

Esprit critique et éducation aux médias. Pistes de réflexion.

Intervention le 4 avril 2014 journée de formation ADBEN

Sophie Jehel

**MCF Université Paris 8 Vincennes Saint-Denis
Laboratoire CEMTI EA 3388 Centre d'étude sur les
médias les technologies et l'internationalisation**

Favoriser l'esprit critique vis-à-vis des médias : un mandat officiel

- **Orientations officielles de la loi de refondation** , Apprendre à l'ère du numérique :
- « Il est impératif de former les élèves à la maîtrise, **avec un esprit critique**, de ces outils qu'ils utilisent chaque jour dans leurs études et leurs loisirs et de permettre aux futurs citoyens de trouver leur place dans une société dont l'environnement technologique est amené à évoluer de plus en plus rapidement. Les professeurs-documentalistes doivent être particulièrement concernés et impliqués dans les apprentissages liés au numérique.... » (source Legifrance, Loi 8 juillet 2013)
- **Définition de l'inspection générale de l'EMI**
- "Toute démarche visant à permettre à l'élève de connaître, de lire, de comprendre et d'apprécier les représentations et les messages issus de différents types de médias auxquels il est quotidiennement confronté, de s'y orienter et d'utiliser de **manière pertinente, critique et réfléchie** ces grands supports de diffusion et les contenus qu'ils véhiculent."
- ... **L'éducation à la citoyenneté**
- **L'école doit donner aux élèves** les instruments de leur autonomie et de leur responsabilité, **en leur enseignant la distance intellectuelle, en développant leur esprit critique**, en leur apprenant les règles d'un bon usage des moyens d'information et de communication, **en leur transmettant les valeurs, les concepts et les outils propres à garantir leur propre protection en même temps que le respect d'autrui**. Il s'agit avant tout de leur faire prendre conscience que les **conditions de production de l'information**, le support ou le canal de diffusion ne **sont pas neutres : qu'ils conditionnent la forme des messages**, induisent une série de choix et donc **surdéterminent leur contenu**. »
- <http://eduscol.education.fr/numerique/dossier/competences/education-aux-medias/notion>

Code de l'éducation

- Article L321-3
- La formation dispensée dans **les écoles élémentaires** suit un programme unique réparti sur les cycles mentionnés à l'article L. 311-1[...]
- Cette formation assure l'acquisition des instruments fondamentaux de la connaissance : [...] Elle contribue également à la compréhension et à un **usage autonome et responsable des médias, notamment numériques....**
- Article L332-5: La formation dispensée à tous les élèves des **collèges** comprend obligatoirement **une initiation économique et sociale** et une initiation technologique ainsi **qu'une éducation aux médias et à l'information.**
- Article D314-99
- Le **Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information** est chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif. Il a pour mission de promouvoir, tant au plan national que dans les académies, notamment par des actions de formation, l'utilisation **pluraliste** des moyens d'information dans l'enseignement afin de favoriser **une meilleure compréhension** par les élèves du monde qui les entoure **tout en développant leur sens critique.**

Positionnement de la communication

- **Approche de l'école comme pont entre le passé et le présent** (Arendt), échapper à l'instantanéité, au présentisme
- **Approche complexe des médias** : « les médias doivent être conçus comme un ensemble de **techniques de production** et de **transmission de messages** à l'aide d'un canal, d'un support (journal papier, ondes hertziennes, câble etc...) vers un terminal (récepteur écran) ainsi que comme le **produit de cette technique**(journaux, livres, émission) ; dans un second temps comme une **organisation économique, sociale et symbolique** avec ses modalités de fonctionnement, ses acteurs multiples) qui traite ces messages et qui donne lieu à des usages variés. » R. Rieffel *Que sont les médias?*
- => l'EMI ne peut trancher dans ses 6 facettes de l'objet médiatique
- **Approche socio-économique des médias**, place des médias dans le développement du capitalisme actuel (Boltanski Chiapello ; F. Rebillard; Ph. Bouquillon)
- **Approche socio-politique des médias**, comme pourvoyeurs principaux des espaces publics en démocratie (Habermas)

