

Rapport d'activité

Année 2000

*Conseil d'orientation
et de perfectionnement
du Clemi, 12 juin 2001*

Les équipes du Clemi

EQUIPE NATIONALE AU 31 DÉCEMBRE 2000

Jacques Gonnet , directeur
Danièle Bonnin , secrétaire auprès du directeur
Evelyne Bevort , directrice déléguée
Benoît Menu , coordonnateur général

EQUIPE PÉDAGOGIQUE

Isabelle Bréda (responsable du Web, Internet),
Michelle Elardja-Prouzeau («journalistes juniors»),
Pierre Frémont (coordonnateur de la formation),
Michel Huguier (informations radiophoniques),
Marie-Françoise Poulain (programme *fax!*),
Josiane Savino-Blind (publications, expérimentation)

N. (informations télévisées)

SECRÉTAIRE DE L'ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

Faouzia Cherifi (mi-temps)

DOCUMENTATION

Catherine Bourdoncle, N.,
Faouzia Cherifi (mi-temps)
N. (espace journaux scolaires)

RELATIONS MÉDIAS : Anne Bocquet

ADMINISTRATION

Michel Laithier (secrétaire général)
Hélène Boursier, Patricia Bourtayre (gestion et comptabilité)
Désiré Sylva (service intérieur)

COORDONNATEURS ACADÉMIQUES AU 31 DÉCEMBRE 2000

ACADÉMIES

Odile Chenevez	Aix-Marseille
Michèle Cuelhes	Amiens
Odile Eglin	Besançon
Maryvonne Hargous	Bordeaux
Katell Richard	Caen
Nicole Pavoni	Clermont-Ferrand
Martine Grimaldi	Corse
Patrick Berthelot	Créteil
Dominique Gaye	Dijon
Josette Driay	Grenoble
Christiane Thirion	Guadeloupe
Marie Polderman	Guyane
Jacqueline Coclet-Grégoire	Lille
Bernard Leblanc	Limoges
Jean Menand	Lyon
Jacques Perret	Martinique
Marguerite Rabier-Cros	Montpellier
Jean-Yves Bei et Jean-Marie Gérard	Nancy-Metz
Yves Tribaleau	Nantes
Virginie Leydet	Nice
Hervé Bonifait	Orléans-Tours
Jacques Jolinon	Paris
Elisabeth Audousset	Poitiers
N.	Reims
Corinne Tual	Rennes
Maurice Lucani	Réunion
Elisabeth Picard	Rouen
Rachelle Marx	Strasbourg
Serge Laurent	Toulouse
Michel Guillou	Versailles

Le Clemi a été endeuillé en septembre 2000 par la disparition de **Daniel Jégou**, présent depuis l'origine du centre. Daniel Jégou assumait avec une grande conscience l'animation et la gestion de l'espace journaux scolaires et lycéens. Cet espace témoigne de la volonté du Centre à développer le dialogue entre générations, ce qu'assurait avec beaucoup d'investissement Daniel Jégou.

Le rapport d'activité du Clemi en 2000

EN BREF

La formation (page 5)

Dans un contexte de compression budgétaire des moyens académiques, la demande de formation pour l'éducation aux médias reste toujours très forte. Le Clemi, qui place la formation initiale et continue au centre de son dispositif, constate l'intérêt toujours renouvelé pour le thème de la citoyenneté et le développement des initiatives intégrant Internet.

De nombreuses demandes proviennent de pays étrangers où les enseignants s'intéressent de plus en plus aux usages pédagogiques des médias, et par voie de conséquence, au savoir-faire et à l'expérience du Clemi dans ce domaine.

La semaine de la Presse dans l'Ecole (page 13)

Depuis onze ans, le Clemi organise la semaine de la Presse dans l'Ecole en partenariat étroit avec les médias. D'une activité atypique et ponctuelle, la Semaine est devenue une véritable institution. Elle s'inscrit dans une démarche citoyenne : la lecture critique et distanciée de l'information. La 11^e Semaine en porte un nouveau témoignage, avec 3,8 millions d'élèves participants et 745 médias inscrits.

Le programme d'expérimentation (page 17)

Ce programme permet de suivre sur le terrain des équipes enseignantes qui proposent une pédagogie active à partir d'un travail sur les médias. Pour 1998-2000, le Clemi a choisi de recueillir des informations concernant des activités conduites sur l'éducation à l'image d'information et sur les usages d'Internet.

Depuis sa création en 1988, le programme a le soutien de la Direction des enseignements scolaires au ministère de l'Education nationale.

Le programme fax! (page 20)

Programme pédagogique s'appuyant sur la réalisation d'un journal junior international à distance, *fax!* connaît une mobilisation impressionnante. Sa diversification (*fax! junior, cyberfax!*) permet une déclinaison du travail efficace dans le cadre de l'internationalisation du programme.

Le programme d'évaluation (page 22)

Pour affiner formation et réflexion sur l'éducation aux médias, l'évaluation s'emploie à mieux cerner ses effets sur les élèves. Qu'en apprennent-ils ? Comment se situent-ils ? Tous les publics sont concernés, habituels ou en grande difficulté scolaire.

L'expression des jeunes à travers leur presse (page 23)

Depuis sa création, le Clemi a une mission d'accompagnement de l'expression des jeunes. Ses équipes forment et conseillent tous les acteurs de la communauté éducative impliqués dans des projets où l'élève est un acteur véritable de la communication sociale. Pour assurer cet accompagnement, le Clemi collecte, classe et dépouille toutes les publications réalisées et diffusées par des jeunes, de la maternelle au lycée.

Les publications (page 26)

Par ses publications, le Clemi cherche à faire connaître à un large public les travaux

EN BREF

menés sur le terrain et les débats d'idées sur l'éducation aux médias. On retiendra cette année *Image d'information et citoyenneté à l'école primaire*, ouvrage qui fait suite à plusieurs séminaires organisés par le Clemi et la direction des enseignements scolaires.

Les outils ainsi proposés ont pour vocation de faciliter l'introduction des médias dans les établissements scolaires, d'en montrer la richesse et les potentialités.

Les activités documentaires (page 27)

L'activité du centre de documentation du Clemi témoigne de l'intérêt des équipes Clemi et du public pour les actions d'éducation aux médias. Les demandes émanant en particulier de l'extérieur donnent la mesure de l'attente d'information des enseignants. Un accueil personnalisé reste toujours la réponse privilégiée pour faciliter la construction des projets, notamment en matière de journaux scolaires et lycéens.

Les collaborations internationales (page 29)

Le Clemi enrichit sa réflexion et ses actions grâce à de nombreux échanges avec des structures implantées à l'étranger, structures éducatives et professionnels de l'infor-

mation engagés dans des projets éducatifs. Les collaborations se mettent en place autour de séminaires internationaux, de formations d'enseignants, de programmes de recherche, de conseils et d'expertise.

Dans les académies (page 35)

Le Clemi national a pour mission d'animer, d'accompagner et de valider son réseau, notamment par des stages de soutien aux équipes académiques. Les relations ainsi instaurées pour mieux adapter et définir l'action du Clemi ne se construisent pas sur le mode de la hiérarchie mais sur celui de la compétence.

Avec des moyens très modestes, le travail fourni par les équipes académiques du Clemi est particulièrement efficace. De mieux en mieux reconnu par les autorités académiques, il s'illustre par des réalisations et des approches très diverses.

Le Conseil d'orientation et de perfectionnement (page 77)

Sous la présidence de Jean-Marie Dupont, le Conseil d'orientation et de perfectionnement du Clemi s'est réuni à deux reprises.

Le Clemi a soumis à sa réflexion ses dossiers en cours, ses projets pédagogiques et les questions institutionnelles qui marquent le travail de l'année.

**ARRÊTÉ DU 26 AVRIL 1983,
MODIFIÉ PAR LE DÉCRET N ° 93-718 DU 25 MARS 1993,
RELATIF AU CLEMI**

Article 1 - Le Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information, le Clemi, a pour mission de promouvoir, 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.



Année scolaire 1999-2000

La formation

En 1999-2000, les activités de formation ont été riches et diversifiées, tout particulièrement sous l'impulsion des coordonnateurs académiques. 19.876 stagiaires, essentiellement composés d'enseignants et de formateurs, ont participé à des actions de formation organisées par le Clemi, dont près de 80% au niveau académique. Le Clemi national (4.106 stagiaires) et les actions de formation initiale (1.549 stagiaires) se partagent les 20 % restant. Ces chiffres sont en légère hausse par rapport à ceux de l'année dernière.

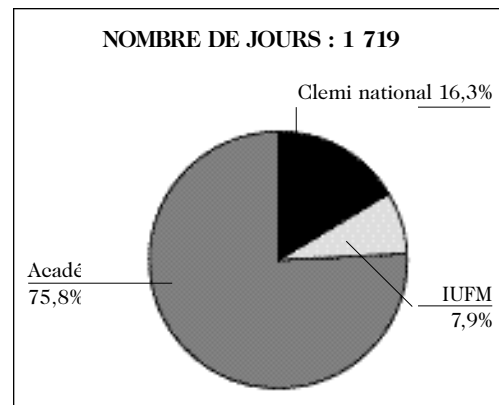
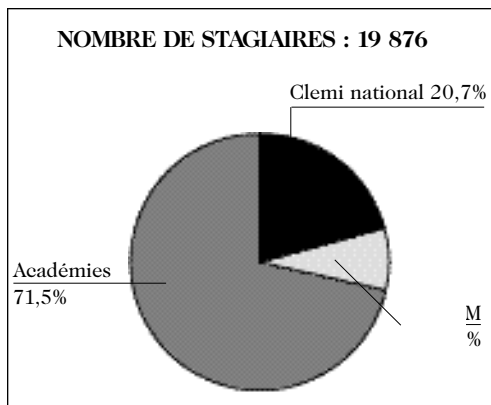
Il faut noter la très grande diversité des dispositifs de formation que le Clemi et ses équipes sont amenés à faire fonctionner et, dans de nombreux cas, à inventer, depuis les formes traditionnelles du stage ou de l'intervention ponctuelle jusqu'aux activités de « conseil ».

La photographie proposée reflète la demande exprimée par les enseignants, mais aussi la capacité des structures de formation à y répondre. Or les évolutions du dispositif de la formation continue (transfert de ces activités en direction des Iufm*, vigilance accrue de l'administration par rapport aux absences des enseignants désireux de suivre des stages) ont parfois entraîné une réduction du nombre des formations.

C'est bien l'activité du réseau Clemi qui est présentée ici, ce qui ne rend pas compte de manière exhaustive de ce qui se fait dans le champ de « l'éducation aux médias ». D'autres formations sont organisées par d'autres formateurs, notamment dans quelques Iufm, et ne sont pas prises en compte ici.

* Les sigles sont expliqués p. 34.

