

Fake news et désinformation : éduquer plutôt que réguler, oui mais comment ?

Il faut éduquer les citoyens aux médias ! concluent les travaux des groupes d'experts fédéraux mais également européens concernant la problématique des fake news et de la désinformation dans la société d'aujourd'hui. Oui, mais comment ? Quel est le rôle de l'éducation aux médias face à ces enjeux ? Quelles sont les limites de son champ d'intervention ? Et ses opportunités ?

Dans le cadre de la Semaine Européenne de l'éducation aux Médias et du Belgian Better Internet Consortium, le CSEM-Conseil Supérieur de l'éducation aux Médias a organisé le 22 mars 2019, au Ministère de la FWB (1080 Bruxelles), un séminaire de travail à propos du rôle de l'éducation aux médias, de ses approches et de ses méthodes pour aborder l'enjeu des fake news et de la désinformation.

Près de 100 participants, enseignants, formateurs, journalistes, chercheurs, animateurs, étudiants, professionnels des médias, acteurs des politiques éducatives, bibliothécaires, ... ont participé aux travaux de cette journée. Une méthodologie dite de « laboratoire »¹ était prévue pour faciliter la participation active de tous en vue de favoriser la profusion d'idées, la confrontation de points de vue, l'évaluation critique des actions et la collecte de recommandations tant sur le plan politique que pédagogique.

Ce rapport présente les principaux points de discussions des différentes sessions ainsi que des ateliers à partir des comptes rendus élaborés par les différents rapporteurs et de la facilitation graphique réalisée par Ariane Riveros².

Introduction

En ce 22 mars 2019, une minute de silence fut observée par les participants en mémoire des victimes des attentats meurtriers du 22 mars 2016.

« J'ose espérer que l'éducation aux médias puisse faire face aux obscurantismes présents dans le monde », introduit **Patrick Verniers**, Président du Conseil Supérieur de l'éducation aux médias.

Nadège Bastianen (Child Focus) introduit ensuite cette journée par une mise en contexte du projet B-BICO au sein duquel s'inscrit cet event-lab : derrière l'acronyme B-BICO *Belgian Better Internet for Kids Consortium* se trouve une véritable attention, un rêve, qui est de rendre les médias numériques utilisables par tous, au-delà des frontières linguistiques. B-BICO est piloté par quatre organisations : le CSEM, Média Animation, Mediawijs et Child Focus dans l'objectif de faire d'Internet un espace enrichissant et épanouissant.

De cette collaboration résultent des initiatives éducatives, des campagnes de sensibilisation pour renforcer l'esprit critique des citoyens, des actions de lobbying afin d'éveiller les décideurs politiques

¹ Décrite en fin de document.

² <https://www.linkedin.com/in/ariane-riveros-031b2623>

aux grands enjeux des médias sociaux, et enfin des actions concrètes afin de mettre les acteurs de l'éducation aux médias en réseaux qui s'ignorent parfois. Dans cette idée de créer un réseau, un exemple concret est l'initiative *betternet.be*, un catalogue d'initiatives belges visant l'accompagnement des pratiques numériques des enfants et adolescents.

Cet *event-lab* fait partie d'une série de 3 labs invitant tous les acteurs concernés à réfléchir ensemble à des recommandations pour un Meilleur Internet, en confrontant les points de vue, les pistes de travail, les points d'attention, etc.

Séance Plénière – « Fake news et désinformation : kesako ? Quel est le rôle de l'éducation aux médias ? »

Les liens entre la problématique des fake news et l'éducation aux médias en Belgique furent ensuite définis par **Patrick Verniers (CSEM)** et **Andy Demeulenaere (Mediawijs)** et complété par la perspective du contexte français avec **Serge Barbet (CLEMI - Centre pour l'éducation aux médias et à l'information- France)** et Québécois grâce à **Line Pagé (Fédération professionnelle des journalistes du Québec)**.

○ *Intervention de Patrick Verniers, Président du CSEM :*

Suite à la publication d'un nouveau numéro de la collection Repères, le CSEM a choisi de définir une fake news comme étant « le fait d'utiliser les techniques de l'information pour induire volontairement le public en erreur, en cachant ou en arrangeant les faits à leur avantage ». Il y a donc une volonté explicite de manipuler qui distingue la désinformation d'autres formes de fausses informations : légendes urbaines, canulars, théories du complot, articles pseudo scientifiques, publicités déguisées, arnaques en ligne, etc. La désinformation ne touche pas que des questions politiques (calomnie, justification de manœuvre politique, influencer le résultat des élections, etc.), mais la volonté peut aussi être économique, avec notamment les pièges à clics.

Il y a un an est apparue une volonté de légiférer pour lutter contre les fake news. Plusieurs voix se sont soulevées considérant que les réponses ne sont pas à chercher du côté de la législation mais plutôt du côté de l'éducation. Car ce n'est pas uniquement la question du vrai ou du faux. Ainsi, le rapport du *groupe belge d'experts pour la formulation de recommandations pour lutte contre les fake news*³ précise qu'il ne s'agit pas d'être naïf, que la désinformation organisée a un impact en Belgique et propose la création d'un modèle de concertation permanent à travers quatre axes :

- Axe de la recherche
- Axe de la création d'outils
- Axe de la nécessité de faire du journalisme de qualité, de répondre à la désinformation par plus et mieux d'information d'information
- Axe de l'Éducation aux médias

Il prône aussi une collaboration constructive avec les plateformes.

En octobre 2018, le Ministre Alexander De Croo promettait un budget d'1 million d'euros pour encourager des initiatives de fact checking et d'autres initiatives d'éducation aux médias ? Ce fut un effet d'annonce car ce budget s'est évaporé avec le remaniement du gouvernement fédéral en décembre 2018.

