



# L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS POUR TOUS

Soutenir les groupes marginalisés  
grâce aux médias associatifs



Martina Chapman  
Nadia Bellardi  
Helmut Peissl

**Intelligence artificielle – Une politique intelligente**  
**Défis et perspectives pour les médias et la démocratie**  
Document de référence, Conférence ministérielle, Chypre 2020



COUNCIL OF EUROPE  
Conference of Ministers  
responsible for Media  
& Information Society  
NICOSIA 2020

COUNCIL OF EUROPE  
  
CONSEIL DE L'EUROPE

# L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS POUR TOUS

## Soutenir les groupes marginalisés grâce aux médias associatifs

### **Intelligence artificielle – Une politique intelligente**

Défis et perspectives pour les médias et la démocratie

Document de référence, Conférence ministérielle,  
Chypre 2020

Auteurs:  
Martina Chapman  
Nadia Bellardi  
Helmut Peissl

Édition anglaise :  
*Media literacy for all –  
Supporting marginalised groups  
through community media*

*Les vues exprimées dans cet ouvrage sont  
de la responsabilité des auteurs et ne reflètent pas  
nécessairement la ligne officielle du Conseil de l'Europe.*

Toute demande de reproduction ou de traduction de  
tout ou d'une partie de ce document doit être adressée  
à la Direction de la communication (F-67075 Strasbourg  
ou [publishing@coe.int](mailto:publishing@coe.int)). Toute autre correspondance  
relative à ce document doit être adressée à la  
Direction générale Droits de l'homme et État de droit.

Couverture et mise en page : Service de la production  
des documents et des publications (SPDP),  
Conseil de l'Europe  
Photos : Petra Moser/Radio FRO

Cette publication n'a pas fait l'objet  
d'une relecture typographique et grammaticale  
de l'Unité éditoriale du SPDP.

© Conseil de l'Europe, avril 2020  
Imprimé dans les ateliers du Conseil de l'Europe

# Table des matières

<b>RÉSUMÉ</b>	<b>5</b>
<b>MÉTHODOLOGIE</b>	<b>6</b>
Collecte de données quantitatives	6
Collecte de données qualitatives	7
Subjectivité et vérification des données	7
<b>INTRODUCTION</b>	<b>7</b>
<b>CONTEXTE GÉNÉRAL</b>	<b>8</b>
Le pluralisme des médias	8
L'éducation aux médias	8
Les médias associatifs	9
<b>IDENTIFICATION DES DÉFIS</b>	<b>9</b>
<b>ANALYSE COMPARATIVE DES CINQ MODÈLES DE MÉDIAS ASSOCIATIFS</b>	<b>10</b>
<b>ANALYSE DES EXEMPLES DE « PRATIQUES PROMETTEUSES » DES PROJETS D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS AYANT CONTRIBUÉ À RENFORCER LA PARTICIPATION DES COMMUNAUTÉS MARGINALISÉES AUX MÉDIAS ASSOCIATIFS</b>	<b>14</b>
Aperçu des pratiques prometteuses	14
Résumés des pratiques prometteuses	16
Défis communs	20
<b>CONCLUSIONS ET PROPOSITIONS D'ACTION</b>	<b>20</b>
<b>MESURES POUVANT ÊTRE PRISES PAR LES ÉTATS MEMBRES</b>	<b>21</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>22</b>



## RÉSUMÉ

Le présent document de référence analyse les moyens mis en œuvre par le secteur des médias associatifs pour promouvoir l'éducation aux médias, ainsi que les possibilités qu'offrent ces travaux de renforcer la participation des communautés marginalisées aux médias associatifs, notamment, en vue d'informer et de guider les professionnels et les responsables de l'action publique.

Les médias associatifs se caractérisent en particulier par la participation volontaire de membres de la société civile à la conception et à la gestion des programmes. Le rôle des bénévoles est absolument capital pour le fonctionnement de la plupart de ces médias.

Les médias associatifs ont pour trait commun la volonté de donner aux groupes communautaires l'accès et les compétences nécessaires pour créer leurs propres canaux de communication en fonction de leurs besoins spécifiques et de favoriser la participation à la vie publique de façon structurée et professionnelle. En conséquence, nombre des projets et des activités de ces médias contribuent à l'émancipation et à la participation directes de communautés qui sont généralement absentes du débat public.

Les médias associatifs ont évolué d'une façon différente d'un pays à l'autre, adoptant des modèles divers, dont ceux qui sont analysés dans la présente étude. Leur point de départ commun a été la nécessité de pourvoir aux besoins de communication des citoyens, au sein des groupes minoritaires et à l'échelle locale, notamment.

Cette étude compare cinq modèles de médias associatifs existant à Chypre, en Espagne, en Irlande, au Luxembourg et au Royaume-Uni et donne lieu à plusieurs constatations. Ainsi, les radios associatives sont reconnues par la loi en Irlande, au Luxembourg, au Royaume-Uni et en Espagne (malgré l'absence de législation spécifiquement consacrée aux médias associatifs dans ce pays). Ce type de médias n'est pas reconnu par la loi à Chypre.

Parmi les trois modèles de médias associatifs qui jouissent d'une reconnaissance juridique et d'un processus d'octroi de licences, le pays qui compte le plus grand nombre de stations de radio associatives est, de loin, le Royaume-Uni avec plus de 250 stations de ce type, ce qui correspond approximativement à une station de radio associative pour 250 000 habitants. On en dénombre moins de 25 en Irlande, soit une station environ pour 200 000 habitants, et moins de 5 au Luxembourg, soit approximativement une station pour 120 000 habitants.

En règle générale, la promotion de l'éducation aux médias est considérée comme une « activité essentielle » du secteur des médias associatifs et chacun des modèles étudiés favorise l'éducation aux médias de diverses manières.

Le Conseil de l'Europe a pleinement conscience que les médias associatifs contribuent de manière décisive à l'émergence de « citoyens informés ». Il n'en demeure pas moins que dans de nombreux pays d'Europe, ces médias ne bénéficient toujours pas d'une reconnaissance officielle, juridique, d'un accès équitable aux plateformes de distribution ou de financements durables.

Cette étude a mis en évidence les deux difficultés auxquelles les médias associatifs sont le plus souvent confrontés, à savoir le manque de sécurité financière et la baisse des financements, l'absence de statut juridique ou d'infrastructures, ou le manque de soutien des pouvoirs publics et/ou de l'autorité responsable.

L'évaluation structurée des médias associatifs, ou des projets d'éducation aux médias, est peu répandue – ce qui ajoute, peut-être, à la difficulté de se procurer des financements à long terme.

Le présent rapport fait écho aux recommandations contenues dans la Recommandation CM/Rec(2018)1 du Comité des Ministres aux États membres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété, qui appelle les États membres à concevoir une politique nationale coordonnée d'éducation aux médias et à assurer sa mise en œuvre opérationnelle au moyen de plans d'action annuels ou pluriannuels, ainsi qu'en fournissant des ressources suffisantes pour atteindre ces objectifs.

Les médias associatifs et les associations qui les représentent devraient être reconnus en tant que principales parties prenantes de toute stratégie ou activité transversale d'éducation aux médias, et possibles partenaires du système éducatif formel. Toutefois, pour réaliser pleinement ce potentiel, ces médias doivent être pourvus de ressources appropriées.

C'est tout particulièrement vrai au regard des formidables possibilités que peuvent offrir les médias associatifs aux communautés marginalisées et aux personnes qui n'ont pas suivi d'études classiques afin de les ramener vers la formation. Pour tirer le meilleur parti de ces possibilités, des ressources doivent être consacrées à des activités d'ouverture approfondies et à la coopération potentielle avec d'autres acteurs de l'éducation.

## MÉTHODOLOGIE

Les informations ont été recueillies à l'aide de techniques de recherche à la fois quantitatives et qualitatives, dont deux enquêtes en ligne à petite échelle (menées via Survey Monkey) et plusieurs entretiens personnels approfondis et qualitatifs. Les enquêtes ont été réalisées en anglais.

Cette collecte de données a été étayée, au besoin, par une analyse de documents de recherche et d'orientation pertinente.

À partir des connaissances de deux experts en médias associatifs (N. Bellardi et H. Peissl), plusieurs modèles de médias de ce type ont été mis en évidence dans les cinq pays suivants : Chypre, Espagne, Irlande, Luxembourg et Royaume-Uni.

L'étude actuellement menée par le Conseil de l'Europe, intitulée « ACROSS GENERATIONS – community media as spaces for local dialogue and cohesion », porte sur d'autres pays (l'Allemagne, l'Autriche, la Suisse, les Pays-Bas, la France et la région des Balkans) et peut traiter de sujets identiques. Ces pays n'ont donc pas été pris en compte dans la présente étude.

## COLLECTE DE DONNÉES QUANTITATIVES

L'objectif des enquêtes quantitatives était de collecter des données sur :

- ▶ cinq modèles de médias associatifs, concernant des pays différents, pour pouvoir effectuer une analyse comparative de haut niveau ;
- ▶ des études de cas se rapportant à des pratiques prometteuses (deux au plus pour chaque pays) afin d'identifier les facteurs de réussite et de risque communs.

Nos experts ont sélectionné des personnes pour chaque pays, afin de répondre à des questions normalisées, conçues pour créer un cadre général pour la collecte et l'analyse des données en fonction de critères spécifiques. Lorsqu'il existe une association ou un réseau national des médias associatifs, la personne désignée a été choisie en son sein. Dans le cas contraire, un « expert professionnel »<sup>1</sup> reconnu a été chargé de recueillir et de regrouper les informations à l'échelle nationale, afin de dresser un tableau des médias associatifs dans le pays. Pour que les réponses soient objectives et équilibrées, les personnes interrogées ont été priées de faire état de leur participation aux projets cités. Elles devaient en principe envisager tous les aspects des médias associatifs en répondant à l'enquête (radio, télévision et en ligne) et consulter d'autres parties prenantes du secteur en cas de besoin.