1 • RÉPARTITION DES PRINCIPAUX TYPES DE FORMATION (1999-2000)

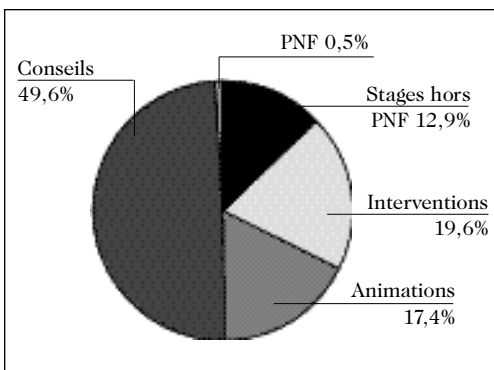


AU NIVEAU NATIONAL

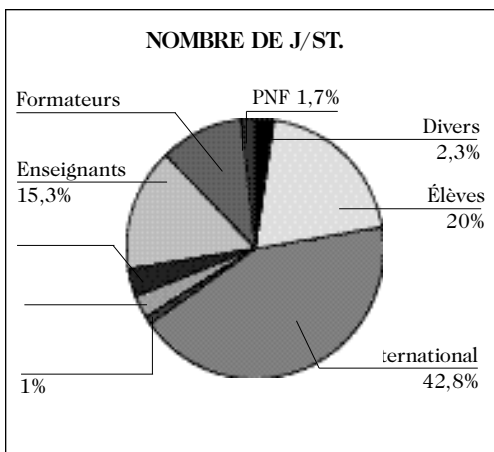
Les publics

Les stages ont concerné cette année 4.106 personnes, ce qui rapproche l'activité de l'année écoulée des plus hauts enregistrés en 1992-93 ou 1997-98.

2 • RÉPARTITION DES ACTIONS DE FORMATION AU NIVEAU NATIONAL



3 • LES PUBLICS DE LA FORMATION CONTINUE AU NIVEAU NATIONAL (EN JOURNÉES-STAGIAIRE)



L'accroissement du nombre de stagiaires n'est pas dû à nos activités traditionnelles, telles que le plan national de formation ou les actions menées en direction des personnels d'encadrement, mais au dynamisme de la demande, notamment en provenance de l'international (+54% de

stagiaires étrangers formés), et à l'accroissement des actions de conseil et de suivi auprès des enseignants. Ce mode d'intervention a pour conséquence de multiplier le nombre de personnes auprès desquelles nous intervenons et de favoriser la présence d'élèves dans les dispositifs de conseil et de suivi. Cette année, 111 actions de conseil ont été menées par le Clemi national (82 l'année dernière) ; elles ont concerné 565 personnes (+68%) et ont représenté 119 journées de formation.

- **Les formations** se répartissent en cinq catégories (voir schéma n° 2). Le terme « interventions » désigne des actions menées devant des enseignants ou des formateurs ; « animations » désigne des actions menées devant des publics élèves-enseignants. La catégorie « conseil » regroupe les interventions ponctuelles et plus personnalisées.

- **Parmi les publics** destinataires des formations (schéma n° 3), signalons, à titre de constantes, la forte présence des élèves (plus de 20% des stagiaires accueillis ou rencontrés) en raison notamment de l'existence au Clemi d'un fonds consacré aux journaux scolaires, et le niveau élevé de l'international (plus du tiers des stagiaires touchés), avec des formations qui portent sur l'éducation aux médias ou les usages pédagogiques des médias pour l'apprentissage du français langue étrangère.

La distinction entre les publics « PNF » et « formateurs » permet de montrer l'effort réalisé en faveur du réseau Clemi : sur les 29 journées de stage réalisées hors plan national à l'intention des formateurs, 21 concernent les coordonnateurs et leurs équipes.

En dehors du plan national, le Clemi poursuit sa collaboration avec l'Ecole nationale de formation agronomique. Cette année, le Centre a également travaillé étroitement avec l'Iufm de Caen pour l'organisation des premières rencontres inter Iufm sur le thème « Les médias et leurs images ».

Les actions de formation tournées vers l'international

Les actions de formation à l'international se répartissent en deux grandes familles : celles qui se rapportent prioritairement à des objectifs d'éducation aux médias, et celles qui se rapportent à des objectifs d'enseignement du français langue étrangère. Chacune de ces grandes familles peut à son tour se subdiviser en plusieurs sous-ensembles, selon que l'on considère la nationalité du public concerné (française ou étrangère), son statut professionnel (enseignant, chercheur, journaliste, responsable institutionnel) et le lieu où se déroule la formation (voir p.29).

- **Parmi les actions d'éducation aux médias**, signalons la plus exemplaire : un colloque organisé par le ministère de l'Éducation québécois à Québec (Canada), en partenariat avec le Clemi, sur la problématique de « l'éducation aux médias et des compétences transversales ».

Qu'elles soient modestes ou ambitieuses, ces actions mettent en lumière le fait que l'éducation aux médias correspond à un champ de connaissances bien identifié et internationalement reconnu, qui se structure petit à petit autour d'organismes variés, et que ce domaine de recherche se prête bien à la mise en place de projets internationaux (comme le projet Comenius mis en place par le Centre de ressources pédagogiques de Palma de Majorque (Espagne), en partenariat avec l'Association portugaise « Éducation aux médias », sur le thème « Jeunes téléspectateurs en Europe : quelle formation pour les enseignants ? »).

- **Le Clemi répond à de nombreuses sollicitations** qui émanent des enseignants ou des responsables pédagogiques concernés par l'enseignement du français langue étrangère. La priorité est alors donnée à des objectifs d'acquisition de la langue et de connaissance de la culture, à côté des savoirs ou savoir-faire propres à l'éducation aux médias.

Les actions du plan national de formation

Les actions du plan national devraient être le reflet de la politique de formation du Clemi si l'ensemble des propositions adressées aux directions pédagogiques du ministère étaient retenues. Présenter les stages qui ont eu lieu et ceux qui n'ont pu se dérouler permet de restituer de la cohérence à la démarche du Clemi et de faire apparaître, en pointillé, les priorités de l'administration centrale.

- **Pour l'année 1 999-2000**, quatre offres de stages ont été présentées :

- « Formation des coordonnateurs académiques du Clemi »
- « Image d'information et éducation à la citoyenneté »
- « Un média pour fédérer des projets de réseaux d'éducation prioritaire : la radio »
- « Développer les échanges internationaux à partir de l'éducation aux médias »

Sur ces quatre propositions, seules les deux premières ont été retenues. Le stage « Image d'information et éducation à la citoyenneté », organisé à l'intention des prescripteurs pédagogiques que sont les inspecteurs IEN, les conseillers pédagogiques et les formateurs en Iufm (une soixantaine de stagiaires) est le point d'aboutissement d'une fructueuse collaboration entre les directions pédagogiques du ministère et le Clemi. Il a permis de démultiplier les acquis de trois séminaires antérieurs consacrés à ce thème.

Les visites d'entreprises de presse

En formation, le Clemi attache une importance particulière à favoriser les échanges entre ses stagiaires et les professionnels des médias. Les stagiaires sont toujours accueillis dans les entreprises de presse, où ils tissent des contacts directs et parfois prolongés.

En 1999-2000, ces visites ne présentent pas de changement caractéristique par rapport aux années précédentes. Au cours des bilans, les professeurs et les documentalistes font part de leur satisfaction :

LES VISITES D'ENTREPRISES DE PRESSE			
PRESSE ÉCRITE (total : 160 personnes)		TÉLÉVISION (total : 151 personnes)	
	<i>Nbre d'accueils</i>	<i>Nbre de stagiaires</i>	
Le Figaro	4	24	FR2
Libération	1	5	FR2 (Télé Matin)
Le Monde	6	30	FR2 (Internet)
Le Monde Interactif	2	12	FR3
L'Humanité	4	16	La 5 ^e (Arrêt sur Images)
Nouvel Observateur	4	20	Arte
L'Express	1	5	LCI
Le Parisien	3	9	M6
La Croix	3	15	Canal + (Internet)
Télérama	1	6	Canal + (Le Vrai Journal)
Phosphore	1	6	Capa TV
Sciences et Vie Junior	2	12	AB Production
			TV5
RADIOS (total : 125 personnes)		AGENCES PHOTOS (total : 29 personnes)	
	<i>Nbre d'accueils</i>	<i>Nbre de stagiaires</i>	
France Inter (7h-9h)	10	30	Syigma
France Culture	7	39	Vu
BFM	3	9	Gamma
RTL	4	31	
RTL (Internet)	2	6	
RFI	2	10	

• **En presse écrite**, ils ont eu la possibilité d'assister aux conférences de rédaction, de visiter les centres de documentation, de rencontrer des journalistes sur leurs lieux de travail et d'être introduits auprès des rédactions des sites Internet qui bien souvent sont maintenant inclus dans les visites.

• **En radio**, la tranche horaire « 7-9 » est très appréciée. Elle permet de s'entretenir non seulement avec les journalistes mais aussi avec les techniciens.

• **En télévision**, France 2 organise une visite très complète qui débute par la conférence de rédaction et se termine par la présentation du journal soit du 13 heures, soit du 20 heures. Les visites des médias en ligne sont spécifiques à France 2 et à Canal+.

• **Cette année**, nous avons pu répondre favorablement à la demande de visite de l'AFP.

Les visites amènent les enseignants qui en ont bénéficié à en organiser à leur tour pour leurs élèves. Le Clemi connaît un accroissement de demandes d'aide à l'organisation de ces visites. Nous répondons à ces demandes en tenant compte de l'âge des élèves.

AU NIVEAU ACADÉMIQUE

La formation continue

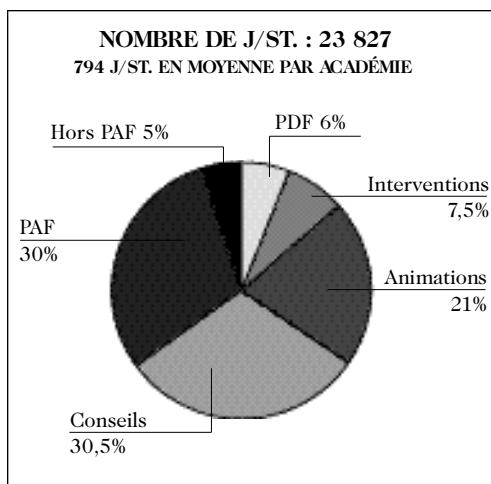
En 1999-2000, la formation continue a concerné 14.221stagiaires, chiffre en légère progression par rapport à celui de l'année précédente (+6%). La formation continue se maintient donc à un niveau élevé. Il faut y voir la marque d'une demande soutenue de nos différents partenaires, et particulièrement du corps enseignant, ainsi qu'une conséquence du dynamisme des équipes académiques de formateurs, dont l'exis-

tence est pleinement reconnue, et le champ de compétence de plus en plus clairement identifié par leurs divers interlocuteurs institutionnels.

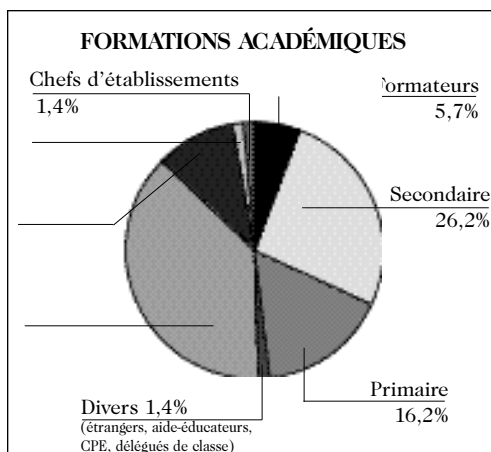
• **Les dispositifs classiques**

Les académies sont à l'initiative de plusieurs types d'actions (schéma n°4).

4 • RÉPARTITION DES ACTIONS DE FORMATION AU NIVEAU ACADÉMIQUE



5 • LES PUBLICS DE LA FORMATION CONTINUE EN ACADÉMIES



- Les stages du plan académique représentent environ 20 % des enseignants touchés par des actions de formation et se répartissent en « stages à candidature indivi-

duelle » (45%), « stages d'établissement » (34%) et « formation de formateurs » (20%).

