



الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري
ⵙⵓⵍⵏⵉⵙⵓⵔ ⵙⵉⵎⵉⵙⵓⵔ ⵙⵉⵎⵉⵙⵓⵔ
Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle

« PROMOTION DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION »

Groupe de Travail « Promotion de l' Education aux Médias et à l'Information »

Présidé par M. Mohammed EL Maazouz et Mme Badia Erradi,
membres du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle

Décembre 2021

« Promotion de l'Éducation aux Médias et à l'Information »

Groupe de Travail « Promotion de l' Education aux Médias et à l'Information »
Présidé par M. Mohammed EL Maazouz et Mme Badia Erradi

Décembre 2021

CONTEXTE:

Le contexte général est étroitement lié à un certain nombre de problématiques culturelles éthiques et politiques couramment associées aux médias audiovisuels :

- Les rôles qu'ils occupent au sein de l'espace public et dans l'élaboration des débats qui y prennent place.
- La médiatisation de la violence, de la sexualité et de la pornographie.
- La manipulation de la propagande.
- Le sexisme, le racisme et les représentations stéréotypées de minorités que l'on retrouve dans des contenus médiatiques.
- L'influence de la publicité (notamment sur les enfants)

CONTEXTE:

Les changements technologiques sont associés à des problématiques spécifiques, telles que :

- Le vol d'identité
- Le piratage informatique, l'attente à la vie privée, à l'honneur et à la réputation
- La cybercrimination
- Les abus sexuels
- La diffusion de propos diffamatoires, le vol, l'appropriation ou la distribution non autorisée de contenus protégés par des droits de propriété intellectuelle.
- L'accès au matériel moralement sensible (pornographie, violence, sites haineux)

ARTICLE 3 DU DAHIR N°1-16-123 PORTANT PROMULGATION DE LA LOI N° 11-15 PORTANT RÉORGANISATION DE LA HAUTE AUTORITÉ DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

- Veiller à la protection des droits des enfants et du jeune public et à la préservation de leur intégrité physique, mentale et psychique des risques éventuels des médias, ainsi qu'à la promotion de l'éducation à l'information, et au respect de la déontologie et de l'intégrité des programmes diffusés.

DÉFINITION DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS :

- L'éducation aux médias est définie comme étant la capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leurs contenus
- Elle se focalise sur le développement des processus pédagogiques et didactiques afin de construire des compétences et des savoirs relatifs aux médias.
- On entend par « Médias »:
 - 1- les dispositifs techniques : téléviseur, ordinateur, tablette numérique.
 - 2- les formats médiatiques : télévision, la presse écrite, la radio.

DÉFINITION DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS :

- De facto, l'Education aux Médias et à l'information se situe donc à l'intersection de l'éducation et de la protection de droits humains fondamentaux : droit d'accès à l'information, liberté d'expression, droit à la protection de la vie privée, respect de la diversité culturelle et égalité des genres

OBJECTIFS GÉNÉRAUX SE DÉCLINENT EN 4 COMPÉTENCES CLÉS:

Capacité d'utiliser les médias et d'accéder à l'information de manière sécurisée et efficace



Capacité de faire preuve d'esprit critique à l'égard des contenus médiatiques consommés



Capacité d'être immunisé contre la désinformation



Capacité de créer et de relayer des contenus médiatiques de manière responsable

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES SE DÉCLINEMENT EN 6 COMPÉTENCES CLÉS:

Compétences à
l'usage des
technologies
médiatiques



Savoir utiliser un ordinateur,
naviguer sur Internet, utiliser
les logiciels de bureautique

Compétences
informationnelles



Savoir chercher
l'information, l'évaluer, la
traiter et l'utiliser

Compétences
expressives et
artistiques



Savoir s'exprimer à
l'aide d'outils

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES SE DÉCLINEMENT EN 6 COMPÉTENCES CLÉS:

Compétences de
type
comportemental



Savoir agir et se comporter
de manière éthique et
responsable sur les réseaux
numériques

