

Rapport de synthèse
concernant les activités
de formation réalisées
par le Clemi durant
l'année scolaire 2002/2003

Conseil d'orientation
et de perfectionnement
3 juin 2004

Sommaire

<i>Introduction</i>	5
<i>Les actions de formation menées par le Clemi national</i>	8
• Nature et répartition des publics	8
• Quelques caractéristiques concernant ces formations	9
- La formation de formateurs	
- La diversité des publics : des éléments constants	
- Les caractéristiques de cette année	
<i>Les actions de formation menées par les équipes académiques</i>	16
• La formation continue	16
- Caractéristiques	
- Les colloques	
- Les formations intégrées	
• La formation initiale	24
<i>Bilan chiffré</i>	27
- Répartition des principaux types de formation	
- Évolution du nombre des stagiaires sur les 5 dernières années	
- Les publics de la formation	
<i>Les contenus de la formation continue</i>	30
- La presse écrite et le journal scolaire : des activités fondamentales	
- Internet et l'information en ligne : une place à part entière	
- La Semaine de la presse dans l'école : un passage obligé	
- Des images à l'école	
- Éducation aux médias et nouveaux dispositifs d'enseignement : une complémentarité naturelle	
- Domaines ou publics spécifiques	
<i>Conclusion</i>	36
<i>Annexes</i>	37
• Formations réalisées par le Clemi national	
• Stages des Plans académiques de formation	
• Thèmes et publics de la formation continue en académie	

Introduction

Ce rapport fait apparaître, pour l'année scolaire 2002-2003, une activité de formation riche et diversifiée, sous l'impulsion tout particulièrement des coordonnateurs académiques.

20 813 stagiaires, principalement composés d'enseignants et de formateurs, ont participé à des actions de formation organisées par le Clemi, dont près de 85 % au niveau académique. Le Clemi national, dont les tâches relèvent davantage de l'impulsion et de l'accompagnement de projet, a pour sa part accueilli un peu plus de 2 500 stagiaires (2 579), tant en formation continue qu'en formation initiale.

Une des caractéristiques de l'activité de formation réside dans la très grande diversité des dispositifs que le Clemi et ses équipes sont amenés à faire fonctionner et, dans de nombreux cas, à inventer. Nous avons, pour donner une certaine visibilité aux différents modes d'intervention des formateurs, reconduit la notion de "conseil", aux côtés des formes plus traditionnelles du stage ou de l'intervention ponctuelle.

Les innovations introduites l'année dernière dans l'organisation et le contenu du bilan sont reconduites cette année, notamment :

- La diminution du nombre de pièces jointes en annexe, car beaucoup des formations évoquées reprennent, à quelques nuances près, des contenus qui ont déjà été illustrés au cours des années précédentes. Seule une petite sélection des programmes de formation les plus significatifs a donc été retenue.

- L'introduction de textes émanant des formateurs, sous forme d'encadrés, destinés à rendre plus concrètes les démarches et les enjeux de la formation. Ces textes se présentent soit sous forme de commentaires destinés à illustrer et à contextualiser un programme de stage, soit sous formes de "portraits" de formateurs, destinés à rendre plus vivant ce rapport et à illustrer le fait que, comme il est dit plus bas, ce sont d'abord des enseignants, des formateurs, des journalistes, qui donnent vie et sens au projet pédagogique du Clemi.

Rapport de Synthèse

concernant les activités

de formation réalisées

par le Clemi durant

l'année scolaire 2002/2003

Depuis 1991, le Clemi réalise chaque année un bilan des activités de formation menées au cours de l'année écoulée, tant au plan national qu'académique. Celui-ci permet de présenter à la fois une "photographie" de ces activités et, pour certaines d'entre elles, une mise en perspective sur plusieurs années.

Compte tenu du fait que la majorité des activités de formation du Clemi sont organisées dans le cadre des structures de la formation continue des personnels de l'Éducation nationale, et qu'elles dépendent, pour leur réalisation, des politiques de la formation continue mises en œuvre au sein de ces structures, ainsi que des moyens financiers disponibles, on peut considérer que la "photographie" proposée n'est pas exempte d'un certain flou :

Certes, elle reflète la demande de formation exprimée par les enseignants, mais elle reflète aussi la capacité et la volonté des structures de formation à y répondre. 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, transfert des actions de formateurs de for-

mateurs du national vers les académies) ont entraîné, dans certains cas, des évolutions des activités de formation.

Elle reflète l'activité d'un réseau de formateurs plus qu'elle ne rend compte de manière exhaustive, de ce qui se fait dans le champ de "l'éducation aux médias". **Des formations, sur des thèmes similaires ou voisins, ont pu être organisées par d'autres formateurs ou d'autres structures que par ceux qui s'inscrivent explicitement dans le projet pédagogique du Clemi. C'est le cas dans un certain nombre d'IUFM notamment. Elles ne sont pas prises en compte ici.**

Des annexes complètent le rapport proprement dit. Elles n'ont pas valeur d'exemplarité, mais tout simplement de témoignage et de reflet de la diversité du travail qui est accompli au quotidien, tant au plan national qu'académique.

Dans le même ordre d'idée, la partie consacrée aux contenus de la formation continue cherche, au-delà des grandes tendances, à rendre perceptible la variété des initiatives de formation prises dans les différentes académies. **Par-delà les chiffres, ce sont en effet des enseignants, des formateurs, qui, au quotidien, donnent vie et sens au projet pédagogique du Clemi.**

Enfin nous suggérons au lecteur de se reporter aux rapports des années précédentes pour tout ce qui touche aux effets de démultiplication et de mise en synergie. Il y trouvera aussi des éléments rétrospectifs concernant entre autres, les actions de formation réalisées dans le cadre du Plan national de formation (PNF) de 1989 à 2000 (rapport 95/96 et rapport 99/00), certaines des initiatives les plus significatives menées dans le domaine de l'éducation à l'image d'information (rapport 97/98), l'action du Clemi en formation au niveau international (rapport 99/00), ou encore l'apport de l'éducation aux médias dans la mise en place des nouveaux dispositifs d'enseignement (01/02)

I) Les actions de formation continue menées par le Clemi national

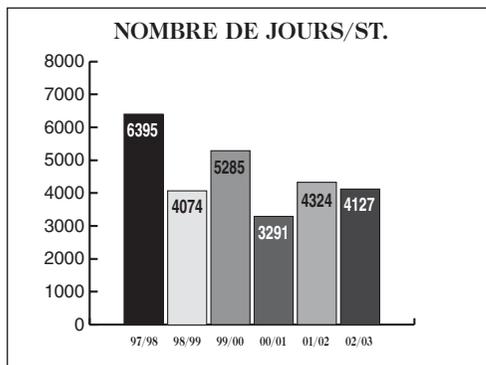
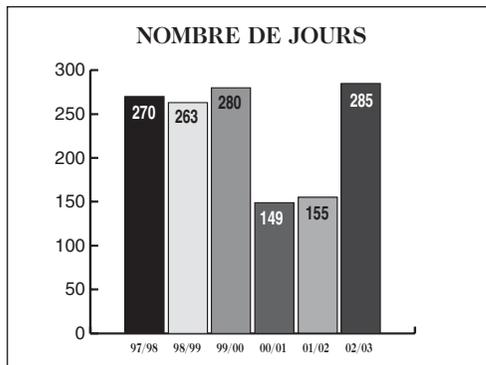
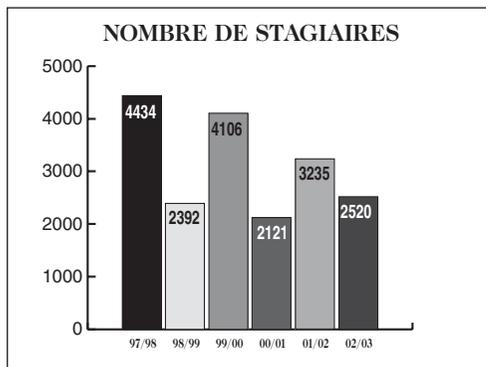
a) Nature et répartition des publics

Les stages ont concerné cette année 2520 personnes, un chiffre qui est dans la moyenne annuelle des formations. Les écarts que l'on peut constater d'une année sur l'autre sont essentiellement liés au fait que le Clemi a davantage une activité de projets que de programmes planifiés et répétitifs : cela entraîne nécessairement une certaine irrégularité dans le déroulement des activités. Le nombre de stages traditionnels a augmenté cette année (passant de 21 à 27), celui des interventions en formation a légèrement fléchi (40 cette année contre 45 l'année dernière). De leur côté le nombre des animations réalisées en direction des élèves est resté quasiment stable (8 cette année contre 9 l'année dernière), alors que celui des activités de conseil a sensiblement diminué (21 cette année contre 25 l'année dernière).

Comme les années précédentes, on constate que les actions traditionnelles de formation sont minoritaires, qu'il s'agisse du nombre d'actions ou du nombre de stagiaires : c'est ainsi que sur un total de 2520

stagiaires, seuls 737 ont participé à des stages traditionnels organisés par le Clemi, alors que plus de deux fois plus – 1799 – ont bénéficié d'un apport formatif dans le cadre d'interventions ponctuelles et plus personnalisées.

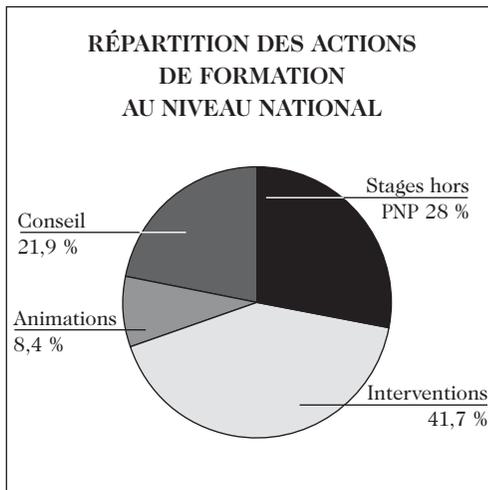
C'est la raison pour laquelle nous maintenons, à côté des stages, la catégorie du "Conseil" qui correspond à des actes formatifs personnalisés concernant soit une seule personne (doctorants, universitaires,



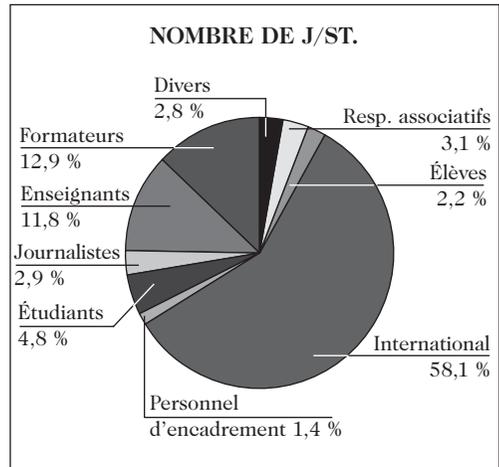
chercheurs étrangers, stagiaires, professionnels des médias), soit des groupes restreints (souvent des enseignants engagés dans des projets pédagogiques innovants), sur des périodes très variables, pouvant aller de la demi-journée à une dizaine de jours ou plus (la plupart du temps en discontinu).

Les formations se répartissent cette année en 3 grandes catégories :

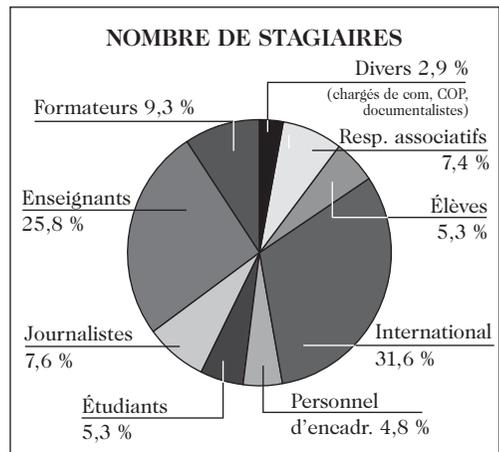
- Stages divers (27),
- Interventions dans le cadre d'un projet de formation (48) ; au sein de ces dernières, nous distinguons, pour améliorer l'intelligibilité des chiffres avancés, deux types d'activités : celles qui sont organisées pour des enseignants ou des formateurs (pour lesquelles nous conservons la dénomination d' "intervention"), et celles qui sont organisées pour des publics mixtes dans lesquels les élèves sont majoritairement représentés (que nous appelons "animations").



- Conseil : 21 actions de conseil ont été menées cette année par le Clemi national ; elles ont concerné 200 personnes et ont représenté 14 journées de formation. Traduits en pourcentages, ces chiffres font apparaître la répartition suivante entre les différents types d'activités :



Les actions de formation peuvent par ailleurs se répartir en quelques grandes familles, permettant ainsi de préciser la nature et le poids respectifs des différents publics concernés :



b) Quelques caractéristiques concernant ces formations :

1) La formation de formateurs

Elle a revêtu cette année deux formes différentes :

- Les stages destinés aux formateurs des équipes académiques du Clemi, pour lesquels un effort régulier est réalisé chaque année : cette année, sur les 27 journées de formation de formateurs, 20 concernent les coordonnateurs et leurs équipes. Les

contenus peuvent varier considérablement d'un stage à l'autre, car ils répondent à des demandes précises de la part des stagiaires, en fonction des besoins qu'ils doivent satisfaire sur le terrain, en fonction aussi de leur domaine de spécialité.