Il faut dès lors miser sur le développement d'outils relatifs à la vérification des sources d'information et sur la diversité de l'offre informative. La désinformation ne s'effacera pas par une loi. Des parallèles peuvent être fait avec la situation en France, où on a tenté la mise en place d'une législation. Ces lois seraient d'une inefficacité évidente. Faut-il ajouter des lois aux lois existantes (liberté de la presse et liberté d'expression) ? Les analyses démontrent que l'ajout de restrictions supplémentaires ne facilitera rien. D'ailleurs, au niveau européen, très peu de pays ont opté pour la voie législative finalement.

³ <https://www.decroo.belgium.be/fr/un-groupe-d%E2%80%99experts-formule-des-recommandations-pour-lutter-contre-les-fake-news>

Enfin, n'oublions pas que l'éducation aux médias et à la désinformation est loin de se limiter aux questions des fake news et de la désinformation. Elle porte bon nombre d'enjeux divers.

- ***Intervention d'Andy Demeulenaere, Coordinateur de Mediawijs***

Mediawijs est actif depuis 2013. Au regard de la structuration historique de l'éducation aux médias, aussi bien en Fédération Wallonie-Bruxelles qu'en France, le travail effectué en Flandres par Mediawijs peut paraître assez récent.

Son champ de travail se trouve au croisement d'activités ou de points de vue divers. Il s'articule entre la réflexion de type académique, le travail scientifique et les pratiques de terrain ; entre l'éducation aux médias, la littératie médiatique et le discernement médiatique. Il faut également y ajouter de profondes et rapides mutations de supports et de contenus, depuis la diffusion d'une première émission satirique à propos des médias, sur la chaîne publique flamande, dans les années soixante. Des visions générationnelles s'opposent aussi, parfois différentes entre les enfants de la télé et les derniers usagers de smartphones. L'optimisme technologique des débuts s'est également doublé d'un pessimisme moral, la crainte des risques technologiques, encore majoré par les réflexions sur les algorithmes depuis 2012.

Entre progressistes et conservateurs, le fossé semble s'agrandir, sous l'effet d'événements critiques. Ce n'est pas neuf. Lorsque "la guerre des mondes", une fiction diffusée sur une radio américaine avant 1940, mit en scène une invasion martienne, seuls 2% des auditeurs y ont cru. Mais cela a généré une importante perte de confiance dans les médias.

L'effet des médias est aujourd'hui à interroger. Il est très relatif selon le contexte, les filtres sociaux ou psychologiques, tout comme la question de la représentation des minorités visibles. En effet, par exemple, quand un.e politique apparaît sur les écrans de télévision, c'est dans la moitié des cas pour s'exprimer sur la question des migrants. Pour autant, dans le chef des journalistes, relayer correctement une information demande beaucoup de travail, en concurrence avec les supports de transmission numérique individuels.

Dans ce contexte, l'éducation aux médias doit faire face à la pure panique morale et limiter ses effets. Elle doit également dépolariser l'optimisme et le pessimisme technologiques. Valoriser les droits fondamentaux à l'information, exercer les compétences numériques, qui ne sont pas seulement techniques, mais reposent aussi sur des systèmes de valeurs, la citoyenneté active. Et la régulation. Une mauvaise éducation aux médias est celle qui renforce les polarisations.

- ***Intervention de Line Pagé, Fédération des journalistes professionnels du Québec :***

Depuis la crise des Fake News (apparue avec Donald Trump), quelle fut la réaction des grands médias ? Celle de créer des grandes équipes de fact-checking. Pourtant c'est le travail normal des journalistes, mais on y a mis l'accent avec pour mission de défaire les mythes. Est-ce suffisant ? Au Québec, il a été jugé qu'il fallait faire davantage, qu'il fallait participer à l'éducation aux médias. Au Québec, l'éducation aux médias n'est pas un cours donné systématiquement à l'école mais dépend davantage de l'initiative des professeurs.

A la Fédération des journalistes professionnels du Québec, ils ont alors mis sur pied un projet : « 30 secondes avant d'y croire »⁴ qui consiste en des interventions de journalistes bénévoles dans les écoles. Ces journalistes suivent un canevas méthodologique à la suite d'une petite formation. Ces ateliers visent à déceler ce qu'est une bonne source, à recouper les sources, à authentifier les images, à déceler les publicités cachées, etc. Les enseignants organisent ces rencontres avec les journalistes, selon leur région, à partir du site web www.30secondes.org. Cette initiative a touché 2800 étudiants en 2017-2018.

Ce qui amène la Fédération des journalistes professionnels à penser qu'il y a une réelle demande, qu'il faut aller plus loin, malgré le manque de moyens. Une semaine annuelle de la presse est mise alors sur

⁴ www.30secondes.org

ped en partenariat avec le CLEMI du 29 avril au 5 mai 2019 notamment pour créer cette sensibilisation au rôle des médias, pour inviter les gens à réclamer des moyens pour cette éducation aux médias. Car malheureusement au Québec ce n'est pas une priorité du Ministère de l'éducation.

Line Pagé croit au pouvoir des journalistes en matière d'éducation aux médias, même si ce n'est pas leur responsabilité première, car ce sont eux les grands fabricants de l'information que les gens consomment. La Fédération des journalistes professionnels du Québec les invite à expliquer la nature de leur travail notamment sur leurs préoccupations quant aux réseaux sociaux et la crise de confiance envers les médias (1 Canadien sur 2 se méfie des médias).

Elle assure que la meilleure façon de parler de ce métier est d'aller auprès des jeunes, de démontrer le rôle essentiel que les médias jouent dans la société. Le message est « prenez 30 secondes de réflexion avant de partager un contenu ». Elle remarque également qu'il y a beaucoup de demandes du public plus âgé. Les gens de 65 et plus partagent plus de fausses nouvelles que les jeunes, car ils sont moins habiles que les jeunes. La cible est-elle donc bonne ? Il faut s'attaquer aux jeunes mais aussi au public plus âgé.

○ **Intervention de Serge Barbet, directeur du CLEMI :**

Les différentes interventions montrent le poids qui pèse sur les épaules des enseignants. Car tous nos regards se tournent vers l'école... Comment former des citoyens libres et éclairés ?

En France, ces questions se sont posées récemment dans le contexte des attentats, même si cette interrogation est née bien plus tôt, en France et ailleurs, quand on s'est interrogé à partir de premiers travaux universitaires dans les années 80, avant les nouvelles « autoroutes de l'info », sur la manière dont l'école pouvait aider les jeunes à réfléchir à l'information.

40 ans et une révolution numérique plus tard, on est sur ce postulat qu'il faut être en capacité de mettre ces contenus de l'information à distance, d'analyser, de prendre le recul nécessaire pour analyser l'information. C'est plus que jamais vital, dans cette éducation aux médias qui est au centre des enjeux de citoyenneté à l'école.

En 1982, lors de la déclaration de Grunwald⁵, il a été acté que nous vivons dans un monde où les médias sont omniprésents, que dans certains pays les enfants passent déjà plus de temps devant un écran de télévision qu'à l'école. C'est l'arrivée de la notion d' « infobésité » et de la nécessité de l'éducation aux médias et à l'information. De là, cette question unique, à savoir : est-ce que l'éducation aux médias et à l'information est un antidote contre la mal-information, contre les fausses informations, contre les manipulations de l'information ?

Le modèle français c'est, au début des années 80, la création du CLEMI, d'outils, de dispositifs éducatifs, de la semaine de la presse à l'école, etc. Mais depuis 3 décennies l'éducation aux médias repose essentiellement sur le volontariat des enseignants. Car le cadre de l'éducation aux médias est mal identifié à l'école, entre l'éducation informelle, le volontariat des enseignants, etc. Et entre la pédagogie par projets, le travail en collectif, l'interdisciplinarité de l'éducation aux médias, il y a une infinité de pratiques, de nombreuses initiatives et ressources.

Depuis 2013 et la loi de refondation de l'école, les compétences de l'éducation aux médias à l'information sont toutes détaillées et inscrites dans le socle des compétences scolaires. Elles deviennent obligatoires. C'est une nouvelle ère qui s'ouvre pour l'éducation aux médias : il y a une réflexion sur tout ce qui doit être mis en place et des actions de sensibilisation vis-à-vis des enseignants qui auront la charge de déployer des enseignements. On constate cependant les difficultés de former et d'emmener les enseignants à ces changements majeurs, notamment ceux dû à la révolution numérique. Les canaux de transmission ont changé, les transformations sont nombreuses. Tous les modèles en sont impactés, y compris le modèle éducatif.

Avec le contexte des attentats, depuis janvier 2015, l'intention d'éduquer aux médias figure dans la loi et il y a une prise de conscience face à son importance. Et le CLEMI fut sur-sollicité au point de devoir lancer un plan de formations à grande échelle à destination des enseignants. Aujourd'hui plus de 220.000 enseignants participent à la Semaine de la Presse.

⁵ http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_F.PDF

En 2017, la réforme des programmes du Lycée et du baccalauréat conduit à la création de deux nouveaux pôles : les humanités numériques et les sciences numériques (apprentissage du codage). L'institution a pris conscience de l'importance de l'enseignement du numérique.

Les questionnements profonds qui se posent sont donc : l'expression démocratique des élèves doit-elle être encadrée par l'école ? Est-ce le projet des élèves ou le projet de professeurs ? La liberté d'expression peut-elle s'apprendre ? Le débat est ouvert.

Ateliers – Première partie

La première série d'ateliers sondait les **attentes et les besoins en matière d'éducation aux médias** pour répondre aux questions des fake news et de la désinformation. Quatre ateliers s'organisaient en parallèle.

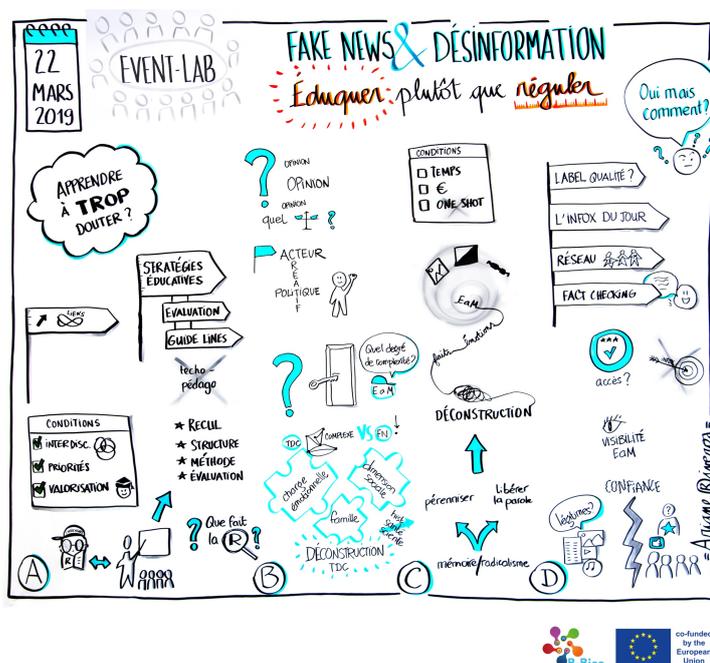
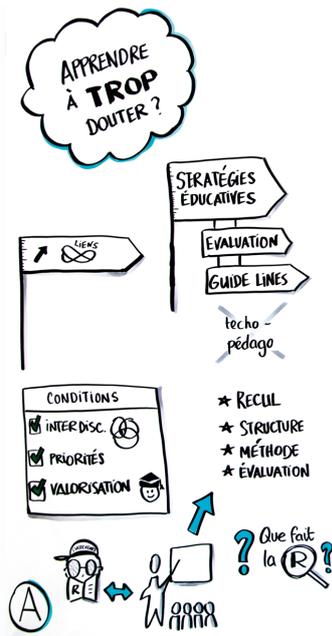


Image 1 - Facilitation graphique de la première série d'ateliers - A,B,C,D

Atelier A – Chercheurs et praticiens : comment dialoguer pour lutter contre la désinformation et les fake news ?