1. Les experts/professionnels suivants ont été consultés : Romy Ruppert (Radio ARA) et Dirk Alt (Radio LNW) au Luxembourg, Orestis Tringides (CCMC) à Chypre, Sally Galiana (NearFM) en Irlande, Salvatore Scifo (Université de Bournemouth), Mary Dowson (BCB Radio) et Jon Kelly (SINE FM) au Royaume-Uni, Mariano Fernandez Cabarcos (ReMC), Javier Garcia (Radio XATA) et Alejandro Blanco (Onda Color) en Espagne.

La première enquête en ligne a permis d'obtenir une description du ou des modèles, ainsi que des données sur les origines des médias associatifs dans chaque pays, les structures de financement, les politiques pertinentes concernant les médias, les fonctions/missions prévues par la loi, la structure opérationnelle et la contribution à la promotion de l'éducation aux médias.

La deuxième enquête en ligne a été l'occasion de recueillir des données sur deux « projets prometteurs » ou initiatives spécifiques de chacun des pays qui :

- ▶ favorisaient l'éducation aux médias ;
- ▶ contribuaient à renforcer la participation des communautés marginalisées aux médias associatifs et, par conséquent, les médias associatifs eux-mêmes, ainsi que le pluralisme des médias ;
- ▶ contenaient, dans l'idéal, une composante numérique.

Plusieurs aspects des projets des médias associatifs ont été analysés à travers l'enquête : le public ciblé, les objectifs du projet (compétences acquises en matière d'éducation aux médias, par exemple), les parties prenantes en jeu, les budgets et les structures de financement, les principales conclusions, le processus d'évaluation et les résultats.

## COLLECTE DE DONNÉES QUALITATIVES

---

À la suite d'une première analyse des résultats de l'enquête quantitative, plusieurs entretiens semi-structurés ont été conduits par N. Bellardi et H. Peissl. Avec l'autorisation des personnes interrogées, les entretiens ont aussi été enregistrés à des fins de traduction et d'analyse, le cas échéant.

Ces entretiens ont permis d'examiner les projets de façon plus détaillée au regard des difficultés rencontrées, des perspectives potentielles et des mesures qui pourraient être prises utilement par les pouvoirs publics.

## SUBJECTIVITÉ ET VÉRIFICATION DES DONNÉES

---

Compte tenu de la nature de cette méthodologie, la sélection des « pratiques prometteuses » implique un raisonnement individuel et subjectif. Pour atténuer ce risque, les personnes interrogées ont été invitées à consulter des parties prenantes du secteur afin de dresser un tableau aussi précis que possible et elles ont été informées que ces renseignements seraient vérifiés par le Groupe d'experts du Community Media Forum Europe.

## INTRODUCTION

Le présent document de référence analyse les moyens mis en œuvre par le secteur des médias associatifs pour promouvoir l'éducation aux médias, ainsi que les possibilités qu'offrent ces travaux de renforcer la participation des communautés marginalisées aux médias associatifs, notamment. L'objectif recherché est d'informer et de guider les professionnels du secteur et les responsables de l'action publique dans ce domaine en mettant en valeur le rôle unique, mais important, que jouent les médias associatifs dans le cadre d'une approche collaborative transversale visant à élaborer et à mettre en place des projets d'éducation aux médias bénéficiant à l'ensemble de la société, et plus particulièrement aux communautés marginalisées.

La section 4 replace le thème abordé dans un contexte général, en décrivant les concepts fondamentaux que sont le pluralisme des médias, l'éducation aux médias et le rôle joué par les médias associatifs dans la promotion de ces concepts, et la section 5 identifie une partie des défis essentiels communs à ces domaines.

La section 6 contient une analyse comparative de haut niveau de cinq modèles de médias associatifs existant dans cinq pays différents. La section 7 poursuit sur cette voie en examinant deux exemples de « pratiques prometteuses » adoptées dans chaque pays dans le cadre de projets d'éducation aux médias et ayant contribué à renforcer la participation des communautés marginalisées aux médias associatifs, et, par conséquent, les médias associatifs eux-mêmes, ainsi que le pluralisme des médias. La section 8 s'intéresse à un certain nombre de mesures pouvant être prises par les États membres et la section 9 présente diverses conclusions et propositions d'action.

## CONTEXTE GÉNÉRAL

### LE PLURALISME DES MÉDIAS

Selon la *Recommandation du Conseil de l'Europe de 2018 sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété*<sup>2</sup>, la liberté et le pluralisme des médias sont «des corollaires indispensables du droit à la liberté d'expression... et... ils sont essentiels au fonctionnement d'une société démocratique car ils contribuent à assurer la disponibilité et l'accessibilité à l'information et aux idées diverses qui vont alimenter les échanges des citoyens et leur permettre de forger et d'exprimer leurs opinions personnelles» (Conseil de l'Europe, 2018, p. 1).

Les *Tallinn Guidelines on National Minorities and the Media in the Digital Age*<sup>3</sup> de 2019 relèvent que les avantages découlant du pluralisme des médias et de l'accès aux médias, ainsi que de leur propriété, par les minorités et d'autres groupes, aident chacun à mieux se comprendre et contribue à faire baisser l'intolérance au sein de la société (OSCE, 2019, p. 50).

Dans leur analyse du rôle que les États peuvent jouer pour garantir une société pluraliste, les *Tallinn Guidelines* appellent ces derniers à prendre des mesures pour veiller à la pérennité des médias et des contenus pluralistes, notamment en «encourageant les États à introduire une législation et/ou à modifier la législation en vigueur pour reconnaître la nature distincte des médias associatifs à but non lucratif, qui peuvent être gérés par des communautés minoritaires nationales ou défendre ces communautés. Cette législation devrait garantir l'indépendance des médias associatifs et leur permettre d'atteindre leur objectif, qui est d'offrir aux membres des communautés qu'ils défendent, et notamment des minorités nationales, les possibilités et les formations requises pour qu'ils puissent produire leur propre contenu médiatique et participer pleinement à l'exploitation et à la gestion de leur propre média» (OSCE, 2019, p. 19)<sup>4</sup>.

### L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

L'éducation aux médias (EM), ou l'éducation aux médias et à l'information (EMI), est un concept dynamique qui évolue dans le temps sous l'effet de facteurs technologiques, sociaux, culturels et politiques.

Pour les besoins du présent étude, l'éducation aux médias désigne ici tout un ensemble de compétences cognitives, techniques et sociales, ainsi que la connaissance et la confiance requises pour prendre des décisions éclairées sur la totalité des contenus et des informations auxquels les individus sont confrontés au quotidien. Il en va de même pour la façon dont ils interagissent avec l'environnement médiatique et dont ils contribuent et participent à cet environnement.

Il faut notamment être apte à comprendre et à évaluer les contenus médiatiques – quelle que soit leur origine – d'un œil critique et à comprendre le fonctionnement des processus de production, de rédaction et de financement des médias. Aujourd'hui, cela suppose aussi de comprendre comment les données sont utilisées et comment les algorithmes et l'intelligence artificielle peuvent influencer sur la production et les choix des médias. Avoir une culture des médias, c'est aussi être en mesure de faire une utilisation responsable et sûre des services numériques et d'utiliser les autres médias dans l'espace public, tout en exploitant le potentiel créatif et participatif que peuvent offrir les nouvelles technologies et les nouveaux services.

La vaste portée de l'éducation aux médias indique qu'il s'agit d'une question transversale abordée dans des contextes divers par différents organes et départements du Conseil de l'Europe. La *Recommandation du Conseil de l'Europe de 2018 sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété*<sup>5</sup> contient en particulier des lignes directrices destinées à développer l'éducation aux médias, et appelle les États membres :

- ▶ à adopter/élaborer des dispositions juridiques appropriées;
- ▶ à adopter une politique nationale coordonnée d'éducation aux médias et à la mettre en œuvre au moyen de plans d'action pluriannuels intégrant une grande diversité de parties prenantes;

2. [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=0900001680790e36](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e36) – consulté le 20 juin 2019.

3. <https://www.osce.org/hcnm/tallinn-guidelines?download=true> – page 50 consultée le 20 juin 2019.

4. <https://www.osce.org/hcnm/tallinn-guidelines?download=true> – page 19 consultée le 20 juin 2019.

5. [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=0900001680790e36](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e36) – consulté le 20 juin 2019.

- ▶ à introduire l'éducation aux médias dans les programmes scolaires et les cycles d'apprentissage tout au long de la vie;
- ▶ à encourager les médias à promouvoir l'éducation aux médias au moyen de politiques, de stratégies et d'activités;
- ▶ à veiller à ce que les autorités de réglementation nationales disposent de toute la latitude et des ressources nécessaires pour promouvoir l'éducation aux médias.

## LES MÉDIAS ASSOCIATIFS

Les médias associatifs sont des organisations de la société civile, généralement enregistrées en tant que personnes morales, qui proposent et encouragent la participation aux différents niveaux de leur structure. L'identité des médias associatifs, également qualifiés de médias du tiers secteur, se distingue clairement de celle des médias publics nationaux et des médias commerciaux du secteur privé. Les projets des médias associatifs, médias d'origine locale utilisant des structures de production horizontales, mettent aussi en avant des fonctions importantes, dont « la qualité et la gestion des bénévoles, la capacité de formation du secteur et la nature de divers réseaux dont fait partie l'audiovisuel communautaire »<sup>6</sup> (van Vuuren, 2006, p. 390).

Les médias associatifs se déclinent, semble-t-il, en projets radio/tv et/ou multimédias et partagent certains des principes suivants : indépendance vis-à-vis des gouvernements, des entreprises commerciales, des institutions religieuses et des partis politiques; but non lucratif; participation volontaire de membres de la société civile à la conception et à la gestion des programmes; activités au profit du progrès social et de l'intérêt collectif; propriété et contrôle associatifs (communautés locales et/ou d'intérêts); pratiques inclusives et interculturelles.