Dans chacun des programmes correspondant, **les accueils dans les médias** représentent un moment important et irremplaçable de l'apport du Clemi : les stagiaires ont l'opportunité de connaître de l'intérieur des univers médiatiques qu'ils n'ont pas la possibilité d'approcher dans leurs académies respectives. Ils prennent connaissance des contraintes professionnelles de ceux qui y travaillent et qu'ils rencontrent sur leur lieu de travail. Ils perçoivent la place que chacun des organismes spécialisés tient au sein du système médiatique. Ces accueils, patiemment préparés et précisément définis, représentent une dimension à part entière de l'offre de formation faite aux stagiaires, facilitent les contacts et les échanges entre les formateurs et les professionnels qui les reçoivent et constituent souvent un point de départ pour d'autres actions, telles que visites d'élèves accompagnés de leur enseignant, projets pédagogiques menés en partenariat, interventions de ces mêmes professionnels dans les établissements scolaires ou les IUFM. Indispensables pour les formateurs des équipes académiques du Clemi, ils constituent un complément souvent nécessaire à de nombreux dispositifs de formation mis en place par le Clemi national. Ainsi, cette année, ce sont près de **500 personnes** qui ont bénéficié d'un accueil au sein de **36 médias** différents, que ce soit dans la presse écrite, à la télévision, à la radio, ou dans des agences de presse, d'images, des boîtes de production... On trouvera à la fin de ce rapport (cf. **annexe 1**), la liste complète des médias qui ont accueilli des stagiaires, ainsi que la répartition de ces derniers parmi les différents lieux d'accueil.

Cet effort, inscrit dans le moyen terme, illustre la volonté de structuration et de professionnalisation du réseau, le dialogue

que le centre national entretient avec les équipes académiques, le besoin que celles-ci éprouvent d'actualiser leurs connaissances dans un domaine dont l'une des composantes au moins (les médias) est en constante et rapide évolution (mais le système éducatif se transforme aussi, faisant par la même occasion évoluer la nature et les modalités de sa demande envers les médias).

Il se manifeste à travers des dispositifs variés : il peut s'agir d'une formation de formateurs sur un thème spécifique, piloté par un spécialiste du Clemi national sur cette question, comme dans ce stage portant sur la radio réalisé dans l'académie de Dijon (cf. **annexe 2**), à la demande de l'équipe académique. Dans ce cas concret, les formateurs se répartissaient, comme c'est souvent le cas au Clemi, entre pédagogues et professionnels des médias. Le journaliste de France Info qui a mis ses compétences et son savoir faire au service des stagiaires connaît bien les enseignants pour les avoir souvent fréquentés à l'occasion de formations organisées par le Clemi. On en trouvera ci-contre un portrait réalisé par un de ses confrères, lui aussi journaliste de radio, et lui aussi impliqué dans les actions de formation. Il peut aussi s'agir d'une formation organisée dans les locaux du Clemi à Paris, destinée à apporter aux formateurs nouvellement intégrés dans les équipes académiques des connaissances plus générales concernant à la fois les médias et le projet pédagogique du Clemi (cf. **annexe 3**). Là encore, on retrouve parmi les formateurs, aux côtés des membres du Clemi national, des professionnels des médias, dont certains accompagnent l'action du Clemi depuis de nombreuses années et incarnent la dimension de liaison qui est l'une des caractéristiques du Centre (voir portrait page 12). Pour des raisons de coûts liés à l'éloignement, ce genre de formation peut aussi se réaliser auprès de l'équipe de formateurs concernée, comme ce fut le cas en Guadeloupe, pour les membres de l'équipe de formateurs de l'académie.

L'efficacité du message médiatique au service des enseignants

Rigoureux, c'est le premier mot qui vient à l'esprit pour résumer **Bruno DENAES**. Rendez-vous est pris pour 20 h 30. À 20 h 38, l'homme presque étonné du coup de fil est déjà passé à autre chose. Histoire de ne pas perdre de temps. Rythme France Info où ces huit minutes correspondent à un cycle. Exactement l'espace entre deux flashes d'info. Et le rythme France Info, Bruno Denaes connaît. Il l'a dans la peau. C'est un pur produit maison, ce rédacteur-en-chef de 48 ans. Passé par les locaux de Lille, de Guéret et de Quimper, Bruno Denaes est arrivé à la maison ronde en 1989 au tout début de la chaîne tout info. Cela fait quinze ans qu'il vit au rythme des tranches de trente minutes ponctuées par le rappel des titres. Alors le temps, c'est une notion absolue. Les mots, ce sont des outils précis qu'il faut économiser. Dire le plus, le plus vite possible. Rigueur et mots comptés. Voilà une règle de conduite. C'est avec ce bréviaire que Bruno Denaes fait ses interventions au Clemi. "Vulgariser ce n'est pas appauvrir" lâche-t-il, en préambule, en profession de foi presque.

AIDER LES PROFESSIONNELS DE L'ÉDUCATION NATIONALE

La rencontre entre Bruno Denaes et le Clemi remonte presque à la création du centre. "La fin des années quatre-vingt" se souvient cet homme qui à l'époque travaillait à la locale de Quimper, en Bretagne. Et puis lors de son arrivée à Paris les liens se resserrent encore. Et Bruno Denaes devient un des intervenants réguliers. À tel point qu'il intègre même quelques années après le COP, le Conseil d'orientation et de perfectionnement, le "conseil d'administration" du Clemi en quelque sorte.

Depuis cette année 89 il détaille donc devant les enseignants et les Inspecteurs d'académie son souci de "l'efficacité du message". L'objectif pour lui est clair : "Nous sommes là pour aider les professionnels de l'Éducation nationale à faire passer leur message de la manière la plus simple possible". Il attribue une double utilité à cette action : "Quelque part nous apportons un peu du "vrai monde" par notre approche de l'actualité ; de plus, formuler de manière simple peut être utile aux enseignants non seulement vis-à-vis des médias, mais aussi face aux parents d'élèves ou aux élèves eux-mêmes".



LA COMPLÉMENTARITÉ DE DEUX UNIVERS PROFESSIONNELS

Tout à son enthousiasme, Bruno Denaes détaille ensuite "l'extraordinaire complémentarité" qui existe entre journalisme et enseignement : "L'école est le lieu de formation des futurs citoyens et on ne peut pas former des citoyens sans les intéresser à la vie donc à l'actualité. Les médias étant là pour expliquer le monde, les enseignants se doivent d'accompagner les jeunes pour les aider à décrypter l'information". CQFD. À ce titre Bruno Denaes s'émerveille de l'évolution des équipes enseignantes de plus en plus en demande et de plus en plus "passionnées" par l'actualité. Même si bien sûr, car tout ne peut pas être parfait, il déplore le manque d'initiation aux médias au sein des IUFM. "Les jeunes enseignants en formation sont contraints de procéder à une démarche individuelle dans ce domaine". Il y a donc encore du boulot.

ÉDOUARD ZAMBEAUX,
Journaliste à RFI

Maîtriser l'outil, pour mieux faire passer ses propos

Il faut accepter d'être vu, regardé même. Il faut maîtriser l'outil pour faire passer son propos. Telle pourrait être la devise de **Jean-Claude ALLANIC** lorsqu'il explique le message qu'il essaye de faire passer aux enseignants lors des formations qu'il anime au Clemi. Cette attitude, on la retrouve jusque dans ses meubles. Au dernier étage de la "forteresse" France Télévision, son bureau est totalement vitré, donnant sur le puits de lumière qui éclaire l'immeuble. Ouvert à tous les regards donc. Et cela ne semble pas le gêner. Son image, il la maîtrise.

SAVOIR DÉCRYPTER LES IMAGES

Et l'image, Jean-Claude Allanic, le médiateur pour l'information de FR2, la pratique depuis longtemps. C'est effectivement en 1977 qu'il a fait son entrée à l'intérieur de la petite lucarne. Aujourd'hui, après avoir été tour à tour, reporter, chroniqueur, ou chef de service sur la chaîne publique, il dirige le magazine du médiateur. À ce titre, décrypter, mettre en perspective, donner du sens aux images de l'information télévisée est devenu une préoccupation quotidienne. C'est avec cette casquette que Jean-Claude Allanic participe tant aux stages dispensés à Paris pour les enseignants qu'à ceux qui se déroulent à Poitiers avec les chefs d'établissements ou les inspecteurs. "Je suis très critique vis-à-vis de la télé" dit cet homme du sèrail en guise de préalable. Et les critiques parfois acerbes sur quelques-uns des manquements ou "dérappages" de ses confrères attestent de son état d'esprit face à l'outil télévisuel.



SAVOIR MAÎTRISER SON IMAGE

Car Jean-Claude Allanic parle bien d'un outil. Et c'est son principal objectif : aider les stagiaires du Clemi à le maîtriser, cet outil qui fait si peur. C'est à ses yeux le seul moyen de leur permettre de "faire passer le message". "Devant une caméra il y a des règles à respecter si on veut être entendu. On peut ne pas forcément les trouver bonnes, et c'est souvent le cas des enseignants qui trouvent que la télé est réductrice, mais ne

pas les respecter c'est se condamner à parler pour ne rien dire ou pire à desservir sa propre pensée", explique Jean-Claude Allanic. Dans son souci d'efficacité, il n'hésite pas d'ailleurs à en rajouter une couche un peu provocatrice : "Dans certains cas, l'habit doit faire le moine, c'est une question de symbolique. Et c'est important à la télé" surenchérit-il. Pourtant, depuis quelques années qu'il officie au sein des formations

du Clemi, le médiateur de FR2 note que la défiance vis-à-vis de la télé a considérablement diminué chez les enseignants. Il s'en félicite, même si, bien sûr, les efforts de connaissance entre les enseignants et les médias doivent continuer. Pour cela, estime Jean-Claude Allanic, il faudrait permettre aux enseignants de s'intéresser un peu plus à la réalité économique du monde des médias. "C'est, aujourd'hui, un aspect incontournable de notre profession de journaliste, martèle-t-il, et négliger cette dimension c'est se priver de nombreux éléments d'analyse". Un nouveau cheval de bataille pour Jean-Claude Allanic.

E. Z.

Les coordonnateurs, de leur côté, sont réunis chaque année, généralement au cours du premier trimestre de l'année scolaire, à l'occasion d'un séminaire de formation de trois jours qui leur permet de rencontrer un certain nombre de professionnels des médias, mais aussi ceux qui, au sein du ministère de l'Éducation nationale, sont les interlocuteurs du Clemi dans ses différents secteurs d'intervention, ceux qui accompagnent la mise en œuvre de dossiers par rapport auxquels l'apport du Clemi trouve sa pertinence. L'accent avait été mis cette année sur l'introduction des nouveaux dispositifs d'enseignement, comme l'ECJS et les IDD (Itinéraires de découverte).

• **Les stages organisés à destination d'autres publics**, composés cette année essentiellement de deux grandes familles :

Celle des enseignants de français langue étrangère (FLE), regroupant des enseignants et des formateurs. Un nombre relativement important de formations a eu lieu, dans divers pays : L'Algérie, la Belgique, la Grèce, l'Estonie, l'Ouzbekistan, l'Irlande, la Roumanie, le Maroc. (cf. **annexe 4**); certaines s'inscrivent dans une relation régulière avec les enseignants de FLE des pays concernés ; c'est notamment le cas du Maroc, de l'Algérie, de la Roumanie et dans une certaine mesure, de l'Irlande.

Celle des publics concernés par le programme "Educaunet", développé en réponse à un appel d'offre de la Commission européenne (Direction de la société de l'information), et portant sur l'éducation critique au média Internet et aux risques liés à son usage. Dans ce programme complexe, la formation de formateurs constitue l'un des aspects essentiels du dispositif de dissémination des outils mis en place par les partenaires de ce projet. Ces actions de formation s'inscrivent dans le prolongement de celles que nous avons évoquées l'année dernière dans ces pages, et qui concernaient les équipes d'enseignants et de formateurs chargées de tester, dans des situa-

tions d'enseignement ou de formation, les outils proposés par les concepteurs. Les outils sont maintenant rodés, et il faut aider les formateurs de formateurs (les formateurs des équipes Clemi, bien sûr, mais aussi ceux des IUFM, notamment ceux qui sont en charge des Tice, ou ceux qui interviennent en milieu associatif) à se les approprier pour mieux les faire connaître auprès de leurs publics respectifs. On trouvera en annexe (cf. **annexe 5**) un exemple des contenus de formation proposés dans l'un des stages, accompagné de la liste des formations réalisées autour de ce programme au cours de l'année 2002/2003. Un texte de synthèse en résumé ci-après les principales caractéristiques (voir encadré page 14).

2) La diversité des publics : des éléments constants

D'une année sur l'autre, les fluctuations concernant la variété des publics touchés ne sont guère significatives ; tel public, absent ou peu représenté une année, est représenté ou revient en force l'année suivante, sans que l'on puisse déceler une tendance. Signalons donc simplement les constantes de l'année écoulée :

D'une part, la présence des élèves parmi les publics touchés. Plusieurs raisons à cela : premièrement, l'existence au Clemi du fonds spécifique consacré aux journaux scolaires ; l'existence de ce fonds induit en effet des demandes d'enseignants dont les élèves sont engagés dans un projet de journal scolaire (le groupe classe se déplace avec l'enseignant et vient à la fois observer la diversité des publications réalisées par d'autres élèves, et solliciter des conseils pour mener à bien son propre projet).

