trop importante des médias, et en particulier de la télévision, chez les très jeunes enfants.

### II. 4. Un outil de communication plus que d'information pour les adolescents et les jeunes

Si les adultes considèrent avant tout Internet comme une source d'information vers laquelle on se tourne en fonction de besoins particuliers, le réseau est surtout pour les jeunes le moyen de communiquer avec ses amis. Les discussions sur Internet se développent en effet majoritairement entre pairs, c'est-à-dire entre jeunes du même âge, mais aussi entre ceux partageant des intérêts communs. Comme le souligne M. Jacques Piette, « *l'activité dominante des jeunes consiste beaucoup plus à revisiter des terrains connus qu'à tenter l'exploration de nouvelles parties du réseau. On est souvent très loin de l'image du jeune internaute qui, grâce au branchement Internet à la maison, communique avec des correspondants du monde entier ou passe son temps à explorer de*

<sup>5</sup> Jacques Piette, *Le nouvel environnement médiatique des jeunes : quels enjeux pour l'éducation aux médias*, in *Agora, Dossier technologies de l'information et de la communication : construction de soi et autonomie*, n° 46, 4e trimestre 2007.

*nouveaux domaines de connaissances* »<sup>5</sup>. Si la navigation est une pratique individuelle, elle n'est donc pas solitaire, pas davantage que les jeux qui se jouent de plus en plus en ligne, sur console ou ordinateur, dans lesquels les joueurs communiquent et interagissent.

Cette caractéristique sociologique explique largement le succès de certains formats numériques :

- la France est ainsi « championne » du nombre de blogs par internaute<sup>6</sup>, notamment parce que 40 % des jeunes en ont un. Les adolescents sont une nouvelle fois séduits par leur aspect à la fois intime et communautaire, par le fait qu'ils permettent de communiquer sur ce que l'on éprouve ou ressent et de recevoir des commentaires en retour. Selon Agnès Pécolo, « Les blogs ados sont moins du côté du contenu que du côté de l'échange ».

<sup>6</sup> Intervention d'Evelyne Bevert, Directrice Déléguée au CLEMI, le 2 octobre 2008, face au groupe.

- la messagerie instantanée prend en outre une place majeure dans la vie des adolescents. 60 % des 12-17 ans se serviraient ainsi de la messagerie instantanée et des « chats », pour se faire des amis ou entretenir des relations, et les filles y sont particulièrement assidues. Si le courriel sert ainsi à communiquer avec les adultes, la messagerie est le lieu d'interactivité avec ses pairs.

- les réseaux sociaux (Copainsdavant, Facebook, MySpace, Skyblog...) sont quant à eux devenus un lieu de retrouvailles courant pour les jeunes, en particulier les plus âgés, en fonction de leurs affinités.

- la généralisation des téléphones portables, de la miniaturisation en générale, les fonctionnalités potentielles toujours plus grandes, transforment les pratiques et les questions d'accès.

## II. 5. Les nouveaux médias, risque ou opportunité pour la jeunesse ?

- Une chance pour la jeunesse

Les bienfaits des nouveaux médias sont nombreux. On observe par exemple que :

- les nouveaux médias permettent, en premier lieu, une

**libération de la parole** de nombreux adolescents qui ont des difficultés à s'exprimer et à s'intégrer dans la vie réelle.

- ils sont un **facteur de socialisation**. Les sites de réseaux sociaux rencontrent ainsi un vif succès. Les jeunes immigrés ou de familles divorcées peuvent, quant à eux, grâce à Internet, communiquer avec les membres de leur famille dont ils sont éloignés ; les relations petits enfants et grands-parents s'en trouvent enrichies.

- ils sont aussi des **catalyseurs de compétences**. Une étude britannique a démontré que la pratique des jeux vidéo développe les capacités de concentration des enfants tant qu'ils ne sont pas utilisés de manière excessive. Ils développent aussi leur habileté motrice et leur faculté à apprendre par tâtonnement.

- ils permettraient également aux jeunes de **renforcer leurs qualités de persévérance**.

Loin des maux que l'on a attribués à la télévision, qui entraînerait passivité et tendance au zapping, les nouveaux médias rendraient les jeunes actifs, habiles et exigeants.