Dans un dépliant récent consacré aux médias associatifs<sup>7</sup> (2019), le Conseil de l'Europe reconnaît l'importance des médias associatifs dans la défense du droit fondamental à la liberté d'expression et d'information et la contribution des médias associatifs organisés de bas en haut à la nature pluraliste du paysage médiatique local, ainsi qu'à la diversité et au dialogue (Conseil de l'Europe 2019). Dans la *Recommandation sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété* (2018), les États membres sont encouragés à soutenir la mise en place et le fonctionnement de médias minoritaires, régionaux, locaux et associatifs à but non lucratif, y compris en instituant des mécanismes financiers pour favoriser leur développement.

Les médias associatifs sont particulièrement bien placés pour servir le double objectif consistant à promouvoir le pluralisme des médias et l'éducation aux médias, en procurant des compétences numériques et une formation au journalisme éthique à des tranches d'âges, groupes linguistiques et minorités variées, et notamment aux personnes ayant des besoins particuliers.

Les recommandations formulées à l'issue du *Séminaire international de 2015 sur la Viabilité des Médias de Proximité: Renforcer les Politiques et le Financement*<sup>8</sup> appellent les médias associatifs, dits de proximité, et leurs associations à « collaborer avec d'autres acteurs afin de promouvoir l'éducation aux médias et à l'information, de combattre la haine et la xénophobie, de contribuer à une culture de tolérance et [à] sensibiliser à l'importance et au rôle des médias de proximité au sein de leur communauté » (UNESCO, 2015, p. 3).

## IDENTIFICATION DES DÉFIS

L'importance des médias associatifs dans le tissu de toute société démocratique est reconnue par le Conseil de l'Europe. Il n'en demeure pas moins que dans de nombreux pays d'Europe, ces médias ne bénéficient toujours pas d'une reconnaissance officielle, juridique, d'un accès équitable aux plateformes de distribution ou de financements durables.

6. Van Vuuren, K. (2006) «The enclosure of the Community Public Sphere», *Media, Culture and Society*, 28 (3), p. 390.

7. <https://rm.coe.int/leaflet-community-media-fr-january-2019/1680920a5e> – consulté le 20 juin 2019.

8. [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/community\\_media\\_sustainability\\_recommendations\\_fr.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/community_media_sustainability_recommendations_fr.pdf) – page 3 consultée le 20 juin 2019.

Le tableau 1 ci-dessous met en lumière les domaines qui ont été identifiés comme présentant les plus grandes difficultés par le secteur des médias associatifs dans chacun des pays examinés dans cette étude.

Défis	Chypre	Espagne	Irlande	Luxembourg	RU
Obtenir une protection/ reconnaissance juridique	X		X	X	
Gérer les bénévoles/le personnel			X		
Rivaliser avec les adversaires commerciaux	X		X		
Obtenir des fréquences de diffusion	X		X		
Difficultés financières	X	X	X	X	X
Évolution de la technologie		X	X		
Rivaliser avec la concurrence mondiale/en ligne			X		
Gouvernance		X			
Relations avec les pouvoirs publics/ l'autorité responsable des médias associatifs	X	X		X	X

*Tableau 1 – Synthèse des principaux défis auxquels le secteur des médias associatifs est confronté*

Quatre des cinq pays ont indiqué qu'une baisse des financements, l'absence de statut juridique ou d'infrastructures, et des mesures peu favorables de la part des pouvoirs publics et/ou de l'autorité responsable représentaient pour eux des difficultés notables.

Quatre des cinq pays ayant répondu ont aussi cité le financement parmi les difficultés rencontrées par les médias associatifs. Comme le notent les *Tallinn Guidelines on National Minorities and the Media in the Digital Age*<sup>9</sup> de 2019, l'existence de financements et de fonds adéquats est essentielle pour la pérennité d'un environnement médiatique pluraliste. Ce document relève que « le sous-financement systémique des médias du service public et du monde associatif est un problème grave qui touche plusieurs États participants à l'OSCE, au point que ces médias sont dans l'impossibilité de tirer parti des évolutions technologiques et restent de ce fait à la traîne et dans l'incapacité de remplir leur mission et de contribuer largement au pluralisme des médias. Dans quelques pays, les médias, en particulier ceux du service public et du monde associatif, rencontrent des difficultés financières telles que leur existence même est menacée » (OSCE, 2019, p. 61).

## **ANALYSE COMPARATIVE DES CINQ MODÈLES DE MÉDIAS ASSOCIATIFS**

Dans cette section, nous allons mettre en lumière les similitudes et les différences existant entre cinq modèles de médias associatifs présents à Chypre, en Espagne, en Irlande, au Luxembourg et au Royaume-Uni.

Si les médias associatifs ont évolué d'une façon différente d'un pays à l'autre, leur point de départ commun a été la nécessité d'offrir aux citoyens et aux petites communautés la possibilité de s'impliquer dans leur paysage médiatique local et de le modeler. La priorité a été donnée à la satisfaction des besoins de communication des citoyens, au sein des groupes minoritaires, notamment, ainsi qu'à leur émancipation, en leur permettant de participer activement à la production de projets de médias associatifs. Ces activités sont généralement menées à l'aide d'une structure de gestion horizontale composée d'équipes de bénévoles. De ce fait, les participants en tirent profit en participant activement aux médias, mais aussi en acquérant des compétences dans le domaine des médias et de la gestion et des expériences en matière de formation et de collaboration.

9. <https://www.osce.org/hcnm/tallinn-guidelines?download=true> – page 61 consultée le 20 juin 2019.

Les radios associatives sont reconnues par la loi dans quatre pays (Espagne, Irlande, Luxembourg et Royaume-Uni). En Espagne, la reconnaissance juridique n'a pas encore conduit à l'établissement d'un processus d'octroi des licences ou d'une autorité responsable à cet égard. À Chypre, les médias associatifs ne sont pas reconnus par la loi.

En Irlande, au Luxembourg et au Royaume-Uni, l'autorité de tutelle des médias est l'autorité responsable des licences, et en Irlande, la *Broadcasting Authority of Ireland* finance aussi en partie le secteur des médias associatifs.

**Chypre:** Il n'y a pas de reconnaissance juridique des médias associatifs à Chypre. **Toutefois, il existe un vaste réseau informel présentant des liens directs avec l'ensemble des initiatives et des médias et des efforts sont déployés pour travailler avec les responsables de l'éducation aux médias au sein du ministère de l'Éducation.**

**Espagne:** L'évolution des médias associatifs a été compromise par l'absence de législation spécifique relative au secteur, même si ces médias sont reconnus par la loi générale sur la communication.

En conséquence, aucune autorité spécifique n'est chargée de superviser ou de réglementer le secteur et d'octroyer les licences de diffusion, même si depuis 2011, les médias associatifs auraient dû se voir accorder des licences.

Le gouvernement central et les gouvernements régionaux se partagent le pouvoir juridique, mais un manque de coordination a fait naître le sentiment que les médias associatifs ne constituent pas une priorité en Espagne.

Le Réseau des médias associatifs est une fédération constituée en personne morale, qui regroupe les associations qui représentent ces médias.

**Irlande:** Le secteur des médias associatifs est apparu à la suite d'une campagne menée dans les années 1980 pour obtenir l'octroi de licences aux radios associatives. En 1995, dans le cadre d'un projet pilote, 10 licences ont été concédées par l'*Irish Radio and Television Commission* (IRTC). Aucune licence n'a été accordée aux télévisions associatives jusqu'en 2006, année où deux licences ont été délivrées.

En Irlande, le nombre de radios associatives a atteint un sommet en 2005, avec 25 licences. Bien que les médias associatifs, et en particulier les radios associatives, soient solidement établis dans le pays, ce secteur n'est pas florissant et le nombre de licences concédées ces dernières années reste inférieur à celui de 2005.

La *Broadcasting Authority of Ireland* (BAI) est responsable de l'octroi des licences, de la conformité et, dans une certaine mesure, des aides financières administrées par le *Sound & Vision Scheme*.

Les médias associatifs sont représentés en Irlande par deux organisations. Pour les radios associatives, il s'agit du CRAOL, le *Community Radio Forum of Ireland*, qui compte parmi ses membres actifs 75 % environ des stations titulaires d'une licence. La *Community Television Association* (CTA), quant à elle, réunit les deux télévisions associatives. Ces deux organisations reçoivent des fonds de la BAI pour couvrir leurs frais d'exploitation annuels.

**Luxembourg:** Les médias associatifs ont émergé dans le secteur des « radios pirates ». En 1991, une nouvelle loi sur les médias a été adoptée, laquelle a créé une base juridique pour les nouveaux radiodiffuseurs. Le 18 mai 1992, la société Alter Echos a été créée conformément aux prescriptions et aux objectifs de cette loi, et Radio Ara a vu le jour. Le principal associé d'Alter Echos est une ONG qui réunit des animateurs radio bénévoles.

Radio ARA est la seule station de radio associative à émettre au niveau national, un petit nombre de stations de radio et de chaînes de télévision associatives émettant à l'échelon local.

Au Luxembourg, l'autorité de tutelle des médias, ALIA, est responsable de l'octroi des licences, mais il n'existe pas de définition juridique spécifique ni d'organisation représentant les médias associatifs dans le pays.

**Royaume-Uni :** On dénombre **255 stations de radio associatives** au Royaume-Uni, pour un total de 3,5 millions d'auditeurs au niveau local et quelque 20 000 bénévoles ; 54 stations supplémentaires ont obtenu une licence, mais elles n'ont pas encore commencé à émettre. Les stations de radio associatives couvrent généralement une zone géographique restreinte dans un rayon de 5 km au plus et sont à but non lucratif. Elles peuvent s'adresser à des communautés géographiques ou d'intérêts – comme un groupe ethnique, une tranche d'âge ou un groupe d'intérêts catégoriels particulier.

