

Ecole : un socialiste et le conseiller de Hamon aux médias responsables de l'éducation à la presse

écrit par Marcher sur des oeufs | 21 mars 2017

Dossier de l'OJIM : Quand l'éducation nationale organise la propagande autour des médias

Le centre pour l'éducation aux médias et à l'information (clemi) est un organisme du ministère français de l'éducation nationale chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif.

Il se donne pour objectif « d'apprendre aux élèves à lire, à décrypter l'information et l'image, à aiguiser leur esprit critique, à se forger une opinion, compétences essentielles pour exercer une citoyenneté éclairée et responsable en démocratie ». il propose donc des formations aux enseignants dans toutes les académies, édite différents documents d'éducation aux médias et à l'information et sa principale action est le pilotage de la « semaine de la presse et des médias dans l'école » qui a lieu chaque année fin mars. a cette occasion, le clemi édite un dossier pédagogique pour guider les enseignants dans leur approche des médias avec leurs classes et organise différents concours à destination des élèves. 2017 verra la 28ème édition de la « semaine de la presse et des médias dans l'école ». décryptage

L'équipe du clemi, bien à gauche merci

Son Conseil d'orientation et de perfectionnement est présidé par **Didier Mathus, apparatchik socialiste depuis près de 40 ans.** Il commence sa carrière politique en 1979 en intégrant le cabinet de Pierre Joxe alors élu de Bourgogne puis enchaînera les postes et les mandats : premier secrétaire de la fédération de Saône-et-Loire du PS, conseiller régional socialiste de Bourgogne, député socialiste et maire de Montceau-les-Mines.

Son directeur délégué est **Franck Chaumont** dont le parcours professionnel alterne les allers-retours entre journalisme et engagement militant. **Il a ainsi été rédacteur en**

chef de la station radio *Beur FM* puis chargé de communication et des relations presse de France-Libertés, Fondation Danielle Mitterrand, présentateur des journaux de la nuit et reporter à *Radio France International*, attaché de presse et collaborateur parlementaire d'Aurélie Filippetti, députée de Moselle, qui est alors porte-parole du groupe PS à l'Assemblée nationale puis son conseiller pour la communication et les relations avec la presse lorsqu'elle fut ministre. Il occupe ensuite les mêmes fonctions auprès de Benoît Hamon, éphémère ministre de l'Education nationale. Après l'éviction de celui-ci du gouvernement, il est recasé au CLEMI. Depuis fin 2016 il est conseiller médias de Benoît Hamon, alors candidat à la primaire socialiste et maintenant candidat socialiste à l'élection présidentielle.

PARMI LES DIFFÉRENTS CONTRIBUTEURS DU DOSSIER PÉDAGOGIQUE 2017, ON TROUVE :

– **Virginie Sassoon**, vice-présidente du Club du XXI^e siècle dont l'une des missions est de « promouvoir la diversité dans les médias » et qui n'hésite pas pour cela à faire du fichage ethnique afin de pousser à la discrimination positive. Elle travaille actuellement à l'Institut Français de Presse où elle enseigne. Elle est en charge du projet Médias, Diversités et Citoyenneté à l'Institut Français de Presse dans le cadre duquel elle a notamment dirigé l'ouvrage collectif intitulé: « Précis à l'usage des journalistes qui veulent écrire sur les Noirs, les musulmans, les Asiatiques, les Roms, les homos, la banlieue, les Juifs, les femmes... ». En 2014, elle devient responsable éditoriale de la plateforme numérique #RacismeOrdinaire lancée par *France Télévisions* ;

– **Cédric Mathiot**, journaliste à *Libération* dont il a lancé la rubrique « Désintox » ;

– **Laurent Mauduit**, cofondateur de *Mediapart*, ancien journaliste à *Informations ouvrières* (OCI) puis *Le Monde* ;

LES DOSSIERS PÉDAGOGIQUES

Autant que les contenus, les couvertures dévoilent l'orientation politique marquée de l'équipe du Clemi.

En 2015, le CLEMI choisit d'illustrer la couverture de son dossier avec une photo de migrants africains brandissant leurs téléphones sur une plage de Djibouti, photo sacrée meilleure image de l'année 2013 par l'organisation World Press Photo.

En 2016 est choisie la photo d'une installation éphémère d'art contemporain, le

Freedom of Expression National Monument.

En 2017 c'est une photo prise lors du 1^{er} Sommet des réfugiés au siège de l'ONU qui habille la couverture du dossier. On y voit des centaines de gilets de sauvetages disposés en plein cœur de New-York pour « symboliser l'arrivée des réfugiés sur les côtes méditerranéennes », mélange de performance artistique et de message politique pro-clandestins.

Ces couvertures ont un lien assez difficile à établir avec l'objet du CLEMI et leur choix n'est pas anodin. Elles envoient un message (pro-immigration, l'art est un message et non une esthétique) à destination des enseignants et des élèves. Même les enseignants et les élèves ne participant pas à la « Semaine de la presse » recevront ce message car des affiches déclinées sur le modèle de la couverture du dossier sont placardées dans tous les établissements scolaires.

LES CONTENUS

Chaque dossier se compose d'une vingtaine de fiches, des « fiches pédagogiques » proposant des activités à réaliser en classe, adaptées aux différents niveaux de la scolarité, de la maternelle au lycée, des « fiches conseil » avec des conseils aux élèves pour aborder la presse dans leur vie de tous les jours et enfin des « fiches information » délivrant des informations assez générales sur le monde de la presse et des médias. A travers ces fiches, le CLEMI se donne pour mission de faire découvrir le métier de journaliste aux élèves et de leur apprendre à exercer leur esprit critique et à mettre en perspective l'actualité.

Le métier de journaliste et l'esprit critique face aux médias

Pour ce qui est du premier point, le CLEMI remplit plutôt bien sa mission : présentation de différents métiers de la presse, réalisation d'une interview, le dessin de presse, les « marronniers », etc., de nombreux aspects du métier de journaliste sont présentés du plus singulier au plus général.

Pour ce qui est de pousser les élèves à exercer leur esprit critique face aux médias, les articles sont plus limités :

- en 2013, une seule fiche sur les images retouchées
- en 2014, aucune fiche critique, seule une mise en garde dans une fiche consacrée aux statistiques dans les médias

– en 2015, rien

– en 2016 une fiche sur « la mise en scène et la spectacularisation de l'information médiatique ».

INTERNET : DANGER

Les dossiers sont dans l'ensemble peu critiques vis-à-vis des médias traditionnels. Par contre, une mise en garde face à internet est distillée tout au long des dossiers et on trouve de nombreuses fiches traitant spécifiquement de l'information en ligne. En voici quelques exemples :

– en 2014, un article critique sur la publicité en ligne (mais pas sur la place de la publicité dans les médias en général)

– en 2015, un article « Identifier et prévenir le racisme sur Internet » qui est un tutoriel du parfait petit censeur pour faire fermer sites internet et comptes de réseaux sociaux déviants. On trouve aussi un article « Le boom des robots de l'information » qui annonce la généralisation de l'information produites par des programmes informatiques. Chose amusante, l'auteur nous prévient que la neutralité affichée de ce type d'information est biaisée par les choix de programmeurs dans les paramètres. La neutralité des journalistes reste, elle, hors de tout soupçon.

– en 2016 plusieurs fiches : une sur les moteurs de recherche, une sur les contraintes de l'accélération de l'information, due notamment à internet et enfin, une fiche « Radicalisation, complotisme et réseaux sociaux : comment en parler sans danger ? » qui met sur le même plan la radicalisation djihadiste et toute critique ou méfiance vis-à-vis du système. Une phrase tirée de cette fiche résume l'état d'esprit qui règne dans l'ensemble des dossiers : « *Les discours extrémistes, construits en ligne et hors ligne, tendent à conforter le sentiments d'injustice et de trahison, en se fondant sur l'idée que les médias, en collusion avec les autorités politiques, ne disent pas toute la vérité.* ». Autrement dit : douter des médias ou les critiquer relève de « l'extrémisme ». Le comble pour un organisme ayant pour mission d'apprendre aux élèves à décrypter l'information.

Si la mise en garde des élèves vis-à-vis d'internet est légitime, l'absence de critique vis-à-vis de la presse papier, radio et télévisée est tout à fait anormale car elle laisse entendre que ce type de presse est hors de tout soupçon.

UNE PROPAGANDE NON DISSIMULÉE

Le plus problématique dans ces dossiers est le fait qu'à côté de la présentation du métier de journaliste et de la (légère) critique des médias est distillée une véritable propagande à longueurs d'articles. On trouve même quelques fiches dignes de la Pravda dont voici une sélection :

– en 2010, une fiche « Les stéréotypes de genre dans la publicité » où il est dénoncé le fait que la publicité ne s'adresse pas aux hommes et aux femmes de la même manière. La publicité s'appuie sur des stéréotypes qu'elle renforce, stéréotypes qu'il faut absolument déconstruire. Une autre fiche « Médias et diversité en Europe » où l'on explique que la France a du « retard » dans l'affichage des minorités visibles dans les médias par rapport au Royaume-Uni.