- ils sont aussi un **vecteur culturel extraordinaire**. Sans contester les torts réels que le téléchargement illégal fait au droit d'auteur, la musique n'a jamais été aussi accessible qu'avec les échanges de pair à pair. Les blogs ou certaines vidéos diffusées sur les sites de partage montrent également la vitalité de la création de la jeunesse française.

- ils ont enfin un **intérêt pédagogique certain**, en valorisant des compétences et des élèves qui ne sont pas nécessairement reconnus à l'école.

Néanmoins, dès lors que l'on reconnaît une influence à l'image et aux médias, il faut aussi admettre qu'ils peuvent perturber l'équilibre de leurs jeunes utilisateurs.

- **Une menace pour la jeunesse ?**

L'un des principaux risques de ces nouveaux médias est qu'ils entraînent une fragilisation des frontières entre sphère privée et sphère publique, ainsi qu'un **amaigrissement de la sphère de l'intime**, notamment parce que les jeunes n'ont pas conscience du caractère



public donné aux informations qu'ils diffusent sur leurs blogs, sur les messageries instantanées et sur les sites de réseaux sociaux. Les jeunes agissent donc de manière parfois irrespectueuse, voire illégale, sans en avoir conscience, parce que non avertis et non accompagnés.

<sup>7</sup> Voir des auteurs tels que Evelyne Bevort, Serge Tisseron, Michael Stora...

Les **menaces sur la santé** sont également souvent mises en avant :

- les dangers de la cyberdépendance et de l'addiction aux jeux vidéo, bien que réels, semblent plutôt, d'après les experts, à relativiser<sup>7</sup>
- si les risques liés à l'épilepsie ou à l'utilisation du Wifi sont également faibles, l'exposition des jeunes enfants aux ondes électromagnétiques mérite réflexion.

**L'omniprésence de la publicité sur les médias** a un impact sur leur comportement de consommation. Pour les marques, les enfants sont devenus une cible de choix en raison de leur poids dans les décisions d'achat de la famille et de leur statut de consommateurs. Le monde de la société de consommation apparaît comme merveilleux, accueillant, plein de facilités. Mais plus largement, la publicité a un impact sur la représentation du monde que se construisent les enfants. Par exemple, les spots « véhiculent largement l'image de parents dépassés, déphasés, en retard sur leur temps, face à une image idéalisée d'un enfant qui sait tout, qui a tout compris. Les places de chacun sont inversées et l'autorité parentale est ainsi battue en brèche »<sup>8</sup> explique Élisabeth Baton-Hervé, docteur en sciences de l'information et de la communication et chargée de mission à l'UNAF (union nationale des associations familiales).

De nombreux pays ont d'ores et déjà pris des mesures restrictives dans ce domaine.

<sup>8</sup> Intervention d'Élisabeth Baton-Hervé, docteur en sciences de l'information et de la communication et chargée de mission à l'UNAF, le 15 mars 2008, face au groupe.

Par ailleurs, Jérôme Bouvier explique à quel point **Internet**, comme globalement l'avènement de la société de communication, fait éclater l'univers médiatique et remet en cause le journalisme traditionnel. Bien que des informations très intéressantes soient diffusées sur Internet, dans la multitude d'informations disparates et immédiates, il est difficile de faire le tri. Par ailleurs, Internet est aussi le lieu où chacun peut proposer sa propre analyse sans mentionner ni la méthode employée, ni la

« ligne directrice de sa pensée ». Or, toute information n'en vaut pas une autre. La construction du savoir nécessite de comprendre « d'où les individus parlent », pour se construire peu à peu ses propres idées. On remarquera par ailleurs que si les nouveaux médias permettent davantage d'interactivité entre les émetteurs et le public, davantage de « participation » de la part des individus à la construction du savoir, il n'en reste pas moins que cette possibilité n'automatise pas la citoyenneté. En d'autres termes, la participation « technique » n'équivaut pas systématiquement la participation citoyenne.

