

La lettre du **CIEM**

N° 9 SEPTEMBRE/OCTOBRE 2006

*Tribune collective qui met en avant les préoccupations, les recommandations ou critiques partagées et portées par l'ensemble des organisations regroupées dans le **Collectif Interassociatif Enfance et Media (CIEM)** et qui se placent du point de vue de l'éducation et de la protection de l'enfance en contact avec les médias.*

*Cette lettre entend jouer un rôle fédérateur d'idées entre les membres du **Collectif Interassociatif Enfance et Media (CIEM)** et aussi d'interpellation et de proposition vers l'extérieur (créateurs, producteurs, diffuseurs, responsables politiques, organismes de régulation...)*

La lettre se donne également pour mission d'initier des thématiques - suscitées par l'actualité ou les préoccupations de ses membres - afin d'engager ou d'enrichir le débat public sur les questions soulevées par la relation des enfants et des jeunes aux divers médias (TV, Radio, Vidéo, DVD, presse, Web, jeux électroniques...)

***Le CIEM** est un collectif pluraliste qui fait prévaloir une logique d'usage multimédiatique des publics. Il est composé de personnalités morales :*

Association des Instituts de Rééducation (AIRE); Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active (CEMEA); Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques (AFC); Confédération Syndicale des Familles (CSF); Conseil Français des Associations pour les Droits de l'Enfant (COFRADE); Conseil National des Associations Familiales Laïques (CNAFAL); Familles de France; les Familles Rurales; les Scouts de France; Fédération des Parents d'Elèves de l'Enseignement Public (PEEP); Fédération des Conseils de Parents d'Elèves (FCPE); Fédération des Syndicats Généraux de l'Education et de la Recherche Publique (SGEN-CFDT); Fédération Nationale des Associations de Parents et animateurs pour l'Education chrétienne des Elèves de l'Enseignement Public (FNAPAPEC); Francas ; La Ligue Française de l'Enseignement et de l'Education Permanente; Les Pieds dans le Paf ; Syndicat des Enseignants (SE-UNSA); Syndicat National des Enseignants du second degré (SNES); Syndicat National Unitaire des Instituteurs Professeurs des Ecoles et Professeurs d'Enseignement Général de collèges (SNUIPP/FSU); Union Nationale des Associations Autonomes de Parents d'Elèves (U.N.A.A.P.E); Union Nationale des Associations Familiales (UNAF); Union Nationale des Parents d'Elèves de l'Enseignement Libre (UNAPEL).

1. CONTRIBUTION AUX DEBATS :

JEUNES ET MEDIAS, JEUNES ET ECRANS, derrière cette relation se profile l'activité dominante des enfants et des jeunes, dans leurs temps de loisirs. 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 (1). Certes cette consommation n'est pas que mono-centrée, elle est aussi assez souvent en usage « tapisserie» et différente en terme d'implication, selon que les médias sont des *pull* ou *push médiums* (2).

A partir de nos pratiques sur la problématique protection/éducation, il nous semble utile de rappeler les fondements de toute éducation aux médias.

UNE VISION NECESSAIREMENT PLURI-MEDIA.

Une donnée paraît essentielle: on ne peut isoler un seul écran, un seul média, nous devons nous situer dans une vision pluri-média, trans-écrans, tant les jeunes passent de l'un à l'autre, tant les contenus sont hybrides et inter-dépendants.

La réception des images est un processus actif. L'enfant est en permanence sollicité, il entre dans les images, s'y déplace en pensée. Des interactions s'opèrent entre l'image symbolique vue et la représentation antérieure que l'enfant a de ce qu'il est en train de voir, des représentations se déconstruisent et se reconstruisent. Au-delà de la mobilisation d'émotions, de sentiments, l'enfant s'implique souvent également corporellement (3).

UNE POLITIQUE DE PROTECTION NE SUFFIT PAS.

La protection est nécessaire mais elle se situe dans une démarche en quelque sorte d'après coup, il s'agit de choix ou de politiques d'accompagnement ou de rattrapage. Elle n'a de sens que si elle est fortement articulée et surtout ancrée dans des politiques de l'amont, en matière d'offre de programmes ambitieuse pour les publics jeunes, d'anticipation et de prévention, en un mot d'éducation. Ainsi les Ceméa sont impliqués, avec tous les autres acteurs membres du CIEM (4), pour œuvrer avec les instances de régulation (le CSA, par exemple) et les éditeurs-concepteurs de programmes, dans cette direction. L'approche de type protection pose la question du lien avec les familles. Il s'agit bien de mettre en place une co-régulation et des co-responsabilités « familles, pouvoirs publics, éditeurs » (5), non seulement au regard de l'accessibilité de l'offre (cf les diverses politiques « d'étiquetage ») mais aussi et surtout, dans la conception et l'élaboration de cette offre. Ce dernier aspect est d'autant plus crucial qu'il est loin d'être accepté. On dit éventuellement « d'accord » pour la représentation des parents ou des professionnels de l'enfance dans des comités de visionnage, mais on bloque toute hypothèse de présence en amont, dans les politiques de choix de conception et de contenus.