- Un peu plus de 35% des enseignants formés sont concernés par des interventions ponctuelles dans une formation organisée par ailleurs ou par un apport plus personnalisé lors de la mise en place d'un projet. Près de 38% des personnes concernées par ces formations sont des élèves.

Pour la répartition des publics, voir schéma n°5.

• **De nouveaux dispositifs de formation : les colloques**

Les colloques représentent une activité qui, bien qu'académique, dépasse largement le cadre d'un simple stage, aussi bien par le nombre des participants, par la variété des dispositifs proposés, que par la notoriété des intervenants. Leur nombre est en progression régulière au fil des ans :

- Celui organisé par l'équipe Clemi de Toulouse sur le cinéma documentaire est le plus ancien (7^e édition, « Cinéastes face au monde »).

- L'équipe Clemi de l'académie de Dijon a renouvelé son initiative de l'année dernière, sur le thème : « Internet : vers une mutation de la déontologie de l'info ? ».

- Le Clemi de Nancy-Metz a organisé son premier colloque en partenariat avec l'Iufm sur le thème « Ecole et médias : regards croisés ».

Ces manifestations, à mi-chemin entre la formation et le séminaire spécialisé, permettent de donner de la visibilité à certaines questions se rapportant à l'éducation aux médias, d'y impliquer les différents acteurs de l'académie, de sensibiliser les différents participants, et en même temps de réaliser un travail en profondeur avec les enseignants et les élèves, sur des thèmes qui font par ailleurs l'objet de démarches pédagogiques précises et souvent innovantes. Car ces événements, au-delà de leurs éventuels prolongements médiatiques, sont d'abord le point d'aboutissement d'un patient et régulier travail pédagogique réalisé dans les établissements et dans les

classes avec d'autres enseignants, des chefs d'établissement, et bien évidemment, les élèves.

La formation initiale

• **En 1999-2000**, quatorze Iufm ont organisé des formations se rapportant à l'utilisation pédagogique des médias. Elles ont touché 1.461 étudiants (soit 2.279 journées-stagiaire), ce qui représente en moyenne 49 stagiaires par académie.

Le nombre de stagiaires a encore augmenté cette année (+33% l'année dernière, +12% cette année), et la durée moyenne des formations progresse sensiblement (plus de la moitié des formations ont une durée supérieure à un jour, alors qu'elles étaient moins d'un tiers dans ce cas l'année dernière). Cette augmentation sur deux années consécutives, encore fort modeste en chiffres absolus, marque peut-être le début d'une reprise, stimulée par le fait que les Iufm, plus proches de la formation continue, et confrontés aux demandes des enseignants dans ce domaine, sont peut-être plus attentifs à la place de l'éducation aux médias dans la formation initiale.

Ces chiffres n'en demeurent pas moins très faibles par rapport à l'importance du public potentiel concerné et à l'intérêt que le travail sur et avec les médias suscite dans le corps enseignant en général. Rappelons aussi qu'ils rendent compte uniquement des formations dispensées par les formateurs du Clemi (qui sont, dans leur quasi-totalité, extérieurs aux Iufm).

• **Les formations** se répartissent dans des proportions similaires à celles de l'année dernière :

- 78 % ont lieu en seconde année,
- le public se répartit à égalité entre le premier degré et le second degré.

Les disciplines sont bien représentées, comme l'année précédente, avec en tête la documentation (12,5% des stagiaires), loin devant l'histoire-géographie, les langues vivantes et les lettres (4,3 %) et les fonctions éducatives (3%).

Certaines interventions du Clemi en formation initiale se présentent sous la forme de conseil ou d'accompagnement, notamment à l'occasion de la semaine de la Presse dans l'Ecole, ou dans des dispositifs de tutorat pour guider des stagiaires qui ont choisi, par exemple, de consacrer leur mémoire professionnel à des activités pédagogiques faisant appel à l'utilisation des médias. Un peu plus de 9% des stagiaires font ainsi l'objet d'une démarche de formation spécifique.

La majeure partie des interventions sont transversales, communes aux professeurs des écoles et aux professeurs des lycées et collèges, et abordent l'éducation aux médias, soit sous forme générale, soit à travers certaines de ses applications (audiovisuel ou Tice).

LES CONTENUS DE

LA FORMATION CONTINUE

Ce qui caractérise l'offre de formation continue dans les académies, c'est sa richesse et sa diversité. Les pages Web consacrées au Clemi dans les sites académiques permettent de présenter de manière synthétique cette offre.

La presse écrite et le journal scolaire : des activités fondamentales

• **Le journal scolaire** est un thème de formation à géométrie variable, car il permet de choisir de nombreux angles pédagogiques. Il représente de ce fait une part importante des stages réalisés (21,8%). Thème en soi ou point de départ pour une mise en perspective (« Concevoir un journal scolaire pour réussir », « L'éveil citoyen par le journal scolaire », « Journal scolaire et projet Zep »), il est perçu et appréhendé dans le prolongement direct de la presse écrite d'information.

• **Avoir un projet de journal scolaire**, c'est d'abord se pencher sur la presse des adultes

(« De l'événement au journal », « Comment lire la presse », « La presse écrite : la connaître, l'utiliser »). Cela représente 8,2% des formations.

- **C'est ensuite apprendre à la connaître et à maîtriser** certaines techniques d'écriture afin, pourquoi pas, de permettre à de jeunes lycéens de devenir correspondants lycéens d'un quotidien régional (« Formation des correspondants lycéens pour Ouest-France »). Cela représente 5,4% des stages réalisés.

- **C'est enfin passer insensiblement et très naturellement du support papier au support écran**, en se familiarisant avec les médias en ligne, en apprenant à les identifier et à les lire, puis en se lançant dans l'aventure de l'écriture et de la communication. La continuité qui s'instaure d'un média à l'autre est soulignée (« Du journal papier au journal en ligne »), de même que la continuité du projet pédagogique qui sous-tend ces démarches (« De Freinet à Internet »). Les stages qui font explicitement référence à l'utilisation d'Internet dans le cadre d'un projet d'écriture médiatique, représentent 10% des formations.

Internet et l'information en ligne : une place à part entière

Ce domaine est perçu comme le prolongement naturel des activités liées à l'écrit et le nombre de formations qui s'y réfèrent explicitement (10%) en fait un ensemble aisément identifiable. La formation est concernée par Internet à des titres divers : le Web peut tout d'abord fonctionner par rapport à celle-ci comme outil de communication et d'information, en donnant à connaître les offres de formation existant dans le domaine de l'éducation aux médias. Il peut aussi être étudié comme média à part entière, et à ce titre susciter de nouveaux questionnements (« Internet : vers une mutation de la déontologie de l'information »). Il peut prolonger les projets de communication des élèves en donnant à ceux-ci à la fois plus de visibilité et plus de souplesse en terme de partenariat (« Réaliser un journal en ligne européen »,

« Cybergazette et Internet »). Il peut enfin fonctionner comme outil de formation, en apportant au formateur, par le biais notamment du site du Clemi national et de certaines pages académiques, des aides et des documents utilisables dans le cadre de la formation mise en place.

La semaine de la Presse dans l'Ecole : un passage obligé

Le nombre de stages académiques qui s'inscrivent explicitement dans la préparation de ce moment fort se maintient à un niveau relativement élevé : 7,3% (9,5% l'année dernière). C'est par exemple le cas dans l'académie de Rennes, où le stage a été programmé à plusieurs reprises au cours de l'année scolaire. Très souvent réalisés dans une démarche de partenariat avec la presse régionale, ils permettent de jeter les bases de projets sur le moyen terme et de réunir autour d'une même dynamique les différents acteurs de la communauté éducative et des médias.

Des images à l'école

Avec 21,3% des formations qui lui sont consacrées, l'image, sous ses différentes formes, est toujours un thème important dans les formations proposées et réalisées. Elle est abordée sous différents angles :

- **La production d'images animées** (« Création de documents audiovisuels », « Le montage vidéo »).
- **L'analyse de l'image d'information**, souvent corrélée avec la notion de citoyenneté (« Image d'information et citoyenneté », « Médias et éducation à la citoyenneté : l'image de presse »). Elle porte aussi bien sur l'image télévisuelle que sur la photo de presse, et s'articule avec une réflexion sur l'enseignement des disciplines (« L'image dans les nouveaux programmes de français ») ou sur des démarches spécifiques (« Enseigner avec l'image en Zep »).
- **Les images du journal télévisé**, en tant que dispositif emblématique de fabrication de l'information (« Analyser le journal télévisé », « Analyser les génériques télévisuels »).

**La citoyenneté :
une notion fédératrice**

Le thème de la citoyenneté traverse l'ensemble des formations, souvent de manière explicite. Ainsi, on la retrouve aussi bien avec la notion d'information (« Formation du citoyen : les enjeux de l'info »), de journal (« Le journal : outil d'une citoyenneté active »), de journal scolaire ou d'image. Plus de 6% des stages affichent cette préoccupation et abordent la réflexion sur les médias à partir de cet angle. Cette préoccupation participe à la fois des interrogations actuelles du système éducatif par rapport à ses missions et de la spécificité de la mission du Clemi, qui lie explicitement depuis sa création, éducation aux médias et éducation à la citoyenneté. La conjonction de ces deux dynamiques confère à ce thème, depuis quelques années, une place importante dans les propositions de formation.

**Quelques domaines
ou publics spécifiques**

Quelques formations se retrouvent d'une année sur l'autre, même si elles ne sont pas très nombreuses. La régularité avec laquelle elles sont programmées est l'indice d'un besoin constant et d'une demande sans cesse renouvelée.

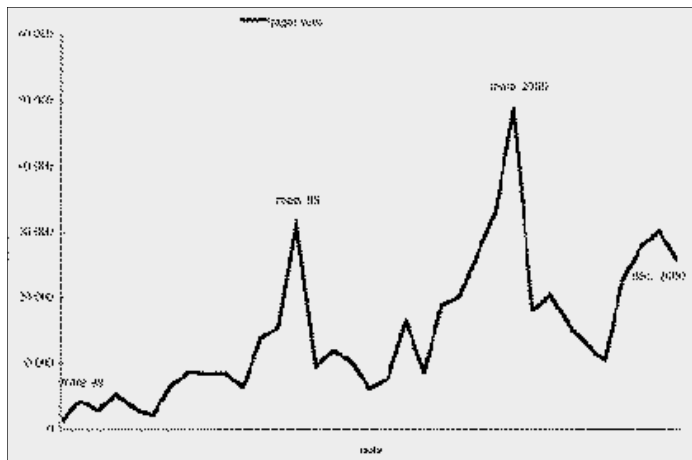
- **2,7% des formations** portent sur des questions relatives à la radio (« La radio, outil pédagogique, outil d'animation »).
- **3,5% des formations** sont en liaison avec des champs disciplinaires ou professionnels (documentalistes et des conseillers d'éducation, historiens-géographes, lettres, éducation civique, sciences économiques et sociales, langues vivantes).
- **Enfin, quelques formations** touchent à des domaines variés, comme la presse enfantine, le français langue étrangère, le documentaire, les écrits scientifiques...