Compétences de
jugement critique
et esthétique



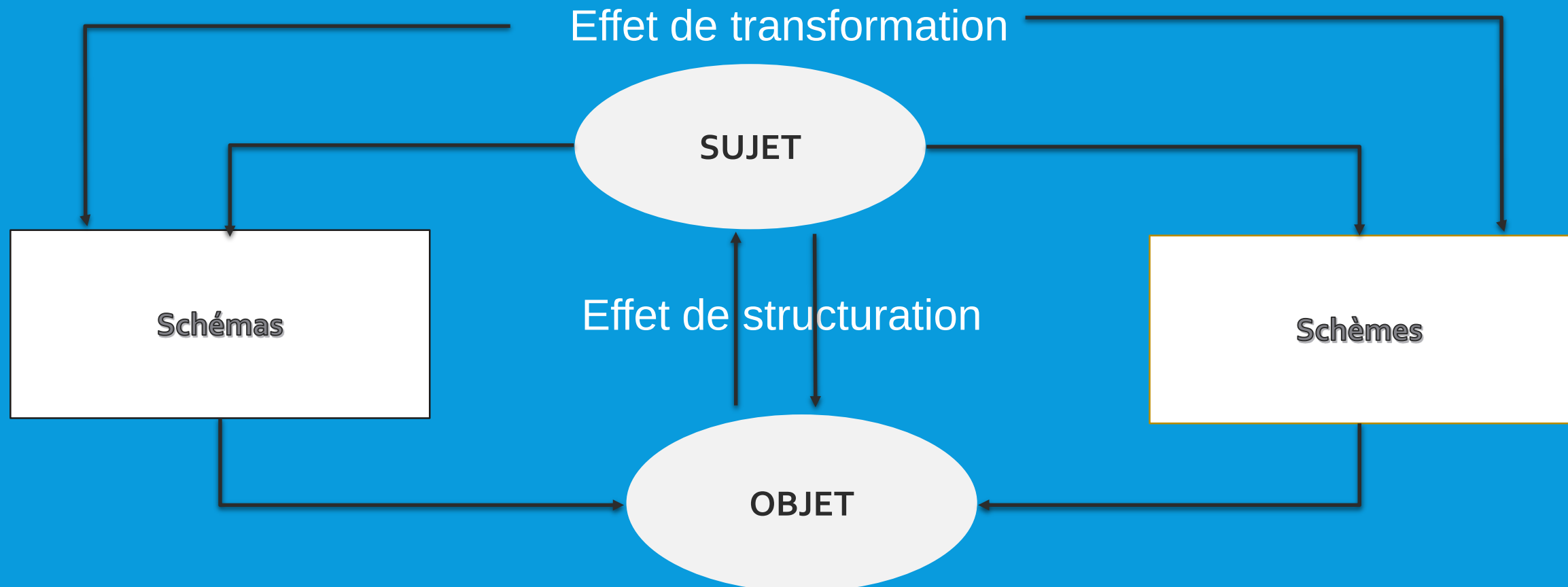
Etre en mesure de poser un
regard critique sur des
messages et des œuvres
médiatiques

Compétences à
l'introspection



Savoir s'interroger soi-même
sur ses valeurs, ses façons de
recevoir et de traiter
l'information

CADRE THÉORIQUE



Jean Piaget « épistémologie génétique » ed.PUF

1- PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE

- Comment l'apprenant développe suffisamment de confiance en soi et de maturité afin d'être en mesure d'exercer des jugements critiques sur des textes médiatiques auxquels il sera exposé à l'avenir ? (autonomie critique)
- Ou comment cultiver la pensée critique, et utiliser de façon intégrée son intelligence, ses émotions et ses valeurs pour pouvoir décider ce qu'il faut faire ou croire ?

2-PROBLEMATIQUES SPÉCIFIQUES

- Comment l'éducation aux médias sera-elle indissociable des notions de citoyenneté et de démocratie?
- Comment l'éducation aux médias sera-elle un levier de stabilité sociale et de développement?
- Comment l'éducation aux médias contribuera-elle à l'économie du savoir et à l'innovation?

HYPOTHÈSE GÉNÉRALE:

- Le développement d'une vraie « **pédagogie de la libération** » assure l'émancipation individuelle et collective
(Participation active de l'apprenant aux processus d'apprentissage, relation dialogique entre enseignant et apprenant)
- L'institutionnalisation de l'éducation aux médias est centrale dans la réalisation de ses buts escomptés.