A partir d'initiatives existantes et de projets en cours et dans le cadre d'un dialogue constructif entre chercheurs et praticiens, l'objectif de cet atelier était d'identifier les enjeux, les limites, les méthodes et les partenariats nécessaires pour faire de la recherche en matière de désinformation un outil pour l'éducation aux médias.

Avec Patrick Verniers (CSEM), François Heinderyckx (ULB), Jerry Jacques (UNamur),
Jeremy Hamers (ULG), Baptiste Campion (IHECS)



Un premier constat a rappelé que la recherche relative à l'éducation aux médias devait s'inscrire non seulement dans l'interdisciplinarité du champ mais aussi rejoindre les priorités des centres de recherche et d'enseignement. De plus, la possible valorisation universitaire ainsi que les potentialités de financement de ces travaux devaient entrer en compte dans le débat. Il est ressorti ensuite des discussions que les travaux de recherche manquaient de visibilité auprès des éducateurs aux médias. Pourtant il est reconnu que la recherche permet à ces derniers une prise de distance sur les enjeux du terrain. Elle fournit une structure, voir une hiérarchisation de ces enjeux. Elle apporte également des méthodes et des outils d'évaluation pour les praticiens. Il semble donc nécessaire de développer davantage les liens entre les chercheurs et les praticiens. La recherche pourrait dès lors contribuer à l'éducation aux médias en explorant les stratégies éducatives possibles face à la problématique des fake news et de la désinformation, à l'évaluation systématique de ces stratégies éducatives au point, peut-être même d'aboutir à des pistes et des lignes directrices pour ces interventions, sans sombrer pour autant dans une techno-pédagogie excessive. Il reste à préciser que les participants de cet atelier ont également débattu du potentiel caractère

contreproductif de ces interventions éducatives : à force d'apprendre qu'on peut douter, ne douterait-on pas trop ?

Atelier B. Les théories du complot ont-elles vécu ?

Les théories du complot cèdent-elles la place aux fake news dans l'agenda de l'éducation aux médias ? Est-ce une problématique nouvelle ou la continuité des mêmes enjeux ? Cette transition illustre-t-elle l'élargissement d'une question éducative liée à l'information ? Ou est-ce une façon de coller aux discours médiatiques et politiques ?

Avec Daniel Bonvoisin (Media Animation asbl), Edgar Szoc (BePAX), Martin Culot (Media Animation asbl).



Les théories du complot furent rapidement identifiées au sein de cet atelier comme étant bénéfiques en terme d'éducation aux médias car elles permettent de déconstruire le rapport à l'information, à l'histoire, à la politique, à la société et à l'épistémologie parmi d'autres dimensions. Mais comment tenir une posture éducative face à la charge émotionnelle véhiculée par les théories du complot ? S'appuyer sur les biais cognitifs et les savoirs sont probablement une piste, sans oublier la dimension sociale et sociétale qui a tendance à être rapidement évacuée. Les participants se sont aussi interrogés sur l'ancrage familial des théories du complot : quelle est l'utilité de les déconstruire s'il y a une rupture entre la vision du monde de l'école et celle de la famille ? Il fut alors identifié que plutôt d'élaborer (ou d'utiliser) des outils clés sur porte, il était préférable de réfléchir et de travailler sur les processus, les croyances liées au théories du complot. D'ailleurs, les participants semblaient d'accord pour dire que si les fake news étaient une émergence assez spontanée, les théories du complot, elles, relevaient davantage d'un système complexe, qu'il y a avait dès lors une différence d'échelles dans laquelle l'éducateur aux médias devait pouvoir se positionner, être clair sur le degré de son intervention. Il fut aussi constaté que les théories du complot

avantage orientées politiques auparavant (attentats, ...) ont tendance à s'étendre vers des

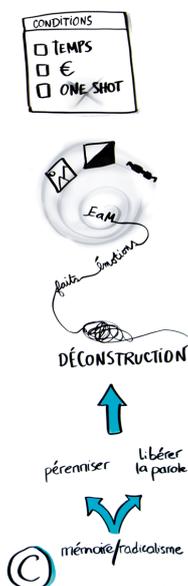
problématiques relevant davantage de la santé, de la science ou de l'Histoire, et qu'elles véhiculent rarement des enjeux locaux (ex. Tueurs du Brabant).

Il est alors proposé en termes d'éducation aux médias, de favoriser des situations éducatives qui permettent de rendre les jeunes acteurs et créatifs face aux théories du complot notamment par une réappropriation du politique et de l'effet sur le réel de ce type de théories. Autrement dit, travailler avec les jeunes sur les façons d'agir sur la situation réelle. Toutes les opinions se valent-elles ?, s'interrogent alors les participants de cet atelier. Le débat se conclut par la négative : il revient à l'enseignant d'amener les élèves à mettre fin au relativisme. En prenant une position normative ? En tous les cas, il semble essentiel que l'éducateur aux médias explicite son positionnement et réfléchisse à son action éducative, sur ce qu'il fait et ne fait pas et pourquoi.

Atelier C. L'éducation aux médias est-elle au cœur des politiques publiques concernées par la désinformation ?

Quelle est la place occupée par l'éducation aux médias dans les politiques publiques ? Comment les programmes d'intervention l'envisagent-elle ? Avec quels effets attendus ?

Avec Olivier Gobert (CSEM), Philippe Plumet (Cellule Démocratie ou Barbarie), Pascal Piérart (CREA - Centre de ressources et d'appui du réseau de prise en charge des extrémismes et radicalismes violents), Bérénice Vanneste (Média Animation asbl).