DES CONTENUS ET PROGRAMMES DE QUALITE POUR LES JEUNES

Il est donc nécessaire de se mobiliser pour l'émergence de contenus et de programmes de qualité s'adressant aux jeunes. Souvent le débat sur les contenus se centre sur la violence, cette approche est trop restrictive, occultant la question des modèles ou des valeurs véhiculés par ces contenus. Les décideurs politiques notamment du service public mais aussi des éditeurs privés indépendants doivent se donner comme objectif la mise en place de programmes s'appuyant sur des valeurs positives, échappant aux logiques commerciales, qui transformeraient les jeunes non en super consommateurs, mais en jeunes citoyens. On peut prendre

l'exemple des radios où l'on voit bien l'intérêt pour les jeunes de trouver des espaces d'expression forts et directs et où existe seule une offre très commerciale aux contenus poreux en matière d'éthique, de respect des personnes, des femmes notamment. Le service public a un rôle majeur à jouer en proposant des programmes s'adressant spécifiquement aux adolescents. Il est urgent d'arrêter de confondre liberté d'expression commerciale où le consommateur est roi, et liberté d'expression citoyenne C'est un combat sur les valeurs et le sens de notre société qui est en jeu. Les Ceméa le conduisent au sein de collectifs inter-associatif Enfance et Médias. Il faut au sein de ceux-ci, renforcer la mobilisation citoyenne sur cette question de la qualité et des exigences que l'on peut avoir auprès du service public, en pesant sur ses orientations notamment à travers le CSA, la représentation nationale et les directions des programmes.

L'émergence d'outils pour faire connaître les contenus et les programmes est essentielle, il y a trop peu aujourd'hui d'espaces indépendants d'analyse critique des programmes pour les enfants et les jeunes quels qu'en soient les supports (7).

REAFFIRMER L'ENJEU INCONTOURNABLE D'UNE EDUCATION AUX MEDIAS

L'éducation aux médias, malgré une existence de plusieurs dizaines d'années, souvent relayée par le Conseil de l'Europe (11) et en France impulsée par le Clémi (12), est encore trop peu présente massivement dans les politiques éducatives. Pourtant l'évolution et le renforcement de l'environnement médiatique, la rendent aujourd'hui encore plus incontournable. Il est donc essentiel d'en réaffirmer les principes généraux et les objectifs.

Les médias ne reflètent pas la réalité, ils la représentent. Il faut donc travailler sur ces représentations du réel pour que les enfants accèdent à une meilleure compréhension du monde dans lequel ils vivent et agissent. Les images médiatiques ne sont pas naturelles. Il faut les déconstruire et pour cela traiter les questions de production et examiner toutes les techniques qui créent l'effet de réel. Les médias jouent un rôle culturel et idéologique non négligeable. Il faut développer le sens critique, les attitudes de mise à distance permanente des jeunes sur leurs propres utilisations des médias et des écrans. L'objectif est de leur transférer une autonomie critique tout au long de leur vie en tant que citoyen consommateur d'images, de sons et d'écrits. L'éducation aux médias contribue au développement d'une expression réelle de l'intérêt public. En ce sens elle pèse sur l'avenir du service public et elle participe d'une éducation à la démocratie. Les médias sont divers et de plus en plus interpénétrés. La posture de réception pose la question de la lecture des médias. Cette étude textuelle pluri-média doit être systématique dans la formation de tous les enfants et les jeunes. Ceci passe par l'approche d'un ensemble de concepts:

connotation/dénotation, sélection/construction, réalité/virtualité/subjectivité, codage/encodage/décodage, médiation/représentation et la maîtrise des structures de récits et des langages médiatiques par tous.

POUR ALLER PLUS LOIN. VERS UNE PRISE DE CONSCIENCE A LA HAUTEUR DES ENJEUX

L'ensemble des projets tentés, réussis ou non ont comme orientation forte d'être mener avec d'autres, en partenariats, inter associatifs, avec des établissements publics, avec les professionnels des médias, individus et entreprises, au sein de collectifs. C'est une des conditions de la réussite, tant l'enjeu est immense et les défis posés par la vague déferlante qui balaie notre environnement en matière de contenus médiatiques, est grande. C'est aussi là qu'existent de vraies difficultés. Il faut agir au niveau de la formation des acteurs pas seulement du secteur de la jeunesse mais aussi des médias... Il faut réussir des politiques d'interventions non seulement dans l'école et autour de l'école mais aussi avec les parents et

l'ensemble des citoyens. Faire émerger une politique ambitieuse de soutien à la création passe par un engagement fort du secteur public qui doit être inscrit précisément dans leurs cahiers des charges ! Il faut mobiliser les décideurs ainsi que les auteurs, les concepteurs pour travailler sur des concepts d'émission innovants, donnant accès aux médias (télévisions, radios, presse...) à tous les publics jeunes. 'enjeu d'éducation et de culture, nous l'impose... Soyons ambitieux pour la jeunesse !

Extrait de la revue "Vers l'éducation nouvelle" des Centres d'entraînement aux méthodes d'éducation active (CEMEA) - Christian Gautellier, Vice-Président du Collectif Interassociation Enfance et Médias (CIEM)

Notes

1. Cf. Le rapports de M. Dagnaud. Les enfants, acteurs courtisés de l'économie marchande, février 2002.
2. Pull média, où l'on va chercher l'information, par exemple, sur un site web, push média, où celle-ci est diffusée vers l'utilisateur à la télévision, par exemple.
3. Le petit écran des enfants, Jean-Pierre Carrier et Christian Gautellier, Actes Sud Éducation.
4. Collectif Interassociatif Enfants Médias.
5. Cf. Le rapport du CIEM. L'environnement médiatique des jeunes de 0 à 18 ans, que transmettons-nous à nos enfants ? mai 2002.
7. Le guide Une petite anthologie du multimédia sélectionnant 100 titres culturels et éducatifs, édité par Paris 8 et les Ceméa est un exemple trop isolé et pas assez soutenu, même si le Ministère de la Culture a aidé partiellement cette initiative. Les journaux comme Zapp ! (En Jeu Télé) ou ceux de La Ligue de l'Enseignement ou de l'UNAF, à travers MTT, avant leur disparition ont, soit trouvé trop peu d'audience, soit n'ont pu s'inscrire dans une durée suffisante faute de relai.
11. L'éducation aux médias dans l'Europe des années 90, L. Masterman, F. Mariet, Les éditions du Conseil de l'Europe.
12. Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information. Se reporter à leurs publications.

2. INFO

Loi DADVSI : décision du Conseil constitutionnel

Le Conseil constitutionnel a validé, jeudi 27 juillet, l'essentiel du texte relatif aux droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information (DADVSI).

Le groupe socialiste de l'Assemblée avait déposé le 7 juillet un recours sur ce texte.

Le conseil a déclaré anticonstitutionnels les articles 21,22,23 et 24.

L'article 21 exonérait de toute pénalité les téléchargements illicites de "logiciels destinés au travail collaboratif, à la recherche ou à l'échange de fichiers ou d'objets non soumis à la rémunération du droit d'auteur"

Le conseil a censuré les articles 22 et 23 qui exonéraient de responsabilité pénale le contournement des mesures techniques de protection (MTP) ainsi que l'altération des éléments d'information relatifs à leur régime de protection lorsque de tels actes étaient "réalisés à des fins d'interopérabilité".

L'article 24, relatif à l'utilisation d'un logiciel d'échanges "pair à pair", est, selon les Sages, "contraire au principe d'égalité devant la loi pénale" et soulignent notamment que "Les particularités des réseaux d'échange de pair à pair ne permettent pas de justifier la différence de traitement"

Le Conseil a également émis "une série de réserves d'interprétation" afin d'éviter "une atteinte inconstitutionnelle aux droits de propriété intellectuelle des concepteurs des mesures techniques de protection" ainsi que "des incompatibilités manifestes avec la directive communautaire de 2001" que la loi a pour objet de transposer en droit français.

En savoir plus : Saisine en date du 7 juillet 2006 par au moins soixante députés

[Décision du Conseil constitutionnel](#) n°2006-540 du 27 juillet 2006 (partiellement conforme)[Table de concordance des articles entre le texte en discussion et le texte final](#)

<http://maitre.eolas.free.fr/journal/index.php?2006/07/27/408-loi-dadysi-le-conseil-constitutionnel-a-rendu-sa-decision>

CSA : trois nouvelles Recommandations

Le Conseil vient d'adopter trois nouvelles recommandations relatives à la publicité ;

La première, (Recommandation n° 2006-3 du 30 mai 2006), met l'accent sur la lisibilité et l'intelligibilité des **mentions de prix dans les messages publicitaires télévisés en faveur de services téléphoniques surtaxés ou de services SMS**, ou y faisant accessoirement référence.