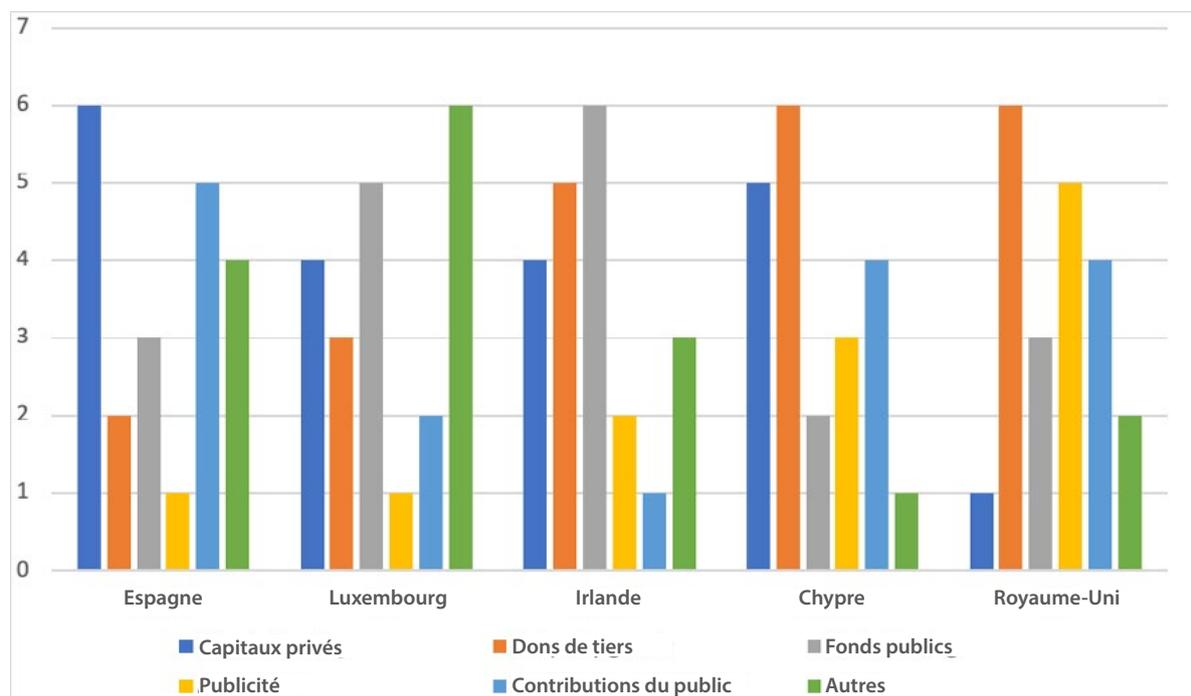
Ofcom, l'autorité de tutelle des médias au Royaume-Uni, gère le processus d'octroi des licences depuis 2004, année d'introduction du secteur des radios associatives en tant que tiers secteur à temps plein de la radiodiffusion au Royaume-Uni.

Pour ce qui est des trois modèles de médias associatifs qui jouissent d'une reconnaissance juridique et d'un processus d'octroi de licences, le pays qui compte le plus grand nombre de stations de radio associatives est, de loin, le Royaume-Uni avec plus de 250 stations de ce type. On en dénombre moins de 25 en Irlande et moins de 5 au Luxembourg.

S'agissant de la représentation nationale des médias associatifs dans chaque pays, l'Espagne, l'Irlande et le Royaume-Uni font tous état de l'existence d'une association ou d'un réseau de représentation national.

En termes de financement, la situation est contrastée. Comme le montre le graphique 1 ci-dessous, les capitaux privés constituent une source de financement relativement précieuse pour les médias associatifs dans tous les pays, hormis le Royaume-Uni, et la publicité une source peu intéressante pour l'ensemble des pays, excepté le Royaume-Uni. Les dons de tiers sont importants au Royaume-Uni, à Chypre et en Irlande. Les fonds publics jouent un rôle non négligeable en Irlande et au Luxembourg.

**Q9. Veuillez indiquer les modes de financement des médias associatifs dans votre pays, en les classant par ordre d'importance.**



Graphique 1 : Sources de financement

En termes de possibilités, l'Espagne a reconnu l'importance de l'existence d'une association nationale pour les médias associatifs et salué la création du Réseau des médias associatifs comme une formidable opportunité pour ce secteur dans le pays. Pour ce qui est de Chypre, il existe au moins une reconnaissance limitée de l'importance de la création d'un réseau des médias associatifs. Le Luxembourg comme l'Irlande ont admis que l'évolution de la technologie, bien qu'elle puisse être source de difficultés, pouvait aussi offrir d'extraordinaires possibilités aux médias associatifs. Le Luxembourg a également estimé que l'innovation apportée par les jeunes bénévoles ouvrait des perspectives. Au Royaume-Uni, le principal avantage offert aux médias associatifs est la certitude de l'obtention d'un statut juridique, qui a vu grimper le nombre de stations de radio associatives à plus de 250.

Les modèles de médias associatifs ont pour trait commun de reposer, parfois de manière excessive, sur l'intervention de bénévoles. Lorsque les personnes interrogées ont été invitées à évaluer l'importance des bénévoles sur une échelle de 1 à 100, Chypre, l'Irlande et le Royaume-Uni ont répondu 100 %, l'Espagne 95 % et le Luxembourg 80 %.

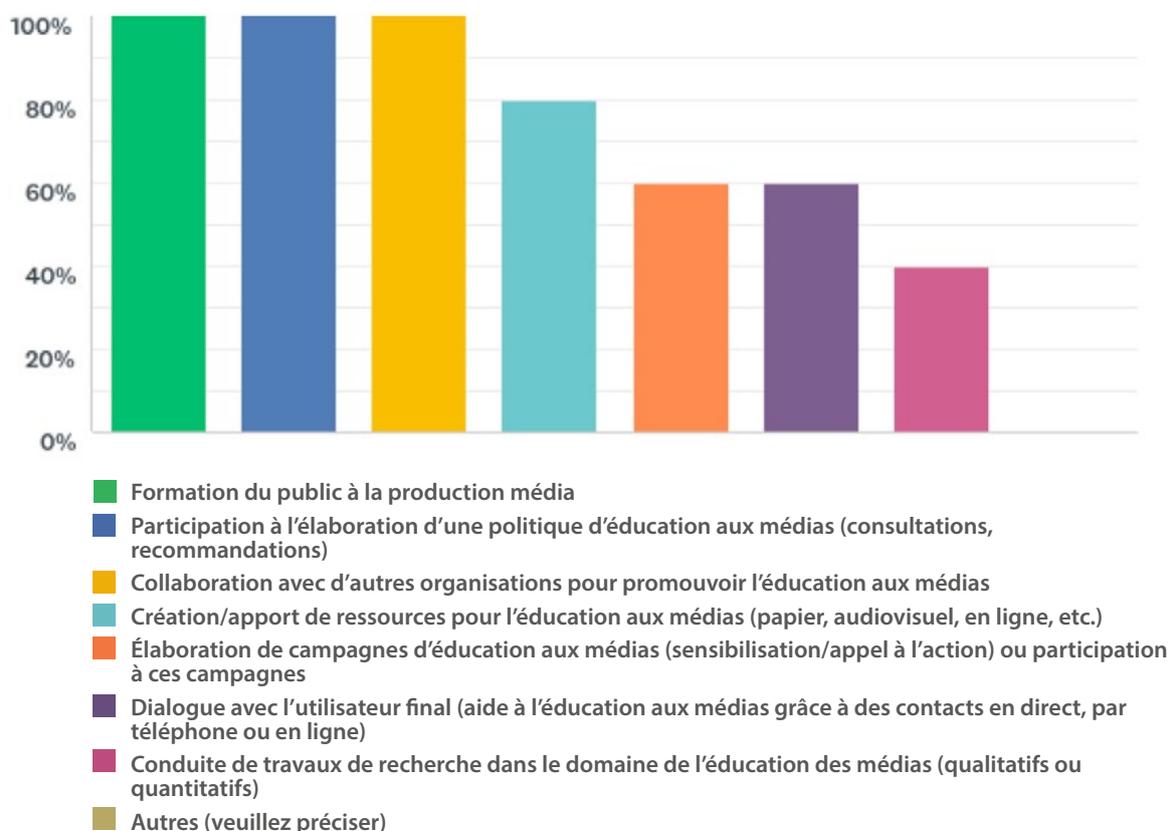
L'évaluation structurée peut apporter des éclairages intéressants en termes d'amélioration et de développement des services. L'appréciation du modèle luxembourgeois prend la forme d'une enquête réalisée deux fois par an auprès du public. S'il n'existe pas d'évaluation formelle ni d'outil de mesure des médias associatifs en Irlande, les bailleurs de fonds exigent parfois une évaluation fondée sur leurs propres outils et cadres d'analyse. Au Royaume-Uni, la contribution des stations de médias associatifs au « progrès social » telle qu'énoncée dans les engagements fondamentaux de chaque station est considérée comme un indicateur de réussite. Aucun processus d'évaluation formel n'a été mis en place à Chypre ou en Espagne.

En ce qui concerne l'éducation aux médias, il n'existe aucune position ou politique officielle à cet égard en Espagne. S'il reconnaît les travaux menés dans ce domaine par le *Pedagogical Institute* et par la *Cyprus Radio and Television Authority*, le secteur chypriote des médias associatifs note également qu'un projet de cadre d'action pour l'éducation aux médias soumis en 2012 n'a pas été adopté. Au Luxembourg, la responsabilité de l'éducation aux médias revient au ministère de l'Éducation. En Irlande, la *Broadcasting Authority of Ireland* a publié une politique relative à l'éducation aux médias en 2016, pour remplir ses obligations en vertu du *Broadcasting Act*. De même, au Royaume-Uni, l'autorité de tutelle des médias, Ofcom, est tenue de promouvoir l'éducation aux médias conformément aux obligations qui lui incombent en vertu du *Communications Act*. Ofcom s'acquitte de sa mission en commandant et en publiant d'importants travaux de recherche dans ce domaine.

