

**A l'attention des Centres de Jeunes,  
Des Organisations de Jeunesse, des groupes  
locaux des Mouvements de Jeunesse, des  
groupes locaux des Mouvements thématiques**

Bruxelles, le 15 Avril 2020

Nos Ref : VG/FGS/LB/PDYR/20200401

contact: Yves Reinkin (yves.reinkin@gov.cfwb.be – 02/413.76.47.- 0478/44.72.67)

**OBJET : Appel à projets d'éducation aux médias 2020**

---

L'importance des médias dans notre société actuelle n'est plus à démontrer. La crise sanitaire que nous vivons nous le rappelle plus que jamais. Et leurs influences sur les représentations et les comportements des jeunes sont indiscutables.

Dans notre société multi-médiatique, chaque personne, et en particulier les jeunes, a besoin d'outils, d'orientation, pour déchiffrer, décoder et maîtriser la lecture et l'analyse critique des messages émis par et à travers les médias. Susciter une compréhension et une attitude citoyenne des jeunes dans le monde de l'information et de la communication qui est le nôtre est donc un enjeu prioritaire en politique de Jeunesse.

C'est pourquoi, cette année encore, j'ai décidé de dégager un budget de 30.000 € pour renforcer les initiatives d'éducation aux médias en lançant un appel à projets spécifique à destination du secteur jeunesse. Ces projets devront répondre aux objectifs définis par le Conseil Supérieur de l'Education aux Médias (CESEM) et s'inscrire dans une des thématiques suivantes : les stéréotypes de genre dans et avec les médias, la désinformation et les théories du complot, exprimer ses émotions face aux médias.

Vous trouverez en annexe le document explicitant l'appel à projets avec les critères et la procédure. Vu la situation sanitaire actuelle, j'ai décidé de modifier quelque peu les modalités d'introduction et de sélections des projets afin que chaque centre, organisation ou groupes de jeunes puissent malgré tout participer à l'action s'il le désire.

Je souhaite sincèrement que ce dispositif mobilise l'attention et la créativité de nombreux jeunes soucieux de devenir, avec l'accompagnement de leurs animateurs, des CRACS par rapport aux différents médias.

D'ores et déjà, pleine réussite à eux dans leurs différents projets.

La Ministre,



**Valérie GLATIGNY**

# **APPEL À PROJETS D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS 2020**

A l'attention :

Des Centres de Jeunes ;  
Des Organisations de Jeunesse ;  
Des Groupes locaux de mouvements de Jeunesse ;  
Des groupes locaux de mouvements thématiques.

L'Éducation aux Médias a pour finalité, selon le CSEM, de rendre chaque citoyen actif, autonome et critique envers tout document ou dispositif médiatique dont il est destinataire ou usager. Elle vise donc à ce que chacun et chacune puissent s'appropriier les langages médiatiques et se former aux outils d'interprétation, d'expression et de communication par les médias. Elle prépare ainsi les individus à être des citoyens responsables, capables de contribuer au développement d'une société toujours plus démocratique, solidaire, pluraliste, ouverte aux autres cultures et aux enjeux planétaires. Elle assure donc à tous des chances égales d'émancipation sociale.

Cette éducation concerne tous les médias imprimés, audiovisuels ou électroniques, quels que soient leurs supports technologiques. Elle ne se limite à aucun genre médiatique et couvre donc tout l'éventail des communications, publiques ou restreintes, informatives, persuasives, divertissantes, ludiques et conviviales.

Ce qui est donc recherché, à travers l'éducation aux médias des jeunes, c'est à la fois :

- Un renforcement de la réflexion de chacun d'eux vis-à-vis des médias : un mouvement volontaire de distanciation intellectuelle et affective par rapport à l'expérience médiatique ordinaire.
- Une prise de conscience critique et une connaissance des enjeux de la vie personnelle et sociale liés à la communication médiatisée.
- L'exercice d'un regard créatif sur le média et le développement de capacités d'expression et d'innovation dans la communication médiatique.

## **1. Critères dans lesquels les projets doivent s'inscrire :**

### **a) Promoteurs de projets – Partenariat**

Le Promoteur de référence pour le projet, qui en tout état de cause est le bénéficiaire de la subvention, doit être un Centre de Jeunes agréé, une Organisation de Jeunesse agréée, un groupe local de mouvement de jeunesse ou un groupe local de mouvement thématique.

En cas de partenariat avec un autre opérateur, le promoteur du projet doit être un Centre de Jeunes agréé, une Organisation de Jeunesse agréée, un groupe local de mouvement de jeunesse ou un groupe local de mouvement thématique.