La deuxième, (Recommandation n° 2006-4 du 7 juin 2006), encadre les **pratiques publicitaires liées à la diffusion d'œuvres d'animation et de fiction à destination des mineurs** et impose, aux services de télévision, des règles de programmation de ces publicités.

Enfin, la dernière (Recommandation n° 2006-5 du 7 juin 2006), porte sur les messages publicitaires en faveur de **services SMS susceptibles d'exploiter l'inexpérience ou la crédulité des mineurs**. Elle vise à ne pas exposer le jeune public à des messages en faveur de services dont il n'a pas, selon le CSA, l'expérience nécessaire pour en apprécier, par son propre jugement, la valeur, ceux-ci étant, de plus, soumis à un coût financier important.

Ces trois textes réaffirment la particulière vigilance du CSA vis à vis de l'encadrement des pratiques publicitaires principalement orientées vers le public fragile que constituent les mineurs.

En savoir plus

[Recommandation n° 2006-5 du 7 juin 2006 relative à des messages publicitaires en faveur de services SMS susceptibles d'exploiter l'inexpérience ou la crédulité des mineurs](#)

[Recommandation n° 2006-4 du 7 juin 2006 aux éditeurs de services de télévision relative à des pratiques publicitaires liées à la diffusion d'œuvres d'animation et de fiction à destination des mineurs](#)

[Recommandation n° 2006-3 du 30 mai 2006 relative aux mentions de prix dans les messages publicitaires télévisés en faveur de services téléphoniques surtaxés ou de services SMS](#)

Le CLEMI

9000 jeunes de 12-18 ans venant de 9 pays de l'Union Européenne et du Québec ont répondu entre septembre 2005 et mars 2006 à l'enquête Mediappro sur l'éducation aux médias lancé par la Commission Européenne dans le cadre du plan "Internet plus sûr".

Le résultat de cette grande enquête vient d'être publié par le CLEMI (Centre de Liaison et d'Etudes de Moyens d'Information) du Ministère de l'Education Nationale.

A la maison plus qu'à l'école !

Concernant la France, il apparaît qu'en cinq ans, la relation des 12-18 ans à l'Internet et aux médias électroniques s'est beaucoup transformée. C'est la maison qui est le lieu d'appropriation et d'expérimentation par excellence. L'école semble trop encadrer et limiter les pratiques au point de les rendre quasiment impossibles. Ainsi apparaît le fait que les jeunes ne trouvent pas de réponse satisfaisante à l'aide et aux conseils qu'ils souhaiteraient pour mieux utiliser les médias électroniques, développer de nouvelles compétences, comprendre les mécanismes à l'œuvre dans la recherche et la production de l'information en ligne et dans la communication à distance. Leur aisance dans l'utilisation des médias électroniques s'est construite par tâtonnements et par les échanges entre amis. Leurs pratiques se sont massivement généralisées entre pairs et dans la vie quotidienne en s'organisant autour de deux pôles : La fréquentation de sites (en grande partie pour le travail scolaire) et la communication à distance par tous les moyens disponibles (principalement : téléphone portable, messagerie instantanée)

Des jeunes confiants

Bien que très peu aient vécu directement de mauvaises expériences, les 12-18 ans se révèlent très majoritairement conscients des risques présentés par l'Internet et la communication électronique. C'est la télévision et non les parents ou l'école, qui leur a permis de se construire une culture de ces risques qu'ils vivent comme des nuisances. Ils comprennent bien qu'il faut des règles, des limitations, des interdictions et sont disposés à les accepter à condition qu'elles soient explicitées et qu'elles leur permettent de concilier la vie familiale et leur vie sociale avec leur réseaux d'amis et de copains. Ils sont confiants dans leurs parents et l'école pour cet enseignement civique espéré.

Quel sursaut éducatif ?

Malgré leurs pratiques importantes, il s'avère que ces jeunes de 12-18 ans sont moins compétents qu'ils ne pensent, qu'ils ne le disent et que les adultes eux-mêmes se plaisent à le penser. Ils ont besoin d'approfondir des capacités qui sont aujourd'hui trop superficielles et surtout de comprendre les impacts sociétaux de l'évolution rapide de l'environnement technologique et médiatique dans lequel ils vivent au quotidien. Les résultats obtenus dans les autres pays européens confirment l'existence constatée en France d'un fossé entre les usages de l'Internet à la maison et à l'école. Dans tous les pays, ce fossé s'élargit en termes de fréquence d'utilisation, d'accès, de régulation, d'apprentissage, d'activité, et de développement d'aptitude. Alors que l'environnement médiatique électronique est en train de structurer les relations interpersonnelles des jeunes et leur relation au monde, l'école ne favorise pas l'acquisition de savoirs et de compétences critiques et créatives et les parents sont dans ce domaine en retrait parce qu'ils disposent pas d'une expérience culturelle et technique de ces technologies.