En général, le secteur des médias associatifs considère l'éducation aux médias comme un élément essentiel de ses activités. Le graphique 2 ci-dessous présente un certain nombre de modes de promotion de l'éducation aux médias dans le secteur. Les cinq modèles ont sélectionné les activités suivantes : formation du public à la production média, participation à l'élaboration d'une politique, et collaboration avec d'autres organisations pour promouvoir l'éducation aux médias.

Tous les modèles, à l'exception de ceux de l'Espagne et du Luxembourg, ont déclaré créer et apporter des ressources pour l'éducation aux médias. Chypre, l'Irlande et le Royaume-Uni ont aussi dit élaborer des campagnes d'éducation aux médias ou y participer et avoir un dialogue avec l'utilisateur final, lesquels permettent de fournir une aide et des informations grâce à des contacts en direct, par téléphone ou en ligne, Chypre et l'Irlande déclarant conduire des travaux de recherche dans le domaine de l'éducation des médias.

**Q19. Quelles sont, parmi les modalités suivantes, celles qui correspondent le mieux au mode de promotion de l'éducation aux médias par les médias associatifs dans votre pays ? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent**



Graphique 2: Modes de promotion de l'éducation aux médias par les médias associatifs

## **ANALYSE DES EXEMPLES DE « PRATIQUES PROMETTEUSES » DES PROJETS D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS AYANT CONTRIBUÉ À RENFORCER LA PARTICIPATION DES COMMUNAUTÉS MARGINALISÉES AUX MÉDIAS ASSOCIATIFS**

### **APERÇU DES PRATIQUES PROMETTEUSES**

Dans les 5 pays étudiés, les médias associatifs représentent des centres de communication et de technologie accessibles dans leurs communautés. Ce sont des lieux où tous les citoyens, indépendamment de leurs compétences, de leur âge ou de leurs origines, peuvent s'informer sur les nouveaux outils et développements des médias en bénéficiant d'une approche éducative critique. Dans les limites de leurs ressources et de leurs infrastructures, les médias associatifs sont les premiers à mettre les nouvelles technologies au service de la production média créative et ils se servent des médias sociaux pour intensifier la promotion et la distribution de leurs contenus.

Tous les projets ont en commun une profonde volonté de garantir la liberté d'expression et les droits de communication des communautés marginalisées, et de soutenir les ONG locales et les mouvements sociaux, en travaillant avec les créateurs locaux et les professionnels de l'éducation.

Dans cinq des dix exemples de « pratiques prometteuses » identifiés grâce à l'enquête, c'est la radio ou la télévision associative elle-même qui est conçue et considérée comme un « projet d'éducation aux médias » qui renforce la participation des communautés marginalisées. Cela est intrinsèquement lié à leur localisation – quartiers défavorisés, régions périphériques ou rurales.

Les formations et les cours régulièrement offerts pour permettre aux personnes de tous âges, compétences et origines de participer à la production média favorisent l'acquisition d'un certain nombre de compétences EMI.

Le tableau 2 ci-dessous montre que les compétences ci-après sont celles qui sont le plus mises en avant : comprendre le mode de création et de rédaction des contenus ; être capable de faire la distinction entre différents types de contenus, comme les faits, les opinions et les publicités ; comprendre comment la présentation du contenu (style ou contexte) peut influencer sur sa perception ; participer à la vie publique en exprimant des opinions et en réagissant à celles des autres ; former les individus pour qu'ils participent à la production média dans une perspective durable, à plus long terme.

Q12. Quelles compétences en éducation aux médias l'activité ou le projet présenté contribue-t-il ou a-t-il contribué à promouvoir? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent.	% des projets mettant en avant la compétence
Comprendre le mode de création et de rédaction des contenus	100,00 %
Être capable de faire la distinction entre différents types de contenus, comme les faits, les opinions et les publicités	100,00 %
Comprendre comment la présentation du contenu (style ou contexte) peut influencer sur sa perception	100,00 %
Participer à la vie publique en exprimant des opinions et en réagissant à celles des autres	100,00 %
Former les individus pour qu'ils participent à la production média dans une perspective durable, à plus long terme	100,00 %
Comprendre les messages des médias à travers la lecture, l'écoute, la comparaison, etc.	81,82 %
Reconnaître les facteurs qui exercent une influence, comme les stéréotypes, les partis pris, les représentations abusives, les contenus ou contextes inappropriés, l'absence de preuves, etc.	81,82 %
Savoir comment sont réglementés, ou non, les différents médias	81,82 %
Connaissance des actionnaires des différents groupes de médias et du financement des contenus (actionnaires privés, fonds publics, publicité, parrainage, par exemple)	81,82 %
Création de contenus à l'aide de textes, d'images, d'éléments audio, de vidéos et de codes	81,82 %
Formation/autonomisation des individus pour qu'ils produisent des contenus média dans leur langue maternelle	81,82 %
Formation à la production média interculturelle (en faisant participer des communautés différentes à des productions média communes)	81,82 %
Comprendre le rôle que jouent les médias indépendants dans une société démocratique solide, par exemple en présentant des points de vue divers, en favorisant des débats éclairés, en ayant le pouvoir de demander des comptes, etc.	72,73 %
Évaluer les contenus et les services en termes de véracité, d'exactitude, d'indépendance et d'impartialité	72,73 %
Comprendre le fonctionnement des services sociaux et de recherche et l'influence que peut exercer la technologie sur les choix, les types de comportement et la diversité des contenus/points de vue des médias (utilisation d'algorithmes, par exemple)	63,64 %
Confiance des individus née de la connaissance de leurs droits et de leurs responsabilités en lien avec les données et le respect de la vie privée, et compétences en matière de gestion de leurs données personnelles et de respect de la vie privée/d'exposition au public dans le cadre de l'utilisation des services des médias (sociaux)	54,55 %
Formation à la production média multilingue (en utilisant plusieurs langues en même temps dans la même émission/œuvre)	54,55 %
Reconnaître et gérer les comportements inappropriés dans l'ensemble des médias	45,45 %
Formation à la production média répondant à des besoins particuliers (déficience visuelle, cognitive ou autre)	27,27 %
Autres	18 %

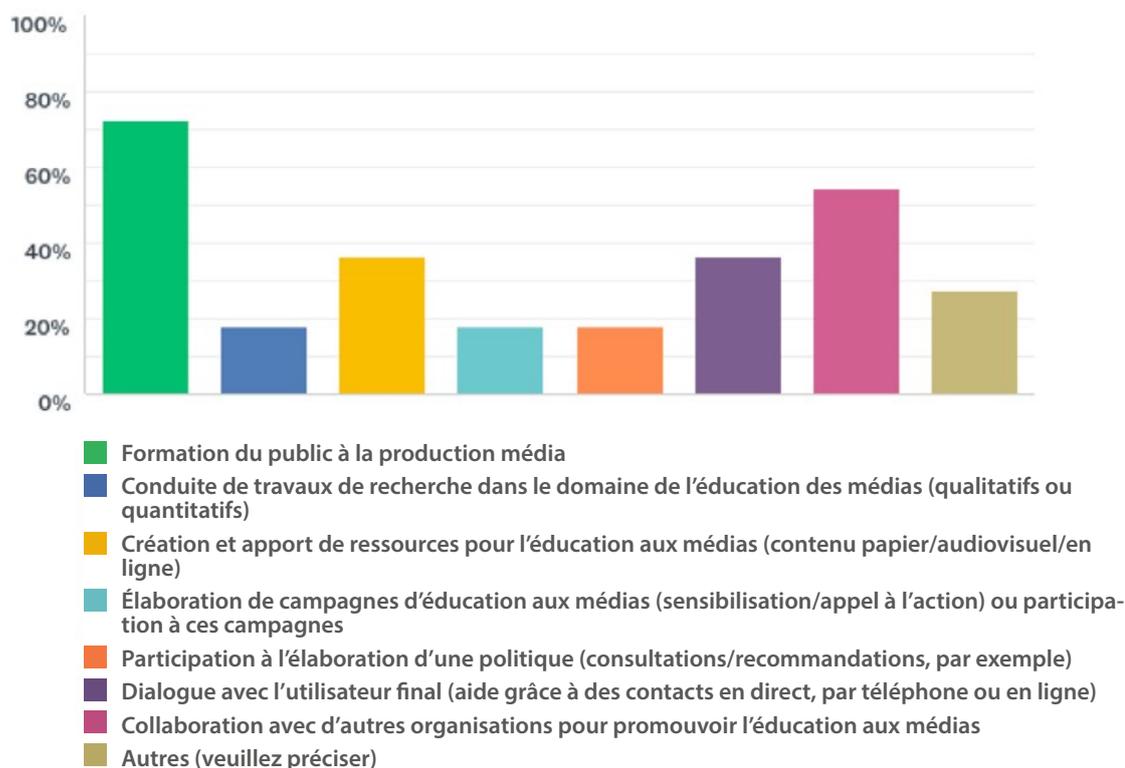
Tableau 2: Tableau des compétences en éducation aux médias mises en avant dans les projets des médias associatifs

De plus, certaines initiatives particulières favorisent l'émancipation et la participation directes des communautés qui sont généralement absentes du débat public. Citons l'exemple du projet mené par *Bradford Community Broadcasting*, afin de promouvoir la participation des musulmans aux processus décisionnels et démocratiques collectifs de la ville grâce à la formation à la production radio.

Citons également l'exemple de *NearFM* à Dublin, qui propose une formation aux médias interculturels pour favoriser le dialogue et les échanges entre des personnes d'origine ethnique ou culturelle différente. Cette formation est aussi l'occasion d'examiner et d'analyser diverses expériences personnelles avec les médias et des exemples de représentation erronée ou non de groupes sociaux différents.

Comme le montre le graphique 3 ci-dessous, les compétences en éducation aux médias sont aussi transmises de façons diverses, mais une fois encore, la formation à la production média/radio est l'activité de promotion des compétences en éducation aux médias la plus couramment citée, suivie de la collaboration avec d'autres organisations pour promouvoir l'éducation aux médias.

**Q13. Quelles sont, parmi les modalités suivantes, celles qui décrivent le mieux le mode de mise en œuvre de l’initiative ou du projet présenté? Veuillez cocher toutes les réponses qui s’appliquent.**



Graphique 3: Méthodes de transmission

Pour ce qui est des budgets annuels consacrés aux projets et activités présentés, on a observé à quel point la plupart des budgets étaient modestes. La majorité des projets (7 sur 10) disposent d'un budget inférieur à 50 000 euros. Quatre de ces projets ont fait état d'un budget annuel compris entre 1 000 et 5 000 euros et un autre a été mis en œuvre pour moins de 1 000 euros par an. Cela n'est possible que grâce au vaste réseau de bénévoles des médias associatifs, mais cela peut aussi limiter la portée des projets.

Le public visé identifié pour les projets et activités présentés est très varié et couvre toutes les tranches d'âge entre 8 et 65 ans au moins. Trois publics sont particulièrement représentés, 80 % des projets s'adressant aux communautés marginalisées, 90 % aux 40-65 ans et 80 % aux 25-40 ans.

## RÉSUMÉS DES PRATIQUES PROMETTEUSES

On trouvera ci-dessous un bref aperçu des projets d'éducation aux médias analysés dans le cadre des enquêtes en ligne et des entretiens de suivi.

### **Hear We Are – Bradford Community Broadcasting (BCB), Bradford, Royaume-Uni**

En coopération avec le *Farnham Children's Centre* qui accueille les séances, *Bradford Community Broadcasting* (BCB) assure des formations aux médias et apporte une aide constante à la communauté des femmes musulmanes de la ville de Bradford depuis 2014. Ce projet concerne principalement les musulmanes d'origine pakistanaise sans emploi âgées de 26 à 65 ans.

Bradford compte une population musulmane très importante composée pour l'essentiel de migrants pakistanais de troisième, et aujourd'hui, de quatrième génération. On a constaté que, dans la plupart des domaines, les musulmanes participaient peu aux processus décisionnels et démocratiques collectifs de la ville, et qu'elles étaient presque totalement absentes dans les médias. Un groupe de femmes s'est réuni pour comprendre comment étaient prises les décisions, comment elles pourraient jouer un rôle plus actif dans la ville – et comment elles pourraient se faire entendre. En travaillant avec la radio associative BCB, elles ont décidé de se servir de cette radio pour atteindre ces objectifs. BCB a commencé à travailler avec ce groupe de femmes, en créant un climat de confiance et une prise de conscience, en assurant des formations à la

production radio sur le terrain et en transmettant des compétences en éducation aux médias. Un an plus tard, environ, le groupe avait constitué une équipe de production radio et commencé à produire et à présenter ses propres émissions.

Par ce biais, ces femmes ont rencontré et interrogé des dirigeants et des décisionnaires. Elles ont aussi compris comment étaient prises les décisions sur les contenus média, qui les prenait et, surtout, comment elles pouvaient influencer sur les médias en créant leurs propres émissions – en exerçant un contrôle rédactionnel sur le contenu. Ce groupe a continué de produire des émissions régulièrement et de participer à bien d'autres domaines de la vie publique, et notamment au Comité de gestion de BCB. Elles font œuvre de pionnières dans les domaines qui sont porteurs de changement au sein de l'organisation et dans la production d'émissions, et elles contribuent à l'intensification de la participation des femmes, musulmanes notamment, au sein des médias locaux. De ce fait, les musulmanes de Bradford sont plus nombreuses à être présentes dans les médias et à même d'encourager les autres femmes à prendre la parole.

### **SINE FM, Doncaster, Royaume-Uni**

Seule station de radio associative s'adressant aux habitants de Doncaster, SINE FM a pour objectif d'offrir aux résidents une plateforme créative leur permettant d'échanger des connaissances et des préoccupations, de dialoguer et de participer de façon ludique. La radio organise régulièrement des ateliers et des rencontres depuis 2007. Les communautés locales, qui sont le plus souvent marginalisées et n'ont guère accès aux canaux de communication ou d'influence, ont ainsi la possibilité de participer à des formations sur la radio, puis de concevoir leurs propres émissions.

En conséquence, les formateurs et les coordinateurs ont relevé des signes de confiance, de responsabilité, de relations sociales ou encore de créativité. La formation amène les communautés locales à réfléchir à la présentation des contenus et à devenir des consommateurs de médias plus critiques. De plus, les participants sont valorisés au niveau local puisqu'ils travaillent à la radio et que la station est reconnue, ce qui dope la confiance et le respect dont ils jouissent dans la communauté.

### **Onda Color, Malaga, Espagne**

Palma Palmilla est un quartier historique de la ville de Malaga, où vivent environ 15 000 personnes, dont 25 % sont d'origine rom et 20 % sont issues de l'immigration, notamment du Maghreb. Le chômage est élevé (+70 %) et le taux de réussite scolaire médiocre.

Onda Color a été créée sous forme de radio associative en 2008 à Palma Palmilla, à Malaga, pour combattre les stéréotypes dont souffraient ses habitants, notamment au regard de la criminalité, du quartier et de sa réputation en général. Le fait de donner aux résidents la possibilité de participer à la production média directe a contribué à remettre en cause ces stéréotypes et à améliorer l'ambiance dans le quartier.

Onda Color est une plateforme d'émancipation et d'amélioration des aptitudes sociales. Grâce à des formations spécifiques, les résidents apprennent à réaliser des interviews, à effectuer des recherches sur un thème, ou à utiliser un mixeur et d'autres équipements techniques. Ils participent aussi à des ateliers consacrés aux médias associatifs, à ce qui les différencie des autres médias, notamment sociaux. Il en est résulté une implication beaucoup plus grande, ce qui est important pour la pérennité du projet.

La radio participe aussi au plan de quartier, en tant qu'enceinte où chacun peut exprimer ses idées et formuler des propositions pour améliorer la vie dans cette partie de la ville – en combattant les stéréotypes et en mettant en évidence la diversité des communautés et la richesse de la vie quotidienne dans le quartier. Grâce aux médias associatifs, cette communauté a trouvé sa voix et découvert de nouvelles façons de résoudre certains problèmes. Participer à Onda Color en qualité d'invité ou de producteur d'une émission de radio est aussi une manière d'encourager les personnes extérieures à venir visiter Palma Palmilla, ce qui contribue à faire tomber les barrières.

### **VARIOPINTO, Association socioculturelle XATA, Madrid, Espagne**

#VarioPinto « Creando Barrio con tu Radio » est un projet développé par Radio XATA à Pinto (Madrid) pour présenter et mettre en rapport les associations locales, les coopératives et les initiatives à travers des entretiens et des reportages. Dans le cadre de ce projet, des formations aux médias et au numérique sont proposées à des groupes sociaux et culturels très divers : associations de féministes, de mères ou de pères, d'étudiants ou de personnes souffrant de handicaps ou de problèmes psychologiques.

Ce projet les encourage à produire leurs propres émissions et favorise le développement du tissu associatif du quartier ainsi que la création de synergies entre les différentes associations qui, sans cela, n'auraient pas nécessairement l'occasion de travailler ensemble. Il bénéficie de subventions de la ville en faveur du développement culturel.

VarioPinto a permis de former plusieurs groupes et de produire des émissions de radio traitant de thèmes très divers, comme le féminisme et l'égalité, la coopération internationale, l'éducation ou la diversité fonctionnelle. Radio XATA met également en avant la connaissance et l'utilisation des TIC de source et à code ouverts, afin de faciliter la participation numérique des individus et des coopératives au-delà des solutions commerciales traditionnelles.

### **Older Citizens intercultural media training à Near FM, Dublin, Irlande**

L'objectif du projet de formation média interculturelle des seniors («Older Citizens intercultural media training») était de faire participer les plus de 50 ans qui n'avaient en général aucun contact avec des personnes d'autres communautés linguistiques ou ethniques, à des formations interculturelle menées dans le cadre de l'éducation aux médias. Le fait de partager leurs propres expériences et de travailler ensemble à la production d'émissions de radio a permis aux uns et aux autres de mieux comprendre leur situation et leur place dans la société. Le projet a reçu le soutien du Conseil municipal de Dublin.

NearFM est l'une des cinq radios associatives de Dublin et elle fait partie de Near Media Co-op, une coopérative média démocratique à but non lucratif qui se sert des médias pour favoriser le développement communautaire. Créée en 1982, cette coopérative compte plus de 600 sociétaires, 120 bénévoles réguliers, et 32 salariés. Les émissions de radio sont produites en partenariat avec un large éventail de groupes locaux, de groupes de formation des adultes et de groupes minoritaires comme les Gens du voyage, et avec les organisations de personnes handicapées, les demandeurs d'asile, les réfugiés et les migrants. Tous les bénévoles suivent des cours d'initiation, qui comprennent une première introduction à l'éducation aux médias. NearFM a participé à plusieurs projets européens visant à développer les ressources destinées à la formation qui sont utilisées dans les médias associatifs ou la formation des adultes. La coopérative est également représentée au sein du Comité de direction et du groupe de travail sur les projets et les ressources de *Media Literacy Ireland*, un réseau d'organisations directement concernées ou intéressées par l'éducation aux médias.