**LES STATISTIQUES DE CONSULTATION DU SITE DU CLEMI
www.clemi.org (nombre de pages lues, par mois)**

Le Clemi a ouvert son site Internet en janvier 1998. Il souhaitait en faire un outil de liaison entre ses équipes, un outil de formation pour les enseignants et un lieu de mutualisation de pratiques péda-

gogiques. Les objectifs qu'il s'était assignés rencontrent une véritable demande, en particulier au moment de la semaine de la Presse dans l'Ecole, où le site enregistre chaque année un important pic de consul-



tation. Les enseignants et les documentalistes viennent y chercher les informations sur la Semaine, des adresses de sites d'information, des documents pédagogiques (fiches, bibliographies, conférences de spécialistes...), des comptes rendus d'enseignants et de formateurs ayant mené des activités d'éducation aux médias.

La 11^e semaine de la Presse dans l'École

Depuis dix ans, le Clemi organise la semaine de la Presse dans l'École en partenariat étroit avec les médias. D'une activité atypique et ponctuelle, la Semaine est devenue une véritable institution. Elle s'inscrit dans une démarche citoyenne : la lecture critique et distanciée de l'information. La 11^e Semaine en porte un nouveau témoignage, avec 3,8 millions d'élèves participants et 745 médias inscrits.

Du 20 au 25 mars 2000, ce sont 3,8 millions d'élèves, 255 698 enseignants répartis dans 12 717 établissements scolaires qui ont choisi de participer à la 11^e semaine de la Presse dans l'École. Cette année, 745 médias ont été leurs partenaires : 440 quotidiens et magazines d'information, 234 stations de radio, 71 télévisions et agences de presse.

Un nouveau partage des responsabilités

Dès le mois de mai 1999, le Clemi a, une fois encore, attiré l'attention de ses partenaires sur la nécessaire réorganisation de l'acheminement de la presse à diffusion nationale. En effet, l'accroissement du nombre d'exemplaires offerts aux enseignants conjugué à la diminution du nombre de dépositaires et les coûts de l'opération basée sur le bénévolat rendaient impérieuse une « mise à plat » de la logistique. Faute de transformations, le risque était

grand de voir disparaître, purement et simplement, la semaine de la Presse dans l'École.

Le groupe de pilotage de la 11^e Semaine, qui s'est tenu le 19 octobre 1999 au ministère de la Culture et de la Communication, a décidé d'une nouvelle organisation, fondée sur le partage des responsabilités et donnant aux fédérations, syndicats et professionnels de la presse écrite un rôle plus important dans l'organisation matérielle.

- **Du côté de l'Éducation nationale**, le Clemi a assuré, comme à l'accoutumée, l'information des enseignants et des relais académiques. Il a favorisé l'inscription des établissements scolaires sur Minitel, proposé aux enseignants des stages académiques ou départementaux et a organisé l'accompagnement de la semaine en concevant un Dossier pédagogique envoyé par la Mission à l'information du ministère à tous les établissements inscrits. Le site Web du Clemi est, pendant cette période, un moyen d'information et un lieu de ressources pédagogiques particulièrement consulté par les enseignants (voir p.12).

- **Les professionnels des médias** ont pris en charge l'information des éditeurs, l'inscription des titres, le suivi de leur acheminement jusqu'aux établissements scolaires et l'accompagnement des projets éditoriaux des différents médias.

La Poste, nouveau partenaire à côté des Messageries lyonnaises de presse, a livré

NOMBRES D'INSCRITS DANS LE SYSTÈME ÉDUCATIF		
	1999	2000
Élèves	4 702 900	3 808 000
Enseignants	329 730	255 700
Établissements	16 000	12 700
• écoles	6 990	5 400
• collèges	5 390	4 400
• lycées prof.	1 360	1 130
• lycées	1 690	1 400
• centres div.	570	400

POURCENTAGE DE PARTICIPATION DES ÉTABLISSEMENTS EN 2000		
	Par rapport aux inscrits à la Semaine	Par rapport au nombre total d'établissements
Écoles	42 %	10 %
Collèges	35 %	68 %
Lycées prof.	9 %	58 %
Lycées	11 %	56 %

LES ANIMATIONS DANS LES ÉTABLISSEMENTS				
	Ecoles	Collèges	Lycées profes- sionnels	Lycées
Kiosques	76%	87%	88%	90%
Journaux scolaires	68%	49%	40%	34%
Débats	52%	46%	53%	59%
Atelier d'analyse	82%	76%	73%	74%
Concours	17%	32%	22%	16%
Expositions	54%	59%	57%	65%

les établissements scolaires le premier jour de la semaine. Elle a partagé avec les éditeurs les frais d'expédition.

Cette nouvelle organisation a été validée le 30 novembre 1999, et la circulaire a paru au Bulletin officiel le 6 janvier 2000 (n°99-219 du 28-12-1999). Toute la préparation étant décalée de trois mois, les habituels documents d'information n'ont pu être réalisés.

La participation

• Du côté des enseignants

Malgré le retard dans l'organisation, les enseignants ont été encore plus nombreux que les autres années à attendre l'ouverture de l'inscription (6 000 inscriptions la première demi-journée).

Ils se sont largement investis dans les animations pédagogiques proposées. 85 % ont conçu un kiosque pour accueillir la presse, 75% ont conduit des ateliers d'analyse de presse, 60 % ont réalisé une exposition à partir des travaux des élèves, 55 % ont organisé des débats, des tables rondes avec les professionnels des médias, près de 55 % ont entrepris ou produit un journal scolaire ou lycéen.

Comme chaque année il faut souligner la demande insistante des enseignants à être formés, en formation initiale ou continue, à l'utilisation pédagogique des médias. La synthèse nationale que le Clemi publie chaque année reprend les détails des activités réalisées dans chaque académie.

• Du côté des médias

Le nombre de quotidiens et de magazines offerts a diminué de plus de 30 % (de 574 à 440 titres), et le nombre d'exemplaires d'environ 25% (de 2,2 à 1,8 million). Si les quotidiens ont maintenu - et souvent augmenté - leurs offres, cela n'a pas été le cas de la presse magazine, surtout de la presse jeune et de la presse de territoire. La grande majorité des éditeurs a offert du « papier frais », mais les établissements ont parfois reçu des numéros datant de plusieurs mois, rendant alors impossible le travail sur l'actualité.

En revanche, la participation des radios et des télévisions continue de croître. Notons tout particulièrement le partenariat entretenu, depuis plusieurs années, avec la Confédération nationale des radios libres (CNRL). Les 234 stations de radio participant à la semaine ont reçu du Clemi une « annonce sonore » de 30 secondes réalisée par la radio du collège Fief des Galères à Aytré.

Le nombre de quotidiens et de magazines reçus par les établissements scolaires

NOMBRES DE MÉDIAS INSCRITS		
	1999	2000
Presse écrite	574	440
• diffusion particulière	248	118
• Colis Poste	326	322
Radios	199	234
• service public	42	41
• locales privées	148	182
• scolaires	9	11
Télévision	55	60
• secteur public	50	57
• secteur privé	5	3
Agences, divers	13	11
TOTAL	841	745

PRESSE ÉCRITE : RÉPARTITION THÉMATIQUE		
	1999	2000
Presse d'actualité généraliste dont :	329	291
• quotidiens	59	55
- nationaux	9	11
- régionaux	37	34
- départementaux	13	10
• hebdomadaires	270	236
- diffusion nationale	52	19
- diffusion régionale	218	217
Presse jeune	64	39
Sport, loisirs, nature	75	32
Art, culture	35	23
Sciences et techniques	12	-
Presse féminine, famille, maison	14	1
Presse radio et télévision	5	2
Journaux scolaires et lycéens	15	20
Presse professionnelle	12	14
Divers	13	18

officiellement inscrits a été fort variable. Si la moyenne est de 70 titres par établissement, la majorité d'entre eux en a reçu entre 10 et 30. Comme d'habitude, la demande des enseignants dépassait largement l'offre des éditeurs, mais cette année sont venus s'ajouter les inévitables problèmes d'adaptation à nouvelle logistique fort complexe.

La presse régionale a souvent adressé aux établissements scolaires plusieurs dizaines d'exemplaires chaque jour de la semaine. Quant aux journalistes, tout particulièrement ceux de l'Association régions presse enseignement jeunesse (ARPEJ), ils ont programmé des animations dans les classes bien au-delà du cadre de la Semaine.

La Fédération nationale de la presse française et La Poste ont pris en charge l'impression de l'affiche et son tirage à 30 000 exemplaires.

• **Le soutien du minis tère de l'Education**
Comme tous les ans, la direction de l'Administration a assuré les conditions matérielles du succès de la Semaine. Le Bureau de presse a assuré le lien avec le ministère de la Culture lors de la réunion du groupe de pilotage et l'information des journalistes. Le bureau de l'informatique de communication a procédé aux mises à jour de l'application Minitel et collecté les inscriptions sur Edutel, le serveur télématique étant la cheville ouvrière de la Semaine. La cellule de coordination des imprimés a fait imprimer et a envoyé le Dossier pédagogique aux enseignants inscrits. Le Bulletin officiel de l'Education nationale a largement fait connaître l'opération.

D'initiative nationale, la Semaine laisse une grande responsabilité aux académies par le biais de cellules de coordination mises en place par les recteurs, en liaison avec les médias. Les centres régionaux et départementaux de documentation pédagogique et les coordonnateurs académiques du Clemi sont les relais naturels de la Semaine, pour la logistique et surtout la pédagogie. Grâce à leurs bulletins et leur système d'information électronique, ils ont adapté l'information au public de chaque académie et de chaque département.

Dans les départements et territoires d'outre-mer, les coordonnateurs académiques du Clemi, en relation avec les CRDP-CDDP, ont aussi pris en charge la confection matérielle des colis-presse qui ont été envoyés aux établissements scolaires.

Groupe de pilotage de la 11^e semaine de la Presse dans l'École

Le Groupe de pilotage détermine et entérine l'organisation et les grandes orientations de la semaine de la Presse dans l'École proposées par le ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la Technologie. Il valide les dates et le thème proposé aux enseignants. Il assure la diffusion de l'information auprès des médias.

Sa composition a été fixée en 1989 pour assurer au mieux le pluralisme des médias participant à la Semaine. Ainsi ne figurent pas tel éditeur ou tel titre mais les représentants de ces médias. Pour l'audiovisuel, ne participent au groupe de pilotage que les chaînes de l'audiovisuel public.