– lors de l'édition 2011, le CLEMI s'est associé à la Cité nationale de l'histoire de l'immigration. On imagine aisément sous quel angle celle-ci fut abordée.

– en 2013, une fiche « Femmes et médias d'information » où l'on apprend que les femmes souffrent d'une sous-représentation et d'une abondance de stéréotypes dans les salles de rédaction

– en 2015, une fiche « Ecrire un article dénonçant les stéréotypes sexistes » et ce dans les médias, le sport, la mode, l'école, la famille, etc. Rappelons la même année, la fiche « Identifier et prévenir le racisme sur Internet » qui est une ode à la censure

– en 2016, toujours dans la même veine, une fiche « Le sport au féminin : quelle médiatisation ? » dénonçant la faible médiatisation des sportives.

LES CONCOURS : L'IDÉOLOGIE DU GENRE ET LES MIGRANTS

Signalons également deux initiatives liées à la Semaine de la presse :

1. Un concours « [Zéro Cliché pour l'égalité filles-garçons](#) » organisé depuis 5 ans et qui avait d'ailleurs justifié en 2015 la présence de la fiche déjà mentionnée « Ecrire un article dénonçant les stéréotypes sexistes ». Il invite les écoliers, collégiens et lycéens à déconstruire les stéréotypes sexistes dans les médias, le sport, la mode, l'école, la famille, etc. en s'appuyant notamment sur des grilles d'analyse créées par « Les Chiennes de garde ». Le palmarès 2016 disponible sur le site du CLEMI est édifiant.

2. [Le concours ARTE-CLEMI](#) « Reportage » organisé pour la treizième année. Il s'agit pour les élèves individuellement ou en groupe de monter un reportage de deux à trois minutes à partir des images ayant servi à la réalisation d'un sujet diffusé dans *Arte Journal*. Le thème 2017 est... surprise : les migrants, encore et toujours ! Plus précisément « L'accueil des migrants à Paris : un squat devenu centre d'accueil d'urgence ». Est-il utile de préciser que le reportage sur lequel devront se baser les élèves déborde de compassion vis-à-vis des migrants ?

LE DOSSIER 2017, EN AMÉLIORATION MAIS PEUT MIEUX FAIRE

Par rapport aux années précédentes, le dossier 2017 est surprenant. C'est un cas à part qui mérite que l'on s'y attarde davantage. Pour la première fois figure une critique sans équivoque des médias avec notamment une fiche « La cité maya imaginaire du 20 heures de *France 2* » qui explique comment une info bidon a pu faire le tour des grands médias à cause de leur « manque de rigueur » et donne d'autres exemples de fausses informations diffusées par les grands médias. Il y a également toute une série de fiches sur la publicité cachée et notamment celle-ci : « Publicité cachée : le test sponsorisé des *Inrocks* » qui montre comment un article a priori normal est financé par l'éditeur du jeu. Enfin Bolloré en prend pour son grade puisqu'une fiche lui est consacrée « Influence des actionnaires : le cas de *Direct Matin* » où l'on apprend que des coupes ont été faites dans la reprise d'une dépêche *AFP* sous l'influence de l'actionnaire majoritaire et une autre fiche « Médias : l'émergence de nouveaux empires » dénonce la concentration des médias au sein de quelques mains et notamment celles de Vincent Bolloré. Enfin, une fiche « PQR : quelle information, quelle pluralité ? » aborde le problème de la concentration des médias dans le domaine spécifique de la presse quotidienne régionale. Bref, plusieurs fiches réellement critiques vis-à-vis des « grands médias » ce qui est une première. A côté de ces fiches figurent tout de même des fiches « propagande » dans la lignée des dossiers précédents. Une fiche « Un pique-nique de migrants dans un cimetière à Calais ? » qui invite à vérifier la fiabilité d'une photo avant de la partager sur les réseaux sociaux. Un appel supplémentaire à être méfiant sur internet et la démarche est tout à fait louable mais l'exemple n'est clairement pas pris au hasard. Une fiche « Montrer la guerre : le choc des images » nous assène encore le même avertissement vis-à-vis d'internet et y ajoute la confiance inconditionnelle au journaliste : « Démêler les enjeux du conflit pour déconstruire d'éventuels jugements ou stéréotypes circulant sur internet [...] et insister sur l'importance de l'indépendance du journaliste dans ce contexte. » Une

fiche à destination des enfants de primaire « Comment démêler l'info de l'intox en jouant ? » affiche comme objectif « Forger l'esprit critique des élèves pour les aider à devenir des cyber-citoyens qui ne se fassent pas manipuler et qui fassent barrage aux idées racistes, xénophobes et complotistes » ou comment embrigader les enfants en prétendant l'inverse.