1 Développer l'esprit critique par l'EMI

Atouts et Obstacles

Atouts

- Nécessité : une demande politique

Dérégulation des médias numériques

Faible régulation du web => EMI fait partie de l'éco politique des médias (directive européenne Service médias audiovisuels (SMA) 2010), EMI comme contrepoint à la dérégulation

- Une demande sociale : inquiétude des parents, méfiance des Français vis-à-vis des médias (sondages La Croix)
- Un impératif en phase avec les valeurs de la société de la modernité tardive

Esprit critique et autonomie de pensée

- Dans les sociétés traditionnelles « l'émancipation du jeune [est] subordonnée à la fin de la sujétion à la patria potestas », alors qu'aujourd'hui « **l'obtention de l'autonomie** se réalise dans le cadre d'un parcours de maturation psychique et sociale qui légitime le rôle de la médiation des parents ». V. **Cicchelli** *La construction de l'autonomie* Paris, PUF 2001.
- Le modèle éducatif promu **par F. Dolto** combine autonomie et confiance : « Laissons l'enfant aussi libre que possible, sans lui imposer des règles sans intérêt. Laissons lui seulement le cadre des règles indispensables à sa sécurité et il s'apercevra à l'expérience, lorsqu'il tentera de les transgresser, qu'elles sont indispensables et qu'on ne fait rien pour l'embêter ». « **L'important c'est que l'enfant soit en sécurité, autonome, le plus tôt possible.** » F. Dolto *Les étapes majeures de l'enfance*, Paris : Gallimard/Folio 1994
- **F. De Singly** *Les Adonaissants* A. Colin 2006
L'obéissance a été remplacée par l'objectif de « **devenir soi-même** »
- **Valeurs des enseignants eux-mêmes**, en phase avec l'objectif de construction d'une pensée
- Boltanski et Chiapello autonomie, projet individuel, effacement des hiérarchies, font partie des modalités du management du ***Nouvel esprit du Capitalisme***

Les Obstacles à la démarche: -côté enseignants/ côté médiatique

- **Obstacles liés à la situation de l'enseignant**
 - Comment stabiliser son autorité si on apprend le doute et l'autonomie
 - Esprit critique : à la base de la crise de la modernité (Arendt, s'appuyant sur Kant)
 - Comment fonder une autorité si les élèves en savent davantage sur l'objet?
 - Esprit critique ≠ réaction spontanée des élèves
 - Comment construire ensemble un point de vue critique qui laisse une marge de liberté à l'élève
 - Comment intervenir sur des objets affectifs, qui suscitent des réactions émotionnelles (sans formation ni pratique professionnelle)

Les difficultés liés à la nature de l'objet médiatique

- Espaces médiatiques principalement commerciaux (risque que l'EMI vienne redoubler le message promotionnel)
- Discours médiatique dominant en phase avec le discours de l'autonomie, mais cherche à produire de l'audience et donc de l'uniformité (industries culturelles, Adorno)
- Place prépondérante des images (faible formation des enseignants)
- Discours médiatique pour une part pulsionnel, économie de l'attention (proximité, interactivité)
- Formation nécessaire

Pistes proposées dans la conférence

- Aborder les questions à partir de deux entrées particulières :
 - Espace public médiatique
 - Les émissions de télé-réalité
- Justification :
 - entrées qui permettent d'aborder certains risques médiatiques
 - refus d'une démarche techniciste, utilitariste de l'EMI, réductrice
 - Fertilité d'un accompagnement des adultes sur des thèmes complexes pour les élèves
 - 2 thèmes différents mais complémentaires

2. Explorer l'espace public médiatique

- Question centrale sur le web: caractéristiques de l'espace du web, qu'est-ce qui est public/ privé
- Nouveauté : ampleur et précocité de l'exposition des jeunes
- Approche politique de la citoyenneté sur le web (et non morale)
- Enjeux interculturels et politiques : fondements de l'espace public européen/ ceux de l'espace public américain
- Éclairage des risques médiatiques qui inquiètent l'école : harcèlement, exposition de la vie privée, des données personnelles