HYPOTHÈSE OPÉRATOIRE

- Développement d'un curriculum qui offre un cadre et une pédagogie pour une nouvelle littératie nécessaire pour la création et l'innovation.

CONCEPTS:

1-Littératie

2- Translittératie

3- Médiacratie

Télécratie

Radiocratie

4-Consumérisme

5-Curriculum

6- Transformation

7- Acquisition

8- Farmacun

1- Etat des lieux / Des Marocains hyper connectés et demandeurs de compétences numériques

□ L'Education aux Médias et à l'Information des Marocains en général -et leur éducation numérique en particulier- est d'autant plus cruciale qu'ils sont de plus en plus connectés et que l'accès à Internet se fait à un âge de plus en plus précoce :

- **En 2020, plus de 84% des Marocains sont équipés en Internet.**
- **En 2020, 91% des individus âgés de moins de 15 ans utilisent Internet au Maroc, et 69% d'entre eux déclarent l'utiliser sans supervision parentale.**
- **42% des parents se disent incompetents en matière d'encadrement des usages numériques de leurs enfants.**

➡ Ces chiffres (Enquête TIC ANRT 2020) donnent une idée de l'importance du besoin d'éducation numérique dans notre pays.

➡ **Pourtant, l'EMI ne figure pas dans les curricula scolaires.**

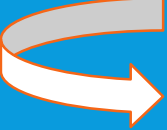
2- Etat des lieux / Des médias classiques dotés d'un poids socio- culturel encore considérable dans la société marocaine

- ❑ En dépit de l'appétence des Marocains pour les contenus numériques, il est important de relativiser la toute-puissance des médias numériques chez nous. En effet, le **poids des médias classiques -télévision et radio- dans la société marocaine demeure considérable.**
- ❑ La crise sanitaire liée au virus dit de « Covid 19 » a justement rappelé l'importance de l'impact socio-culturel de la télévision et de la radio. En effet, parallèlement à l'accélération de la digitalisation de la société marocaine, **la crise sanitaire a renforcé l'usage des médias classiques.**

2- Etat des lieux / Des médias classiques dotés d'un poids socio- culturel encore considérable dans la société marocaine

- ❑ Durant le confinement sanitaire, les Marocains ont plébiscité télévision et radio, médias sur lesquels ils se sont appuyés pour comprendre, s'informer, se relier mais aussi se former. En 2020, 7 Marocains sur 10 considèrent la télévision comme la 1^{ère} source d'information sur le virus COVID-19 (Enquête TIC ANRT 2020). Les choix des Marocains pour s'informer sur la pandémie se sont clairement orientés vers les sources institutionnelles. Les médias classiques ont ainsi contribué à la résilience collective du pays.
- ❑ Par conséquent, l'Education aux Médias et à l'Information ne saurait se cantonner à l'éducation numérique, *a fortiori* chez nous.

Recommandation : l'urgence de concevoir une politique nationale d'EMI



Face à l'importance des enjeux décrits précédemment, **une politique nationale d'Education aux Médias et à l'Information paraît incontournable**. Sa conception passe par l'élaboration d'une vision stratégique découlant elle-même d'une approche holistique et intégrée des besoins et des objectifs liés à une éducation aux médias et à l'information adaptée à notre contexte national.

MÉTHODOLOGIE D'ENQUÊTE

1/ Etude documentaire : étudier les curricula scolaires actuels afin d'identifier les failles en matière d'éducation au médias et à l'information

2/ Enquête contributive (focus groupes) : mener des entretiens avec les directeurs d'académies, les délégués de l'enseignement, les directeurs d'établissement, les inspecteurs, les élèves et d'étudier les contenus des manuels scolaires.

- C'est précisément dans cet esprit que le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a créé le GT « Promotion de l' Education aux Médias et à l'Information ».

- Composition du GT :

Mme ERRADI, membre du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle.

Mme BERRADA, Département Études et Développement.

M. BENMALEK, Observatoire de la Diversité Culturelle dans les Médias.

M.EL MAAZOUZ , membre du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle.