

Objet : PROGRAMME D'EDUCATION CRITIQUE A LA PUBLICITE DESTINE AUX ENFANTS DE L'ENSEIGNEMENT FONDAMENTAL – MEDIA SMART

Réseaux : tous

Niveaux et services : FOND

Période : année scolaire 2004-2005

- A Madame et Messieurs les Gouverneurs de Province ;
- A Mesdames et Messieurs les Bourgmestres ;
- Aux membres des services d'Inspection de l'enseignement fondamental et secondaire de la Communauté française ;
- Aux organes de représentation et de coordination ;
 - Aux pouvoirs organisateurs des établissements d'enseignement fondamental et secondaire subventionnés, ordinaires et spécialisés ;
- Aux Chefs d'établissement de l'enseignement fondamental et secondaire organisés ou subventionnés par la Communauté française, ordinaire et spécialisés ;
- Aux centres psycho-médico-sociaux organisés ou subventionnés par la Communauté française.

Pour information :

- Aux organisations syndicales ;
- Aux associations de parents.

Autorités : Ministre-Présidente chargée de l'enseignement obligatoire et de promotion sociale

Signataire(s) : Marie ARENA

Gestionnaires : Cabinet de la Ministre-Présidente

Personne(s)-ressource(s) : Chantal FAIDHERBE (chantal.faidherbe@cfwb.be)

Renvoi(s) :

Nombre de pages : texte : 2P.

Téléphone pour duplicata :

Mots-clés : éducation aux médias – approche critique de la publicité – matériel didactique.

Bruxelles, 24/06/2005

Madame,
Monsieur,

Divers médias ont récemment fait référence à un programme d'éducation critique à la publicité destiné aux enfants de l'enseignement primaire. Celui-ci est inspiré d'un programme né en Grande-Bretagne en 2002 sous le nom « Media Smart ».

Dans la brochure de présentation, les promoteurs du programme précisent les objectifs de Media Smart dans les termes suivants :

« Si nous voulons que les enfants comprennent le monde dans lequel ils vivent, il est essentiel d'apprendre à développer un esprit critique par rapport à ce qu'ils voient et entendent. (...) » « La nécessité d'améliorer l'aptitude à décoder et à comprendre les médias et leur contenu n'a jamais été plus pressante. Non seulement la quantité d'informations, mais surtout la manière dont elles sont présentées, sont en perpétuel changement. Media Smart pense qu'en expliquant aux enfants les objectifs de la publicité, vendre des produits et des services, ils seront en mesure d'apprendre plus rapidement à faire des choix plus responsables. (...) »

Le Conseil de l'Education aux Médias et l'Inspection pédagogique de l'enseignement fondamental ont analysé, à ma demande, ledit programme et m'ont communiqué leurs avis.

Si la nécessité d'une éducation critique aux médias est soulignée, le programme tel qu'il est proposé ne répond pas à l'objectif annoncé par ses promoteurs.

« Le Conseil de l'Education aux Médias déconseille fortement la diffusion et l'utilisation du programme Media Smart tel que présenté. Il souhaite attirer l'attention des institutions éducatives, enseignants et acteurs de l'éducation ainsi que le Gouvernement de la Communauté française et tient à marquer ses plus vives réserves quant à la promotion ou à la diffusion de ce programme dans sa forme et son contenu actuels auprès des établissements scolaires.

Le Conseil confirme toutefois l'importance et la nécessité d'une éducation critique à la publicité dès l'enseignement fondamental. Cette éducation doit être intégrée dans une démarche globale d'éducation critique aux médias, partant des méthodes et concepts tels que définis par le CEM et approuvés par l'ensemble des acteurs de l'éducation en Communauté française. Il recommande aux autorités éducatives d'attirer l'attention sur les risques impliqués par l'usage de ce type de matériel qui se présente erronément comme « pédagogique ».

Les avis de l'Inspection pédagogique de l'enseignement fondamental organisé par la Communauté française et de l'Inspection générale de l'enseignement subventionné sont circonspects. L'essentiel des observations porte sur le fait que l'on n'ait pas associé les objectifs d'apprentissage cités pour chaque fiche aux compétences des socles de compétences. Par ailleurs, le programme ne viserait aucunement à développer l'esprit critique ; il pousserait essentiellement à acheter et à dépenser. Le « diplôme » « Tu es pub malin » tendrait à donner une sorte de caution à l'enfant. Comment, en effet, détecter effectivement son aptitude à faire des choix sur base des leçons proposées ? Le phénomène de l'enfant prescripteur risquerait dès lors de se renforcer : pourquoi encore écouter papa et maman ?

Dont acte.

Ces avis non ambigus vous invitent à la prudence et déconseillent la diffusion et l'utilisation dudit programme tel que présenté. Je m'associe à ces critiques et je tiens à vous rappeler l'existence de Centres de ressources de l'éducation aux médias reconnus par le Gouvernement de la Communauté française :

- Pour l'enseignement organisé par la Communauté française : le Centre d'auto-formation et de formation continuée de l'enseignement de la Communauté française (www.lecaf.be) ;
- Pour l'enseignement officiel subventionné : le Centre audiovisuel de la Ville de Liège (www.cavliege.be) ;
- Pour l'enseignement libre confessionnel subventionné: l'a.s.b.l. Média-Animation (www.media-animation.be).

A toutes fins utiles, je vous signale également que l'Institut de la Formation en cours de Carrière (www.ifc.be) propose également des modules de formation centrés sur le thème de l'éducation aux médias pour l'enseignement secondaire ordinaire et l'enseignement spécialisé.

Marie ARENA