**Enfin, l'impact de la diffusion de contenus violents dans les nouveaux médias n'est pas non plus à négliger.**

Par le biais des jeux vidéo guerriers et sanglants, des images brutales et pornographiques sur Internet, les nouveaux médias mettent la violence à portée de tous et notamment des plus jeunes. Les analyses psychologiques et sociologiques montrent un réel impact du spectacle de la violence physique sur les enfants, même si celui-ci peut être affaibli lorsqu'il est accompagné de messages pédagogiques délivrés par les familles et les institutions. Elles mettent aussi en exergue les risques de la pornographie, qui tend à modifier les comportements sexuels des adolescents.

### **III. DES ENJEUX POUR NOUS, ACTEURS EDUCATIFS**

Les nouvelles technologies supports des médias sont des outils parmi d'autres, même si plus complexes et surtout plus présents auprès des enfants et des adolescents. Pour autant s'ils ne changent pas les valeurs portées par les Francas, ils modifient de manière certaine la façon d'agir. Le premier des rôles pour les éducateurs est de se maintenir informé, d'organiser la veille sur ce phénomène, qui est en perpétuelle évolution, transformation. Il s'agit non seulement d'une veille sur les nouveautés, les pratiques, les usages des publics, et les objectifs des producteurs, mais aussi d'une veille sur toutes les études menées sur le sujet, sans prendre parti pour l'une ou l'autre des théories avancées.

Ensuite, en tant qu'acteurs éducatifs, les Francas, *via* leurs structures adhérentes, ont un rôle d'éducation des enfants et des adolescents à l'utilisation des médias. En tant qu'acteurs de la société civile, les Francas doivent agir, avec d'autres, pour permettre et organiser l'expression du public des usagers face aux producteurs de contenus (information, fiction, divertissement...), quels qu'ils soient. Enfin, les Francas ont été et peuvent à nouveau être producteurs de contenus médiatiques alternatifs, répondant aux enjeux éducatifs qu'ils décrivent dans « Eduquer pour demain ».

Le développement de projets d'animation en la matière sera une nouvelle occasion de mieux connecter des projets d'animation aux pratiques et contexte de vie des enfants et des adolescents.

### III. 1. En tant qu'acteurs du système éducatif :

#### 1.1 Multiplier des pratiques d'animation reposant sur une pédagogie d'utilisation des nouvelles technologies.

Du niveau national au niveau local, il faut que nous nous emparions de l'apprentissage de l'utilisation des nouvelles technologies comme des supports de communication et de relation entre les individus. En effet, les nouvelles technologies sont des supports usuels des enfants et des adolescents pour gérer leurs relations. L'apprentissage de cet usage se développe le plus souvent entre pairs, et sans la présence de médiateur ayant un recul sur la pratique et les comportements qu'ils génèrent. Pour une part, l'autorégulation peut développer des aptitudes au respect de l'autre, à l'émergence de pratiques collectives, à l'estime de soi, au développement de capacité d'autonomie, de recherche de résolution de problème par soi-même, de moteur d'acquisition de connaissance. Mais l'autorégulation trouve aussi ses limites dans l'éducation au vivre ensemble, au-delà du groupe de pairs ou des familiers : transmission de savoir-faire, de savoir être, construction de l'identité et du rapport aux autres : apprentissage qui nécessite de développer

des compétences aux relations humaines où les nouvelles technologies de communication peuvent servir d'outils mais ne peuvent dicter les usages et les conceptions fondatrice du contrat liant les individus entre eux dans une société.

Il nous faut donc développer des situations d'apprentissages permettant aux enfants et aux adolescents de construire des projets inscrits dans la vie sociale (ayant un public, un récepteur réel et pas supposé) et utilisant les technologies de communication usuelles (pour eux) :

- pour en maîtriser les gestes techniques et apports au service d'une organisation de projet performante
- pour développer des aptitudes et savoir-faire en adéquation avec leur conception de la relation aux autres
- pour contribuer à l'éveil à la consommation, à l'utilisation de l'image, à l'information de qualité, aux pratiques démocratiques, à l'exercice de la liberté... Pour éveiller leur sens critique et leur capacité à choisir les situations, à ne pas subir.

La conduite de ce type de projet d'animation amènera les équipes d'animation à :

- mettre en avant le sens de la production avant l'outil de communication support de l'activité : information, fiction, création artistique et divertissement, production collective (Conseil Municipal d'Enfants et de Jeunes, séjours en autonomie...)
- mettre en avant l'apprentissage des comportements, de la construction identitaire et de la socialisation au regard des usages des technologies
- mettre en avant l'apprentissage de l'éthique, de la déontologie dans la conduite d'action
- prendre en compte les capacités des enfants (abstraction, construction collective, responsabilité, centre d'intérêt...)