Deuxièmement, les nouveaux dispositifs d'enseignement incitent un certain nombre d'élèves à se tourner vers le Clemi pour la recherche de documents médiatiques nécessaires à la constitution de leurs dossiers, ou pour bénéficier de conseils relatifs aux pratiques médiatiques d'écriture ou de mise en page nécessaires à la mise en valeur de leur travail.

Les objectifs des formations ÉDUCAUNET

Educaunet, programme européen d'éducation critique à Internet, comporte un important volet de formation et de sensibilisation. Trois types de publics sont concernés : les enseignants, les parents et les éducateurs du milieu associatif. L'approche éducative et les outils pédagogiques et ludiques mis au point par les trois partenaires initiaux du programme, le Clemi en France, Media Animation et l'université de Louvain en Belgique, en constituent les contenus de base.

UNE STRATÉGIE DE FORMATION : DÉCENTRALISATION ET PARTENARIAT

La stratégie de formation choisie pour 2002-2004 est celle de la démultiplication en constituant localement des groupes de personnes ressources au sein des publics destinataires. Ces personnes ressources assureront ensuite la formation des adultes qui exercent des responsabilités éducatives directement auprès des jeunes.

Ce dispositif s'appuie sur une volonté de décentralisation et de partenariat de l'école avec des structures extérieures (Union nationale des associations familiales, Ligue de l'enseignement, association Villes Internet, etc).

Pour constituer ces équipes ressources dans le système éducatif, nous avons travaillé en priorité avec les équipes académiques du Clemi. Nous avons donc assuré une formation de deux jours à Nantes, en janvier 03, à la demande d'un formateur Clemi de l'IUFM, puis en février à Rennes à la demande de la coordonnatrice du Clemi académique (**voir programme en annexe**).

La formation de Nantes a regroupé 15 enseignants formateurs familiers de l'éducation aux médias, et des formateurs de l'IUFM travaillant sur d'autres thématiques. À Rennes, la coordonnatrice du Clemi a associé aux formateurs du Clemi une dizaine de démultiplicateurs potentiels à l'intérieur comme à l'extérieur de

l'Education nationale (réseaux OCCE, inspection académique, IUFM, CRDP, TICE, Francas et journalistes de la presse régionale).

À Angoulême, nous avons, à la demande du responsable du Diplôme universitaire (DU) « animateurs de projets TICE 2^e degré », proche du Clemi, organisé une journée de formation pour ses 40 étudiants.

Dès mars 03, ces équipes sont à leur tour intervenues pour répondre à des demandes locales ou régionales. Il faut noter que l'équipe Clemi d'Aix-Marseille, étroitement impliquée dans la conception même du programme et de ses outils, a elle aussi intégré Educaunet dans ses formations.

SENSIBILISER DES PUBLICS VARIÉS

D'autres modes d'intervention ont permis de sensibiliser des publics larges, dans et hors du système éducatif. Qu'il s'agisse d'interventions en plénière lors de colloques internationaux, de présentations du programme Educaunet et de ses outils éducatifs dans des congrès (congrès national de l'UNAF), d'ateliers de démonstration dans des salons éducatifs (à Versailles, Marseille, Poitiers, Clermont-Ferrand, Paris...), l'objectif a toujours été de faire découvrir une autre manière de considérer les enjeux éducatifs d'Internet. Nous avons ainsi notamment répondu à la demande provenant de la Protection judiciaire de la jeunesse (ministère de la Justice), à l'occasion d'un colloque national réunissant 50 de ses animateurs et enseignants en milieu carcéral.

Ces actions de sensibilisation ont suscité le désir de mettre en place des sessions de formation plus approfondies dans les mois à venir. C'est ainsi que le ministre délégué à la famille, Christian Jacob a sollicité le Clemi pour la mise en place d'actions de formation de parents à l'horizon 2005.

ISABELLE BREDA,
Clemi national



Troisièmement, le pilotage par le Clemi de programmes pédagogiques, tels que "Fax!", qui associent étroitement enseignants et élèves lors des différentes étapes de son élaboration et qui induisent des interventions de suivi et de conseil à l'occasion desquelles les formateurs du Clemi sont amenés à intervenir. Notons toutefois que la proportion des élèves touchés à l'occasion d'actions de formation s'est sensiblement réduite au cours des 2 ou 3 dernières années au Clemi national, contrairement à ce qui se passe au niveau académique, où elle a plutôt tendance à croître.

D'autre part, le niveau toujours soutenu de l'international, qui correspond à une part significative de l'activité de l'équipe nationale (plus de 30 % des stagiaires cette année), avec des formations dont l'accent peut aussi bien porter sur l'éducation aux médias que sur les usages pédagogiques des médias pour l'apprentissage du français langue étrangère; elles peuvent aussi bien se dérouler à l'étranger, à la demande d'un organisme particulier, qu'en France, où des groupes d'enseignants étrangers en stage dans une structure d'accueil, souhaitent connaître les activités et les ressources du Clemi. Cette caractéristique est propre au centre national, les équipes académiques n'intervenant dans ce domaine que de manière résiduelle (1,2 % des stagiaires formés, cette année), et souvent à la demande du centre national.

Troisièmement, l'articulation souvent très étroite qui s'établit dans un certain nombre de cas entre formation et recherche, la première s'alimentant de la seconde, et la suscitant dans le même temps. Cette proximité entre les deux domaines d'activité est notamment perceptible lors de la tenue de colloques ou de journées d'étude, où les chercheurs constituent le public majoritaire aussi bien parmi les intervenants que parmi les participants. Le Clemi, qui y est associé ou qui en est à l'initiative, facilite ainsi les échanges entre recherche et formation dans le domaine de l'éducation aux médias. Pour illustrer de quelques

exemples cette situation, on peut citer la participation du Clemi à différentes tables rondes, notamment à la BNF, dans le cadre des "Lundis de l'INA" (cycle sur la violence de l'image, cycle sur les médias en question). Il faut évidemment mentionner aussi les conférences de spécialistes qui se tiennent au Clemi dans le cadre des activités du Credam (Centre de recherche sur l'éducation aux médias; Université de Paris III).

3) Les caractéristiques de cette année

Deux actions, très différentes l'une de l'autre, méritent peut-être une mention à part. L'une, dont l'accent portait sur la communication, a consisté à mettre au service des chargés de communication nouvellement nommés dans les CRDP, l'expertise du Clemi dans le domaine de la connaissance des médias; deux journées de formation, ont été organisées sur le thème "*Mieux connaître les médias pour mieux communiquer avec eux*". Elles ont permis à leurs bénéficiaires de renforcer leur maîtrise de la communication en direction des médias, et de mieux comprendre leurs enjeux et leurs contraintes, notamment en matière d'information.

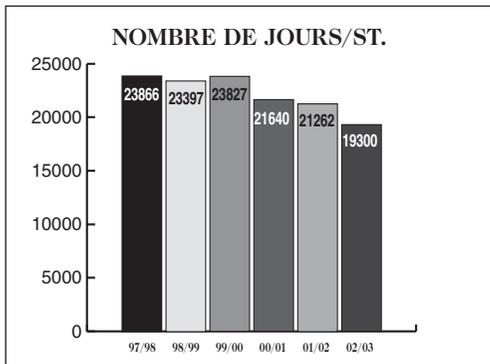
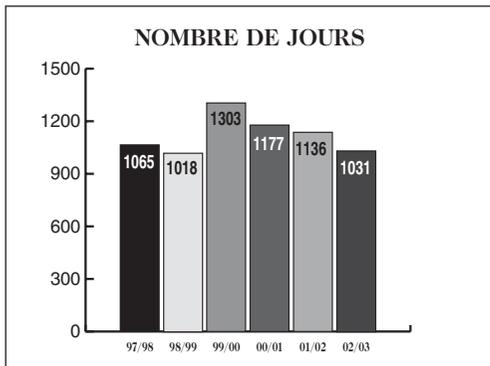
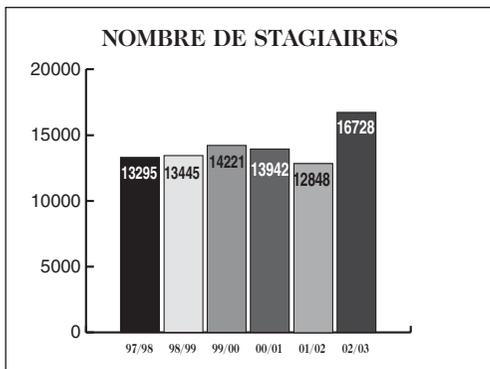
L'autre n'est pas à proprement parler un stage, mais s'inscrit dans une démarche de formation s'appuyant sur Les Technologies de l'information et de la communication: elle résulte d'un partenariat entre le Clemi, Arte France (Atelier multimédia de la direction du développement) et l'Alliance française, aux termes duquel un produit spécifique en ligne, "*Artescope*", a été élaboré à partir de sujets réalisés et diffusés par Arte dans son journal du soir "*Arte info*". Ce produit multimédia en ligne, a été proposé sur un rythme bimensuel aux enseignants de FLE sous forme d'abonnement. À partir de celui-ci, ils peuvent se former ou se perfectionner à l'utilisation d'Internet dans leur métier, travailler avec leurs élèves ou leurs étudiants sur les caractéristiques propres au message audiovisuel (apport du Clemi) et sur les questions de

langue et de civilisation françaises (apport de l'Alliance française).

II) Les actions de formation menées par les équipes académiques

a) La formation continue

Elle a concerné cette année **16 728 stagiaires**.



Contrairement aux chiffres du Clemi national d'une part, et à ceux de la formation initiale d'autre part, ceux de la formation continue sont cette année en forte hausse par rapport à ceux de l'année dernière : + 30 % pour le nombre de stagiaires mais - 9,5 % pour le nombre de journées/stagiaires (- 2 % l'année dernière, - 9 % l'année d'avant). Ces chiffres globaux méritent quelques commentaires : malgré les nombreuses restrictions budgétaires qui, ici ou là, frappent les budgets de la formation continue et qui entraînent soit des annulations de stages, soit des politiques restrictives en termes de sélection des propositions faites par les équipes de formateurs, le nombre de stagiaires augmente. Ce n'est pas le cas du nombre de journées/stagiaires, dont la diminution est le reflet du raccourcissement systématique des durées de stages (conséquence des restrictions budgétaires). Il faut par ailleurs faire la part des différents publics concernés dans l'augmentation globale constatée : le nombre d'enseignants (formateurs, enseignants du premier et du second degré) augmente de 9 % (ce qui n'est pas négligeable), et dans le même temps, celui des élèves associés à ces formations augmente de 50 %. Il faut voir dans ces chiffres la marque d'une demande soutenue de nos différents partenaires, et particulièrement du corps enseignant, et une conséquence du dynamisme des équipes académiques de formateurs, dont l'existence est pleinement reconnue, et le champ de compétence de plus en plus clairement identifié par leurs divers interlocuteurs institutionnels. L'une des conséquences de cette reconnaissance est que les formateurs sont plus souvent amenés à intervenir dans le cadre de formations organisées par d'autres réseaux, sur leur domaine de compétence propre, lorsque celui-ci est ponctuellement concerné au sein d'une formation sur un thème qui déborde l'éducation aux médias.

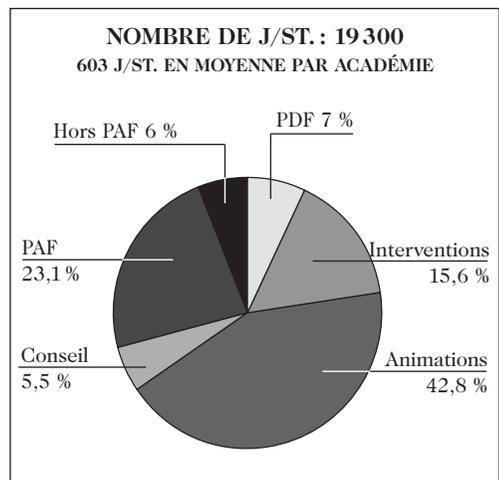
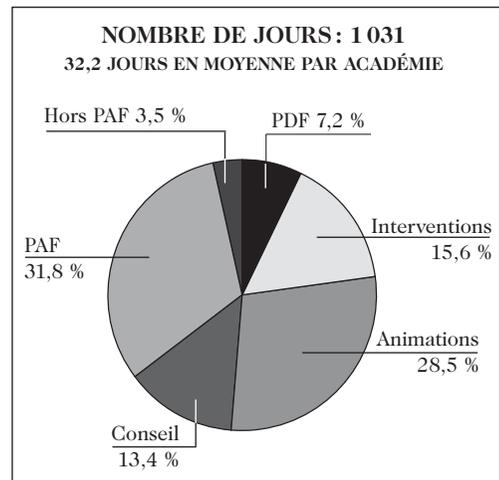
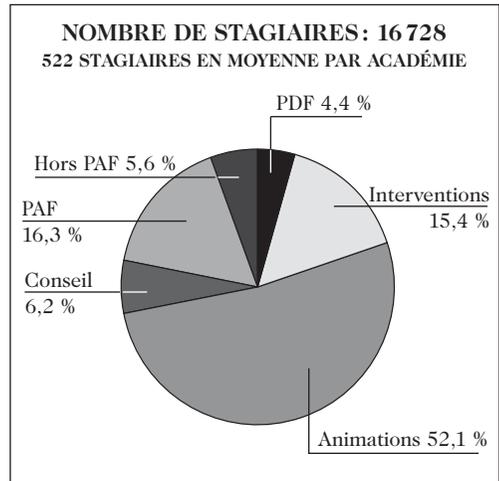
1) Caractéristiques

Les académies sont à l'initiative de plusieurs types d'actions :

- **Des actions à caractère académique**, telles que les stages du PAF (131 stages, soit 4 stages par académie en moyenne), et plusieurs colloques (2);
- **Des actions à caractère académique** organisées en dehors du PAF (57 stages, dont 32 dans le cadre des plans départementaux de formation, soit 1,8 stages par académie en moyenne);
- **Des interventions diverses** (115, soit 3,6 interventions par académie en moyenne);
- **Des activités de conseil**, auprès d'enseignants, d'établissements ou de divers partenaires (121, soit 3,8 en moyenne par académie);
- **Des animations** (activités organisées en direction de publics majoritairement composés d'élèves), qui représentent cette année 219 actions distinctes, soit en moyenne 6,8 par académie.

Ces formations obéissent à deux grands types de démarches: l'une qui repose sur une politique de l'offre (les stages du PAF, dans leur grande majorité), et l'autre qui repose sur une politique de la demande (Les interventions diverses, les stages réalisés à la demande d'autres partenaires que le système éducatif, les actions de Conseil...). C'est plus particulièrement dans les propositions du PAF que peut se manifester la mise en œuvre d'une politique de formation de la part du Clemi académique, d'un projet dans lequel la formation occupe une place stratégique. Ce projet est particulièrement perceptible dans quelques académies. On trouvera en annexe, à titre d'illustration, une partie du programme de formation du Clemi de l'académie de Créteil (cf. **annexe 6**), auquel fait écho ci-après une interview de son coordonnateur, destinée à en commenter les principales orientations (voir encadré page 18).

Les stages du PAF se répartissent, quant à eux, en stages à "candidature individuelle" (84 soit 64,1 % des stages), et en stages "d'établissement" (30, soit 22,9% des stages); cette année, de manière encore plus nette que l'année dernière, le rapport entre stages



Élaborer un dispositif de formation : enjeux et priorités

La démarche de formation du Clemi dans l'académie de Créteil prend place et sens dans une politique destinée à développer l'éducation aux médias pour tous les acteurs du système éducatif.

UN PROJET QUI CONCERNE LE SYSTÈME ÉDUCATIF ET NON PAS SEULEMENT L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Les formations doivent mettre l'accent sur les contenus disciplinaires ou les savoirs transversaux, afin d'inciter les enseignants à s'intéresser aux médias, à leurs usages, et à leur utilisation avec leurs élèves. Il faut qu'elles fassent ressortir le fait que l'éducation aux médias ne constitue pas une activité supplémentaire, qu'elle n'exige pas un surinvestissement de la part de l'enseignant, et qu'elle ne nécessite pas de moyens spécifiques pour être mise en œuvre : c'est rassurant, pour les autorités comme pour les acteurs. Elles doivent s'articuler avec les savoirs disciplinaires et s'appuyer sur les fonctions qui créent du lien au sein de l'établissement (Doc, Cop, Cpe et chefs d'établissement).

OFFRES À CANDIDATURE INDIVIDUELLE ET DEMANDES D'ÉTABLISSEMENT

L'éducation aux médias est rarement perçue comme une priorité, que ce soit par le terrain ou l'encadrement. Faute d'affichage explicite, elle est peu demandée. Il y a donc un travail de partenariat à développer avec les responsables de formation pour favoriser les démarches trans-

versales, l'association de formateurs reconnus dans leur discipline et de formateurs Clemi. L'éducation aux médias se développe quand elle apparaît porteuse de solutions aux problèmes que peuvent rencontrer l'institution ou les enseignants sur le terrain.

LE PREMIER DEGRÉ

Comme pour le second degré, l'objectif recherché est de développer des compétences en éducation aux médias chez des formateurs investis ; c'est d'autant plus vrai que, dans le 1^{er} degré, la formation continue, comme la formation initiale, est assurée par des personnes dont c'est la fonction. Il n'est donc pas question de se substituer à elles, mais au contraire de leur fournir un apport complémentaire ou de développer chez eux les compétences qui sont les nôtres.

LA FORMATION DE FORMATEURS

Si l'on veut une éducation aux médias pour tous, il y a un travail important à réaliser en direction des formateurs. C'est l'un des volets du travail du Clemi dans l'académie, et l'équipe fonctionne à la fois comme ressource et comme conseil auprès de ceux à qui l'on a confié des missions de formation.

Notre capacité à fournir une liaison avec les médias (besoin d'un média, d'un intervenant extérieur), nous permet de faire comprendre à nos interlocuteurs que la capacité à faire fructifier la relation, la collaboration avec un média, relève d'un savoir faire spécifique.



à candidatures individuelles et stages d'établissement est favorable à la première catégorie, ce qui peut paraître surprenant dans un contexte où l'on encourage les forma-

tions répondant à des besoins exprimés au niveau de l'établissement ou du bassin d'établissements. Quant aux actions de formation destinées à des formateurs, elles pas-

LA FORMATION INITIALE

Elle est moins diversifiée en termes de contenus, et moins importante en volume. C'est en partie un choix ; on ne peut pas être partout ; il faut donc être là où l'on est le plus efficace. On nous offre régulièrement d'intervenir dans des formations générales et communes, dans des modules, mais le public est généralement peu nombreux, et ne perçoit pas l'éducation aux médias comme l'un des fondamentaux du métier.

Nous sommes plutôt présents dans le cadre d'animations, en faisant valoir auprès de ces débutants, qui peuvent avoir comme souci majeur celui de tenir leur classe, que la diversification pédagogique qui passe par l'utilisation des médias, offre un excellent moyen de motivation des élèves et de modification du rapport au savoir.

PERSPECTIVES ET PROJETS

Nous continuerons à développer les initiatives en direction des disciplines, à développer les formations dans les secteurs où nous ne sommes pas ou peu, par exemple les chefs d'établissement, en privilégiant les approches qui correspondent aux préoccupations de chacun.

Nous devons être attentifs aux préoccupations présentes des principaux acteurs du système éducatif, comme par exemple l'intégration des élèves porteurs de handicap, et voir comment on peut contribuer au travail des structures académiques concernées.

Il faut apporter à nos interlocuteurs, à nos partenaires, au titre de notre compétence, des réponses, des savoirs qui les intéressent, mais aussi de l'ouverture, du dépaysement et de l'envie.

Propos recueillis auprès de **PATRICK BERTHELOT**
Coordonnateur académique du Clemi Créteil

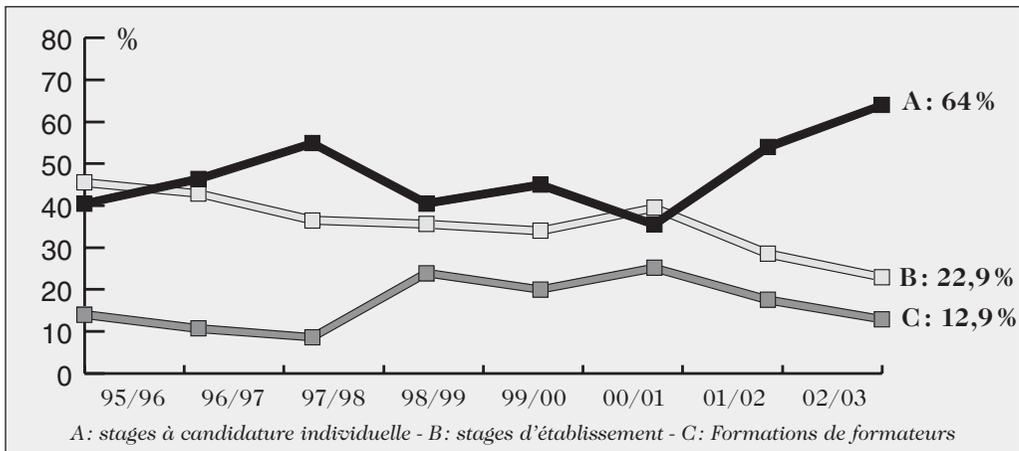
a deux ans) des enseignants touchés dans le cadre d'actions de formation, alors qu'un peu plus de 21 % le sont dans le cadre d'interventions diverses (suivi ou accompagnement de projets, interventions dans le cadre de formations organisées par d'autres réseaux...). Ces dernières ont été divisées en deux grandes familles : celles qui correspondent à une intervention ponctuelle dans le cadre d'une activité de formation organisée par ailleurs, et celles qui correspondent à un apport plus personnalisé, souvent lors de la mise en place d'un projet ou de son déroulement ; ce dernier type d'apport est particulièrement exigeant, car il demande, de la part des formateurs, disponibilité et adaptabilité : nous l'avons identifié comme pour les activités du centre national, sous le nom de "conseil". C'est l'occasion de rappeler que la notion de projet y est souvent prépondérante, liée dans de nombreux cas à la mise en place de partenariats avec des médias locaux (cf. sur ce point particulier, le rapport de l'année 98/99, où un ample développement est consacré à la notion de partenariat), et à la production d'écrits médiatiques.

C'est ce que certaines académies, identifient comme des "Formations-actions", c'est-à-dire des formations en prise directe sur une démarche de production associant divers acteurs et divers partenaires dans le cadre d'un projet pédagogique transversal, inscrit dans le moyen terme ; les formations deviennent dans ces circonstances, soit des moments de régulation du dispositif, soit des moyens d'intégrer de nouveaux acteurs désireux de faire participer leurs élèves au projet collectif.

Cette prise en compte, par la formation, des demandes précises du terrain et des logiques propres au partenariat, explique aussi que de nombreux élèves soient parties prenantes de certaines actions de formation. L'augmentation massive constatée un peu plus haut fait qu'ils représentent cette année 52 % des personnes touchées (37 % l'année dernière, 45 % l'année d'avant) dans le cadre de formations organisées par

sent cette année, sous la barre des 15 %, à 13 % de la totalité des stages réalisés.

Les stages du PAF représentent cette année 16,3 % (c'était déjà le chiffre d'il y



le Clemi. C'est réellement une marque caractéristique de la démarche pédagogique du Clemi, qui combine l'attention portée à la parole des jeunes, telle qu'elle peut s'exprimer à travers des supports médiatiques, la démarche de projet et le souci du partenariat, principalement avec les médias.

2) Les colloques

Parmi l'ensemble des formations organisées au niveau académique, plusieurs d'entre elles méritent une mention particulière: ce sont les colloques. Ils 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 varie au fil des ans: celui organisé par l'académie de Toulouse est le plus ancien; il a pendant plusieurs années été le seul. Il en est cette année à sa dixième édition et il a abordé le cinéma documentaire en prenant pour thème: "Filmer la création artistique"; une rétrospective était parallèlement consacrée à Abbas Kiarostami; organisé en partenariat avec de nombreux organismes (Le CRDP de Midi-Pyrénées, la Fondation Varenne, l'École supérieure d'audiovisuel, l'INA, la cinémathèque de Toulouse, pour ne citer que les principaux), il réunit durant trois journées une centaine de personnes qui partagent une même pas-

sion pour les médias et leur rapport au réel; à la fois "stage, colloque et festival" (pour reprendre le texte d'une de ses plaquettes de présentation), il associe, autour de figures de premier plan du film documentaire, des professionnels, des universitaires, des formateurs, des enseignants, des étudiants et des élèves, ces derniers étant directement associés au déroulement de la manifestation grâce au travail qu'ils ont réalisé en amont avec leurs enseignants sur certaines des œuvres présentées dans le cadre du colloque. On trouvera en annexe (cf. annexe 7) le programme de cette manifestation.

L'équipe du Clemi de l'académie de Dijon a renouvelé pour la cinquième fois cette année son initiative des années précédentes, en organisant un colloque de deux jours sur le thème: "Pub et médias: des compromis dangereux!?" (cf. annexe 8). L'importance de la manifestation (une centaine de personnes) nécessite, là aussi, un partenariat diversifié, faisant appel à de nombreuses institutions. Les intervenants, professionnels des médias et universitaires, se sont attachés à préciser le poids du financement publicitaire dans les différents médias, à évaluer quelle pouvait être l'influence de celle-ci sur leur ligne éditoriale, à rappeler les règles déontologiques et juridiques sur lesquelles repose la diffusion de la publicité dans les médias, à mesurer l'enjeu que représentent les enfants pour les annonceurs... et bien sûr, les prolonge-

ments pédagogiques qui peuvent être tirés de ces différentes approches.

Dans un genre légèrement différent, et dans le prolongement direct du partenariat mis en place avec FR5 depuis maintenant deux ans, le Clemi de l'académie d'Aix-Marseille, puis celui de l'académie de Créteil ont organisé avec FR5 une journée à l'intention des enseignants de leur académie. À Marseille, c'est au CRDP que près de 180 personnes se sont retrouvées et ont ainsi pu participer à des ateliers co-animés par des enseignants et des journalistes de la Chaîne ou participer à des débats dans le cadre de tables rondes réunissant certains des animateurs d'émissions se rapportant à l'analyse critique des médias. Le thème retenu, "*École et télévision: décrypter les médias avec FR5*" a été abordé sous différents angles dans les ateliers ("Décryptage du langage télévisuel", "Les documentaires de FR5 et leur utilisation pédagogique", "Le débat autour de l'actualité à la télévision", "Les émissions arts et culture", "Les émissions pour l'enseignement de l'histoire", "Comment la télévision parle-t-elle de l'école?"). Dans l'académie de Créteil, c'est sur les rapports entre télévision et savoirs que l'accent a été mis, dans le cadre d'un dispositif similaire à celui mis en œuvre à Aix: ateliers variés d'un côté et tables rondes de l'autre ("L'histoire par la télévision", "Lire la télévision et ses images", "La télévision pour écrire et pour lire", "Représentation des métiers et du travail à la télévision", "Télévision et parents d'élèves", "Arts et culture par la télévision", "Santé, social, sciences à la télévision"). C'est l'université de Marne la Vallée qui a accueilli les 270 personnes y ont participé. Dans les deux cas, il s'agit d'une journée de sensibilisation et de formation tout à la fois, qui présente le double avantage d'accueillir un nombre important d'enseignants et de fonctionner sur la base d'un vrai partenariat avec un grand média audiovisuel, comme on peut le percevoir à la lecture des programmes correspondants (cf. annexes 9 et 10).