ORGANISMES PROFESSIONNELS DE LA PRESSE ÉCRITE

- Fédération nationale de la presse française
M. Alain Boulonne, président
- M. François Devevey, directeur général
- Syndicat de la presse parisienne
- M. Xavier Ellie, président - M. Laurent Dubois, directeur
- Syndicat de la presse quotidienne régionale
- M. Jean-Louis Prévost, président
- M. Jean-Pierre Delivet, conseiller
- Syndicat des quotidiens départementaux
- M. Alain Boulonne, président
- Mme Agnès Rico, directeur
- Syndicat professionnel de la presse magazine et d'opinion
- M. François d'Orcival, président
- M. Paul Miguel, directeur
- Syndicat de la presse magazine d'information
- M. Marc-Noël Vigier, président
- Mme Pascale Marie, directrice
- Fédération de la presse périodique régionale
- M. Jean-Pierre Vittu de Kerraoul, président
- Mme Ismène Vidal, directrice
- Fédération nationale de la presse d'information spécialisée
- M. Lionel Guérin, président
- Mme Catherine Chagniot, attachée de direction
- Syndicat des publications destinées à la jeunesse
- M. Patrice Amen, président
- M. Francis Vernhes, conseiller
- Agence-France Presse
- M. Eric Giully, président-directeur général
- Mme Agnès Caradec, directrice de la communication
- M. Yves de Saint-Jacob, direction de la communication
- Messageries lyonnaises de presse
- M. Georges Lussier, directeur commercial

- Union nationale des diffuseurs de presse
M. Jean-Pierre Marty, président
M. Guy Delivet, directeur

ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES PRESSE-ÉCOLE

- M. Jean Miot, président
de l'Association presse-enseignement (APE)
- M. François d'Orcival, président du Comité d'information pour la presse dans l'enseignement (CIPE)
- M. Philippe Amyot d'Inville, président de l'Association régions presse enseignement jeunesse (ARPEJ)

PRESSE AUDIOVISUELLE PUBLIQUE

- M. Marc Tessier, président-directeur général, France Télévision
- Mme Michèle Cotta, directrice générale de France 2
- M. Rémy Pflimlin, directeur général de France 3
- M. Bruno Denaes, rédacteur en chef à France Info représentant le secrétaire général de l'information de Radio France.
- Mme Anne-Marie Bernard, La Cinquième, directrice déléguée aux programmes
- M. Jean-Marie Dupont, Président du Conseil d'orientation et de perfectionnement du Clemi

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE (LA POSTE)

- M. Claude Bourmaud, président - M. de Pastor, direction du courrier et projets presse

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

- M. Bernard Montagnier, conseiller technique

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE

- Le représentant du cabinet du ministre (Mme Monique Akoun)
- Mme Geneviève Becquelin, doyenne de l'inspection générale, M. Jean-Michel Croissandeau
- M. Jean-Paul de Gaudemar, directeur de l'enseignement scolaire
- Mme Hélène Bernard, directrice de l'administration
- M. Alain Thyreau, chef de mission à la communication
- M. Roger-François Gauthier, directeur général du Centre national de documentation pédagogique (CNDP)
- M. Jacques Gonnet, directeur du Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (Clemi)
- M. Benoît Menu, coordonnateur général

A TITRE CONSULTATIF :

- Mme Aralynn Abare McMane, directrice des programmes éducatifs de l'Association mondiale des journaux

Année scolaire 1999-2000

Programme d'expérimentation

Recueillir des informations sur des activités médias qui se déroulent dans les établissements reste l'objectif du secteur «*expérimentation*» du Clemi. Il s'agit d'accompagner, sur deux ans, des équipes d'enseignants et de considérer comment leurs pratiques, extrêmement diverses, peuvent être validées et reproduites.

Le cadre du programme

Le nouveau programme lancé en septembre 1998 considérait la mise en place d'une éducation à l'image d'information dans des collèges situés en Zep ou en zone sensible.

Il a regroupé onze collèges, dont deux classes de Segpa. En 1998-99, le Clemi avait suivi les conditions de réalisation des activités : les questionnements portaient sur les objectifs visés, le contenu et les étapes des activités mises en œuvre, les remarques sur les acquis des élèves.

L'année 1999-2000 a porté sur l'évolution des activités liées à la connaissance des images, l'étude des effets remarquables sur le comportement des élèves vis-à-vis des situations pédagogiques proposées, mais aussi vis-à-vis des médias. Par ailleurs, le Clemi souhaitait connaître l'attitude des enseignants extérieurs aux projets « médias » et relever les conseils donnés par chacune des équipes engagées dans ces différentes actions d'éducation aux images d'information.

Les sites repérés par les coordonnateurs académiques du Clemi et retenus dans le

programme bénéficient de la part du ministère (DESCO 11A), au titre du Clemi, de moyens horaires permettant aux équipes de se concerter, d'établir des axes de travail et de formaliser les actions en cours.

Evolution du travail

Sur les onze engagés l'an dernier, huit sites ont poursuivi leurs activités médias. Il s'agit dans l'ensemble de consolider les acquis de l'année précédente face aux mêmes élèves.

- **Au collège Jules-Romains de Nice**, les élèves suivent la cinquième « classe média ». Dans ce collège, l'éducation aux médias s'inscrit dans l'emploi du temps des élèves et constitue un enseignement obligatoire. Cette année, chaque séance a fait l'objet d'une évaluation des contenus (fiches à remplir, questions orales et écrites). Une note inscrite sur le bulletin trimestriel a parfois accompagné cette évaluation, pour « renforcer la crédibilité de l'enseignement des médias et de l'image », disent les enseignants.

- **Au collège Edmond-Michelet de Paris**, le jumelage d'une classe du collège et d'une classe de l'école maternelle voisine se poursuit. Cette année, la classe de cinquième, qui suit une option « Image et médias » depuis la sixième, a été jumelée avec une moyenne section de l'école maternelle. Contrairement aux élèves de troisième de l'an dernier, ceux-ci n'avaient qu'une expérience relative de l'écoute de l'autre. De plus, il leur fallait apprendre à ne pas aller trop vite auprès des tout-petits dans la transmission

BILAN NATIONAL

de leur connaissance sur l'image, pour favoriser chez les petits leur préhension des images. Le résultat de ces rencontres autour d'images de publicité, d'actualité trouvées dans les médias et commentées par les deux classes d'âge, a été alimenté chaque mois par des productions de dessins, de photos, d'articles, de poèmes, de fragments de pensée, publiés sur Internet dans les pages du journal *Marmot-Fluo*.

- **Au collège Jacques-Brel de Cléon**, alors que l'équipe enseignante s'était « emballée » sur l'aspect « audiovisuel » du projet, les activités ont été recentrées sur la lecture des images d'information. Deux reportages sur le collège, réalisés et diffusés par *France 3 Normandie*, ont été les supports de nombreux travaux d'analyse et ont conduit les élèves à produire deux reportage sur leur collège.

- **Au collège Maryse-Bastie de Reims**, les élèves de Segpa ont travaillé en particulier

sur la lecture des textes et des légendes accompagnant les photos du quotidien *L'Union*. Cette année, les élèves ont réalisé des photos et se sont exercés, à partir d'un logiciel, au recadrage et au trucage de ces images. La publication de certaines d'entre elles dans le journal du collège a prolongé les activités de l'année précédente.

- **Au collège Léonard-de-Vinci de Tournefeuille** dans l'académie de Toulouse, le professeur d'histoire-géographie et la documentaliste ont continué un travail autour du documentaire avec des élèves de sixième. Elles cherchent à prolonger la réflexion en cours dans le groupe Clemi de l'académie qui, depuis plusieurs années, a développé une approche pédagogique sur l'étude du cinéma documentaire en classe.

- **Au collège La Reynerie de Toulouse**, dans le cadre du parcours diversifié « Images et médias », les enseignants ont recentré

ACADÉMIE	ETABLISSEMENT	ACTION ENGAGÉE
Aix-Marseille	• Collège Jas de Bouffon, Aix-en-Provence	• Réalisation d'un cyberjournal inter SEGPA
Nice	• Collège Jules-Romain, Nice	• Education aux médias, aux images et à la citoyenneté en 6 ^e
Paris	• Collège Edmond-Michelet, Paris	• Jumelage d'une section de maternelle et d'une classe de 3 ^e à option image et médias
Reims	• Collège Maryse-Bastie, Reims	• Apprendre à lire les images d'actualité en 6 ^e et 5 ^e de SEGPA
Rouen	• Collège Jacques-Brel, Cléon	• Lecture et production d'images d'information en 4 ^e
Toulouse	• Collège Léonard-de-Vinci, Tournefeuille • Collège La Reynerie, Toulouse	• L'image d'information à la télévision : du reportage au documentaire • Education à l'image d'information
Versailles	• Collège Eugénie-Cotton, Argenteuil	• Etude de l'image d'information en 4 ^e

leurs activités sur l'étude de la photographie de presse et la réalisation d'un photo-reportage (objet d'une exposition de fin d'année). La proximité de la Galerie du Château d'eau de Toulouse a permis aux élèves de travailler, avec l'un des responsables, sur deux expositions présentées.

- **Au collège Eugénie-Cotton d'Argenteuil**, les activités médias sont inscrites dans l'emploi du temps de la classe de troisième (une heure par semaine). Comme l'an dernier, il s'agit de partir de thèmes de société et d'actualité traités par les médias et de croiser les programmes d'histoire-géographie, de français et d'éducation civique. Cette année, les thèmes suivants ont émergé : le dopage, le clonage, les OGN, la parité hommes/femmes, la loi sur les 35 heures, les paparazzi et la liberté d'expression.

- **Quant à la Cybergazette réalisée par plusieurs Segpa** de l'académie de Marseille, elle a suscité l'intérêt de plusieurs établissements situés dans l'académie voisine (Nice) qui ont rejoint sa rédaction.

Le comportement des élèves

Il semblerait que les activités relatives à l'objet image, à sa description, son analyse, au référent qu'elle suscite chez les jeunes, ont trouvé l'intérêt des élèves, à l'heureuse surprise des enseignants. *« Même si identifier ce qu'ils regardaient était perçu au départ comme une contrainte provocatrice, par la rigueur que l'on exigeait d'eux, dans le choix du regard plus que dans la richesse du vocabulaire employé, petit à petit, les élèves se prirent au jeu et nous épatèrent par leurs propres interrogations. »* *« Les séances consacrées à la théorie, pourtant a priori plus rebutantes pour des élèves en délicatesse avec l'école, ont connu une réussite spectaculaire : les élèves, dans l'ensemble, ont acquis et investi le vocabulaire. Ils ont, par exemple, mené une réflexion intéressante sur les notions de dénotation/connotation, etc. »*

Les réalisations, toujours très attendues des élèves, sont plus difficilement maîtrisables par les professeurs, notamment dans

l'organisation des groupes. *« Certains avaient du mal à respecter les consignes d'organisation du travail notamment en dehors de la classe lors des prises de vue. »* Pour d'autres, *« ils avaient du mal à rester calmes, à manier l'appareil photo, à se situer dans l'espace, à anticiper ou même à passer à l'acte après avoir négocié longuement un cadrage. »*

Pour rendre compte des comportements des élèves vis à vis des médias, des questionnaires, significatifs pour chaque site, ont été élaborés par les équipes. On peut noter qu'en fonction du temps consacré à l'activité, l'intérêt et l'attitude changent. Ainsi : *« Ils fréquentent plus régulièrement le coin presse du CDI »*, est-il précisé dans un collège où l'essentiel du travail a porté sur la photo.

Attitudes des enseignants extérieurs aux projets

Entre l'indifférence et l'engouement - en particulier des plus jeunes - les attitudes (comme chaque année) sont très variables d'un établissement à l'autre. Il est à remarquer que contrairement aux autres programmes, celui que le Clemi a proposé autour de l'image a reçu de la part des enseignants non engagés dans l'action un écho relativement favorable et qu'ils se sont intéressés aux productions réalisées.

En conclusion

La majorité des enseignants souhaitent poursuivre l'action. Ils notent une progression des élèves vers plus d'efforts et d'aisance scolaire, *« même si la mise en route du projet a pris du temps »*. Plusieurs d'entre eux conseillent de bien limiter les objectifs, de créer des outils pédagogiques adaptés. Faut-il débiter par l'étude de l'image d'information télévisuelle ou par l'image de presse écrite, les avis sont partagés. Toutefois, tous s'accordent sur la nécessité de travailler en parallèle l'analyse et la production, même si celle-ci n'est que « rudimentaire » au départ. Le travail en équipe, l'interdisciplinarité, restent les composants essentiels de la réussite du projet.

Le programme fax !

Le programme fax! existe depuis maintenant onze ans. Le «journal junior international à distance» se diversifie désormais en trois séries : -fax!, télécopié, destiné aux collégiens et lycéens (la formule originelle), -fax! junior, télécopié, pour les écoliers de 6 à 11 ans, -cyberfax!, magazine multimédia, sur Internet.

Fax!, le journal télécopié

En 2000, la série-pilote *fax!* est restée stable. Les partenaires fidèles du programme (certains depuis le lancement de *fax!* par le Clemi) organisent un numéro par an : le collège Saint-Joseph à Landivisiau, le collège B.-Desrousseaux dans l'académie de Lille ou, à l'étranger, le lycée Arsakion d'Athènes ou Boggio-Lera à Catane en Sicile.

Chaque année également, les visiteurs du festival de littérature de voyage « Etonnants Voyageurs » à Saint-Malo sont les premiers lecteurs d'un numéro de *fax!* réalisé la veille par les élèves malouins. Le journal, imprimé dans la nuit, est distribué durant les trois jours de la rencontre. Cette année, le thème retenu était celui du festival : les utopies.

Une opération *fax!* a été réalisée par les étudiants de la faculté des lettres d'Aix-en-Provence. Des étudiants de français langue étrangère ont débattu de « la place de l'homme dans la société de demain ». Pour la première fois, un numéro a été réa-

lisé en Argentine, à Buenos-Aires, sur le thème : « Le siècle qui s'en va ». Les participations argentines ont également été nombreuses dans les différents numéros organisés durant l'année.

Les Portugais ont réalisé leur numéro « en direct » sur le stand de l'institut français lors du salon Expolingua à Lisbonne. Le thème retenu, « Français.com », montre bien l'intérêt pour les technologies de l'information et de la communication.

Certains numéros de *fax!* sont d'ailleurs des « opérations mixtes » : *fax!* papier et *cyberfax!* sur Internet. C'est le cas de l'opération réalisée en Normandie avec le concours du quotidien *Paris-Normandie* sur le thème : « La campagne, un choix de vie ? ».

Fax! junior

Le Clemi a lancé cette série destinée aux 6-11 ans en 1998, avec une charte propre. L'an dernier, des écoliers de CM1 et CM2 avaient réalisé un numéro sur le stand Clemi au salon de l'Education (sur le thème de la télévision). En 2000, quatre numéros ont été réalisés, l'un aux Etats-Unis, à l'école française de Denver (« Visions du monde en 2050 »), les autres en France.

L'école Louis-Boucher de Royan, dans le cadre d'un travail de trois années sur « lecture-écriture », a réalisé un numéro sur l'école : « Raconte-moi ton école hier et aujourd'hui ». Pour cela, les enseignants de Royan ont suivi un stage sur l'écriture journalistique animé par le journal *Sud Ouest*

et le Clemi. Ce *fax! junior* est accompagné d'une réalisation vidéo.

A Marseille, l'école Eydoux a ouvert le débat sur « A quoi sert la science ? ». Ce numéro minutieusement préparé a été encadré par des élèves de quatrième qui, ayant réalisé auparavant un numéro de *fax!* dans leur collège, ont formé les écoliers de CM1. Cette expérience a été très formatrice. « C'est difficile, de ne pas faire les choses à leur place, mais c'est formidable car ils comprennent bien ! », ont dit les collégiens.

L'école Anne-de-Bretagne à Saint-Aubin-du-Cormier est pionnière dans ce programme (premier numéro en 1998, opération réussie au salon de l'Education). Cette année, leur numéro abordait le thème de la différence. Enseignants et élèves ont très envie, en 2001, de réaliser le premier *Cyberfax! junior*.

Cyberfax!, le magazine multimédia

Cinq numéros de *cyberfax!* ont été réalisés cette année. A noter le numéro « mixte » de Normandie (papier et en ligne), et le numéro sur le thème des « Musiques » organisé par les élèves du lycée Bourdelle à Montauban, avec une interview du groupe Zebda et, pour la première fois, des documents sonores.

Le collège Arthur-Rimbaud à Montpellier a fait un numéro intéressant sur le thème des

« Drogues ». Il a été préparé avec le ministère de la santé et des équipes médicales de la ville. C'est l'aboutissement d'un travail de plusieurs mois engagé par les enseignants, les documentalistes et l'équipe régionale du Clemi sur la prévention de la toxicomanie.

Le lycée Livet de Nantes a profité du Festival international du dessin de presse à Carquefou pour organiser un numéro original sur ce thème, et a l'intention de renouveler cette expérience l'an prochain.

Chaque année, le Crdp de Marseille et le Clemi organisent un numéro du *Cyberfax! Méditerranéen*. Le 5 avril, c'est le lycée Lumière à la Ciotat qui mettait en ligne le numéro sur « L'aventure des langues en Méditerranée ».

Cette série s'affirme. Les premiers numéros restaient encore proches de l'écriture linéaire. On sent désormais une réflexion sur l'écriture multimédia, sur la construction du journal notamment en termes de facilité de navigation. Les jeunes rédacteurs n'ont plus de contraintes de format d'articles et se sentent peut-être plus libres pour s'exprimer sur ce nouveau support.

Les numéros de *cyberfax!* réalisés sont consultables sur le site Internet du Clemi, ainsi que le calendrier de l'ensemble du programme, le guide du correspondant et de l'organisateur, et des conseils dans l'élaboration d'un journal avec des élèves.



Année scolaire 1999-2000

Le programme d'évaluation

Pour l'année scolaire 1999-2000, le programme d'évaluation a concerné deux projets différents : la poursuite de la réflexion sur l'intégration de l'évaluation dans toute démarche d'éducation aux médias, et le travail autour de l'expérimentation pédagogique du programme « Apprendre la télévision ».

Intégrer l'évaluation dans les démarches d'éducation aux médias

A partir des résultats et des remarques collectés auprès des enseignants et des élèves au cours des précédents projets d'évaluation, il a semblé judicieux d'élaborer, conjointement avec des équipes investies dans des actions très diverses, des démarches pédagogiques intégrant l'approche évaluative dès leur genèse. L'équipe de pilotage du programme avait constaté que le fait d'évaluer auprès des élèves les effets des activités d'éducation aux médias nécessitait pour les enseignants de clarifier leurs objectifs, de sélectionner en conséquence leurs actions et de mettre en place les outils d'évaluation pertinents. L'ensemble de cette démarche évaluative permet aux plus impliqués d'entre eux de prendre du recul et de se situer en position d'observateurs de l'activité tout en la mettant en place. Par ailleurs, elle facilite l'organisation du travail et les choix d'activités auprès des plus novices.

L'année précédente, les équipes de six établissements avaient participé à cette réflexion :

- collège de Vic-Bihl à Lembeye (académie de Bordeaux)
- collège La Guinette à Villecresnes (académie de Créteil)
- collège Delacroix à Paris (académie de Paris)
- collège Jean-Jaurès à Bourbourg (académie de Lille)
- collège Pilâtre-de-Rozier à Ars-sur-Moselle (académie de Nancy-Metz)
- collège Lamartine à Toulouse (académie de Toulouse).

En 2000, du fait de certaines mutations, trois équipes ont accepté de compléter la démarche entamée (Villecresnes, Paris et Ars-sur-Moselle).

Les informations recueillies dans les différents sites autour des objectifs des équipes pédagogiques a permis de préparer conjointement avec le groupe de pilotage un livret d'accompagnement à l'usage des enseignants. Celui-ci prend en compte les différents choix qui s'offrent en termes d'objectifs et d'activités et les différentes contraintes qui jouent dès lors qu'un ou des enseignants souhaitent engager une action d'éducation aux médias dans un établissement précis et avec un groupe d'élèves précis.

La variété des situations pédagogiques et socioculturelles représentées dans les six

collèges sélectionnés à l'origine et dans les trois établissements restants permet de proposer une structure de *vademecum* relativement large et dont on espère qu'elle sera largement pertinente.

***Expérimentation pédagogique
du programme
« Apprendre la télévision »***

Un deuxième chantier d'évaluation s'est ouvert autour de l'expérimentation pédagogique du programme « Apprendre la télévision » mis en œuvre par l'Institut national de l'audiovisuel (INA), France-Télécom et le Clemi.

Ce programme regroupe de nombreux documents centrés sur le journal télévisé et accompagnés de propositions de démarches pédagogiques. L'ensemble a été mis en ligne et proposé expérimentalement dans des sites bénéficiant de conditions d'accès à Internet à haut débit.

Les villes concernées sont Bourges (académie d'Orléans-Tours), Lannion (académie de Rennes), Marseille (académie d'Aix-Marseille) et Parthenay (académie de Poitiers).

L'évaluation proprement dite prendra fin en juin 2001 et sera complétée par une évaluation de l'INA.



L'expression des jeunes à travers leur presse

Depuis sa création, le Clemi a une mission d'accompagnement de l'expression des jeunes, réaffirmée dans une circulaire de mars 1991 concernant les droits et devoirs des élèves.

« L'expression des jeunes », telle que la conçoit le Clemi, vise à ce que l'éducation aux médias reste un projet pédagogique centré sur l'élève. Une véritable éducation à l'actualité nécessite en effet des activités où l'élève n'est pas passif, mais acteur de la communication sociale. Il doit apprendre non seulement à comprendre les médias, mais à les critiquer ; à vivre la pluralité des points de vue et se confronter aux réalités vécues par chacun ; à utiliser le droit de cri-

tique dans le respect des personnes et de la loi sur la presse. Le journal permet aux jeunes de participer pleinement au dialogue au sein de la communauté scolaire. Les questions qu'ils posent suscitent souvent de vrais débats et interpellent les adultes.

***L'accompagnement de projets
liés à l'expression des jeunes***

- En mars 1991, la circulaire n° 91-051 sur « les publications réalisées et diffusées par les élèves dans les lycées » donnait un statut à la presse rédigée par les lycéens. Depuis, le terme « expression lycéenne » ou « expression des jeunes » s'est trouvé associé aux publications de journaux en milieu scolaire. Il s'agit, en effet, de l'un des modes de

socialisation de cette expression, même si certaines publications scolaires ne portent pas trace d'une quelconque « expression », au sens où la dimension du « je » en est absente.

L'idée de la circulaire était de reconnaître le lycée comme un lieu de l'apprentissage de la citoyenneté, et donc de permettre aux jeunes de se confronter à l'exercice de la liberté de la presse, en confiant aux chefs d'établissement le rôle d'encouragement, d'écoute et de rappel à la loi concernant ces modes de prise de parole.

Le contenu de cette circulaire, souvent méconnu des lycéens, a besoin d'être diffusé dans les établissements scolaires. C'est pourquoi le Clemi participe à l'élaboration d'une campagne d'incitation à la création de journaux lycéens avec l'Observatoire national des pratiques de presse lycéenne et a édité sur son site Internet une foire aux questions répondant aux principales questions déontologiques et juridiques soulevées par les lycéens lors de la création de leurs journaux.

Le Clemi est aussi intervenu sur le droit à l'expression des lycéens au Forum national des journaux lycéens organisé par J.Presse. Cette intervention a été suivie d'une information écrite à tous les participants.

La circulaire précise que le Clemi se doit de former les lycéens, de les accompagner, et d'être «un centre de ressources et d'observation» dans le cadre d'un projet journal ou de la formation des délégués élèves. Pour remplir cette mission, le Clemi accompagne la ventilation dans les académies de 33 heures supplémentaires hebdomadaires accordées par la direction des lycées et des collèges depuis la rentrée scolaire 1991 (voir les bilans académiques).