Définir l'espace public

- Définition lexicale de l'adjectif « public »
- 4 sens différents (Trésor de la Langue française)
- 1^{ère} acception : **d'Etat, , qui est sous contrôle de l'État, qui appartient à l'État, qui dépend de l'État** (charges publiques, agent public, droit public, autorité publique...)
- 2^{ème} acception – **Qui concerne tout un peuple, l'ensemble de la population.** Bonheur, ordre public; morale publique; mœurs publiques; contributions publiques; hygiène publique; travaux d'utilité publique.
- 3^{ème} acception **Qui est connu, notoire.** 1. Qui n'est pas secret, qui a lieu, qui se passe devant plusieurs témoins. Affront, débat, éclat, éloge, scandale public; assemblée, confession, délibération, discussion, explication, réunion, séance publique;
- 4^{ème} acception. – **Qui est général, commun à tous.** 1. Accessible, ouvert à tous; qui est à l'usage de tous, et dont la gestion, l'entretien revient à l'État ou plus particulièrement aux collectivités locales ou régionales. ex Édifice, établissement, passage, téléphone public; décharge, promenade, propriété, salle publique; bains, hôpitaux, hospices, transports publics; constructions, fontaines publiques. Jardin* public; bibliothèque* publique.

Pas de liberté individuelle sans séparation espace public/ espace privé

Primauté de l'espace public comme fondement de la vie politique

- « Dans la pensée grecque, la capacité d'organisation politique n'est pas seulement différente elle est l'opposé de cette association naturelle centrée autour du foyer (oikia) et de la famille. L'avènement de la cité conférait à l'homme « outre sa vie privée, une sorte de seconde vie, sa vie politique. Désormais chaque citoyen appartient à deux ordres d'existence; il y a dans a vie une distinction très nette entre ce qui lui est propre (idion) et ce qui est commun (koinon » » H Arendt *Condition de l'homme moderne*, p61
- Espace public : espace de parole (logos)
- Lien entre parole publique, parole vraie, et citoyenneté (parole réservée), et décision politique (Foucault, *Cours sur le gouvernement de soi et des autres*)

Primauté de l'espace public dans le lien social

- Espace public = ce qui est vu et entendu par tous => « constitue la réalité » pour nous (Arendt)
- Espace public = ce qui est commun, « qui relie et qui sépare » (Arendt)
- Vivre ensemble dans le monde: c'est dire essentiellement qu'un monde d'objets se tient entre ceux qui l'ont en commun, **comme une table est située entre ceux qui s'assoient autour d'elle**; le monde comme tout entre-deux, relie et sépare en même temps les hommes. (Arendt)

- Espace privé : dans l'ombre (antiquité)
- Modernité : séparation public / privé : protection des libertés individuelles
- Différence Etat de droit / totalitarisme (Lefort)
- Séparation société/ Etat
- Mais évolution, porosité de la frontière =>
de + en + de contrôle de l'Etat sur la sphère privée
(modalités de gouvernement des corps, Foucault),
intérieurisation des interdits étatiques (Elias, civilisation
des moeurs)

Resituer les médias comme pourvoyeurs d'espaces publics indispensables à la démocratie

- Histoire de l'Espace public moderne (Habermas)
- Construction de l'espace public par le marché des œuvres littéraire, ouverture du marché => ouverture de la discussion autour des œuvres
- Publicité des débats corrélée à la construction de lois abstraites, fondées sur la raison (Montesquieu, Locke)
- Lien historique entre débats dans les cafés et journaux

Médias indispensables à la démocratie :

- Intermédiaire entre les politiques et les électeurs
- Pas d'élection sans campagne médiatique
- Espace de débat, contradictoire (pluralisme), expression des opinions
- Médias contre-pouvoir, contrôle du pouvoir par l'information (cf dénonciation de l'affaire Cahuzac)
- Contre-pouvoir des médias, médias alternatifs (Granjon, Cardon)
- Démocratie participative et web (Cardon, Flichy, Blondiaux)

=> pas de démocratie sans liberté d'expression, pas de démocratie sans déontologie des médias

Espace public structuré par des logiques commerciales

- Instrumentalisation de l'espace public par les entreprises commerciales: public transformé en audience, et en « prospect »
- Tendance à rabattre le citoyen sur le consommateur
- La publicité « est plus que jamais au cœur de l'économie de la valorisation des biens informationnels. Mais le consommateur dans un environnement économique et social numérique y apparaît d'abord comme nœud de réseau, autrement dit individu membre d'un réseau social. Aussi ne peut-il que tendre à devenir lui-même une plateforme, un média. » (Chantepie)
- Détournement de la dimension participative en production gratuite de contenus (Dujarier, Rebillard, Dupuy-Salle, Frau-Meigs) + récupération des données personnelles
- Faiblesse des régulations publiques (autorégulation)

Pistes pour les élèves

- Web : avant tout un espace public
- Agissements sur le web destinés à être publics
- Liberté d'expression aussi pour les mineurs
- règles liés à l'importance de l'espace public
- Construction d'une identité publique sur le web
- Liberté d'aller et venir anonymement => méfiance vis-à-vis de la géolocalisation...

3. Analyser les émissions de télé réalité au regard de l'idéologie néolibérale

- Qu'est ce que la télé réalité?
des émissions plaçant des personnes dans des situations artificielles afin d'observer leur comportement et de susciter des réactions dans le public. (CSA)
Difficile à mesurer : à cheval sur des catégories existantes, jeu, divertissement, magazine
 - Procédés de réalisme, de flux (« fiction réelle »)
 - Exposition de l'intimité
 - Jeux de compétition et de sélection
- Pourquoi travailler sur la télé réalité?
 - Programmes omniprésents dans les grilles
 - Part de la culture médiatique des jeunes
 - Malaise des jeunes (dénigrement; fascination)
 - Malaise du public (programmes les plus détestés)

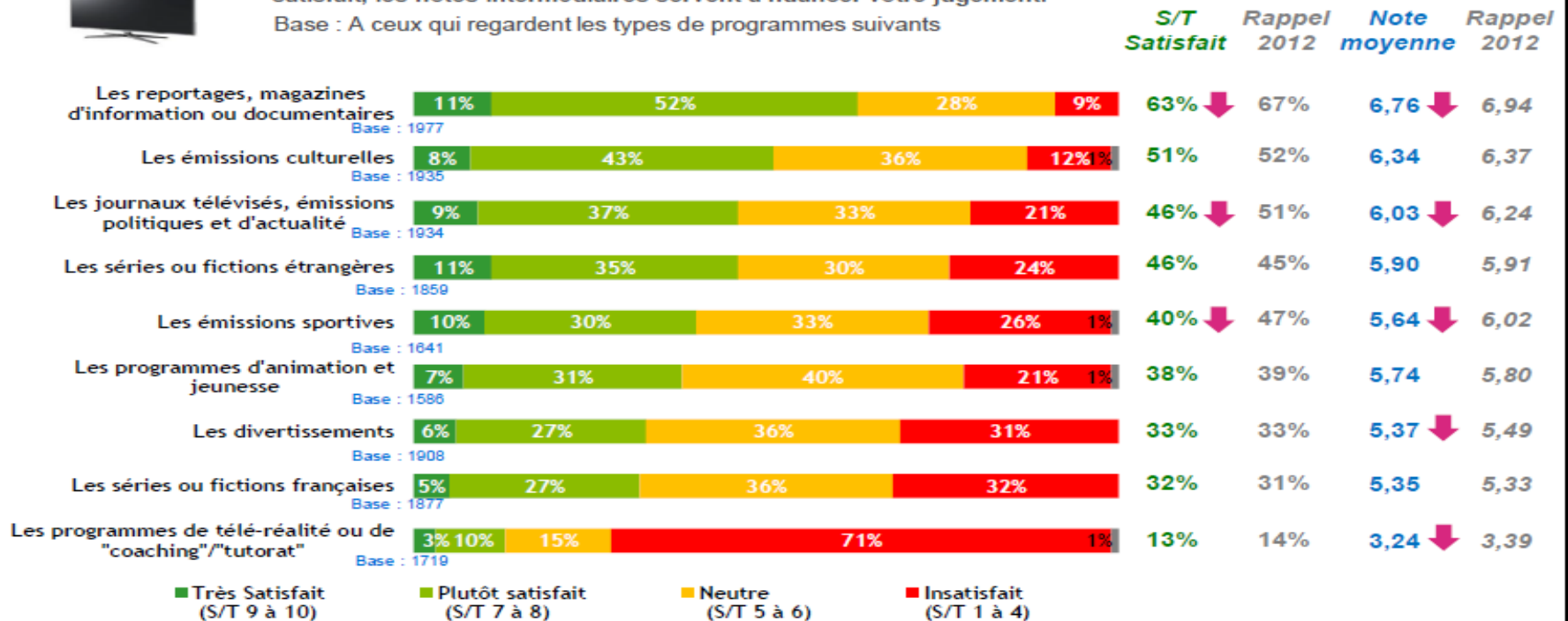
Baromètre de perception de la qualité des programmes BVA pour CSA fev 2014 (site csa.fr)

