

Trente ans de décryptage en France

Grande sœur de la manifestation romande, la Semaine de la presse et des médias dans l'école (SPME) fêtait en mars dernier sa 30^e édition. Reportage à Paris, en immersion avec des classes.

Christian Georges

Les camarades n'osaient pas poser de questions. Alors cette adolescente en visite avec sa classe y est allée au culot, face à Thierry Thuillier, patron de l'information à TF1: «Pourquoi ne créez-vous pas un journal télévisé qui s'adresserait seulement aux jeunes, avec des sujets qui les intéressent, comme la réforme du bac, le harcèlement, l'absentéisme?» Le journaliste s'est dit surpris: tous ces sujets ont été évoqués au journal de 20h. «Ces problèmes n'ont pas été traités puisqu'ils existent encore!», a protesté la jeune fille. «Vous vous trompez sur le rôle des journalistes!», a répliqué le professionnel dans un sourire.

Lever les malentendus

Depuis 1990, la Semaine de la presse et des médias dans l'école ne fait que cela: lever les malentendus et éveiller les élèves au travail des journalistes, à leurs pratiques et à leurs contraintes. Elle est mise sur pied par le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI), sur mandat du ministère de l'Éducation nationale. Le champ d'action est vaste. Toute l'année, le CLEMI édite des ressources autant pour les enseignant-es que pour les parents, comme la brochure *La famille Tout-Écran*. Il réalise aussi la série de modules vidéo *Déclic critique*, dont la dernière livraison s'intitule *Découvrir Snapchat, du divertissement à l'information*.

Vérifier, vérifier, vérifier

Retour dans les locaux de TF1-LCI. Un peu plus tôt dans l'après-midi, la journaliste Anaïs Condomines anime à plusieurs reprises un atelier sur les *fake news*. Face à toute information, elle exhorte les adolescent-es à se poser les bonnes questions: quelle est ma source? Est-elle équilibrée? Puis-je contacter l'auteur-e? D'autres médias en parlent-ils? Exemple à l'appui, Anaïs Condomines démontre l'utilité de la recherche inversée d'images: non, la répression choquante de manifestant-es n'est pas toujours située où le prétendent les posts sur les réseaux sociaux! De même, mieux vaut vérifier tous les détails dans une vidéo, même crédible: quelle est la voix qu'on entend? La météo correspond-elle aux prévisions pour la région représentée? Invitée par le CLEMI dans un lycée parisien, la journaliste québécoise Ève Beaudin commence par déculpa-



biliser les élèves. Les jeunes sont moins enclin-es à partager des *fake news* que les seniors. Et ces nouvelles trompeuses sont parfois difficiles à repérer. Le «biais de confirmation» amène tout un chacun à croire ce qu'il ou elle pense déjà. Que partagent les jeunes avec leur réseau? «Des trucs drôles qui ressemblent à des contes de fées...» Un des rares élèves qui affirme lire la presse écrite se dit indifférent au placement de produits dans les vidéos des influenceurs: «Si ce qu'il dit est intéressant, je me fiche de savoir ce qu'il est écrit sur son t-shirt...» Pour détailler les techniques de désinformation et susciter des réflexes de vigilance, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec a lancé le projet «30 secondes avant d'y croire». Ève intervient aussi dans des vidéos du projet Actufuté.

Activités multiples

La force de la Semaine de la presse et des médias, c'est d'impliquer tous les degrés scolaires: en mars à Paris, tandis que des enfants découvraient la fabrication de leurs magazines préférés dans les locaux des éditions Bayard, des lycéen-nés écoutaient le témoignage saisissant d'un photographe de presse syrien réfugié en France. Non sans avoir, au préalable, recueilli des informations sur ce pays, pour en tirer une exposition à voir à la médiathèque.

Documents pédagogiques à télécharger sur www.clemi.fr
<http://30secondes.org>
<http://actufute.quebec>