

Regards d'Europe n° 20

Paul de Theux : Zoom arrière sur les médias

Aujourd'hui nous dialoguons avec un pionnier de l'analyse des médias, dont le regard critique semble être particulièrement utile en ce 3^e millénaire turbulent et hyper-connecté

Comment en es-tu arrivé là ?



Dès ma formation d'historien à l'UCL, avec un mémoire qui analysait la presse illustrée, je me suis intéressé aux médias et la réalisation de ce TFE m'a amené à prendre quelques cours dans la section de Communication.

J'ai entrepris ensuite les deux ans de licence dans cette section, tout en entamant une carrière d'enseignant. Mon professeur d'audio-visuel, Jean-Marie Delmée, ancien journaliste de la RTBF, avait apprécié mes ateliers audiovisuels et m'a proposé de faire un mémoire-stage, sur la chaîne publique.

A l'époque – 1990 – commençait l'émission « Jours de guerre » qui s'était fixée comme objectif de retracer les 5 ans du second conflit mondial à travers des émissions

mensuelles. On attendait de moi un travail d'historien, le reste de l'équipe étant essentiellement composé de journalistes. Je me suis donc penché durant 3 mois sur la presse de l'époque pour retracer au mieux la vie quotidienne des Belges occupés, qui montrait une évolution beaucoup plus progressive que je ne l'avais cru. Il n'y avait pas une rupture brutale entre la vie d'avant et l'occupation mais bien une lente transformation, la vie devenant progressivement de plus en plus difficile.

Une fois diplômé, j'ai été engagé pour l'émission « Double 7 », un jeu axé sur le patrimoine, qui bénéficiait d'une excellente audience et pour lequel j'ai écrit 15 scénarios. Puis ce fut « Les copains d'alors » où une personnalité retrouvait, dans un décor de classe, ceux qui l'avaient connu adolescent. C'était un travail d'enquêteur pour retrouver les anciens camarades de classe et reconstituer une époque révolue à travers les souvenirs des compagnons de la vedette.

Cette activité était passionnante mais s'interrompait en fin de saison quand l'émission n'était pas reconduite. Je vivais donc une situation professionnelle assez aléatoire. C'est à ce moment-là, au début des années 90, que j'ai été contacté par Média Animation pour devenir formateur en « éducation aux médias », qui se centrait essentiellement sur la télévision. L'association était une émanation de 2 organismes créés dès les années 50 par le SNEC, le secrétariat national de l'enseignement catholique, qui deviendra le SEGEC lors de la fédéralisation. Leur objectif initial était de doter les écoles d'outils pour approcher le cinéma et la musique qui se répandait dans le monde scolaire avec l'apparition des 45 tours.

Lorsque tu entres à Média Animation, quels sont les enjeux de cette éducation aux médias ?

La thématique s'était développée jusque-là dans deux secteurs : d'une part l'Université en avait fait un axe de recherches ; d'autre part, des asbl mettaient en place des démarches d'appropriation, mais en dehors du monde scolaire. Puisque le matériel devenait plus abordable, il était possible aux petites structures, voire aux particuliers de créer leur propre production audio-visuelle. Mais pour l'École, tout était à faire.

Le chantier principal, au début des années 90, était l'analyse critique de la télévision, un média très présent mais qui connaissait de nombreuses mutations en Allemagne comme en Europe.

Les chaînes publiques avaient perdu leur monopole et se retrouvaient face à des chaînes privées – TF1 – RTL, ... dont le modèle économique reposait sur la publicité. Celle-ci, soucieuse de savoir si son investissement était rentable, introduisit l'audimétrie et les résultats de cet audimètre ne manquèrent pas d'influencer les chaînes publiques qui, faute de ressources supplémentaires venant de l'Etat, durent recourir elles aussi aux annonceurs. Le débat, jamais terminé, commença alors : pourquoi les chaînes publiques s'intéressent-elles à l'audimat, l'important étant de remplir leurs missions (sous-entendu, et de garder son excellence). Mais elles ne pouvaient pas négliger l'audience car, si celle-ci se réduisait trop fortement, il devenait difficile de justifier les importants subsides reçus de l'Etat.

Parallèlement, l'arrivée des chaînes privées a bousculé la grille des programmes. Finie la programmation limitée à la tranche horaire 10h-22h, les programmes s'étalaient 24h sur 24 avec de nouveaux créneaux comme celui des petits en attente d'école avec les dessins animés (japonais la plupart du temps) qui arrivaient dès 7h du matin ou les films qui commençaient à 23h pour les insomniaques. Il fallait donc notamment se pencher sur la gestion de la TV au sein de la famille, repérer les attentes, les audiences et s'exercer au recul sur les contenus et les pratiques.

Cet enjeu a progressivement été pris en charge par des institutions proches de l'enseignement et par différents acteurs comme *la Médiathèque*. Peu à peu le politique s'y est intéressé et a créé le *Conseil de l'Education aux Médias* qui a reconnu un organisme de référence par réseau d'enseignement. Pour l'enseignement libre, c'était Média Animation.

Ces préoccupations se retrouvent-elles dans des activités internationales ou européennes dès cette époque ?

Fin des années 90/début 2000, à l'initiative du directeur Patrick Verniers, Média Animation s'est lancée dans des projets européens pour, d'une part, confronter et enrichir les expertises et d'autre part, trouver des sources nouvelles de financement.

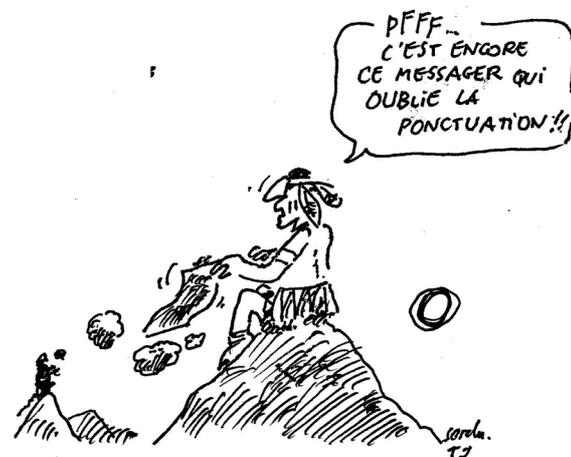
Après un premier projet avorté avec l'enseignement catholique français, qui ne sera pas sélectionné par les financements européens, le second, mené avec le Centre de liaison entre l'enseignement et le média d'information (CLEMI) français a permis de créer un outil d'éducation autour d'un

nouveau média en pleine expansion : Internet. Ce sera le projet EDUCAUNET. Il connaîtra une deuxième version élargie à d'autres pays européens : Allemagne, Danemark, Grèce et Espagne. Un nouvel outil qui connaîtra une plus grande diffusion.

Cette activité européenne existe toujours aujourd'hui : dans l'équipe de Média Animation, 2 à 3 personnes sont dédiées aux projets européens (généralement 3 projets menés en parallèle, 1 dont nous avons été les initiateurs et les 2 autres où nous sommes partenaires). L'asbl est également reconnue comme association d'éducation permanente des adultes.

Vous participez à des colloques internationaux ?

Oui certainement, tout en précisant que notre spécificité, c'est l'Education aux Médias et pas d'abord l'utilisation des technologies nouvelles au service de l'enseignement. Depuis plus de 20 ans, nous avons organisé avec des partenaires des congrès européens en Allemagne, en Espagne par exemple. En 2016, nous avons créé l'*International association for Media Education*



(IAME), dont le siège est à Média Animation. Certains pays sont plus organisés que d'autres comme la Allemagne, l'Allemagne ou l'Allemagne. Nous participons à diverses rencontres internationales comme celles de l'Unesco notamment. Globalement, les pays d'Europe de l'Ouest sont sur la même longueur d'ondes et veulent relever les mêmes défis. L'Allemagne a une relation privilégiée avec l'Amérique Latine et l'Angleterre avec le Commonwealth et le monde anglo-saxon en général.

Eduquer aux médias est essentiel mais est-ce bien présent à l'école ?

Dans notre réseau d'enseignement, la FEDEFOC (Fédération de l'Enseignement Fondamental Catholique) a depuis près de 30 ans porté une attention particulière à l'éducation aux médias. Dans le secondaire, elle est présente dans les programmes de français notamment, qui s'intéressent à l'analyse critique de films, de la presse et de la TV.

On a l'impression que l'enthousiasme suscité par les nouvelles technologies a été suivi par des réactions de peur. Ressens-tu cette évolution ?

En fait, l'Histoire nous apprend que le mouvement fascination/rejet que suscite toute nouvelle technologie ou média ne date pas d'aujourd'hui. Chaque nouveauté a provoqué la même réaction : le baladeur, les premiers jeux vidéos et avant cela, la radio ou le cinéma. Dans les années 30, ces médias faisaient très peur et ont fait l'objet de nombreuses mises en garde. Une étude de 1933 sur la radio aux Etats-Unis écrivait notamment : « *Ce nouvel envahisseur de la vie privée familiale a apporté une influence inquiétante dans son sillage. Les parents... sont déconcertés par une série de problèmes nouveaux et se trouvent dépourvus, apeurés et sans défense. Ils ne peuvent pas chasser cet intrus car il est maintenant indétrônable chez leurs enfants* ». Les mises en garde concernant les « valeurs nocives » véhiculées par le cinéma étaient également très nombreuses. Le secteur de l'Education aux médias connaît cette histoire et cette méfiance. Il s'efforce de dépasser l'attitude de rejet pour mettre en place une attitude éducative qui s'appuie sur une prise de distance critique.

Vos publics y sont-ils réceptifs ? Les enseignants/adultes plus que les élèves/jeunes ?

Nous travaillons principalement avec les intermédiaires éducatifs, professeurs, formateurs, animateurs... En ce qui concerne les jeunes, nous avons un partenariat avec l'organisation de jeunesse ACMJ (Action Médias Jeunes, FWB).

Les profils d'enseignants sont très diversifiés mais on rencontre généralement les mêmes craintes et réticences à l'égard des médias émergents. Les réseaux sociaux ont des impacts importants au sein même de l'école, notamment dans le cadre du harcèlement. Les enseignants en perçoivent les aspects négatifs en premier lieu. Notre travail consiste donc d'abord à faire comprendre ce qui est en jeu, comment fonctionnent ces réseaux sociaux, pourquoi les jeunes y sont-ils tant attachés... Viendra ensuite la réflexion sur l'éducation à mettre en place. Mais cela demande du temps.

Et aujourd'hui, quelle évolution voit-on dans l'approche critique des médias ? Le cœur de notre mission était autrefois l'analyse des productions de l'industrie médiatique, mais avec les réseaux sociaux et l'apparition de multiples sortes et sources d'informations, le travail a été totalement bouleversé. Aujourd'hui, l'enjeu s'est déplacé vers les réseaux sociaux et notamment ce qu'on appelle les Fake news. Cette appellation, popularisée par le président Trump, est un peu fourre-tout car elle désigne des choses assez différentes : rumeurs, canulars, désinformation, propagande... En tout cas, pour un public de plus en plus large, ce sont les réseaux sociaux, les forums, les blogs, qui sont devenus la principale source d'information. L'analyse des médias doit désormais se porter sur ces nouveaux contenus. Le piège serait de se contenter de dire : « Attention ! Méfiance ! Tout ça c'est faux, ne vous fiez qu'aux journalistes et à la presse ».

Cet argument d'autorité (qui considère que eux seuls ont été formés, eux seuls vérifient leurs sources, eux seuls sont impartiaux, donc eux seuls savent ...) n'est plus du tout suffisant dans un contexte où ils ont perdu beaucoup de crédibilité. (Ci-dessous un « document » à relayer posté sur Facebook le mercredi 5 décembre)

Cette photo doit tourner au plus grand nombre ✓



Il faut donc une approche plus large, qui dépasse le fact checking et prenne en compte la dimension sociale de la circulation de l'information. Nous savons aujourd'hui que les internautes se fient d'abord à leurs connaissances pour s'informer. Il faut donc interroger cette attitude comme il faut être attentif au fait de ne s'intéresser qu'à ce qui conforte nos propres opinions. Il faut aussi prendre conscience que les fake news sont beaucoup plus relayées

que les informations vérifiées, parce qu'elles sont surprenantes, ludiques, scandaleuses ou accrocheuses. Il faut donc développer de nouvelles approches critiques. Les « fake news », ce n'est pas nouveau. Quand j'étais à l'école primaire, dans les années 60, je me souviens qu'il se disait à la cour de récréation que les Chinois étaient des extra-terrestres car ils se ressemblaient tous ! Le complotisme, pour prendre un autre exemple, n'est pas nouveau non plus. Il suffit de penser à l'assassinat du président Kennedy. Mais aujourd'hui, ces thèses circulent beaucoup plus facilement et massivement. Il faut donc développer une éducation aux médias qui tienne compte de ce nouveau contexte.

Et demain ? Optimiste ou sensation de remplir le tonneau des Danaïdes ?

Je reste motivé, sans aucun doute, mais il est vrai que la tâche est énorme et que les enjeux de cette éducation aux médias sont immenses. Le paradoxe est que, dans les années 90, l'intérêt pour l'éducation était grand, même s'il n'était qu'émergent. En 2018, les enjeux se sont multipliés mais on a peu de moyens. L'attention est braquée sur l'introduction des technologies dans l'éducation : les tableaux interactifs, les tablettes, les logiciels d'apprentissage... mais sans y adjoindre un complément indispensable : l'esprit critique à porter sur tous ces contenus que le numérique permet de véhiculer largement. C'est une situation un peu préoccupante.

Merci Paul de ce zoom - assorti d'une prise de recul - sur ce tsunami quotidien d'informations qui risque de nous submerger.

Merci aussi pour le regard de l'historien qui permet de remettre à leur place les « nouveautés » déjà souvent bien présentes « autrefois ».

Il s'agit bien de développer des stratégies pour relever les défis d'aujourd'hui et pas de se lamenter sur ce que, soi-disant, on aurait réussi à surmonter hier !

Interview réalisée par Thérèse Jamin