En 2013, la satisfaction à l'égard des émissions les plus consommées (magazines, émissions d'actualité et sportives) est en retrait



Et êtes-vous satisfait de la qualité des genres de programmes suivants ? Vous allez donner une note de 1 à 10. 10 signifie que vous en êtes très satisfait, 1 que vous n'en êtes pas du tout satisfait, les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

Base : A ceux qui regardent les types de programmes suivants



Pour les reportages, magazines d'information ou documentaires, la baisse de satisfaction se reporte principalement sur des notes neutres (5 à 6). Pour les JT, émissions politiques et d'actualité et les émissions sportives, la baisse de satisfaction se reporte principalement sur les insatisfaits (notes 1 à 4). - 14 -

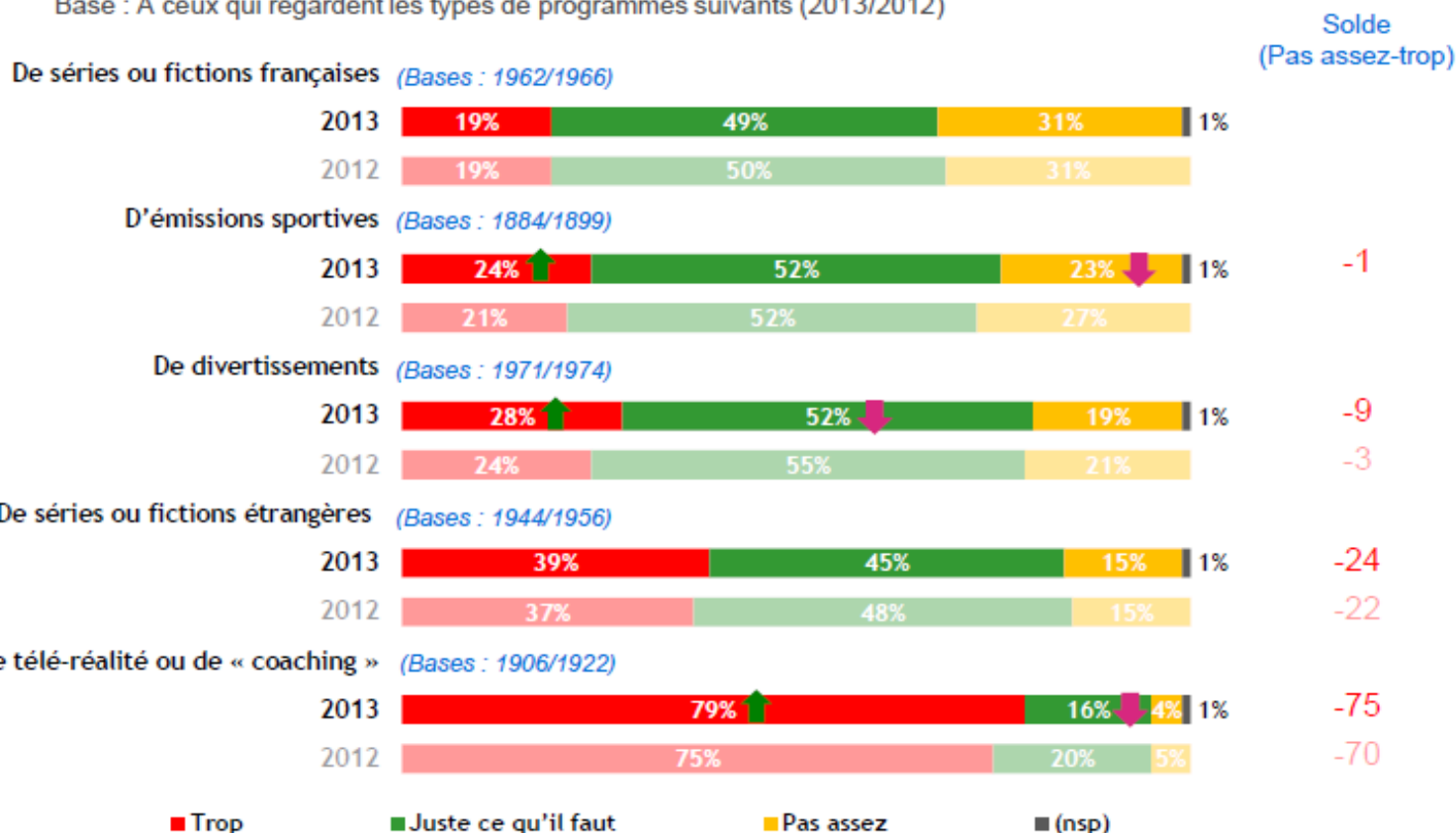
A l'inverse, ils sont plus nombreux en 2013 à trouver trop présentes les émissions de télé-réalité et les divertissements



Et diriez-vous qu'à la télévision aujourd'hui il y a trop, juste ce qu'il faut ou pas assez ... ?



Base : A ceux qui regardent les types de programmes suivants (2013/2012)



Place dans les grilles de programme

Chaînes commerciales (mais pas toutes), exemples récents:

- **TF1**: Secret story, Danse avec les stars, the Voice, l'amour est dans le pré
- **M6**: Le pensionnat, les reines du shopping, un diner presque parfait, incroyable talent
- **W9**: relooking extreme, un dîner presque parfait, le meilleur patissier, séduis moi si tu peux, les Chtis à Hollywood
- **NRJ12**: l'île des vérités (4 diff par jour)
- **Chérie 25**: Top chef (4 ém. par jour)
- **NT1** : Bachelor,
- **Gulli**: Tahiti Quest (pour enfant et parents) depuis février 2014

Esprit critique et télé réalité

- La pseudo éthique de responsabilité des entreprises
- La pseudo distance des adolescents
- L'apprentissage du dénigrement
- Mise à distance nécessite un outillage conceptuel, une compréhension du fonctionnement des médias dans son ensemble
- Expérience qui met les jeunes en situation d'activité

Quelle vision du monde?

Point de vue d'un programmeur

- «Des émissions comme *Koh-Lanta* ou *Le maillon faible* représentent la réalité. Dans la vie il y a aussi cette forme d'agressivité qui est subie ou qu'on fait subir. Cette agressivité dès lors qu'elle est ludique, est une forme d'anxiolytique ». Il ajoutait « l'élimination est la représentation de ce qu'est notre vie. Une lutte pour survivre, pour être le meilleur, pour ne pas être éliminé du système ». X. Couture dir. antenne TF1, *Libération* 4 aout 2002

Analyse d'un sociologue

- Z. Baumann analyse les émissions comme *Big brother (Loft story)* et *le Maillon faible* comme articulées à la diffusion d'un message de flexibilité, pour ne pas dire à un retour à la loi de la jungle:

« Si vous n'êtes ni plus dur, ni moins scrupuleux que tous les autres, ils vous élimineront en vitesse et sans remords. Le plus capable (lire le moins scrupuleux) survivra » ;

« les équipes n'existent que pour servir l'autopromotion de leurs membres les plus futés et n'ont d'autres valeur au dehors ». Bauman Z. *La société assiégée* p 91.