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.

Ces dispositifs de formation, plus complexes, plus transversaux, plus importants, devraient encore se développer dans les années à venir, ne serait-ce que du seul fait qu'ils créent souvent une dynamique et deviennent ainsi un rendez-vous annuel pour les enseignants, les chercheurs et les professionnels des médias, concernés par le domaine de réflexion défini par le colloque. Toulouse en est, nous l'avons dit, à son dixième colloque sur le cinéma documentaire; Dijon prépare la sixième édition de ses rencontres.

Il faut au passage souligner que ces manifestations, certes visibles, gratifiantes, enrichissantes, demandent de la part de leurs organisateurs, qui n'ont bien souvent pas beaucoup de moyens ni de temps, une énergie sans faille, des trésors d'imagination et le sacrifice de beaucoup de temps libre.

3) Les formations intégrées

Il s'agit de formations qui prennent place dans des dispositifs plus complexes et plus complets qui lui confèrent une forte valeur ajoutée.

La formation peut trouver sa place au sein d'une manifestation professionnelle: c'est le cas dans l'académie de Montpellier avec le festival "*Visa pour l'image*" qui se

déroule tous les ans au début du mois de septembre à Perpignan. Afin de faire profiter les enseignants de cet environnement exceptionnel que constitue le festival, rendez-vous de tous les grands noms du reportage photographique, le Clemi académique a convaincu les organisateurs d'y accueillir une formation du PAF consacrée au photojournalisme (cf. **annexe 11**). Pendant deux jours, les stagiaires partagent ainsi leur temps entre des exposés faits par des professionnels, des rencontres avec des grands noms de la photographie, des visites d'expositions et des travaux en ateliers. À l'issue de ces deux journées intensives de travail, ils ont produit quelques fiches pédagogiques qui seront proposées aux autres enseignants de l'académie qui souhaitent faire travailler leurs élèves à partir de l'une des expositions de photographies du festival. Il s'agit d'une activité très complète, assez exigeante, dont on trouvera ci-après un alerte compte-rendu (voir encadré ci-contre).

C'est aussi le cas de ce stage organisé par le Clemi de l'académie de Bordeaux dans le cadre du 16^{ème} FIPA à l'intention d'une trentaine d'enseignants du secondaire (cf. **annexe 12**) sur le thème du "*traitement du réel dans le documentaire, le grand reportage et l'information événementielle*". Là encore, la présence du stage au sein de la manifestation professionnelle a permis aux stagiaires de rencontrer des réalisateurs et de visionner des documentaires dans des conditions particulièrement favorables.

Dans ces deux premiers exemples, l'accent principal du dispositif est mis sur la formation des enseignants, la transmission des savoirs acquis auprès des élèves intervenant dans un deuxième temps.

Dans les deux actions qui suivent, l'accent porte d'abord sur la prise en compte du travail des élèves au sein d'une manifestation professionnelle, l'activité de formation y étant directement subordonnée : c'est le cas dans l'académie de Caen, avec l'organisation, au sein du Prix Bayeux-

Calvados des correspondants de guerre, qui a lieu du 29 septembre au 4 octobre, d'un prix lycéen, comme il existe un prix lycéen des Goncourts dans le domaine de la littérature. Afin de préparer les élèves à sélectionner, en connaissance de cause, les reportages télévisés qui leur sont soumis, leurs enseignants suivent, en amont de la manifestation, une formation leur permettant d'aider leurs élèves à remplir leur rôle de jurés. Dans un deuxième temps, les lycéens complètent la formation que leur a donnée leur enseignant avec une rencontre avec de grands reporters, qu'ils peuvent interroger sur les conditions dans lesquelles ils font leur métier et réalisent leurs sujets. C'est aussi le cas dans l'académie de Nantes, où des ateliers scolaires sont organisés par le Clemi à l'intention des lycéens et de leurs enseignants dans le cadre du festival international du Scoop et du journalisme. Ce dispositif devrait être complété l'année qui vient par une journée de formation réalisée dans le cadre du festival et spécifiquement destinée aux enseignants.

Enfin, il faut évoquer l'opération "Classes-presse" menée dans l'académie de Rennes par le Clemi dans le cadre d'un partenariat qui associe les titres de la presse régionale, les Conseils généraux des départements concernés, les inspections académiques et le rectorat. Il ne s'agit pas dans ce dernier cas d'une manifestation professionnelle au sein de laquelle viendrait s'inscrire une formation, mais d'un dispositif monté de toutes pièces, qui voit collaborer des titres concurrents sur une même aire géographique, et qui concerne de nombreux collèges de la région. L'un des éléments "intégrés" dans ce dispositif, indispensable à sa bonne marche, est une action de formation destinée aux enseignants qui ont la charge d'accompagner les élèves dans leur projet d'écriture journalistique. On en trouvera un exemple dans le programme de la journée organisée pour les enseignants de chacun des départements concernés (cf. **annexe 13**), étant entendu qu'il s'agit là de la partie la plus visible du dispositif de formation, et

Un, deux, trois... Visa ! ou Organiser une formation au sein d'une manifestation professionnelle

Qui, dans le milieu de la photographie de presse ne connaît pas Visa pour l'image ? Ce « festival international du photojournalisme » qui se déroule fin août-début septembre à Perpignan dans les Pyrénées orientales, en est déjà à sa quinzième édition.

UNE MANIFESTATION INTERNATIONALE

Cette manifestation est devenue, au fil des ans, la plus grande manifestation mondiale de ce type. Durant quinze jours, les travaux de nombreux photographes, portant sur des thèmes d'actualité, sont exposés dans une quinzaine de lieux de la ville ouverts au public. Des conférences-débats portant sur les problèmes généraux relatifs au photojournalisme, des conférences de presse données par les photographes pour présenter leur travail, des soirées de visionnement d'images se déroulent parallèlement pendant toute la durée de la manifestation. Enfin, la présence de nombreux professionnels de la photographie (photographes, responsables d'agence, directeurs artistiques, représentants de publications...) fait de ces rencontres un important marché de la photo de presse.

DEUX HANDICAPS

Alors comment réussir à la fois à se glisser dans cette manifestation du côté des professionnels, et mobiliser des enseignants, juste au moment de la rentrée des classes ?

Depuis deux ans, un stage de trois jours est organisé par le Clemi de Montpellier à destination d'un public désigné : membres de l'équipe académique du Clemi, enseignants engagés dans des projets pédagogiques autour de la photographie de presse. Cette formation, partie inté-

grante du PAF, est prise en charge par la Délégation académique à la formation et pilotée et animée par le Clemi en liaison avec les organisateurs de *Visa pour l'image*. Elle se déroule au sein de l'Hotel Pams, lieu réservé à la profession durant tout le festival.

TROIS POINTS FORTS

- Le premier, c'est que ce stage est d'abord structuré autour de rencontres avec les professionnels de stature internationale qui viennent participer au festival, qu'on n'aurait jamais pu ren-

contrer dans une formation « ordinaire ». À la fois surpris et intéressés par cette présence (insolite) d'enseignants, ils sont manifestement conscients de l'importance qu'il y a à faciliter l'accès des jeunes aux reportages exposés, à les aider à regarder l'actualité et sa diversité d'approche. Ils sont du coup très disponibles pour les enseignants.

- Le second, c'est qu'il permet de souder l'équipe académique et de

construire une culture commune. Il sert aussi à tisser un réseau entre professionnels et enseignants, à construire du partenariat.

- Le troisième réside dans la préparation d'activités pédagogiques, directement liées à la présence des expositions et des photographes professionnels. Un certain nombre de fiches pédagogiques sont élaborées, consultables sur le site Internet du Clemi académique dès la fin de la semaine, et distribuées sous forme de dossiers à tous les scolaires qui visitent les expositions. Des productions particulièrement utiles pour les collègues qui viennent à *Visa pour l'image* avec leurs classes, la semaine suivante.



MARGUERITE CROS

Coordonnatrice académique CLEMI Montpellier

Un parcours de formation partenarial

Deux journaux concurrents s'allient pour mettre en œuvre un projet d'éducation aux médias ambitieux en Bretagne. C'est une première!

UNE OPÉRATION D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS DE PLUSIEURS MOIS

Ouest-France et le Télégramme ont élaboré avec l'Éducation nationale et les Conseils généraux de la pointe de la Bretagne (Finistère, Morbihan et Côtes d'Armor) une opération « classes presse » qui concerne au total 55 classes de collèges différents. Pendant quatre mois, 1600 élèves vivent au rythme de l'actualité avec les 173 enseignants des différentes disciplines impliqués dans l'opération. Les objectifs de cette opération sont d'apprendre à (bien) lire le journal, d'apprendre à écrire pour être lu et à développer la connaissance des élèves sur la vie de la cité grâce à deux journaux concurrents.

Dans un premier temps, pendant dix semaines, chaque élève et professeur reçoit, chaque jour scolaire, un exemplaire du journal « parrain » puis pendant les deux semaines suivantes dix exemplaires du Télégramme et de Ouest-France.

En parallèle les élèves sont invités à enquêter et à rédiger des articles sur le thème général du respect, décliné en quatre rubriques : respect au collège, respect des personnes, respect de l'environnement et respect des lois et des règles.

Tous les articles (512 en tout) sont publiés sur une plate-forme internet qui permet de mutualiser les productions scolaires. Une sélection de

ceux-ci est publiée dans des encartés des titres régionaux début juin. Le meilleur article de chaque classe est enfin soumis au jury de l'opération qui distingue cinq lauréats par département.

Pour mener à bien cette opération, il est nécessaire d'accompagner au mieux les enseignants par des actions de formation.

DES MODALITÉS DE FORMATION MULTIPLES ET UN PARTENARIAT COMPLET

On peut distinguer trois dispositifs principaux : les journées de formations, l'accompagnement et le conseil au projet de l'établissement et les outils et aides à l'auto-formation.



- *Des journées de formation et d'information pour les enseignants :* Lors des journées de lancement départementales de l'opération, les différentes étapes du projet ont été présentées à l'ensemble des équipes engagées, ainsi que la palette des aides proposée aux classes.

Au milieu de l'opération, une seconde journée départementale de formation est proposée (cf.annexe) pour répondre aux besoins des enseignants en cours de projet et leur permettre d'échanger sur leurs pratiques pédagogiques. Elle est animée par les services presse-école des deux quotidiens et le Clemi. Des apports spécifiques sur l'écriture journalistique, sur le choix des angles sont apportés. Un atelier pour la mise en ligne des articles d'élèves sur la plate-forme est également animé par le service informatique pédagogique du rectorat.

qu'il était complété, en tant que de besoin, par des interventions ponctuelles de formateurs Clemi ou de journalistes devant des classes. On trouvera ci-dessus une synthèse de cette opération envisagée sous l'angle de la formation.

b) La formation initiale

Cette année, 16 IUFM (19 l'année précédente, 12 l'année d'avant) ont organisé, en liaison avec des formateurs du Clemi, des formations se rapportant à l'utilisation pédagogique des médias. Elles ont touché 1565

• *Des conseils et accompagnements in situ :*

Chaque classe bénéficie d'un journaliste « parain » tout au long du projet ; il répond aux questions des classes et les accompagne dans la phase rédactionnelle. Il intervient au minimum deux fois dans la classe, c'est un élément très structurant du dispositif.

Le réseau Clemi et les services presse-école des journaux interviennent également à la demande des collègues pour travailler avec les équipes enseignantes (progression pédagogique, complémentarité disciplinaire,...) ou avec les groupes classes (séances d'analyse spécifique, animation de débats,...).

Ces réponses « à la carte » permettent aux établissements de développer des projets ciblés, précis et très impliquants pour les équipes participantes.

• *Des outils d'accompagnement :*

Un dossier pédagogique a été conçu à l'intention des enseignants en rapport avec la progression de l'opération : découvrir un journal, comparer la presse régionale, rencontrer un journaliste et visiter une entreprise de presse, des aides pour écrire pour être lu, publier sur internet...

Chaque classe reçoit également un kit pédagogique du journal partenaire

Enfin, les sites presse-école des journaux ainsi que celui du clemi Bretagne proposent aux participants des dossiers et des pistes de travail. La plate forme informatique proposée aux classes permet à chacun l'accès aux travaux des autres. Elle a eu un rôle stimulant pour les élèves et a par ailleurs fonctionné comme un outil d'auto-formation pour les enseignants.

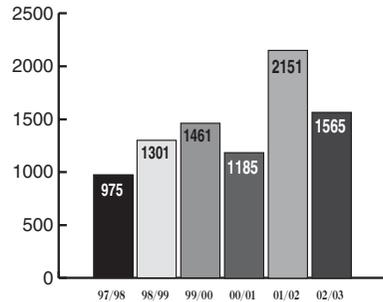
CORINNE TUAL

Coordonnatrice académique, Clemi Bretagne

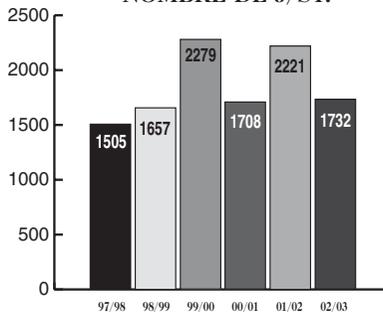
étudiants (soit 1732 J/st), ce qui représente en moyenne 49 stagiaires par académie (54 J/st).

Le nombre de stagiaires qui avait significativement augmenté l'année dernière (+ 81 %), confirmant et amplifiant les

NOMBRE DE STAGIAIRES



NOMBRE DE J/ST.



hausse de 98/99 et 99/00 (respectivement +33 % et +12 %), a fléchi (- 37 %), mais reste supérieur aux chiffres des quatre années précédentes. La durée moyenne des formations reste quant à elle stable (comme l'année dernière, plus de la moitié des formations ont une durée supérieure ou égale à un jour ; sur 44 actions de formation répertoriées, 20 ne dépassent pas la demi-journée). On trouvera en annexe (cf. **annexe 14**) un exemple de programme de formation courte (4h), intégrée dans un module plus large, consacré aux "Tice", organisé à l'intention des professeurs des écoles de seconde année, dans l'ensemble des sites de l'IUFM d'Aix-Marseille ; cette sensibilisation, qui s'inscrit dans les préoccupations des futurs enseignants (notamment avec la référence au B2I), prend aussi appui sur les démarches de recherche-action du Clemi, tel que le programme Educaunet, dont nous avons déjà parlé, et auquel l'académie d'Aix-Marseille est associée à travers l'équipe du Clemi.

Pour rester dans les chiffres, rappelons comme nous le faisons chaque année qu'ils ne rendent pas compte de tout ce qui peut se faire en matière d'éducation aux médias dans les IUFM, mais uniquement des formations dispensées dans ces organismes par les formateurs du Clemi (qui sont, dans de nombreux cas, extérieurs aux IUFM). Les formations se répartissent dans des proportions similaires à celles de l'année dernière en ce qui concerne le niveau d'intervention (85 % ont lieu en seconde année, – 93 % l'année dernière, 83 % l'année précédente –). Par contre, le public, contrairement aux années précédentes, est constitué cette année d'une majorité de professeurs du second degré (60 % des stagiaires). Un peu plus de 60 % des formations réalisées le sont dans le cadre d'un enseignement obligatoire. Les disciplines sont assez bien représentées dans les contenus (32 % des formations), et c'est toujours la documentation qui se retrouve en tête des matières concernées (18 % des stagiaires), loin devant les lettres (3,8 % des stagiaires), l'histoire-géographie (3,5 %), les fonctions éducatives (3,2 %), l'anglais (2,6 %) et les sciences économiques et sociales (1,9 %).

Signalons aussi que, comme dans le cadre de la formation continue, certaines des interventions du Clemi en formation initiale se présentent sous des formes qui relèvent davantage du conseil, de l'accompagnement 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. Parmi les thèmes recensés cette année dans ce cadre, on en relèvera quelques-uns, tels que "Le document vidéo en ECJS" ou "Photojournalisme et documentation".

Un certain nombre d'interventions sont transversales, communes aux professeurs des écoles et aux professeurs des lycées et collèges, et abordent l'éducation aux médias de manière générale ("La presse en ligne"; "Les grands médias nationaux"); d'autres, plus particulièrement destinées aux futurs

professeurs des lycées et collèges prennent en compte les apports disciplinaires, comme on l'a vu plus haut: la documentation ("Médias au CDF", "La presse et les médias pour le professeur documentaliste"), l'histoire géographie ("L'actualité dans le cours d'histoire, géographie, éducation civique", cf. **annexe 15**), les lettres ("Le professeur de français: professeur de tous les textes et de tous les discours"), les sciences économiques et sociales ("Les médias dans le cours de sciences économiques et sociales"); le thème de l'image d'information est abordé dans plusieurs modules ("Les images dans les médias d'information", "L'information télévisée"). Ces modules peuvent se présenter sous forme de contributions spécifiques ou sous forme de collaboration entre un enseignant de l'IUFM et un formateur du Clemi.

Dans certains IUFM, l'initiation à l'éducation aux médias peut se faire par le biais de dispositifs plus souples que des modules de formation, tels par exemple que les semaines culturelles; c'est le cas à Dijon, où deux journées sont organisées à l'intention des stagiaires qui le souhaitent, sur le thème "À la découverte des grands médias nationaux" (cf. **annexe 16**). Une quarantaine de stagiaires du premier et du second degré ont participé à cette activité.

Il faut enfin mentionner des initiatives qui, même si elles ne relèvent pas directement de la formation initiale, sont destinées à avoir une incidence sur celle-ci: il s'agit des formations qui peuvent être proposées dans le dispositif de la formation de formateurs des IUFM, et qui concernent donc prioritairement les formateurs de l'IUFM lui-même. C'est dans ce cadre que le Clemi de l'académie de Créteil a organisé une formation destinée à offrir un cadre de réflexion sur les phénomènes d'actualité et la bonne distance qu'il convient d'établir par rapport à ceux-ci pour les aborder avec efficacité dans le cadre de la classe (cf. **annexe 17**). La demande qu'avaient fait apparaître, dans l'urgence, les événements du 11 septembre 2001 en constituait la toile fond: elle concernait potentiellement

tous les enseignants en formation. Il était donc légitime de convier les formateurs d'enseignants à prendre en considération ces questions et à travailler à l'élaboration de réponses méthodologiques. Dans cet échange entre pratiquants de l'éducation aux médias et formateurs d'enseignants, on retrouve des enseignants-formateurs de l'équipe du Clemi Créteil, depuis longtemps intéressés par ces questions et qui pratiquent au quotidien, avec leurs élèves, cet "apprivoisement" de l'actualité dans le cadre de leur propre enseignement. On trouvera ci-après le portrait de l'une d'elles (voir page 28).

L'arrivée en force de l'éducation aux médias dans les IUFM ne semble donc pas encore être pour demain. Pourtant, des initiatives sont là, pour témoigner de l'intérêt que le travail sur et avec les médias suscite dans le corps enseignant en général (cf. l'intérêt spontané manifesté pour la Semaine de la presse dans l'école), et il est sans doute possible de sensibiliser un plus grand nombre de stagiaires à ces pratiques de classe, sans pour autant alourdir un programme de formation déjà très chargé. Notons à cet égard qu'un certain nombre de sites d'IUFM (une trentaine cette année) s'inscrivent à la semaine de la presse à l'école. Peut-être pourraient-ils être encore plus nombreux, et offrir ainsi une meilleure visibilité à cette démarche pédagogique.

III) Bilan chiffré

a) Répartition des principaux types de formations

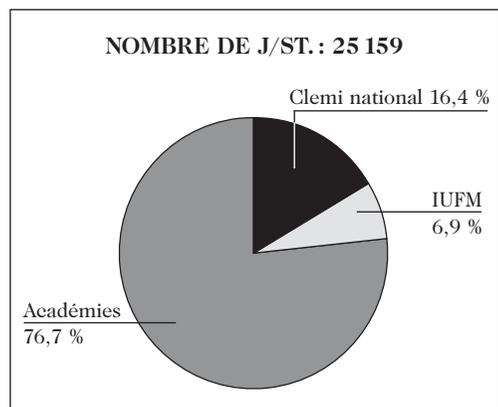
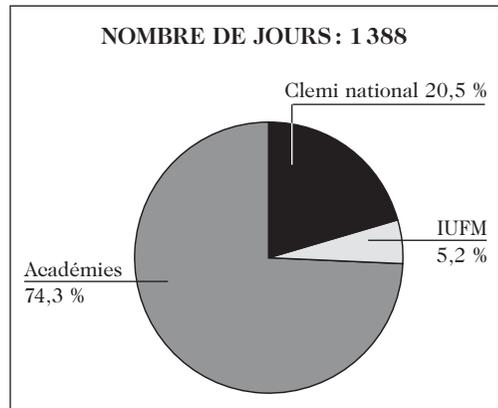
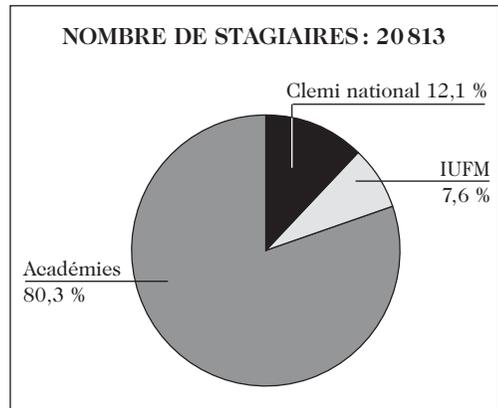
Les chiffres de cette année sont supérieurs de 13,7 % à ceux de l'année dernière, cette hausse étant essentiellement le fait de la variation d'activité au niveau académique. Nous l'avons déjà commentée.

b) Évolution du nombre de stagiaires sur les 5 dernières années

Le nombre des stagiaires progresse par rapport à l'année passée, confirmant le

mouvement de hausse régulier des années antérieures.

La part des activités académiques y est déterminante, d'autant que cette année, la contribution de la formation initiale et celle du Clemi national sont moins importantes que l'année dernière.



“Mon plaisir, ce sont mes élèves”

Les pieds sur terre, celle de la cour de son lycée. Tel est le leitmotiv affiché par **Chris TRABYS**, documentaliste au lycée Blaise Pascal de Brie Comte Robert, dans l'académie de Créteil. “C'est au contact des élèves que je me trouve la plus utile. Mon plaisir ce sont mes élèves. Ils me bousculent plus, on apprend beaucoup plus à leur contact qu'à celui des adultes”, glisse cette femme souriante en préalable. C'est ainsi, et on ne la changera plus. Les interventions qu'elle réalise pour le Clemi, elle est donc la première à s'en étonner. “Je ne crois pas faire quelque chose d'extraordinaire”, lâche-t-elle sans fausse modestie avant de reconnaître que l'expérience de la formation aux adultes a l'immense avantage d'obliger à “conceptualiser, à s'interroger sur soi-même, mais cela est presque égoïste”, s'excuse-t-elle.



UNE LONGUE PRATIQUE DES MÉDIAS

Entre Chris Trabys et la presse, c'est une longue histoire. Étudiante, déjà, elle rêvait d'être grand reporter et travaillait à la pige pour la Dépêche du Midi. Un goût certain donc. Et puis après quelques “années africaines” elle découvre, en reposant ses valises en France et dans l'Éducation nationale, la Semaine de la presse. Une aubaine pour cette femme qui explique sa méthode par une pirouette: “j'ai essayé de transférer mes questions de lectrice”. Tout cela paraît si simple. En gros, résume Chris Trabys “l'école transmet des savoirs explicites, formels; mais il existe aussi des connaissances plus informelles qui viennent de la culture générale. Le rôle de l'école est d'offrir également ces savoirs impli-

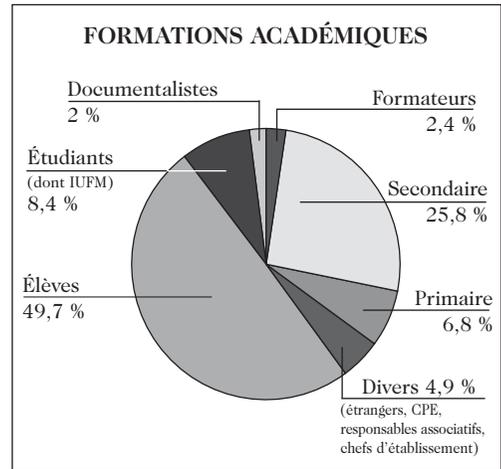
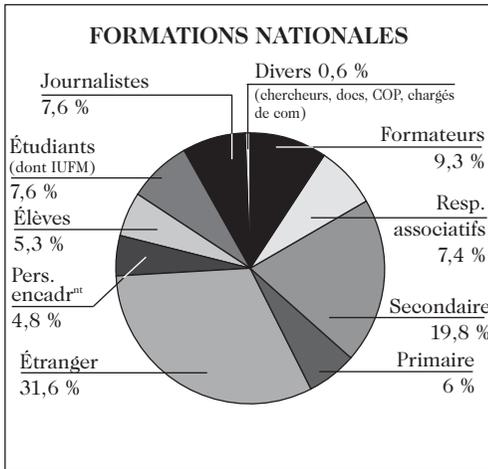
cites auxquels seuls certains élèves chanceux ont accès chez eux et ensuite de leur donner du sens”. C'est en cela que la presse, les médias en général ont aux yeux de cette documentaliste passionnée toute leur place dans les enceintes scolaires. Il faut, selon elle, mettre un terme au jugement moralisateur autour de la télé: “on n'est pas là pour dire aux élèves de regarder ou de ne pas regarder la télé. On est là pour apporter des clés de compréhension et du recul, car de toute façon, on ne peut pas se désolidariser de la culture télévisuelle de nos élèves”.