La zone de desserte de NearFM compte 150 000 habitants, dont une partie des régions les plus prospères du pays (Sutton) et d'autres particulièrement touchées par la pauvreté et l'exclusion sociale. Les thèmes les plus prisés des auditeurs sont les informations locales et l'actualité, l'environnement/les droits de l'homme, l'histoire et le patrimoine de la région et la musique spécialisée.

### **SMART Radio Training, NearFM & Partners**

Le projet *SMART Radio Training* offre la possibilité de créer des formations radio pour les radios associatives en fonction des besoins divers. SMART concerne principalement des situations particulières en termes de formation, ainsi que les différents cadres qui existent déjà à cet égard au sein des médias associatifs. Ce projet regroupe les supports et les méthodes de formation, ainsi que toutes les informations pertinentes pour tous les aspects des radios associatives. Les supports sont aussi conçus pour répondre aux besoins spécifiques de groupes cibles particuliers, comme les déficients visuels, les personnes souffrant de troubles de l'apprentissage et les migrantes.

La plateforme en ligne peut être utilisée pour chercher les modules de formation média qui conviennent en fonction des objectifs de formation, du nombre de participants, du calendrier, du lieu de la formation et de l'équipement disponible.

SMART est l'une des rares ressources de formation utilisées par les professionnels des médias associatifs en Europe. Les supports ont été recueillis, testés et adaptés par des formateurs radio internationaux et expérimentés et ils sont disponibles en anglais, en allemand, en français, en hongrois et en basque. Un projet de suivi doit permettre de mettre en place des sessions de formation des formateurs afin de contribuer à l'amélioration de la qualité et à l'assurance qualité dans la formation aux médias associatifs.

### **SALAM Show de Graffiti/Radio ARA, Luxembourg**

Radio ARA est la station de radio alternative indépendante du Luxembourg. De nombreux citoyens et associations participent aux émissions, qui présentent les caractéristiques suivantes: – originales: il y a toujours

quelque chose de nouveau à découvrir ; – particulières : elles associent des styles différents ; – multiculturelles : des voix et des langues différentes, de la musique d'ici et d'ailleurs.

Diffusé sur Radio Ara/Graffiti, le Salam Show est le premier show radio luxembourgeois en langues arabe, anglaise et française. Réunissant les communautés arabe et luxembourgeoise, il livre des informations sur le processus d'intégration et ouvre une fenêtre sur la culture arabe pour les résidents luxembourgeois.

Le Salam Show (Salam signifie « paix » en arabe) a pour ambition d'aider les réfugiés à s'intégrer dans la société, à abaisser les barrières existantes entre les réfugiés et les habitants, à gommer les clivages et à favoriser une meilleure compréhension des réfugiés et de leurs difficultés. Il facilite activement un processus d'intégration mutuelle, interculturelle, fondé sur le principe selon lequel des cultures différentes peuvent s'enrichir les unes les autres et créer de la nouveauté. Le show est devenu un nouveau point de rencontre pour les individus et pour la tenue d'activités à la radio et au-delà.

### **Radio LNW, Wiltz/Luxembourg**

Cette radio scolaire non commerciale a été créée en 1991 par un groupe d'enseignants pour faire de la production radio une méthode d'éducation dans le cadre de leurs cours. Elle est gérée par « Coraly Woltz », une association à but non lucratif composée d'enseignants, de membres de l'équipe, d'élèves et de membres de la municipalité de Wiltz.

La radio a été créée à l'origine à des fins éducatives, par exemple pour faciliter l'apprentissage des langues ou enseigner l'expression dans les médias, mais elle est ouverte à toutes les parties intéressées souhaitant présenter une émission, des interviews ou des tables rondes. Outre les cours de langue, certains élèves et adultes utilisent Radio LNW en dehors des heures de cours pour s'adresser aux auditeurs de la région. LNW Radio émet dans le nord du Luxembourg, mais elle est aussi disponible via internet.

### **MYCYradio – Radio associative multilingue de Nicosie/Chypre**

Fondé en 2009, le *Cyprus Community Media Centre* (CCMC) s'emploie à doter les organisations de la société civile et les groupes communautaires des outils dont ils ont besoin pour transmettre leur message à un public plus large. À travers des formations et des aides à la production dédiées, des prêts d'équipement et un accès à un studio de production ultra-moderne, le CCMC met en avant les retombées positives des médias associatifs en donnant aux personnes concernées les compétences requises pour maîtriser leurs messages.

Installé au cœur de la zone tampon de Nicosie, le CCMC est ouvert à toutes les communautés de Chypre et fait office de passerelle entre les médias traditionnels et la société civile, facilitant l'établissement de relations durables entre les médias au-delà de la fracture chypriote. Par ses travaux, il entend contribuer à l'émergence d'une conception des médias plus inclusive, plus collaborative et plus transparente, en favorisant la création et la diffusion de productions qui contribuent à la réconciliation des communautés, à la diversité et au multiculturalisme.

MYCYradio a été créée en 2013 sous forme de projet de radio web par le *Cyprus Community Media Center* de Nicosie. Elle a pour ambition de servir et de faire participer toutes les communautés vivant à Chypre en offrant une plateforme à des voix différentes, en mettant en lumière la diversité culturelle et linguistique, en encourageant l'intégration sociale et en mettant en avant une culture de citoyenneté active et de démocratie participative. MYCYradio a dû cesser de diffuser ses émissions début 2019, mais elle s'attache à se renouveler et à recommencer à émettre en 2020.

### **Old Nicosia Revealed, Nicosie/Chypre**

*Old Nicosia Revealed* est un collectif de photographes qui, depuis cinq ans, s'emploient à explorer et à dévoiler Nicosie en faisant participer les communautés et en se servant de la photographie pour faire en sorte que Nicosie soit mieux comprise et appréciée, et améliorer ainsi le dialogue avec la communauté.

*Old Nicosia Revealed* invite chacun à voir, à sentir et à comprendre les caractéristiques et les histoires du mur, à travers des promenades historiques contées accompagnées de mises en perspective et d'activités photographiques. Ce projet a pour but de favoriser la participation des habitants de Nicosie, en encourageant la création de leurs propres discours et photos et l'expression de leurs points de vue sur la ville, sur des thèmes comme l'espace public, les récits historiques (contestés), l'art, l'architecture, l'immigration, etc.

Les flâneries photographiques dans Nicosie sont le fruit de la collaboration avec les communautés, les militants et les organisations du monde de la photographie et elles ont pris part à des expositions, des manifestations et des projets ou en ont organisé. Elles gèrent des ateliers et des débats sur la participation, les techniques ou les projets photo associatifs. Toutes les activités sont gratuites ou peu coûteuses – pour être accessibles au plus grand nombre possible. Le collectif *Old Nicosia Revealed* a aussi eu une émission de radio à MYCYradio, dans laquelle il a évoqué toutes les difficultés rencontrées par la vieille ville de Nicosie et renforcé la participation des communautés marginalisées aux médias associatifs et l'établissement de liens avec les autres habitants.

## DÉFIS COMMUNS

---

Outre le problème persistant du sous-financement, d'autres défis communs doivent être relevés.

Créer un climat de confiance au sein des groupes visés afin de garantir un dialogue régulier peut prendre du temps. Pour que les projets s'inscrivent sur la durée et ouvrent la voie au changement, il faut impérativement comprendre qu'il est important de s'ouvrir aux autres, de travailler dans l'espace des communautés, selon leurs critères et sur une période prolongée.

Les projets des médias associatifs qui sont couronnés de succès se caractérisent par une coopération fructueuse d'un petit groupe de salariés et d'un grand nombre de bénévoles participant à la production d'émissions ou à la conception de contenus. Les défis que doivent relever les salariés sont importants et il n'est guère facile de trouver des formations adéquates pour les aider dans leurs fonctions, lesquelles exigent de solides compétences personnelles, sociales et professionnelles. Les établissements d'enseignement comme les universités dotées de départements médias et communication ou spécialisées dans le travail social intègrent rarement les médias associatifs dans leur cursus.

Dans le secteur des médias associatifs, la plupart des possibilités de formation s'inscrivent dans un cadre informel ou non formel et sont liées à la production média active ou à « l'apprentissage par la pratique », ou visent à développer l'esprit critique en découvrant le volet production des médias. De ce fait, on observe souvent un manque de reconnaissance des médias associatifs au sein du système éducatif au sens large.

## CONCLUSIONS ET PROPOSITIONS D'ACTION

La présente étude a mis en évidence un certain nombre de facteurs qui semblent essentiels pour la réussite des médias associatifs et, par extension, pour la promotion de l'éducation aux médias et le renforcement de la participation des communautés marginalisées aux médias associatifs. Différentes actions (nécessaires) ressortent également de ces observations.

1. L'existence de mesures législatives garantissant aux médias associatifs un statut, une reconnaissance et une protection juridiques appropriés sont des éléments préalables essentiels pour la croissance et la prospérité des médias associatifs. L'inaction ou une action inadéquate des autorités responsables de ces médias peut nuire gravement au développement du secteur. Des procédures appropriées, normalisées, devraient donc être mises en place en temps utile, par l'autorité de tutelle compétente, pour l'octroi des licences, le contrôle et la réglementation.
2. Le financement, ou l'absence de financement approprié, sûr, à long terme, est une source de préoccupation commune à l'ensemble du secteur des médias associatifs. Des modèles et des initiatives communautaires différents sont dotés de structures de financement dissemblables. L'absence de dispositifs de financement durables, à long terme, prenant en considération la nature spécifique des structures, des exigences et des activités des médias associatifs peut sensiblement limiter la capacité de ces médias d'établir des plans à long terme.
3. La promotion de l'éducation aux médias est généralement considérée comme un élément essentiel des médias associatifs. À ce titre, le secteur pourrait être appelé à contribuer largement, en termes d'expérience et de connaissances, à toute initiative transversale destinée à promouvoir l'éducation aux médias. La collaboration avec le secteur des médias associatifs peut produire des résultats fructueux pour les initiatives transversales qui seront menées demain dans le domaine de l'éducation aux médias.