• **L'accompagnement pour la production journalistique** s'étend à tous les niveaux d'enseignement et à tous les supports d'expression : papier, radio, vidéo, multimédia, Internet...

L'accompagnement concerne l'ensemble de la communauté scolaire. En 2000, les formateurs du Clemi ont reçu au Centre de nombreuses équipes de journaux scolaires et lycéens. Ces conseils sont surtout sollicités par des enseignants, des documentalistes, des aides-éducateurs, parfois des chefs d'établissement. L'aide est aussi apportée par courrier ou téléphone. Les questionnements juridiques et financiers sont les plus fréquents. Parfois, les sollicitations concernent des conseils de conciliation.

Les demandes de formation d'enseignants ou d'élèves concernent plutôt la recherche de sujets, l'aide à la qualité de l'écriture journalistique, l'organisation du travail dans la classe.

La collection de journaux scolaires et lycéens du Clemi

• **Pour assurer cet accompagnement**, le Clemi collecte, classe et dépouille toutes les publications réalisées et diffusées par des jeunes, de la maternelle au lycée et par des étudiants. Sa collection compte environ 10 500 titres, soit près de 70 000 exemplaires, dont les plus anciens remontent à 1930. Elle s'enrichit par des envois spontanés, des collectes systématiques venant des coordonnateurs académiques du Clemi, de dons lors de festivals («Scoop en Stock») ou de concours (Fondation Varenne, concours *Phosphore* et *Okapi* dont le Clemi est membre du jury).

• **Un quart du public** reçu au Centre de documentation vient pour consulter cette collection : des enseignants et des documentalistes, des stagiaires des Iufm, des aides-éducateurs, des chercheurs et des étudiants, des élèves, des enseignants étrangers, des animateurs de quartiers, des journalistes. Une recherche thématique est adaptée à une demande des chercheurs, ou encore une « animation-formation » est organisée lorsqu'il s'agit de groupes. Lors de séances de feuilletage, les journaux, sélectionnés par thème ou par niveau scolaire, font parfois l'objet d'une véritable analyse

de contenu, lorsque le Clemi organise une formation pour des enseignants ou des élèves qui produisent des journaux scolaires ou lycéens.

Les journaux scolaires et lycéens migrent de plus en plus souvent vers une publication en ligne. Le site du Clemi en propose une sélection qui montre la diversité des approches journalistiques en milieu scolaire : de la présentation des activités de l'école à l'expression d'opinions lycéennes, en passant par l'actualité locale, nationale ou mondiale.

La presse des écoliers, collégiens et lycéens

Environ 3 000 journaux scolaires sont publiés chaque année en France, tous niveaux confondus. Ils tirent en moyenne à 300 exemplaires et leur prix de vente, lorsqu'ils sont vendus, varie de 2 à 15 F. Un même établissement peut réaliser deux journaux différents ou plus. Leur périodicité est très variable, du quotidien au semestriel. Certains paraissent quand ils le peuvent.

Il arrive que ces journaux soient imprimés et diffusés par – ou en partenariat avec – la presse régionale. Ainsi *Typo*, journal lycéen de l'Académie de Dijon, réalise une page le premier mardi de chaque mois pour le *Journal de Saône-et-Loire*, *Le Journal du Centre*, *L'Yonne Républicaine*, *Le Bien Public* ; *Quoi de Neuf*, journal de Boulay (académie de Nancy-Metz), paraît dans le *Républicain Lorrain* qui édite aussi depuis 10 ans *Cartable*, le journal écrit par des scolaires. Ils bénéficient parfois d'espace dans les journaux associatifs, comme *Vivre ici La Montagne* de Chaumont. Plusieurs opérations aboutissent à des publications en ligne ; ainsi pour *Typo*, *Cartable*, ou *10-15*, ce dernier en partenariat avec *La Montagne*.

En donnant la parole aux jeunes, tous les journaux scolaires favorisent un véritable débat démocratique dans les établissements et contribuent à la vie sociale et

civique. Ils permettent également à des élèves en difficulté (Segpa, Erea, Ime, hôpitaux, etc.) de s'exprimer « comme les autres ».

Les journaux proposent en général des rubriques régulières. Voici les plus courantes :

- **La vie de l'établissement** : interview des acteurs de la vie scolaire, l'état des locaux, la cantine, la vie des clubs, les activités périscolaires, l'orientation.
- **L'actualité locale** : agenda des manifestations, reportages sur la vie sociale, patrimoine culturel.
- **La société et la vie des jeunes** : la violence (tous les journaux en parlent, souvent sous forme de sondages), la politique (plutôt dans les lycées), le chômage, le suicide des jeunes, la peine de mort, l'amour et la sexualité, le sida, la politique étrangère (Algérie, conflit israélo-palestinien), le racisme, la parité homme-femme, la drogue.
- **Les médias : presse écrite** (dans les journaux d'écoles et de collèges avec *Mon Quotidien*, *Le Journal des Enfants*), radios (dans les journaux lycéens avec les radios locales, *Fun*, *NRJ*), télévision, Internet (dans les lycées).
- **La poésie** : l'amour est un thème très fréquent.
- **L'environnement** se trouve dans tous les journaux (réchauffement climatique, tri des déchets, eau, naufrage de l'Erika), mais aussi l'engagement humanitaire.
- **Le sport** : l'actualité de l'établissement et des clubs locaux, ainsi que les grands événements de l'année.
- **La critique** : littérature, cinéma, musique, théâtre, médias (surtout la télévision), jeux vidéos, internet.
- **Des jeux** : mots croisés, charades, blagues, horoscopes fantaisistes, concours.
- **Les élèves les plus jeunes** sont particulièrement intéressés par la nature et les conseils de vie pratique.



Les publications

Le Clemi poursuit sa politique éditoriale en publiant des ouvrages avec des partenaires publics et privés. Le centre publie également des outils pédagogiques sur son site Internet. Depuis un an, une collection a été créée dans laquelle sont publiés les rapports (semaine de la Presse dans l'Ecole, formation, rapport d'activités), ainsi que les travaux de recherche et les actes des séminaires et universités d'été organisés par le Clemi.

Réalisations du Clemi

- Le Dossier pédagogique de la 11^e semaine de la Presse dans l'Ecole, par Josiane Savino et Isabelle Bréda, rassemblant des fiches pédagogiques et des fiches d'information sur les médias, sur 32 pages. Il est distribué gratuitement à tous les établissements inscrits à la Semaine de la Presse.
- Lire et comprendre la publicité, par Thomas Rouchié, éditions Retz. Ce livre s'adresse plus particulièrement aux enseignants du premier degré. Il propose des exemples concrets et variés d'analyse de messages publicitaires et de leurs mécanismes.
- Image d'information et citoyenneté à l'école primaire, coordonné par Aline Dhavré et Josiane Savino, collection « Les Actes du Clemi ». Ce document est une synthèse des travaux des séminaires qui ont eu lieu de 1996 à 1999. Organisés par le Clemi avec la direction des enseignements scolaires du ministère, ils ont eu pour thème « Education aux médias et citoyenneté : l'utilisation de l'image d'information ».
- En partenariat avec la Cité de la Presse

(Paris), réalisation d'un document d'accompagnement de l'exposition « Liberté à la Une ».

- Publication de documents pédagogiques sur le site Web du Clemi. Le Clemi met à disposition du public des extraits de ses ouvrages (conférences, fiches pédagogiques...) et des articles publiés par ses membres dans différentes revues. Pour la semaine de la Presse dans l'Ecole, il propose des outils documentaires et pédagogiques, ainsi que des liens avec des sites d'information et des institutions liées aux médias.

- Mise en ligne du programme expérimental multimédia *Apprendre la télévision* dans douze établissements scolaires pilotes. Ce programme est réalisé en collaboration avec l'Institut national de l'Audiovisuel (INA) et France Télécom.

- Mise en ligne sur Internet du projet franco-québécois *L'InterAgence Jeune Presse*, élaboré par le Clemi dans le cadre de la coopération franco-québécoise en éducation. La vie de ce site éducatif d'analyse de médias et de production d'informations par des élèves est confiée depuis décembre, pour la France, à l'équipe Clemi de Poitiers (La Rochelle).

Projets éditoriaux en partenariat

- Dans le prolongement du programme expérimental multimédia *Apprendre la télévision*, réalisation d'un dévrom grand public en partenariat avec l'INA et les Cemea (centre d'entraînement aux méthodes d'éducation actives).

Activités documentaires

En 2000, la documentation a poursuivi ses activités de gestion du fonds et d'accueil du public. Elle a également été associée à des activités de formation.

Gestion du fonds documentaire

- **En 2000, la documentation a acquis 250 ouvrages**, livres, rapports, études, recueils de statistiques. L'accent, cette année encore, a été mis sur les albums photos, les ouvrages concernant les nouvelles technologies de l'information et le multimédia en éducation.

La vidéothèque informatisée s'est accrue de 30 vidéocassettes. 876 vidéocassettes sont maintenant consultables au Centre.

La bibliothécaire, avant son départ à la retraite, a terminé le travail sur la presse pour les jeunes : recensement systématique, analyse de quelques titres et étude du secteur.

Le Clemi a acheté et envoyé des colis de presse (presse d'actualité, spécialisée et pour enfants) dans des établissements scolaires et universitaires à l'étranger.

- **Répondre aux demandes** émanant de l'intérieur comme de l'extérieur a constitué le travail quotidien des documentalistes de ce centre spécialisé. L'équipe s'est efforcée de communiquer des documents du champ médias-éducation (dossiers, bibliographies, documents divers), de repérer et transmettre des informations (nouvelles parutions, manifestations régionales, nationales et internationales). Elle a répondu à

des demandes de visiteurs, des courriers, des appels téléphoniques et des messages électroniques en forte augmentation. La recherche documentaire sur Internet a pris de plus en plus d'importance.

Pour la 11^e semaine de la Presse dans l'Ecole, les stages nationaux, les manifestations et les interventions des formateurs Clemi à l'extérieur, la documentation a fourni bibliographies, dossiers, documents et études. Des corpus thématiques ont été constitués et mis à la disposition de tous. D'autres ont été envoyés à l'étranger.

Les publics

- **La documentation travaille avec deux types de public** : les formateurs et animateurs du Centre d'une part, des enseignants, étudiants, universitaires, journalistes, documentalistes d'autre part.

165 personnes ont été reçues sur rendez-vous pour un accueil personnalisé. Elles se répartissent de la façon suivante :

- étudiants et chercheurs (40 %),
- enseignants en postes et documentalistes (30 %),
- stagiaires d'IUFM toutes disciplines confondues (14 %),
- journalistes (2 %),
- divers (14 %).

Le chiffre global des visiteurs révèle une grande stabilité par rapport à 1999. En revanche, le pourcentage d'étudiants est en forte augmentation.

La demande des enseignants et des documentalistes s'est manifestée de manière

croissante par courrier électronique. Les nouveaux dispositifs à l'intérieur de l'école, et en particulier les TPE (travaux personnels encadrés) sur le thème de la presse écrite, ont fait l'objet de requêtes à partir d'octobre 2000.

- **Une centaine de personnes a été accueillie** en groupes dans le cadre d'une formation ou pour un travail spécifique lié aux médias. En fonction de la demande, des conseils méthodologiques sur la bibliographie et la recherche documentaire ont été donnés à des étudiants usagers de la documentation.