## b) Finalité et cadre du projet

Les initiatives éligibles s'inscriront dans les critères et les thèmes suivants :

- Les stéréotypes de genre dans et avec les médias

Un stéréotype est une représentation par grossissement ou raccourci. Il devient problématique lorsqu'il fige une personne ou un groupe de personnes dans des valeurs inférieures, négatives voire dégradantes. Les médias, omniprésents dans notre quotidien sont au cœur de la représentation du genre et de sa construction. Au travers des séries, clips, dessins animés, les enfants et les jeunes sont en contact avec les modèles de féminité et de masculinité stéréotypés. Comment se voient-ils et se jugent-ils par rapport à ces représentations ? Sont-ils conscients du caractère stéréotypé des représentations ?

La télévision (JT, séries, télé-réalité...), le cinéma, la publicité, la presse écrite et les magazines mais aussi les jeux, les jouets, les vêtements, le sport... et l'école ? Les stéréotypes sont présents partout et les opportunités d'activités d'éducation et de création sans clichés sont nombreuses. Au travers de différents types de médias, on permettra aux jeunes de prendre conscience du phénomène et d'acquiescer des réflexes de prise de recul et de critique du message médiatique. En matière de création, on inversera la vapeur, on jouera avec les codes... Partager, exposer les créations... pour une vraie prise de conscience.

- La désinformation et les théories du complot

La tempête Irma a provoqué un raz-de-marée de requins aux Caraïbes, le réchauffement climatique est une fable inventée par la Corée du Nord pour nuire à l'économie américaine, le Coronavirus a été créé en laboratoire,... En surfant sur Internet, on peut croiser ce genre d'informations surprenantes. Peut-être même arrive-t-il que l'on soit tenté de les partager avec ses « amis » sur les réseaux sociaux. Il s'agit pourtant de fausses nouvelles fabriquées de toute pièce dans le but, par exemple, d'influencer les choix politiques ou d'attirer vers des sites commerciaux.

Apprendre à vérifier la provenance de l'information, être attentif à ne pas se laisser piéger par nos émotions, encourager à consulter des médias professionnels, comprendre comment l'information se construit, autant de démarches à mener et à travailler avec les jeunes autour de ce thème particulièrement présent dans les réseaux sociaux, mais pas que...

- Exprimer ses émotions face aux médias

Les émotions sont omniprésentes dans les médias. Au travers des journaux télévisés, des clips vidéo, de la publicité ou encore des réseaux sociaux, nous vivons des peurs, des colères, des tristesses, des joies... Utilisées pour communiquer, séduire, convaincre, manipuler, les émotions peuvent devenir vecteur de publicité voire de propagande. Consciemment ou inconsciemment, les médias influencent les publics via la production d'émotions.

A travers l'analyse des médias, on exercera son œil critique pour prendre du recul et identifier les facteurs qui favorisent, induisent, provoquent les émotions, afin de passer du stade de l'implicite au stade de l'explicite.

En pratiquant régulièrement les médias sur différents supports, on prendra de la distance par rapport à ses émotions. Pour aller plus loin, on se demandera si émotions et informations sont compatibles. On favorisera la production en se mettant comme objectif de séduire ou de convaincre un public précis. Ce thème traverse tous les médias et n'exclut aucune pédagogie.

Outre ces critères, les initiatives devront présenter des procédures et des démarches pédagogiques permettant aux jeunes de s'appropriier le projet, dans une ou plusieurs de ses phases (préparation, planification, réalisation, évaluation).

Elles seront cohérentes avec les objectifs d'éducation aux médias définis supra.

Enfin, les projets ne pourront être en contradiction avec les principes et missions définis par les décrets du 26 mars 2009 relatif aux Organisations de Jeunesse, et du 20 juillet 2000 concernant les Centres de Jeunes.

## **2. Modalités d'introduction et de sélection des projets**

En raison de la crise sanitaire COVID-19, les projets devront être introduits pour le 10 mai 2020 (inclus), uniquement par voie électronique, au moyen du formulaire annexé, à l'adresse suivante : [service.jeunesse@cfwb.be](mailto:service.jeunesse@cfwb.be). A cette date, le dossier doit être complet, faute de quoi il ne pourra être pris en compte.

Un comité de sélection, composé d'un jury administratif, examinera l'ensemble des projets introduits. L'analyse produite dans ce cadre sera transmise ensuite à la Ministre de la Jeunesse.

Les décisions de la Ministre relative à la sélection des projets seront annoncées aux promoteurs pour le 24 juin 2020 au plus tard.

Les projets devront se dérouler entre le 10 mai 2020 et le 31 décembre 2020. Les dépenses seront justifiées sur la même période.

## **3. Aspects administratifs et financiers**

Les projets retenus bénéficieront d'une bourse de 2.000 € maximum.

Pour chaque subside sollicité, le budget devra faire apparaître la ventilation précise des dépenses et des recettes.

La liquidation de la subvention s'effectuera par le paiement d'une première tranche de 90% après la signature de l'arrêté de subvention. Le solde de 10% sera versé après la remise du dossier justificatif.

Ce dossier, comprenant un rapport d'activités et un rapport financier composé d'un récapitulatif et de la copie des pièces justificatives, sera transmis au Service de la Jeunesse de l'Administration pour le 30 septembre 2021 au plus tard.