- développer une pédagogie de l'apport de connaissance technique au service de situations, problèmes, émergents au fur et à mesure de la réalisation du projet.

Le développement de ce type de projet d'animation nous amènera à développer des supports pédagogiques à disposition des équipes d'animation :

- permettant ces apprentissages techniques, et le développement de nouvelles compétences
- prenant en compte les aptitudes des enfants en fonction de leur âge
- interrogeant systématiquement leur utilisation dans le cadre d'une relation à l'autre, aux autres
- interrogeant le contexte d'utilisation et sa pertinence
- interrogeant son sens éthique.

### 1.2 Etudier et développer des pratiques d'e-formation au sein de notre réseau :

Les supports de communication numérique sont de plus en plus utilisés par les plus jeunes participants à nos formations, mais d'autres en sont éloignés. En même temps, les pratiques professionnelles et sociales créent une obligation de maîtriser ces technologies de communication. Il nous faut donc absolument développer ces pratiques dans nos formations, en les pensant bien comme un enjeu d'intégration pour tous dans notre société.

De manière toute aussi importante, il nous faut utiliser ce formidable potentiel que créent ces technologies pour transmettre de l'information et enrichir la connaissance de chacun. De ce fait, nous devons travailler des pédagogies adaptées pour transformer nos premiers essais et aller vers une pratique généralisée en formation.

Il est impératif d'agir dans l'ensemble des champs de la formation dispensés au sein de notre organisation : BAFA et BAFD, professionnelle initiale et continue, des militants.

Pour cela, nous devons :

- poursuivre des expérimentations de modules dans le cadre des BPJEPS vers une plus grande systématisation
- créer une cellule ressource sur ces questions, à partir

des permanents des régions s'étant déjà formés et pouvant transmettre recommandations et savoir-faire méthodologiques

- créer une session de formation en direction des formateurs professionnels
- développer l'espace ressource pour les militants dans le cadre d'Espace formation
- étudier l'intérêt de l'utilisation de ces supports de formation au sein de la formation BAFA - BAFD : doivent-ils être au service de l'analyse d'une pratique distanciée de ces technologies usuelles ? Ou de pratiques de construction de travail collectif ?

### 1.3 Développer la formation / l'accompagnement des acteurs éducatifs :

Conduire et multiplier des projets de cette nature nécessitera de développer des processus accompagnant des éducateurs dans leurs missions auprès des enfants et des adolescents.

Elles sont de plusieurs registres :

- connaissance de ces technologies et familiarisation avec elles
- connaissance du monde de l'information et de production de contenus médiatiques (fiction, divertissements, création), influence des médias sur l'éducation
- connaissance des enjeux (éthique, philosophique, politique, éducatif) et du contexte d'émergence de ces technologies au service de l'Homme (économique et technologique)
- positionnement personnel dans le rapport à ces outils, ainsi que professionnel dans leur utilisation et l'animation de projet avec des enfants et des jeunes
- développement de compétences d'animation (pédagogie, utilisation technique et animation de groupe).



L'accompagnement des éducateurs pourra se faire au travers de module de formation et d'accompagnement des animateurs par les associations départementales :

- création de cursus dans le cadre d'Espace formation en direction de nos militants
- création de modules dans le cadre des cursus de formation professionnelle initiale et continue
- création de modules dans le cadre de la formation Bafa, Bafd
- création de modules dans le cadre d'OPEN.

#### 1.4 Multiplier les actions de sensibilisation en direction des parents et des représentants des pouvoirs publics :

Parce que ces nouvelles technologies sont utilisées essentiellement dans l'espace privé mais qu'elles influencent aussi les comportements, les connaissances et le cadre de référence de chaque enfant dans notre société, il est essentiel qu'un dialogue existe entre les parents et les pouvoirs publics sur ces questions, ainsi qu'avec les autres acteurs éducatifs.