- **L'équipe a présenté systématiquement son centre** et souvent fourni des documents aux stagiaires présents au Clemi : stagiaires d'Iufm, enseignants en formation continue, inspecteurs de l'Education nationale, ensei-

gnants et responsables de l'éducation de pays étrangers.

- **Une stagiaire documentaliste en 2^e année d'IUFM** a effectué son stage de deux semaines à la documentation du Clemi. Une documentaliste stagiaire d'IUT a fait un stage de huit jours. Une documentaliste contractuelle a mis à jour, classé et enregistré l'ensemble des dossiers documentaires.

La participation à la formation en direction des documentalistes

Les documentalistes du Clemi ont répondu aux demandes de documentalistes en formation (première et seconde années d'Iufm) ou en poste. Elles ont reçu des visites individuelles et de groupes.

Une documentaliste du Clemi est intervenue en formation continue.



Les collaborations internationales

La circulation d'informations entre le Clemi et des structures implantées dans d'autres pays ne cesse de s'étendre. Elle permet une réflexion plus globale sur la place et les différentes conceptions de l'éducation aux médias dans les systèmes éducatifs et, par suite, facilite la conception et le développement de projets communs.

Le Clemi ne peut se passer de la mise en perspective irremplaçable que constitue le travail avec des structures implantées à l'étranger. La place de l'éducation aux médias dans les systèmes éducatifs fait l'objet de différents séminaires internationaux, réalisés ou en préparation, auxquels le Centre contribue.

Cette réflexion concerne également les chercheurs de nombreux pays. Il est fréquent que l'équipe pédagogique accueille les recherches de thésards étrangers. A l'occasion de formations à Paris, des universitaires étrangers demandent à venir passer une journée dans les locaux de la rue de Vaugirard afin de mieux comprendre ce qui s'y fait et comment cela se passe. Certains bénéficient d'ateliers pédagogiques pour mieux appréhender les démarches de l'intérieur.

Les formations, toujours très demandées en France ou à l'étranger, traitent de la connaissance et de l'utilisation pédago-

gique des médias, de l'approche d'Internet dans l'éducation aux médias, de l'image d'information, de la société française vue à travers les médias et des liens entre analyse et production de médias dans le cadre scolaire. Les demandes portant sur l'image se font plus précises, ainsi que les conseils pour la mise en place de travaux de plus longue durée.

Par ailleurs, le Clemi apporte une aide plus technique en fournissant les « matériaux » qui permettront ces travaux. Il est fréquent qu'il adresse des paquets de journaux d'un même jour et des revues de presse écrite et audiovisuelle à différents centres (Allemagne, Brésil, Bulgarie, Grèce, Italie, Russie, Ukraine...) afin d'alimenter ce travail en commun.

D'autres chantiers importants s'intensifient, comme celui de l'évaluation qui se poursuit en collaboration avec l'université de Louvain-la-Neuve en Belgique (voir p.22). Par ailleurs, le Clemi poursuit la partie française de la recherche internationale sur « Internet et les jeunes » initiée par l'Université de Sherbrooke (Québec) et regroupant également des équipes belges, espagnoles, italiennes, portugaises et vaudoises. Les résultats devraient être publiés début 2001.

Les relations de qualité établies depuis un certain nombre d'années permettent de penser qu'un solide réseau international s'est mis en place, à la fois autour de pro-

fessionnels de l'information engagés dans des projets éducatifs (réseau NIE, AMJ, Adira), autour de structures éducatives (IIE à Lisbonne, Prensa Escuela en Andalousie, Cemtic de Lausanne, IRRSSAE en Italie, ministère de l'Éducation québécois...), et autour de pôles universitaires (Grande-Bretagne, Belgique, Portugal, Argentine, Tunisie...). De nombreux projets d'animations regroupent aujourd'hui plusieurs de ces centres (*fax!*, projets Internet...).

PARTICIPATION À DES ACTIONS INTERNATIONALES

Dans le cadre de structures internationales

- Le Clemi national est associé à un projet Socrates /Comenius qui vise à mettre en place un programme expérimental de formation d'enseignants européens intitulé « Jeunes téléspectateurs européens ». Les deux autres partenaires sont le Centre de formation des professeurs de la région des Iles Baléares (Espagne) et le regroupement Association d'éducation aux médias et Université de Faro pour le Portugal. La première phase de ce projet a pris fin en septembre 2000.
- Participation aux travaux de la conférence mondiale sur l'éducation aux médias en l'an 2000 à Toronto (Canada), du 12 au 17 mai.

Echanges bilatéraux

- Avec la Belgique
- Participation aux travaux du Conseil supérieur belge de l'éducation aux médias (décembre).
- Collaboration permanente avec l'Université de Louvain-la-Neuve, en particulier avec le COMU par l'intermédiaire de Thierry de Smedt.
- Participation au colloque du Grems (groupe de recherche sur la médiation des savoirs) sur « Savoirs formels, savoirs informels » (décembre).

- Formation sur l'approche d'Internet en éducation aux médias à Liège (avril).

- Avec le Québec
- Partenariat très concret avec le ministère de l'Éducation québécois sur la mise en place de l'éducation aux médias à l'école primaire au Québec, ainsi qu'avec le Réseau Médias-Education autour de la création d'une interagence jeune presse franco-québécoise en ligne (jusqu'à septembre 2000), en particulier mise en ligne de ressources pour les enseignants et les élèves. Ce projet est dorénavant géré par le réseau Clemi de l'académie de Poitiers.
- Reprise de contacts avec l'Office franco-allemand pour la jeunesse, avec l'accueil de jeunes journalistes allemands.

ACTIONS DE FORMATION

A la demande d'organismes français

- Organisation de deux ateliers au sein de l'Université d'été du Centre international d'étude pédagogique (CIEP-BELC) à Caen, pour un public d'enseignants étrangers de français (17 au 30 juillet).
- Présentations des travaux du Clemi au cours de formations de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (janvier, mars).
- Présentations à la Mission laïque (mai, juillet).

A la demande d'organismes français à l'étranger

- A la demande de l'ambassade de France en Espagne, stage sur « L'utilisation pédagogique des informations télévisées pour des enseignants » (Barcelone, 7 au 10 février).
- A la demande de l'ambassade de France au Liban, formation sur les usages d'Internet (Beyrouth, 5 au 9 juin).
- A la demande de l'ambassade de France en Bulgarie, formation d'enseignants de français sur l'utilisation pédagogique des médias d'information en français langue étrangère (Sofia, 10 au 14 avril).

- A la demande de l'ambassade de France en Ukraine, stage pour les enseignants de français (Kiev, 5 au 9 juin).
- Stages autour de l'utilisation de TV5 en Azerbaïdjan (Bakou, 2 au 6 mai).
- Stage autour de la mise en place de médias scolaires en Colombie (Bogota, 26 au 30 juin).
- Ateliers pour les instituteurs espagnols d'écoles bilingues (septembre).

***A la demande
de structures étrangères***

- Formation d'enseignants grecs à la production d'écrits journalistiques autour du programme *fax!* (Athènes, 21 au 26 février).
- Ateliers pour des enseignants italiens (Turin, 2-3 mai et 28-29 septembre).
- Formations d'enseignants au programmes *fax!* (Lisbonne, 26 au 28 juin).
- Présentation de l'éducation aux médias en France (Moscou, 27 au 29 août).
- Présentation des travaux du Clemi dans différentes universités de Buenos Aires (Argentine), co-animation d'ateliers de formation pour les équipes de formateurs de la ville avec l'universitaire québécois J. Piette (21 au 28 octobre).

- Participation à Expolingua à Lisbonne (26 au 28 juin).

STAGES INDIVIDUALISÉS

ET ACCUEILS

- Accueil d'une universitaire algérienne (tout le mois de janvier).
- Accueil d'une stagiaire égyptienne (3 semaines en janvier).
- Accueil d'universitaires japonais (février, septembre).
- Accueil d'une universitaire argentine (avril).
- Accueil de deux universitaires québécois (avril, juin).
- Ateliers sur l'utilisation des médias en français langue étrangère pour des enseignants russes (juillet).
- Réunion de travail avec des responsables des programmes presse-école scandinaves (9 et 10 juin).
- Stage d'élève : comme chaque année, le Clemi a accueilli un lycéen suédois de Franska Skolan (18 au 29 mars).
- Accueil d'un chercheur russe (4 au 30 décembre).



Les moyens de fonctionnement

LE BUDGET

La subvention de fonctionnement attribuée par le ministère de l'Education nationale a été reconduite à l'identique de 1999 à 2000, pour un montant de 2 505 218 F. Elle reste inchangée depuis 1997, année où elle avait diminué de 5%.

Les autres ressources du centre proviennent :

- des actions organisées dans le cadre du plan national de formation : 44 000 F payés par le ministère (direction des Enseignements scolaires) ;

- des formations organisées à l'intention des élèves-professeurs de l'enseignement agricole ;
- des formations et interventions ponctuelles dans les instituts de formation des maîtres ;
- de la participation au stage d'été organisé par le Centre international d'études pédagogiques ;
- de la vente des publications du Clemi et de droits d'auteur.

Les baisse des recettes des prestations diverses provient de l'inscription en 1999

DÉPENSES		
	1999	2000
Fonctionnement (entretien des locaux et matériel, travaux, courrier, téléphone, site Internet, publications, fournitures diverses...)	1 944 840 F	1 280 000 F
Documentation	214 000 F	198 000 F
Gros matériel	96 000 F	206 000 F
Rémunérations diverses	420 000 F	459 000 F
Frais de déplacement et d'accueil	358 950 F	464 300 F
Versement fonds de réserve		59 918 F
TOTAL	3 033 790 F	2 667 218 F

RECETTES		
	1999	2000
Subvention ministère	2 505 218 F	2 505 218 F
Vente des publications	69 932 F	32 000 F
Formations et prestations diverses	455 000 F	128 000 F
Droits d'auteur	3 640 F	2 000 F
TOTAL	3 033 790 F	2 667 218 F

de fonds de participation des fédérations et syndicats de presse à un sondage CSA sur la presse dans l'école. Les recettes de formation sont en diminution : fin du dispositif plan national de formation, départ de l'école des cadres de l'Education nationale à Poitiers.

La diminution des dépenses de fonctionnement général tient au fait qu'il n'y a pas eu de gros travaux de rénovation des locaux cette année.

LES PERSONNELS

Changements dans l'équipe nationale

- Départ de Philippe Nicaise, animateur formateur, en charge du secteur audiovisuel.
- Départ d'Hélène Baslé, bibliothécaire documentaliste.

Le remplacement de ces deux personnes n'a pu s'effectuer pour l'année 2000. Il sera effectué à la fin du premier semestre 2001.

- Suite au décès de Daniel Jegou, le poste

devenu vacant en septembre 2000 pourra accueillir des personnels contractuels jusqu'en 2002.

Collaborateurs extérieurs

Outre les intervenants dans les stages, le Clemi fait appel ponctuellement à des collaborateurs extérieurs pour divers travaux liés aux publications, à la documentation, à l'audiovisuel.

Pour l'organisation de la semaine de la Presse dans l'Ecole, il est fait appel pour plusieurs mois à une jeune assistante, cette année Stéphanie Fabre.

De nombreux collaborateurs occasionnels et partenaires participent aux programmes d'expérimentation, d'évaluation, aux groupes de recherche, aux travaux du Credam (centre de recherche sur l'éducation aux médias).

Stagiaires

Amandine Krattinger, IUT Dijon
Lau Lai Ning, La Ville pour Ecole
Frédéric Brunet, Solidarité et Jalons pour le Travail