4. Il est difficile, mais important, d'évaluer et de mesurer la portée et les effets des projets d'éducation aux médias. Élaborer pour ces projets un cadre d'évaluation commun pourrait aider le secteur des médias associatifs à démontrer la valeur des travaux qu'il mène dans ce domaine.
5. Les technologies de la communication et les habitudes de consommation du public évoluant, le paysage de la communication est en perpétuelle mutation. Les médias associatifs ne peuvent pas se reposer sur leurs lauriers, mais ils doivent investir dans la planification stratégique à long terme, ce qui favorisera l'innovation, l'expérimentation et le dialogue, en particulier en lien avec l'utilisation des services de communication numérique et technique émergents afin de faciliter le dialogue avec le public et la distribution.
6. Dans le passé, en raison de la nature des programmes des médias associatifs, le public pouvait être de taille réduite. L'évolution des techniques de production et de la distribution des contenus offre toutefois aux médias associatifs davantage de possibilités pour sortir de leurs frontières traditionnelles, en permettant à un plus grand nombre de personnes de contribuer, de participer et de donner activement forme au paysage des médias.
7. L'apparition d'associations de médias associatifs semble revêtir une grande importance pour le secteur en termes de défense de ses intérêts, de processus décisionnel et de décisions relatives au financement.
8. Associer à la production média des personnes ou des groupes de communautés diverses et partiellement marginalisées est l'une des missions fondamentales des médias associatifs. Cela concerne notamment la production média multilingue, afin de représenter toute la palette des langues présentes dans les sociétés européennes d'aujourd'hui. Ces activités offrent aux habitants, en particulier ceux qui n'ont pas suivi d'études classiques, de formidables possibilités pour renouer avec la formation. Pour tirer le meilleur parti de ces possibilités, des ressources doivent être consacrées à des activités d'ouverture approfondies et à la coopération potentielle avec d'autres acteurs de l'éducation

## MESURES POUVANT ÊTRE PRISES PAR LES ÉTATS MEMBRES

En se fondant sur les conclusions et les actions présentées ci-dessus, les États membres pourraient favoriser le développement des médias associatifs et, par extension, la promotion de l'éducation aux médias ainsi que le renforcement de la participation des communautés marginalisées aux médias associatifs de différentes manières :

- ▶ En l'absence de mesures législatives, les États membres devraient prendre, en priorité, les mesures qui s'imposent dans ce domaine pour garantir aux médias associatifs un statut, une reconnaissance et une protection juridiques, et en faire un secteur audiovisuel distinct pourvu d'objectifs et de caractéristiques clairement identifiables.
- ▶ Les États membres devraient identifier et doter des ressources adéquates l'autorité compétente en charge des médias associatifs, et faire en sorte que des procédures appropriées, normalisées, soient mises en place en temps utile pour l'octroi des licences, le contrôle et la réglementation.
- ▶ Comme l'indique la Recommandation du Conseil de l'Europe de 2018 sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété<sup>10</sup>, les États membres devraient encourager et soutenir la mise en place et le fonctionnement de médias associatifs, y compris en instituant des mécanismes financiers pour favoriser leur développement au sein des communautés et entre elles, ainsi qu'aux niveaux régional et local.
- ▶ De plus, comme le propose également la Recommandation sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété, les États membres devraient concevoir une politique nationale coordonnée d'éducation aux médias et assurer sa mise en œuvre opérationnelle au moyen de plans d'action annuels ou pluriannuels, ainsi qu'en fournissant des ressources suffisantes pour atteindre ces objectifs. Une stratégie essentielle pourrait consister à soutenir la formation d'un réseau national coordonné d'éducation aux médias intégrant une grande diversité de partenaires ou à consolider un tel réseau lorsqu'il existe déjà. Dans ce contexte, les États membres devraient s'assurer que les médias associatifs et les associations qui les représentent sont reconnus en tant que principales parties prenantes de toute stratégie ou activité transversale d'éducation aux médias, et pourvus de ressources appropriées.

10. [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=0900001680790e36](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e36) – consulté le 20 juin 2019.

- ▶ Les États membres devraient reconnaître le formidable potentiel des médias associatifs en tant que partenaires du système éducatif formel. Il convient de soutenir sur le long terme la coopération avec les écoles, les universités et la formation des adultes. Cela implique notamment de faire participer les médias associatifs à la formation des enseignants à l'éducation aux médias.
- ▶ De même, les États membres devraient reconnaître et soutenir le rôle que les médias associatifs jouent dans la promotion de l'enseignement informel et le développement de l'employabilité, ainsi que des perspectives personnelles et professionnelles.
- ▶ Les États membres devraient, le cas échéant, contribuer à mobiliser des ressources en faveur de l'essor et de la gestion des associations de médias associatifs pour qu'elles puissent défendre ces médias en toute indépendance, tout en étant capables d'influer sur les décisions relatives à la politique menée et au financement, et d'apporter coordination et soutien à ces médias.
- ▶ Tout développement qualitatif du secteur des médias associatifs destiné à accroître et à optimiser sa contribution à la société devrait être régulièrement étayé par une évaluation interne et externe, mais aussi par d'autres formes d'activités de recherche.

## BIBLIOGRAPHIE

- ▶ [Recommandation CM/Rec\(2018\)1](#) du Comité des Ministres aux États membres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété, 7 mars 2018 ;
- ▶ OSCE (2019) [The Tallinn Guidelines on National Minorities and the Media in the Digital Age](#) ;
- ▶ van Vuuren, K. (2006) «The enclosure of the Community Public Sphere», *Media, Culture and Society*, 28 (3) ;
- ▶ Conseil de l'Europe (2019) [Dépliant sur les médias associatifs](#) ;
- ▶ UNESCO (2015) [Séminaire international sur la Viabilité des Médias de Proximité: Renforcer les Politiques et le Financement](#) ;
- ▶ Papa V. et Vadratsikas K. (2015) *Community media in Cyprus Feasibility study*, Université de Technologie de Chypre ;
- ▶ [Recommandation CM/Rec\(2014\)6](#) et exposé des motifs du Comité des Ministres aux États membres sur un « Guide des droits de l'homme pour les utilisateurs d'internet » ;
- ▶ [Déclaration du Comité des Ministres sur le rôle des médias associatifs dans la promotion de la cohésion sociale et du dialogue interculturel](#) (adoptée par le Comité des Ministres le 11 février 2009 lors de la 1048<sup>e</sup> réunion des Délégués des Ministres) ;
- ▶ [Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines](#), UNESCO, 2013 ;
- ▶ Lewis, P.M. (2008) *Promoting Social Cohesion. The role of Community Media*. Strasbourg: Conseil de l'Europe ;
- ▶ Sobers, Shawn (2010). Positioning Education within Community Media. Dans: Howley, Kevin (Hg.): *Understanding Community Media*, Thousand Oaks: Sage Publications, p. 188–199 ;
- ▶ COMMIT (2018): *Spaces of Inclusion – An explorative study on needs of refugees and migrants in the domain of media communication and on responses by community media* ;
- ▶ [Rapport du Conseil de l'Europe DGI\(2018\)01](#) (en anglais), Conseil de l'Europe ;
- ▶ [Chris Voniati, Vaia Doudaki, Nico Carpentier, Mapping community media organisations in Cyprus: A methodological reflection https://joacm.org/index.php/joacm/article/view/984/906](#)
- ▶ [Dossier Analyse critique des médias et médias communautaires](#) (en allemand).





**Ê**tre éduqué aux médias signifie être apte à comprendre et à évaluer les contenus médiatiques d'un œil critique et être en mesure de faire une utilisation responsable et sûre des services numériques. L'éducation aux médias nous aide à utiliser les autres médias dans l'espace public, tout en exploitant le potentiel créatif et participatif que les nouvelles technologies et les nouveaux services peuvent offrir. Aujourd'hui, cela suppose aussi de comprendre comment les données sont utilisées et comment les algorithmes et l'IA peuvent influencer sur la production et les choix des médias.

Le Conseil de l'Europe a pleinement conscience que les médias associatifs contribuent de manière décisive à l'émergence de « citoyens informés ». Les médias associatifs ont la volonté de donner aux groupes communautaires l'accès et les compétences nécessaires pour créer leurs propres canaux de communication et pour favoriser la participation à la vie publique de façon structurée et professionnelle. Il n'en demeure pas moins que dans de nombreux pays d'Europe, ces médias ne bénéficient toujours pas d'une reconnaissance officielle, juridique ni d'un accès équitable aux plateformes de distribution ou de financements durables.

Le présent document de référence analyse les moyens mis en œuvre par le secteur des médias associatifs pour promouvoir l'éducation aux médias, ainsi que les possibilités qu'offrent ces travaux de renforcer la participation des communautés marginalisées à l'environnement médiatique et au discours public. Comparant cinq modèles de médias associatifs présents à Chypre, en Irlande, au Luxembourg, en Espagne et au Royaume-Uni, il cherche à informer et à guider les professionnels et les responsables de l'action publique, en mettant en évidence un certain nombre de constatations et de mesures pouvant être adoptées par les États membres pour les aider à réaliser pleinement le potentiel des médias associatifs.

[www.coe.int/freedomofexpression](http://www.coe.int/freedomofexpression)

[www.coe.int](http://www.coe.int)

Le Conseil de l'Europe est la principale organisation de défense des droits de l'homme du continent. Il comprend 47 États membres, dont l'ensemble des membres de l'Union européenne. Tous les États membres du Conseil de l'Europe ont signé la Convention européenne des droits de l'homme, un traité visant à protéger les droits de l'homme, la démocratie et l'État de droit. La Cour européenne des droits de l'homme contrôle la mise en œuvre de la Convention dans les États membres.