Ces temps devront poursuivre trois objectifs :

- permettre une connaissance actualisée des évolutions de ces technologies et des pratiques des enfants et des adolescents
- permettre une connaissance actualisée des contenus proposés par les producteurs
- permettre d'échanger et de construire des repères pour chacun dans sa responsabilité éducative individuelle et collective.

### III. 2. En tant qu'acteurs de la société civile :

Nous voyons à quel point cette nouvelle question vient interroger la production des contenus d'information et des programmes, l'influence que produisent ces nouvelles technologies sur les usages par les communautés humaines, les enjeux démocratiques en cours : processus de décisions, qualité de l'information, régulation des contenus, protection des mineurs...

Pour cela il nous paraît essentiel que des espaces de réflexion réunissant l'ensemble des personnes concernées existent et que des modes d'information des citoyens se développent. Les Francas en tant que Mouvement de jeunes, ont toutes leur place dans l'initiative et la participation à ces débats.

- 2.1 Participer à des collectifs représentant des publics : CIEM, Information et citoyenneté ; développer des réseaux au plan local et national
- 2.2 Créer des espaces de dialogue entre les producteurs de contenus et les publics directs et indirects : créer des événements journée d'étude...

### III. 3. En tant que producteurs de contenus médiatiques pour les enfants, les jeunes et les acteurs éducatifs :

- 3.1 Etudier la création de support d'information à destination des adolescents sur le WEB
- 3.2 Relayer les productions presse écrite sur des outils de diffusion existant dans le WEB

### III. 4. En tant qu'animateurs d'une organisation associative :

4.1 Supports d'animation du Mouvement : Reconnaître et inciter l'utilisation des médias par les acteurs du mouvement comme un support de stockage de ressources des pratiques d'animation et de formation développées.

#### 4.2 Développer une culture des acteurs de notre organisation :

- développer des moments de sensibilisation des cadres de notre organisation sur les évolutions en cours et leur influence sur notre activité : les stratégies éducatives pour les formateurs et les permanents, les pratiques de travail pour les permanents et les élus des associations...
- informer et respecter la déontologie, les évolutions des usages, les attitudes professionnelles dans l'utilisation du WEB (de la nature des adresses mail diffusées dans l'environnement institutionnel, en passant par la publication des billets dans les blogs, à l'écriture de contributions dans les réseaux sociaux).
- faire appréhender la notion de trace permanente
- développer des moments de veille sur les pratiques des participants à nos actions de formation : téléphones cellulaires et sms, vidéos sur youtube, dailymotion, skyblogs, groupe facebook...
- systématiser l'utilisation de ces nouvelles technologies au service de notre travail collectif.

#### III. 5. En tant qu'acteurs institutionnels :

Il s'agit d'utiliser ces supports d'information et de communication au service d'une image institutionnelle. Compte tenu de l'évolution de la toile, du développement des services en ligne pour lesquels l'accès est simplifié, des logiques de création de réseaux sociaux, de la mise en place de groupes affinitaires, il apparaît incontournable de structurer un échange, une réflexion sur notre identité numériques. Comment souhaitez-on être identifié ? Quelle image veut-on donner ?

- Investir ces espaces pour pouvoir construire petit à petit sur la toile une image voulue, maîtrisée. Mieux gérer notre image en rééquilibrage des images des Francas développées de manière empiriques par les militants et les proches.
- Instaurer une fonction de veille sur ce qui se produit sur le WEB.
- Construire des règles de publication (mots clés signature...) qui nous permettrait d'être mieux référencé par les différents moteurs de recherche.
- Systématiser la récolte de publications et d'évènement pouvant être mis en ligne.

Directeur de la publication : Philippe Deplanque  
Auteurs : Olivier Baldomero, Christian Combier, Stéphane Coudret, Pascal Couffin, Philippe Deplanque, Stéphane Ferme, Gaëlle Genevoy, Robert Lataste, Sabine Lavoipierre, Sabine Marandon, Emmanuel Pacaud, Dominique Parsy, Guy Pastre, Cécile Ponsot, Maurice Testemale

Fédération nationale des Francas  
10-14 rue Tolain  
75 980 Paris - CEDEX 20  
Tél.: 01 474 64 21 00  
[www.francas.asso.fr](http://www.francas.asso.fr)

Impression : Les Francas

Dépôt légal : décembre 2009