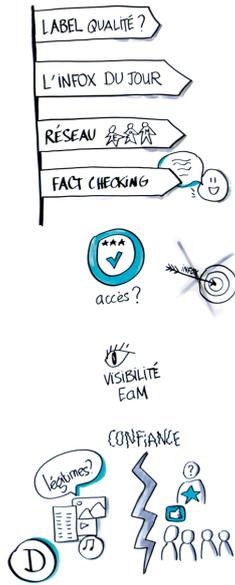
Au travers des initiatives des politiques publiques de lutte contre le radicalisme et celles du travail de mémoire, deux questions émergent principalement : comment pérenniser ces actions ? Et comment libérer la parole des jeunes ? Pour ce faire, ces initiatives devraient s'inscrire en amont dans des processus d'apprentissage dont l'éducation aux médias fait partie et qui travaillent sur une démarche permanente d'éducation à l'esprit critique. A l'instar de l'image de la pelote de laine, cette déconstruction tirerait le fil de la connaissance des faits mais également l'appel aux émotions des jeunes. Cette déconstruction passe dès lors par l'éducation aux médias et ses nombreuses stratégies telles que l'analyse de l'image, le travail sur les stéréotypes et les préjugés, la remise en contexte, la déconstruction des fake news, la réalité virtuelle, etc. Il reste cependant à favoriser des projets et initiatives qui travaillent une thématique en profondeur, plutôt qu'une sortie scolaire en « one shot ». Il est parfois plus efficace d'inviter un ou plusieurs experts d'une question en classe par exemple et de planifier tout un processus d'apprentissage, plutôt que d'organiser une seule sortie durant une seule journée. Or, le manque de temps et de moyens ainsi que le format court de ce type de projets (*one shot*) sont des paramètres de l'enseignement à prendre en

compte. C'est pour ces raisons qu'il conviendrait que l'éducation aux médias apparaisse clairement dans les référentiels d'apprentissage.

Atelier D. Comment faire de l'information sur la désinformation ?

Empreinte digitale (PureFM, RTBF), RTBF Inside, la pastille "anti fake news" du journal de 20h (France2) et les autres formats de ce type, quelle est leur contribution pour informer et former les citoyens face aux fake news ? Quel est le rôle de ces outils et dispositifs éditoriaux ? Eduquer ou crédibiliser ?

Avec Jean-François Dumont, Maya Cham (RTBF - Empreinte Digitale), Sylvia Falcinelli (RTBF - Inside), Mozart Mpia et Jonas Otterstrom (RTBF)



Le constat d'une crise de confiance entre les médias et le public semble faire l'unanimité auprès des participants, soulevant en même temps la question de la légitimité d'un média comme la RTBF pour faire de l'éducation aux médias. Pourtant, la RTBF soutient que de plus en plus de journalistes sont sensibilisés à l'éducation aux médias. Au-delà de cette problématique de légitimité, c'est la visibilité de l'éducation aux médias dans les contenus *mainstream* (Faut-il identifier explicitement qu'il s'agit d'un contenu à visée éducative ?) ainsi que l'accès à ces contenus par les publics eux-mêmes qui posent question. L'écart grandissant entre le public et les médias nécessiterait-il le recours à des intermédiaires (influenceurs, ...) ? Plusieurs propositions sont débattues lors de cet atelier : l'élaboration d'un label de qualité, la mise en avant d'un « infox du jour », la mise en réseau des contenus et acteurs de l'éducation aux médias, des processus de fact-checking ou de transparence médiatique plus explicites, etc. Enfin, il est avancé que les médias devraient peut-être moins cibler la désinformation : moins faire savoir ce qui est faux, que ce qui est vrai.

L'après-midi, la deuxième série d'ateliers articulait différents **types de stratégies éducatives** pour lutter contre les fake news et la désinformation en vue de **débattre des opportunités mais aussi des limites** de ces types d'interventions. Quatre ateliers s'organisaient en parallèle.

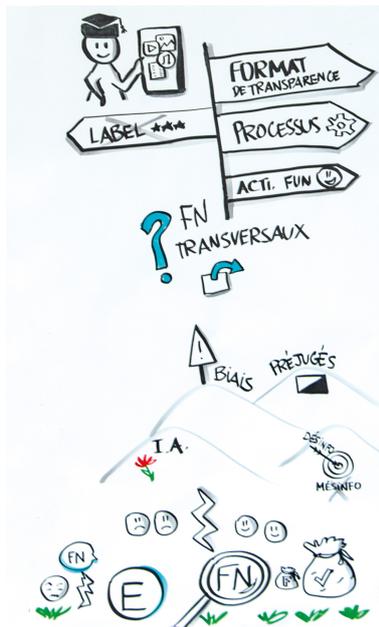


Image 2 - Facilitation graphique de la deuxième série d'ateliers - G,E,H,F.

Atelier E. Le processus et les outils de fact-checking.

La lutte contre la désinformation se résume-t-elle à se poser la question du vrai ou faux ? Quelle est l'efficacité de la démarche du fact-checking en éducation aux médias ?

Avec Sophie Lescrenier (Centre AudioVisuel Liège asbl - penser-critique.be), Sandro Faes (RTBF – Info), Christine Ruol (RTBF – Medialog), Mozart Mpia et Jonas Otterstrom (RTBF)

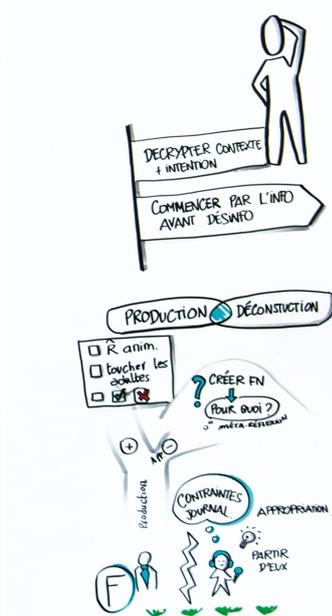


S'il semble exister beaucoup d'initiatives de fact-checking en Belgique et au-delà de nos frontières, le public touché par ces initiatives semble pour autant être déjà convaincu par ce type d'intervention éducative. Il est aussi soulevé comme constat par les participants de cet atelier qu'il faut davantage de moyens et d'énergie pour vérifier une information vraie que pour produire des fausses. Les biais cognitifs, le poids des préjugés, l'absence de travail sur la mésinformation (plutôt que la désinformation) ont été identifiés comme des obstacles relatifs à ce type d'intervention éducative. Les outils se basant sur l'intelligence artificielle seraient eux évalués comme bénéfiques s'ils étaient plus transparents quant à leurs critères et leur mode de fonctionnement. Enfin, il est proposé d'orienter cette stratégie éducative davantage vers des formats transparents, vers un partage de la méthode/du processus plutôt que de labéliser des contenus et qualifier des ressources, ainsi que vers une mise en œuvre plus attractive, voir ludique, de ces activités éducatives. L'impact et la pérennité des fake news transversales (*re-post, share, ...*) restent cependant trop peu abordés dans les interventions éducatives de fact-checking.