Si le dossier dans son ensemble répond enfin au but affiché depuis plusieurs années – développer l'esprit critique des élèves face aux médias – un article choque tout de même par son ton partisan et outrancier : « Donald Trump, le président de l'intox ». L'article s'appuie sur deux exemples recevables de travestissement de la vérité par Trump mais se discrédite complètement par son titre excessif de généralisation absolue.

Enfin, figure une petite perle dans ce dossier : la fiche « Le fact-checking : au service de la démocratie ? ». Ce n'est pas la première fois que le fact-checking est abordé et le CLEMI est toujours laudatif sur cette pratique qui permet au journaliste de retrouver « une part de son autorité ». Ce qui interpelle dans cette édition c'est le message principal qui apparaît à travers les différents exemples : les Britanniques ont voté pour le Brexit car ils étaient mal informés, on mesure ainsi « l'importance que peut avoir la fiabilité de l'info sur la démocratie ». Mais là où cela devient cocasse, c'est que les fact-checkers nous donnent l'occasion de les fact-checker. Ils affirment « *Pour les mensonges des hommes politiques : la très bonne vidéo de Nigel Farage, UKIP leader annonçant qu'il avait menti à propos des sommes payées à l'Europe et qui devaient être reversées, après le Brexit, à l'économie britannique (£350m/week !)* ». Lorsque l'on visionne la vidéo en question, on se rend compte que, d'une part, Nigel Farage n'annonce pas qu'il a menti mais, d'autre part, qu'il rectifie la journaliste en lui rétorquant qu'il n'a jamais fait la promesse qu'elle lui impute !

SOUS LA PRESSION RETOUR PARTIEL AU RÉEL

Quoiqu'il en soit le dossier 2017 est bien différent de ceux des années précédentes : il n'hésite pas à remettre en cause la crédibilité des « grands médias », il aborde des questions importantes comme la publicité cachée, la fiabilité des sources, la concentration des médias entre les mains d'oligarques et ses conséquences sur la ligne éditoriale des journaux. Tous ces sujets sont agrémentés, en outre, de ressources et des références claires. Grâce à ces nouveautés, le CLEMI remplit enfin partiellement une de ses missions qu'il avait

jusqu'à négligée : éduquer les élèves à l'esprit critique face à l'information et aux médias. Deux facteurs peuvent expliquer cette évolution : premièrement, le climat de défiance de plus en plus palpable à l'égard des médias, qui a poussé le CLEMI à aborder cette critique des médias sous peine de perdre toute crédibilité et deuxièmement, la présence nouvelle dans l'équipe de Sébastien Rochat. Sébastien Rochat est un ancien journaliste du site *Arrêt sur images*, site de critique et de décryptage des médias d'une grande rigueur et qui a toujours fait preuve d'un travail intègre, équilibré et toujours précisément documenté. Sébastien Rochat semble donc avoir amené avec lui les qualités de son ancien employeur Daniel Schneidermann.

Le dossier 2017 marque donc un tournant dans la communication du CLEMI : la critique des « grands médias » est enfin là mais il reste encore un long chemin à parcourir pour pouvoir prétendre à une complète éducation à l'esprit critique. Si le CLEMI est maintenant capable de critiquer les médias notamment sur leur fiabilité et sur l'orientation de la ligne éditoriale, il n'ose pas encore aborder les journalistes comme un sujet de critique. La neutralité du journaliste est maintes fois répétée et même les fausses nouvelles propagées par celui-ci ne peuvent entamer sa probité. Ainsi pouvait-on lire ceci dans le dossier 2016 « *l'année 2015 a connu plusieurs dérapages médiatiques le plus souvent dus à des négligences dans le traitement de la source qu'à de véritables intentions de tromper* ».

Mais le journaliste est-il réellement neutre ? Cherche-t-il à nous influencer par le choix de son vocabulaire ? L'orientation politique des journalistes est-elle semblable à celle des Français ? Comment repérer le parti-pris du journaliste, notamment dans le traitement d'un conflit ? Dissimulation, hiérarchisation, saturation médiatique : quelles méthodes pour orienter l'opinion publique ? Internet chance plutôt que danger dans la diffusion d'une information libre, fiable et sans filtre ?

<http://www.ojim.fr/dossier-quand-leducation-nationale-organise-la-propagande-autour-des-medias/>