SAVOIR TRANSMETTRE L'ESSENTIEL

C'est dans ce cadre-là, avec cette culture du “faire”, que Chris Trabys intervient au Clemi. L'objectif principal qu'elle s'assigne est de donner des outils et bien sûr de l'enthousiasme aux stagiaires. “Il ne faut pas perdre de vue, martèle-t-elle, les attentes des participants qui en général se demandent comment ils pourront réinvestir sur le terrain les résultats des stages”. Toujours les pieds sur terre, celle de l'action à destination des élèves.

Pour tendre vers ce résultat, Chris Trabys ne nie pas les écueils. Les enseignants, d'après elle, sont parfois rétifs car il est gênant pour un prof de s'aventurer dans un domaine qui n'est pas celui de son excellence. “C'est difficile de bosser sans certitude” résume-t-elle avec son sens de l'efficacité. Mais Chris Trabys n'en démord pas, et c'est peut-être son unique certitude, il faut se lancer, car l'éducation aux médias est le meilleur moyen de toucher à l'interdisciplinarité.

E. Z.

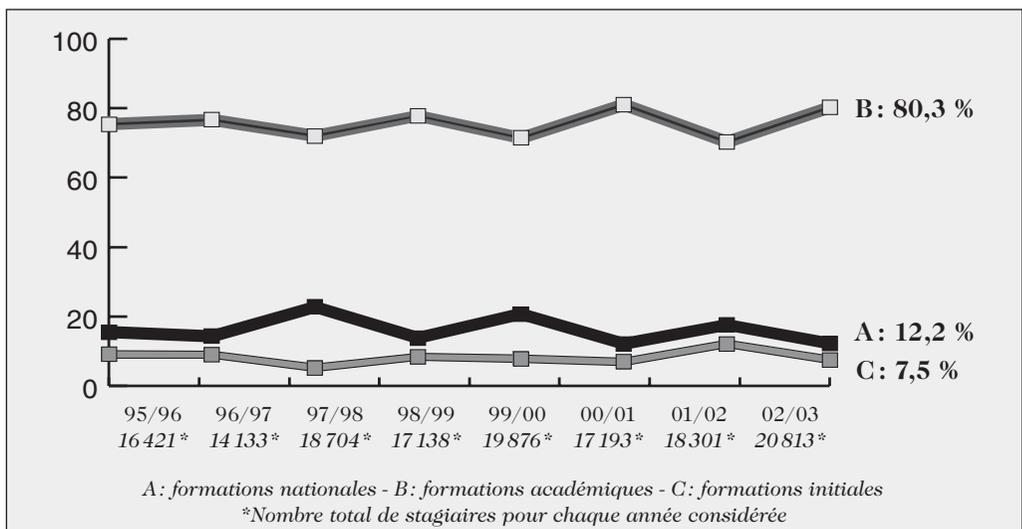


c) Les publics de la formation

Nous retrouvons, à quelques nuances près, certaines des caractéristiques mises en lumière les années précédentes ; des infléchissements sont cependant perceptibles : Les enseignants du secondaire représentent toujours la part prépondérante (25,8 %) des stagiaires (élèves mis à part), mais les enseignants du primaire, voient leur part respective continuer à décroître comme au cours des dernières années, passant de 14,5 % il y a deux ans, à 11 % l'an dernier et à 6,8 % cette année. Les stages spécifiquement consacrés à l'éducation aux médias à destination des enseignants du premier

degré (cf. par exemple celui organisé par le Clemi de l'académie de Montpellier, sur une durée effective de 10 jours, en annexe 18) sont en effet relativement peu nombreux et les apports des formateurs Clemi dans ce cadre sont prioritairement le fait d'interventions ponctuelles, d'une à deux journées selon les besoins.

Ce tassement ou cette stagnation des catégories traditionnelles de stagiaires s'accompagne d'une diversification des publics, à la fois au sein de la communauté éducative et hors de celle-ci : au sein de la communauté éducative, avec la présence significative des personnels d'encadrement dans



les dispositifs de formation, notamment dans les actions du Clemi national. À la périphérie de celle-ci, avec la présence, parmi les personnes reçues en stage, de personnels administratifs, d'animateurs appartenant à divers réseaux associatifs notamment dans le cadre du programme Educaunet dont nous avons déjà parlé (Francas, Cemea, Fol, Udaf). En direction de publics enseignant hors de France, soit en établissement scolaire, soit dans des alliances ou des instituts français. Comme nous l'avons dit plus haut, il ne s'agit pas, dans les académies, d'un public très important, mais les programmes de formation mis en place sont souvent originaux et doivent répondre à des demandes spécifiques.

IV) Les contenus de la formation continue

Ce qui caractérise l'offre de formation continue dans les académies, c'est sa richesse et sa diversité ; l'une des manières de s'en convaincre est d'aller consulter les pages web consacrées au Clemi dans les sites académiques. Par-delà cette diversité, quelques grandes tendances se dégagent, que l'on retrouve d'année en année, avec certains inflexions dus à l'évolution des priorités et des préoccupations pédagogiques. Ces tendances se concrétisent dans l'existence de quelques grandes familles thématiques.

a) La presse écrite et le journal scolaire : des activités fondamentales

1) 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 significative des stages réalisés (23,3 %). Thème en soi ("Réaliser un journal scolaire", "Concevoir un journal scolaire"), point de départ pour une mise en perspective ("Journal scolaire : quels enjeux ?" ; "Réaliser un journal : une action citoyenne") ou encore dispositif d'animation ou de com-

munication dans le cadre d'une activité pédagogique plus large ("*Le journal scolaire : projet de journal scientifique*", "*Mettre en place le journal du réseau d'éducation prioritaire*"), il est perçu et appréhendé dans le prolongement direct de la presse écrite d'information.

Ce n'est pas seulement l'aspect pédagogique qui est abordé à travers ces formations, mais aussi des notions touchant davantage aux questions d'expression, de liberté de parole, des droits et des devoirs du journaliste dans le contexte particulier de la presse lycéenne ("*Création d'un journal lycéen*", "*Accompagner la prise de parole des lycéens dans l'établissement*"). Le journal d'école est souvent étroitement lié au projet d'école ("*Du projet d'école au journal scolaire*") et il vit souvent grâce à l'implication, l'engagement même, d'instituteurs ou de directeurs d'école qui font par ailleurs profiter leurs collègues du premier ou du second degré, de leur expérience et de leur réflexion sur la place et le rôle des médias dans l'école. Le journal scolaire, ou le journal élaboré dans un cadre scolaire est un vecteur fort de liaison, que ce soit au sein de l'établissement scolaire ou entre plusieurs établissements, comme c'est notamment le cas avec le programme "Fax!".

2) Avoir un projet de journal scolaire, c'est d'abord se pencher sur la presse des adultes ("*Utilisation d'un quotidien à l'école*" ; "*L'utilisation d'un quotidien régional en classe au collège*" ; "*La variété de la presse*" ; "*Apprendre avec la presse*" ; "*La presse : enjeux et méthodes*"). Cela représente 20,7 % des formations. C'est ensuite apprendre à la connaître et à maîtriser certaines techniques d'écriture ("*Les différents écrits avec la presse*" ; "*Écrire pour être lu*" ; "*Réaliser un reportage*" ; "*La revue de presse un outil pédagogique*") afin, pour quoi pas, de permettre à des élèves de devenir correspondants ou collaborateurs occasionnels d'un quotidien régional ("*Formation à l'écriture de presse en vue de la*

rédaction d'articles pour le journal Typo"; *"Travailler avec un quotidien régional"*).

3) C'est enfin passer insensiblement et très naturellement du support papier au support écran, d'une technologie à une autre (*"De la presse écrite à la presse en ligne"*), en se familiarisant avec les médias en ligne, en apprenant dans un premier temps à les identifier et à les lire (*"Les médias en ligne"*; *"Les nouveaux médias"*; *"Lecture critique de l'information sur Internet"*), puis dans un deuxième temps, en se lançant dans l'aventure de l'écriture et de la communication. Dans ce passage de l'un à l'autre, la continuité qui s'instaure d'un média à l'autre est soulignée, de même que la continuité du projet pédagogique qui sous-tend ces démarches. Les stages qui font explicitement référence à l'utilisation d'Internet dans le cadre d'un projet d'écriture médiatique, représentent 5 % des formations.

Si l'on fait la somme des pourcentages évoqués ci-dessus, on parvient à un total de 49 % des formations dont on peut dire qu'elles sont prioritairement consacrées à l'écrit, et à son support médiatique privilégié, la presse écrite.

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

On l'a vu à propos de la presse écrite, ce domaine est perçu comme le prolongement naturel des activités liées à l'écrit et le nombre de formations qui s'y réfèrent explicitement (5 %) 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 (cf. les pages consacrées au Clemi et à ses activités sur les sites académiques). Il peut aussi être étudié comme média à part entière, et à ce titre susciter de nouveaux questionnements

(cf. *"Connaître le média Internet"*; *"Aspects éthiques et juridiques d'Internet et des médias en ligne"*). 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 termes de partenariat (cf. *"Créer son cyberjournal"*; *"Réaliser un journal scolaire: du journal-papier à sa mise en ligne sur le web"*). Ces stages, dans le prolongement de ceux qui sont consacrés au journal scolaire, permettent de prendre en compte les paramètres spécifiques à ce média particulier qu'est Internet. Internet peut enfin fonctionner comme outil de formation, en apportant au formateur, par le biais notamment du site du Clemi national et de certaines des pages de ses équipes académiques, des aides et des documents utilisables dans le cadre de la formation mise en place (cf. On peut se reporter à cet égard, à l'encadré intitulé *"Un parcours de formation partenarial"*, pour percevoir les apports d'Internet dans un projet rédactionnel, à la fois comme dispositif d'auto-formation et comme support d'écriture).

c) La Semaine de la presse à l'école : un passage obligé

Les stages qui s'inscrivent explicitement dans le cadre de la préparation de ce moment fort des pratiques pédagogiques liées à l'éducation aux médias représentent 6,1 %. Comme l'année dernière, on retrouve des intitulés tels que *"Préparer la 14^{ème} SPE"*, *"Comment animer sa semaine de la presse dans l'école"* (cf. annexe 19), *"Le projet pédagogique de la SPE"*. Mais on y trouve aussi des intitulés qui proposent des angles plus précis, la Semaine de la presse servant de contexte général à la prise en compte de thèmes plus spécifiques de l'éducation aux médias ; c'est ainsi que l'on va rencontrer des préoccupations liées au rôle du CDI (*"Animer la SPE autour du CDI"*) ou à la prise en compte des images d'information, notamment lorsqu'elles posent problème eu égard à leur dureté, dans une démarche pédagogique (*"Des images difficiles à*

l'école: préparer la semaine de la presse et des médias à l'école, cf. annexe 20).

d) Des images à l'école

L'image est un thème lui aussi très riche : on peut les analyser, on peut en produire, on peut enfin se transformer en image en se laissant saisir par la caméra. Pour de nombreuses formations consacrées à ce domaine, le Clemi peut compter sur la collaboration de quelques formateurs fidèles, qui adhèrent à notre projet pédagogique et qui font la liaison, en raison de leur parcours professionnel, entre les préoccupations des enseignants et les contraintes ou les exigences du métier. On trouvera ci-contre le portrait de l'un d'eux, dont la précieuse collaboration enrichit la palette des savoir-faire transmis par le Clemi.

23 % des formations lui sont consacrées cette année, sous ses différentes formes. Son poids s'est encore légèrement accru par rapport à l'année précédente. Elle est abordée sous différents angles :

- La production d'images animées (cf. "*Réalisation d'un JT durant la SPE*" ; "*Produire un JT*" ; "*Réaliser un reportage audiovisuel*") – 2,8 % – ;

- Les images du journal télévisé, en tant que dispositif emblématique de fabrication de l'information (cf. "*Utilisation pédagogique du journal télévisé*", ou encore, "*le JT: une information à décrypter*", "*Construire un projet autour de l'information et du JT*") – 5,9 % – .

- L'analyse de l'image d'information, toutes catégories confondues (cf. "*Analyse de l'image et des images*" ; "*Initiation à la lecture des photos d'actualité*", "*L'image et ses lectures*"). C'est, aussi bien l'image animée de la télévision ("*Analyse de l'info télévisée*", cf. annexe 21) que l'image fixe que l'on trouve dans la presse écrite, photo de presse, dessin de presse ou infographie ("*Images de presse*" ; "*Commenter/illustrer: le rapport texte/image dans la presse*"). Il est assez remarquable de constater que sur les 61 formations consacrées à l'image, un tiers porte explicitement sur l'image de

presse. Il nous semble que l'image, comme thème de formation ou comme support d'activité pédagogique, fait dans de nombreux cas partie d'une réflexion née de l'écrit et de sa pratique. C'est ainsi que le journal peut être le point de départ d'une réflexion sur la place de l'image. La capacité à lire l'image fait partie de la maîtrise des langages ("*Les langages des médias*"). Elle peut fonctionner comme levier pour favoriser l'expression orale ("*Lire et analyser images et médias*", cf. annexe 22). Dans ce dernier stage, mis en œuvre par le Clemi de l'académie de Paris, on pourra observer un itinéraire de formation qui, à partir de quelques données de base concernant l'image, touche tour à tour à ses différentes manifestations dans les médias : la publicité, la presse écrite, le journal télévisé, l'image de fiction... Parmi les intervenants de ce stage, une formatrice qui travaille depuis très longtemps avec l'image télévisée dans sa classe, qui prend plaisir à transmettre aux enseignants l'expérience acquise au contact avec les médias, et dont on trouvera le portrait page 34.

e) Éducation aux médias et nouveaux dispositifs d'enseignement transdisciplinaires : une complémentarité naturelle

Nous avons déjà mis en valeur l'année dernière l'apport de l'éducation aux médias dans les pratiques liées à la mise en place des nouveaux dispositifs d'enseignement. L'éducation aux médias est par définition une pratique transversale, transdisciplinaire ; les savoirs faire élaborés par les enseignants qui y ont régulièrement recours dans leurs pratiques de classe trouvent tout naturellement leur place dans la mise en place des nouveaux dispositifs, qu'il s'agisse des itinéraires de découverte, des travaux personnels encadrés, de l'éducation civique, juridique et sociale ou des classes à projet artistique et culturel.