Atelier F. La création médiatique citoyenne.

La création médiatique, telle la production d'informations alternatives ou de faux médias, permet-elle de mieux comprendre les mécanismes des fake news et de la désinformation ? Quelles sont les conditions pédagogiques et éthiques nécessaires ? Comment assurer une prise de recul sur cette pratique ?

Avec Brieuc Guffens (IHECS), Maxime Verbesselt (ACMJ), Gaetan Santarelli (Mundaneum), Bérénice Vanneste (Média Animation asbl)



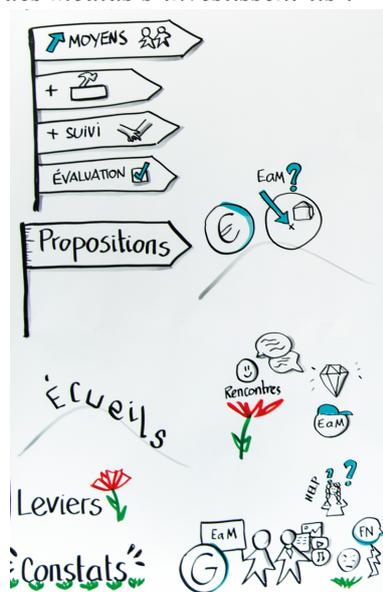
A partir du constat de la rupture de confiance entre les médias et les jeunes, l'atelier plébiscite la participation active des jeunes. La création médiatique obligerait les jeunes à s'impliquer, à s'appropriier les conditions des journalistes mais aussi à déconstruire les processus de l'information. Par cela, ils deviendraient acteurs de leur environnement. Aborder la thématique des fake news par la création peut s'orienter vers deux approches différentes : la première vise à inventer un média idéal (approche positive) ; la seconde part d'une réaction plus négative («on nous prend pour des cons») et vise à rendre confiance aux jeunes, à les rendre maître du processus. Apprendre à faire des fake news soulève une question éthique : que vont-ils en faire ? Quelles sont les dérives possibles de cette production ? Quelle est la prise de recul ? Parce que les mécanismes de production et ceux de la déconstruction de l'information même s'ils sont proches, ne sont pas tout à fait identiques. Cette « pédagogie par l'erreur » suppose dès lors le développement d'une méta réflexion en parallèle dont le rôle de cadrage de l'animateur est essentiel.

Il est proposé dès lors de ne pas toucher seulement les jeunes, mais aussi les adultes parfois davantage crédules ainsi que d'aller au-delà de la question du vrai et du faux. Enfin, il est relevé qu'il est plus

pertinent de comprendre comment on construit une information, avant d'aborder la désinformation en tant que telle. Les projets de créations médiatiques doivent aussi s'accompagner d'un décryptage des contextes tant de diffusion que de réception de l'information, des intentions du média, de son modèle économique, du fonctionnement des algorithmes, etc., bref de l'environnement médiatique et non pas intégrer uniquement le processus de création en lui-même.

Atelier G. Les partenariats éducatifs avec les professionnels des médias.

Comment engager des partenariats éducatifs avec les professionnels des médias ? A l'heure où une certaine méfiance croît dans l'opinion publique à l'égard des journalistes, comment les professionnels des médias s'investissent-ils ?



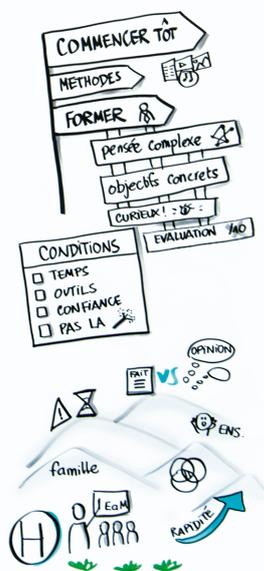
Avec Sophie Lejoly (Association des Journalistes Professionnels), Line Pagé (Fédération professionnelle des journalistes du Québec), Sanne Hermans (Mediawijs), Paul de Theux (Media Animation asbl)

Il est posé le constat que les partenariats entre les éducateurs aux médias et les médias sont d'autant plus nécessaires face à l'inquiétude concernant les fake news et la rupture de confiance entre le public et les médias. Il est également relevé que les enfants ont peu d'interlocuteurs par rapport à leurs questions sur les médias. Les partenariats écoles-médias sont donc à la fois un levier pour la rencontre et les discussions entre les jeunes et les médias, mais aussi une richesse pour les opérateurs d'éducation aux médias. Les freins à ce type d'intervention éducative sont principalement le budget, la place réservée à l'éducation aux médias dans les écoles ainsi que la formation d'enseignants. Il est dès lors proposé un renforcement de moyens (humains et financiers), d'outils, de l'accompagnement et du suivi des enseignants ainsi que des processus d'évaluation.

Atelier H. L'intervention pédagogique ou comment aborder la désinformation avec mon groupe ?

Entre « le » cours d'éducation aux médias idéal et la réalité du terrain, un écart peut exister... Des questions vives qui s'invitent sans prévenir, un temps limité pour travailler des problématiques complexes... Quelle pédagogie privilégier ? Comment répondre à ce qui émerge sur le terrain scolaire ?