Hypothèse de recherche

- Des émissions qui banalisent et diffusent une idéologie néolibérale

« le néolibéralisme définit une certaine norme de vie [...] Cette norme enjoint à chacun de vivre dans un univers de compétition généralisée, elle somme les populations d'entrer en lutte économique les unes contre les autres, elle ordonne les rapports sociaux au modèle du marché, elle transforme jusqu'à l'individu appelé désormais à se concevoir comme une entreprise. »(P. Dardot, Chr. Laval *La nouvelle raison du monde* 2009)

Enjeux de citoyenneté: des émissions qui valorisent des valeurs contraires à celles que l'école doit promouvoir

- « tout est permis » pour gagner (y compris tricher)
- Habituation à un espace de non-droit pour les jeunes (renonciation à presque tout pour la « célébrité »)
- Dénigrement généralisé (entre candidats; public / candidats)
- Exposition de soi comme valorisation de ses capacités marchandes
- Importance de la démarche d'enquête qui met les jeunes en situation d'activité

Quelques pistes de travail avec élèves

- Analyser les conditions de la compétition
- Analyser les procédures de sélection
- Repérer les univers de la compétition
- Impact sur les groupes : quelle solidarité?
Quelles relations interpersonnelles
- Présence de la valeur monétaire (ampleur des gains)
- Recours aux stéréotypes

conclusion

- Importance de ne pas limiter l'EMI à des problématiques techniques: ne pas transformer l'école en SAV des industries médiatiques
- Comprendre la place/ le rôle des technologies dans le capitalisme moderne
- Rôle des contenus médiatiques dans la socialisation des jeunes (intelligence des jeunes et transmission des normes)
- Donner un espace pour comprendre ce qui fait malaise

Bibliographie

En plus des ouvrages cités précédemment

- TH. ADORNO Le caractère fétiche dans la musique et la régression de l'écoute, Paris ed. Allia 2001 (1ère ed. 1938)
- H. ARENDT Condition de l'homme moderne (1ère édition 1958) Paris, Calmann-Lévy Pocket, 1983.
- L. BLONDIAUX Le nouvel esprit de la démocratie : actualité de la démocratie participative La République des idées, Paris, Seuil, 2008.
- L. BOLTANSKI E. CHIAPELLO Le nouvel esprit du capitalisme Paris, Gallimard, 1999.
- Ph. BOUQUILLION, J. MATTHEWS Le web collaboratif, Mutations des industries de la culture et de la communication, Grenoble, PUG 2010.
- D. CARDON F. GRANJON Médiactivistes Paris, Presses de Sciences Po 2013
- Ph. CHANTEPIE « Le consommateur comme plate-forme : l'économie du marketing en ligne » in GREFFE X. SONNAC N. [2008] Culture web, Création, contenus, économie numérique, Dalloz, p495-511.
- M-A. DUJARIER Le travail du consommateur Paris, La Découverte 2008.
- M. DUPUY-SALLE « L'intégration des fans dans les stratégies de valorisation de contenus contribue-t-elle au développement des industries créatives ? » Tic et Société 4 n°2, 2010.
- P. FLICHY « Internet et le débat démocratique » Réseaux 2008/4 n°150 p 159-185.
- D. FRAU-MEIGS Penser la société des écrans, Paris, Presse Sorbonne nouvelle 2011.
- J. HABERMAS L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la sphère bourgeoise, Payot 1978 (1ère édition 1961).
- S. JEHEL Parents, médias : qui éduque les préadolescents ? Erès 2011.
- S. JEHEL « La télé réalité, une fabrique de boucs émissaires ? », in Fr. Chauvaud, J-Cl. Gardes, Ch. Moncelet, S. Vernois (dir.) Boucs émissaires, têtes de Turcs et souffre-douleur, p311-328, PUR.
- S. JEHEL En préparation : Télé réalité : la contre-école
- Cl. LEFORT La question de la démocratie in Essais sur le politique Paris, Le Seuil, 1986.
- F. REBILLARD Le web 2.0. en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet. Paris : L'Harmattan, 2007.