Le CLEMI n'hésite pas à alerter sur ce sujet : C'est un gouffre qui s'ouvre entre le monde adulte et celui des jeunes, entre la maison et l'école. Placés en situation d'auto-apprentissage d'un monde nouveau, les jeunes de 12-18 ans apparaissent relativement conscients et en attente d'une part d'un sursaut éducatif de la part des adultes, et d'un dialogue intergénérationnel capable de donner des repères et un sens à l'âge des médias électroniques... *L'étude Médiapro*: http://www.clemi.org/international/mediapro/Mediapro_light.pdf

LE MERCREDI 26 AVRIL 2006, sur l'initiative de MICROSOFT et de l'UNAF une conférence-débat était organisée sur le thème "**Parentalité et Internet: regards croisés d'acteurs de terrain, état des lieux et pistes de solution**" Béatrice Barraud, Christian Gautellier et Françoise Mougin, membres du CIEM, participaient à la table ronde .

Un ouvrage est né de la collaboration entre l'UNAF et Microsoft France: simple et informatif, ce guide parental aborde les grands principes de l'éducation et de la civilité dans l'environnement cybermédiatique à travers 7 thèmes principaux, et propose une série de conseils et de solutions. P@rents ! vous permet d'aborder plus sereinement les grandes principes de la parentalité dans l'ère numérique. [Lire](#)

PRIX MEDIAS JEUNESSE : 3E EDITION APPEL A CANDIDATURES LE PLANNING DU PRIX MÉDIAS JEUNESSE

- Avant le **20 septembre 2006** : Dépôt des candidatures.

- **Début octobre** : Délibération du jury qui attribuera le grand prix et les prix spéciaux.

- **Remise des prix** : 19 novembre 2006.

- Lieu : **Salon de l'Éducation** (Paris - Parc expositions).

*Les candidats devront envoyer leur dossier **avant le 20 septembre** en 4 exemplaires (avec 4 copies du support) à:*

Ligue de l'Enseignement : Alexandre Bonnand - 3, rue Récamier 75341 Paris Cedex 07

NOMINATION

Dominique Versini, ancienne secrétaire d'Etat à la lutte contre la précarité et l'exclusion, succède à Claire Brisset au poste de Défenseur des enfants

ENQUETE DU CIEM SUR LES LOGICIELS DE CONTRÔLE PARENTAL: Dans la continuité du colloque MICROSOFT/UNAF évoqué ci-dessus, les associations du CIEM ont décidé de lancer un questionnaire sur les logiciels de protection de l'enfance. Les résultats permettront de mesurer la réelle utilisation des logiciels de contrôle parental. Ce questionnaire est très court, merci de nous donner votre avis: <http://www.unaf.fr/sondage/index.php?sid=23&newtest=Y>

3. LU...

ROBOTS EXTRAORDINAIRES est un livre de **Cyril Fievet** coédité par FYP Editions et le Futuroscope de Poitiers. C'est avant tout un ouvrage collectif, qui réunit une bonne douzaine de collaborateurs, parmi lesquels Frédéric Kaplan, Christophe Jacquemin et Jean-Paul Baquiast (Automates Intelligents) ou Jacques Malaterre (réalisateur de *L'Odyssée de l'espèce*), pour n'en citer que quelques-uns. Le tout est préfacé par Axel Kahn.

LA SOCIETE ET SON DOUBLE. UNE JOURNEE ORDINAIRE DE TELEVISION,

Eric Macé, spécialiste de la communication et des médias, s'est livré en, ethnologue, à une étonnante expérience : la mise à plat et la description d'une journée ordinaire de télévision diffusée en France. Il nous entraîne à la rencontre de nos alter ego cathodiques qui évoluent dans un monde parallèle peuplé d'individus e interaction, partagé en grands domaines d'activités, structuré par des hiérarchies organisées, orienté par des valeurs et des morales, animés par des conflits.

Ouvrage publié dans la collection Médiacultures, une coédition Ina/Armand Colin.

Un espace d'information Multimédia à consulter www.cemea.asso.fr/multimedia/enfants-medias/