Avec Catherine Soudon (CSEM), Martin Culot (Média Animation asbl), Mathieu Pierloot (Conseil de l'Enseignement des Communes et Provinces), Aurore Lepretre (CSEM)



L'éducation aux médias dans la lutte contre les fake news rencontre de nombreuses difficultés pour son intégration dans le champ scolaire, notamment liées au manque de temps, à sa dimension transversale aux disciplines, à l'évolution rapide des pratiques médiatiques, aux craintes d'enseignants, au clivage potentiel entre la famille et l'école, à la distinction étroite et délicate entre ce qui est fait et ce qui est opinion. Dès lors il est proposé de commencer le plus tôt possible et de favoriser des méthodes critiques plutôt que des outils. Il est également encouragé de renforcer la formation des enseignants au niveau de la pensée complexe, de la mise en œuvre d'objectifs concrets et évaluables, de l'épistémologie des savoirs ainsi que de favoriser la curiosité, l'ouverture au monde (pour ne pas être dans le particularisme) et d'aborder tous les médias. Il est relevé que ces propositions éducatives stratégiques devraient dès lors s'accompagner d'un changement fondamental au niveau des principes et méthodes de l'évaluation scolaire. Enfin, les conditions à la bonne mise en œuvre de ces propositions nécessiteraient du temps, des outils concrets pour la mise en œuvre de méthodes, de redonner confiance aux enseignants, mais aussi aux jeunes par rapport aux « autorités » et d'éviter de considérer l'éducation aux médias comme une réponse

à tout problème.

Séance plénière « Quel type d'éducateur aux médias et aux fake news êtes-vous ? » et clôture

- **Yves Collard** a ensuite présenté un modèle en cinq approches critiques de l'information élaboré par les formateurs de l'asbl **Média Animation**⁶ et qui permet notamment de déterminer dans quelle posture d'éducation critique aux médias chacun se trouve car chacun possède sa propre vision de l'esprit critique. Ces cinq approches sont en intersection les unes avec les autres.

1. La posture empirique

Cette posture travaille la question de la vérité et de véracité de l'information. Le média est questionné dans son aptitude à rapporter le réel. Les sources sont-elles valides ? Le média est-il fiable ? On questionne également le respect de la déontologie. On analysera les faits en recoupant l'information (fact-checking), en objectivant la qualité de la source de l'information.

La posture empirique présente plusieurs avantages et inconvénients. Tout d'abord, le rapport au Vrai est une posture concrète. Cependant, certains sujets sont très difficiles à fact-checker. Ensuite l'effet sera limité sur les personnes convaincues d'une opinion (post-vérité). Enfin, la méthodologie du vrai et du faux est compliquée : n'y a-t-il pas de zone grise entre les deux ? Quel est le risque d'une vision binaire des faits ?

2. La posture déconstructiviste

Via cette posture, on s'intéresse au réel reconstruit à travers le média. On évacue la notion de Vérité au profit de l'analyse de la construction du média. C'est le travail sur les 6 dimensions de l'éducation aux médias. Via cette posture on étudie tous les médias dans toutes leurs composantes communicationnelles, de manière concrète.

L'avantage de cette posture déconstructiviste est qu'elle est possible sur tous les médias. Toutefois la limite réside dans le fait que cela introduit un certain relativisme et une dépolitisation.

3. La posture idéologique

Cette posture considère que les médias sont tous imbriqués dans un système beaucoup plus large (système politique, de lutte sociale, culturel...). Il s'agit de démontrer comment les macrostructures (financement, conflit d'intérêt et lien avec le politique) empêchent les journalistes d'être totalement indépendants dans leur profession. Dans cette perspective le journaliste peut être vu comme un propagandiste.

L'inconvénient est que cette posture suppose souvent une position politique et une opinion sur ce que devraient être les médias et la société en général. Par ailleurs, cette posture permet peu d'analyse de contenu et de réflexion sur la réception.

4. La posture cognitiviste

Avec la posture cognitiviste, on s'intéresse davantage à l'individu : comment chaque individu va réceptionner un média. Via cette posture, on évalue la capacité d'un individu à évaluer comme fiable un document qui ne va pas dans le sens de ses croyances (réflexions sur ses usages) et inversement. On s'intéresse davantage au phénomène de réception, en mobilisant les biais cognitifs, plutôt qu'à l'industrie médiatique en elle-même.

L'objectif étant que « l'éduqué aux médias » serait alors capable de décoder un média, de construire un message, tout en ayant conscience de ses propres *a priori*. Cette démarche présente une approche individualisante qui suppose un travail de décentration intéressant, mais difficile.

5. La posture communautaire

Cette posture propose de s'intéresser aux logiques de partage de l'actualité sur les réseaux sociaux. Quelles informations vont mobiliser les individus et à qui les partagent-ils ? A partir de quel moment allons-nous commencer à faire circuler une info via les réseaux sociaux ? A qui allons-nous partager

⁶ Cette présentation sera disponible sous la forme d'une étude et d'un outil pédagogique à partir de l'automne 2019 – www.media-animation.be

cette information ? Au grand public ? Seulement à certains amis ? Et surtout : quel commentaire allons-nous donner à cette information pour qu'elle circule ? Autrement dit : comment un média va-t-il construire, renforcer une communauté, en l'occurrence sur les réseaux sociaux, une communauté dite virtuelle.

L'avantage de cette posture est qu'elle se détache de la perspective cognitiviste très individualisante et qu'elle s'adapte bien à la logique de réseaux sociaux et de partage en ligne. On s'intéresse davantage aux actualités fédératrices qu'à une critique systématique des médias. On travaille sur les éléments qui sont partagés, qui font communauté, cela permet aux jeunes de mieux se connaître via ces activités de partage.

- La synthèse des différents ateliers a ensuite été présentée par **Anne-Claire Orban (Média Animation)** à partir de la facilitation graphique réalisée par **Ariane Riveros** et a conclu les travaux de cette journée.