Nous en avons encore la confirmation cette année : un certain nombre de forma-

Une insatiable envie de partager

Est-il réalisateur de documentaires ? Sa carte de visite l'atteste en tout cas. Auteur de plusieurs documentaires sur le monde de l'autisme, vice président de l'association des cinéastes de documentaires, son CV le confirme. Mais **Guy BAUDON** n'est pas que cela. Est-il enseignant ? Son emploi du temps, à l'IUT de Paris, le prouve mais ne suffit pas à combler ses appétits de partage. Est-il formateur ? Sa participation à la création de la section vidéo de la maison du geste et de l'image (MGI) au début des années 80 et ses nombreuses interventions au Clémi permettent de le déduire.

UN GOURMAND D'IMAGES

Il est tout cela en même temps, tout simplement. Tour à tour l'un et l'autre mais, semble-t-il, avec la même passion. Il virevolte, il papillonne, se promène sur l'échiquier de l'image. La palette est vaste il veut l'embrasser en gardant toujours un œil derrière la caméra. Mais l'image n'est pas gratuite. C'est ainsi. Il ne suffit pas d'en faire, des images. Il faut sans cesse s'interroger sur leur signification, démêler l'écheveau de leur fabrication et pousser les autres à en prendre possession. Ces autres, il les trouve avec une égale satisfaction un peu partout. Dans les établissements scolaires, par exemple, ou "grâce au statut d'intermittent" tient-il à préciser, il est en passe d'achever une fiction de trente minutes co-réalisée par des élèves de lycées de la région parisienne et de Ouagadougou au Burkina Fasso.

AMENER TOUS LES ENSEIGNANTS DERRIÈRE LA CAMÉRA

Avec le Clémi sa rencontre commence à dater : "Les années 90" lâche-t-il l'air songeur en passant une main dans sa barbe. La logique qui le

dirige, Guy Baudon la résume d'une phrase laconique : "l'enjeu pour moi c'est de les amener à faire" dit il en parlant des enseignants qui participent aux stages du Clémi. "Il faut se rendre compte qu'il n'y a pas d'images justes, mais juste des images" ajoute t il, en citant Jean-Luc



Godard, pour dédramatiser le passage derrière la caméra. Il faut désamorcer la réticence des enseignants face à la machine et savoir s'éloigner d'une méthodologie qui "nous conduit souvent à faire à la manière de" dit il encore pour résumer ses intentions. "En effet, lorsque nous faisons des stages, nous assistons souvent avec surprise au "spectacle" d'enseignants qui reproduisent un discours et des

mimiques qu'ils récuse par ailleurs. On mesure à quel point les habitudes, même les pires, en matière d'information sont contagieuses".

PASSER DE L'EXPÉRIENCE À L'APPRENTISSAGE

C'est pour cette raison que Guy Baudon appelle de ses vœux des sessions un peu plus longues, un peu plus récurrentes, qui permettraient, selon lui, de passer du "domaine de l'expérience à celui de l'apprentissage", de sortir "de la reproduction pour s'aventurer plus avant vers la création, car la façon de raconter une info n'est pas gravée dans le marbre". Une nécessité à ses yeux tant l'image est de plus en plus présente dans la vie quotidienne des élèves et donc des enseignants. Même si, bien sûr Guy Baudon nuance lui-même ses intentions de passionné. Persuadé que la pratique des médias n'est "qu'une goutte d'eau dans l'océan des différentes pratiques pédagogiques que doivent déployer les enseignants".

E. Z.

Donner confiance aux enseignants face à l'actualité

Si vous voulez rencontrer **Sylvie VADUREAU**, le meilleur moyen, c'est tout simplement de se rendre au collège Edmond Michelet, la plus grande ZEP de Paris. C'est au cœur du 19^e arrondissement que cette enseignante atypique a établi son "camp de base". Enseignement en direction des collégiens ou formation à destination des adultes, l'ensemble des activités professionnelles de cette adepte de la "pédagogie active" se déroule dans une salle de classe. Prof de lettres à l'origine, Sylvie Vadureau s'est très vite investie dans "l'éducation aux médias". Sa collaboration avec le Clemi remonte à une petite dizaine d'années. "Nous avons participé à une expérimentation *images et médias* avec l'ENS de St Cloud, le Clemi et la Mafpen (Mission à la formation des personnels de l'éducation nationale). Pour ma part, je n'en suis jamais ressortie" résume-t-elle un brin laconique.

ÉCOUTER DAVANTAGE LES ÉLÈVES

Depuis cette expérience, à chaque niveau de ce collège qui accueille 900 élèves, correspond une "classe média" qui bénéficie d'au moins deux heures hebdomadaires d'éducation aux médias. C'est dans ce cadre que Sylvie Vadureau reçoit les "stagiaires" du Clemi. La question centrale des formations qu'anime Sylvie Vadureau est de savoir comment "utiliser l'image comme un langage et non comme un métalangage". "Comment, par exemple, amener les élèves à fabriquer des clips, à sortir de la simple illustration", explique-t-elle.

Pour ce faire, la première des techniques élaborées par Sylvie Vadureau est de provoquer la confrontation entre profs en formation et collégiens. "Souvent, dit-elle, à la fin de la journée,

ce sont les profs qui interrogent les élèves sur leurs pratiques et sur les acquis de la discipline". Et bien souvent, de l'aveu même de cette formatrice, le verdict est sans appel. Les enseignants concluent qu'ils doivent écouter davantage leurs élèves.

DÉVELOPPER UNE PÉDAGOGIE ACTIVE AUTOUR DES MÉDIAS

L'enjeu est souvent là car les enseignants sont souvent partagés entre l'envie et la crainte de libérer la parole. C'est même un problème structurel pour Sylvie Vadureau, qui affirme qu'à ses yeux, le problème de l'Éducation nationale est de "ne pas assez donner la parole". Il suffit selon elle

de "libérer" les enseignants de cette crainte pour pouvoir développer une pédagogie active qui s'appuie sur l'information, et qui donne aux élèves le sens critique nécessaire face à une société qui leur offre en permanence des images sans les mettre en perspective. Car bien sûr, insiste cette formatrice qui se veut "exigeante et pas du tout dans le bricolage", la question centrale des enseignants est de savoir "ce qui pourra

intéresser les élèves, tant dans la forme que dans le fond". "Les enseignants sont plus des gens qui doutent que des personnes persuadées de détenir le savoir" insiste-t-elle pour affirmer que l'élaboration de projets liés aux médias doit passer par la confiance en soi et l'envie. Tout simplement. Un vœu pieux? Un enjeu qui en vaut la chandelle, si l'on en croit l'expérience de Sylvie Vadureau: "les élèves qui sont passés par les classes média sont des jeunes qui renoncent rarement, qui savent mieux ce qu'ils veulent faire en fin de troisième et qui sont plus solidaires". Tout est dit.

E. Z.



tions proposées par les formateurs du Clemi prennent explicitement en compte cette dimension dans leurs objectifs et proposent aux enseignants de se familiariser avec les pratiques liées à l'éducation aux médias pour mieux parvenir à leurs fins dans le cadre de leur enseignement. 25 formations, soit 5,4 % des stages réalisés, mettent l'accent sur ce point.

C'est la raison pour laquelle il nous paraît nécessaire et intéressant de nous arrêter un instant sur ces formations. Disons tout d'abord que tous les dispositifs existants sont abordés sous cet angle, qu'il s'agisse des TPE (*“Les TPE en seconde, en exploitant les médias”*), des itinéraires de découverte (*“Itinéraires de découverte et éducation aux médias”*, cf. **annexe 23**), des projets pédagogiques à caractère professionnel (*“Le journal scolaire dans le cadre des PPCP”*) ou de l'ECJS (*“Utiliser les médias en éducation civique, juridique et sociale”*, cf. **annexe 24**).

Certains stages reprennent des contenus traditionnels de l'éducation aux médias et les mettent en perspective par rapport à la mise en place d'un projet s'inscrivant dans l'un des nouveaux dispositifs (*“Réaliser des journaux ou publier en ligne dans le cadre de projets transversaux”*).

D'autres adaptent de manière plus précise la réponse que l'éducation aux médias peut apporter à certains des besoins spécifiques des nouveaux dispositifs, notamment dans le cadre de l'ECJS à propos du débat argumenté. Dans ce cas, la question est plutôt de se demander ce qui, dans le débat télévisé, dans son analyse, dans la comparaison de ses différentes modalités, peut être mis au service du débat argumenté (*“Le débat argumenté comme apprentissage de la vie démocratique”*, *“L'actualité dans la classe d'ECJS”*, *“Pédagogie de la discussion en ECJS”*).

f) Quelques domaines ou publics spécifiques

Quelques formations se retrouvent d'une année sur l'autre, même si elles ne sont

pas très nombreuses; ce qui compte ici, ce n'est pas leur volume, mais la régularité avec laquelle elles sont programmées, indice d'un besoin constant et d'une demande sans cesse renouvelée :

1) Chaque année, une dizaine de stages sont organisés autour des questions relatives à la radio. Celle-ci souffre d'un double handicap : en tant que média, elle est souvent occultée au profit de la presse écrite et de la télévision; en tant que projet scolaire de production médiatique, elle demande des efforts d'investissement en infrastructure qui ne la rendent pas immédiatement accessible, à la différence de l'écrit. Pourtant le nombre de stages organisés autour de ce thème progresse de manière régulière : 17 stages ont été organisés cette année, représentant 4,9 % des formations (cf, par exemple, celui qui se trouve en **annexe 2**).

2) De même, un petit nombre de stages sont organisés chaque année en liaison avec certains champs disciplinaires ou professionnels (11 stages cette année, soit 3,3 % des formations) : parmi les domaines de compétence concernés, on trouve celui des historiens-géographes (*“L'actualité entre histoire et journalisme. Étude de cas : l'Afghanistan”*, cf. **annexe 25**), celui du français (*“Images et médias en classe de français”*) celui des langues vivantes, dont l'anglais (*“Le journal en anglais”*), celui des sciences économiques et sociales (*“TPE en SES”*), celui des sciences (*“Sciences et photos”*), celui de l'éducation physique et sportive (*“EPS et citoyenneté/sports et médias”*), celui enfin des fonctions éducatives, et notamment de la documentation (*“Utiliser la presse au CDI”*, *“Organiser la SPE au CDI”*, *“Les activités de presse dans la BCD”*) ou de l'orientation (*“Médias et orientation”*); la prise en compte de ce lieu stratégique de l'établissement scolaire qu'est le centre de documentation et d'information n'a rien d'étonnant, compte tenu des sollicitations dont il fait l'objet de la part des

enseignants et des élèves dans le cadre des nouveaux dispositifs d'enseignement.

3) Enfin, il faut mentionner quelques formations, hors statistiques, qui touchent à des domaines variés, comme le français langue étrangère (cf. "*Médias et apprentissage du FLE*"), le documentaire (cf. **annexe 5**, mentionnée plus haut), la publicité (cf. **annexe 8**, mentionnée plus haut), plus présente que d'habitude cette année ("*La publicité dans les médias*", "*Lecture*

des images publicitaires", "*Exploitation pédagogique et éducative des médias et de la publicité dans le cadre d'une formation citoyenne*")...; ces derniers stages bien que très peu nombreux, ne sont pas les moins intéressants. Ils témoignent d'initiatives qui prennent place à la marge de nos principales actions et qui illustrent à la fois la diversité des demandes et l'intérêt que les médias suscitent, comme dispositif et comme source documentaire, dans le cadre d'une démarche pédagogique.

Conclusion

Rappelons tout d'abord les principaux chiffres : **20 813 stagiaires** ont été formés cette année par le Clemi (2579 par le Centre national, dont 59 élèves-professeurs en formation initiale, et 18 234 par les équipes académiques, dont 1506 élèves-professeurs dans les IUFM).

Les chiffres de cette année sont plus élevés que ceux de l'année dernière et font partie des plus hauts niveaux enregistrés au cours des 10 dernières années. La formation initiale est toujours le parent pauvre de l'activité de formation du Clemi, même si les progrès relatifs enregistrés cette année dans ce domaine restent encourageants.

Ces résultats sont aussi le reflet des mutations qui ont eu lieu dans les dispositifs de la formation continue au niveau national comme dans les académies. Mais, corrélés à d'autres indicateurs, ils indiquent qu'il existe, par-delà les à-coups de l'actualité, un besoin profond et durable de formation à l'éducation aux médias parmi les différents acteurs de la communauté éducative.

PIERRE FRÉMONT

© Clemi, mai 2004

Directeur de la publication : Jacques Gonnet

Coordination : Pierre Frémont

Conception graphique : Catherine Le Troquier