Synthèse des points d'attention présents dans ce rapport

- ❖ Favoriser une approche éducative sur la problématique des fake news plutôt que législative.
- ❖ Engager davantage les journalistes dans l'éducation aux médias
- ❖ Toucher autant les publics âgés que les jeunes par l'éducation aux médias et à l'information
- ❖ Rendre les travaux de recherche plus connus et visibles, notamment auprès des éducateurs aux médias.
- ❖ Développer davantage les liens entre chercheurs et praticiens de l'éducation aux médias
- ❖ Proposer à la recherche de travailler sur les stratégies éducatives possibles face à la problématique des fake news et de la désinformation.
- ❖ Favoriser des situations éducatives qui permettent de rendre les jeunes acteurs et créatifs face aux théories du complot notamment par une réappropriation du politique et de l'effet sur le réel qu'induisent les théories du complot.
- ❖ Développer des processus d'apprentissage qui mèneront les élèves à mettre fin au relativisme, à comprendre que toutes les opinions ne se valent pas.
- ❖ Encourager l'éducateur aux médias à prendre une posture normative : à expliciter son positionnement et réfléchir à son action éducative, sur ce qu'il fait et ne fait pas et les raisons qui y sont liées.
- ❖ Favoriser les initiatives des politiques publiques qui permettent de traiter une question, un thème, en profondeur.
- ❖ Encourager la pérennisation des actions et les inscrire dans tout un processus d'apprentissage, donc l'éducation aux médias ferait partie.
- ❖ Donner des moyens et du temps au secteur éducatif pour leur permettre d'aller au bout de leurs projets.
- ❖ Augmenter la visibilité de l'éducation aux médias dans les contenus mainstream.
- ❖ Inviter les médias à proposer des processus de fact-checking ou de transparence médiatique plus explicites.
- ❖ Réduire la crise de confiance en proposant une autre stratégie d'éducation aux médias aux médias traditionnels qui cible davantage l'information que la désinformation : moins faire savoir ce qui est faux, que ce qui est vrai.
- ❖ Favoriser des outils de fact-checking aux formats transparents, ceux proposant un partage de la méthode/du processus plutôt que ceux labélisant et qualifiant uniquement les contenus et ressources.
- ❖ Développer une mise en œuvre plus attractive, voir ludique, de ces activités éducatives de fact-checking.
- ❖ Décrypter les fake news dans leur globalité en intégrant aussi leur transversalité (re-post, share, ...) et pas uniquement leur contenu et les intentions de l'auteur.

- ❖ Encourager la participation active des jeunes, notamment via la création médiatique afin de déconstruire le processus de l'information.
- ❖ Encourager une méta réflexion de la part de l'éducateur aux médias et un certain cadrage de cette activité de création médiatique, passant notamment par la pédagogie par l'erreur.
- ❖ Intégrer le décryptage du contexte, des intentions, de tout l'environnement médiatique au processus de création médiatique.
- ❖ Encourager les partenariats éducatifs avec les professionnels des médias, notamment les partenariats médias-écoles pour fournir des interlocuteurs aux jeunes sur leurs questions envers les médias.
- ❖ Renforcer la formation des enseignants aux questions d'éducation aux médias.
- ❖ Renforcer la place réservée à l'éducation aux médias dans les écoles par des moyens (humains et financiers), des outils, de l'accompagnement et du suivi des enseignants.
- ❖ Intégrer l'éducation aux médias le plus tôt possible dans le parcours scolaire.
- ❖ Renforcer la formation des enseignants au niveau de la pensée complexe, de la mise en œuvre d'objectifs concrets et évaluables, de l'épistémologie des savoirs ainsi que de favoriser la curiosité, l'ouverture au monde (pour ne pas être dans le particularisme) et encourager le fait d'aborder tous les médias. Tout en leur redonnant confiance.
- ❖ Éviter de considérer l'éducation aux médias comme une réponse à tous les maux.

Description de la méthodologie des ateliers

Un atelier durait d'une heure 15 (matin) à une heure 30 (après-midi). Il était organisé comme suit :

Un **facilitateur** introduisait l'atelier et ses objectifs. Il veillait au bon déroulement de la méthodologie et donnait la parole aux uns et autres pour favoriser un climat d'écoute et de coopération.

Plusieurs **intervenants** présentaient chacun une initiative/expérience/situation relative à la thématique de l'atelier. Ils veillaient à être concis et ouverts à la discussion et au retour critique.

Les **participants** ont été invités à choisir un **rôle spécifique** à adopter pour le débat :

- *Le spontané* dressait un premier constat de la situation à partir de son vécu, il partage une première réaction.
- *Le convaincu* pointait les qualités, les points forts de la situation, inspirés par les initiatives proposées.
- *Le dubitatif* interrogeait les limites, les points faibles de la situation, également à partir des initiatives proposées.
- *Le propagateur* décelait les conditions/l'environnement nécessaires à la dissémination, à la pérennité, à la reproduction de l'initiative présentée
- *L'alternatif* apportait une nuance, une piste ou idée complémentaire au débat : «Et si... »

Impliqués dans une écoute active de chaque intervenant, les participants ont partagé ensuite leurs points de vue et ont collaboré activement au diagnostic de l'éducation aux médias par rapport à la thématique de leur atelier. Si quelqu'un ne souhaitait pas participer de façon active, il ne prenait pas de rôle à l'entrée.

Le **gardien du temps** a eu un œil sur sa montre en veillant au timing proposé pour l'atelier. Il a eu l'indispensable tâche d'informer ses pairs sur le temps qui passe.

Le **rapporteur**, lui, prenait note des principaux éléments de débats. Il a restitué et a fait valider sa synthèse par le groupe en clôture d'atelier.

Contexte et suivi

Cet eventLab fut organisé dans le cadre du projet « Belgian Better Internet Consortium » (www.b-bico.be), financé par l'Union Européenne, et qui vise à rassembler les acteurs et les initiatives belges pour un Meilleur Internet. Deux autres *labs* seront organisés d'ici mai 2020 et aboutiront à un ensemble de recommandations pour un Meilleur Internet à l'attention des décideurs politiques, des chercheurs, des médias, de l'industrie, de la société civile dans son ensemble, etc.

Point de contact : Anne-Claire Orban – ac.orban@media-animation.be

Rapport publié le 29 mai 2019