

Témoignages de structures pratiquant le « aller vers » lors d'un regroupement régional SPTT, en février 2025, à Amiens

Clémence Boulfroy, directrice de l'association Carmen et Clémence Leleu, journaliste



Témoignage sur la Caravane des Médias

Carmen est une association créée à Amiens en 1984 pour se faire « le porte voix de ceux que l'on n'écoute pas ». Elle fait aujourd'hui de l'intervention sociale par l'image, de l'éducation aux médias et à l'information, de la production de films documentaires et de la formation des professionnel·les. Elle anime aussi le réseau EMI'cycle, réseau régional d'éducation aux médias.

La Caravane des médias c'est une caravane qui sillonne les routes de la région avec à son bord des journalistes qui discutent avec les habitants·es de leur rapport à l'information et aux médias. Lancée en juillet 2020 et financée par DRAC, la Région et Amiens Métropole, et plus ponctuellement par la Politique de la Ville, plusieurs itinérances ont depuis été menées sur une durée de 5 jours par territoire.

« **Ça n'est pas improvisé** » : En amont de l'arrivée sur un territoire, un travail préparatoire est fait pour prévenir les maires, les bibliothèques, les centres sociaux, les écoles, etc de la venue de la caravane et s'appuyer sur ces structures pour rencontrer les habitant·es.


La caravane se pose sur des lieux publics comme le City Stade, les zones commerciales, la gare, les fêtes foraines, tout espace de vie où les journalistes ont identifié qu'il y avait du passage.

L'idée est de multiplier les lieux pour accueillir la parole que les passant·es acceptent de donner. Les moments les plus intéressants sont ceux où plusieurs personnes débattent entre elles. La caravane est un « totem » : elle crée une présence et interpelle mais, en soi, elle n'a pas de fonction matérielle. C'est un mur d'expression. Elle symbolise le projet.

«Les habitant·es ne nous doivent rien»

La journaliste témoigne que ça l'a amenée à réenvisager son métier, à voir autrement les lecteurs et téléspectateurs. Il faut « accepter que les gens ne nous aiment pas en tant que journalistes » et qu'ils ne se sentent pas représenté·e·s dans les médias. Il faut aussi se dire que les habitant·es « ne nous doivent rien ». Il ne faut pas attendre qu'ils nous donnent ce qu'on attendrait d'eux. La caravane, comme les réseaux sociaux, sont des observatoires des pratiques d'information des gens et de leurs visions des médias : ils nous permettent de comprendre comment les gens s'informent et d'expliquer l'économie actuelle des médias. Ce qui permet de réajuster les pratiques journalistiques ensuite.

Finalement, le processus de recueil de la parole des habitant·es compte autant voire plus que le résultat.

- 
- Aller à la rencontre des personnes exclues des sciences et techniques
 - Créer un espace de discussion libre et détendu pour comprendre leurs visions des sciences et techniques, leurs intérêts, identifier leurs envies
 - La discussion prévaut sur l'activité, l'atelier ou la visite
 - Accepter la critique de nos métiers, de nos pratiques professionnelles

[Site web Carmen](#)

[Blog de la Caravane des Médias](#)

Blandine Carles, salariée du Planning Familial de la Somme, association d'éducation populaire

Transmissions d'outils pour « aller vers » les personnes dans l'espace public



Outil "Porteur de paroles"

Le Porteur de parole est un outil pour créer la discussion avec les gens dans l'espace public. Comme pour la Caravane des Médias, il attire l'œil et il peut servir à entrer en relation avec les personnes qu'on ne voit pas dans nos activités et musées. Ainsi pourrez-vous faire un diagnostic de leurs attentes, comprendre leurs visions des sciences et techniques ou de la culture, identifier leurs habitudes, leurs pratiques,...

« Il faut parfois s'éloigner de son sujet pour se rapprocher des gens ».



[Site du Mouvement Français pour le Planning Familial](#)



Outil "Stand attractif et vivant"

Le stand est très souvent utilisé sur les Fêtes de la science, fêtes de quartier, salon du tourisme, etc. Pour que les passant-es aient envie de s'y arrêter, il faut les interpeler par des activités ludiques, originales et dynamiques telles que présentées par Blandine : fabriquer une roue à question plutôt qu'un quizz papier ; imaginer un poster représentant la gradation d'un problème – ici un douleurmètre pour parler des douleurs de règles - ; créer un jeu à l'aveugle où la personne met sa main dans une boîte et doit deviner quel objet elle touche – ici diverses protections périodiques - ; repenser vos flyers : en y insérant des jeux, des mots fléchés, une cocotte en papier à construire...



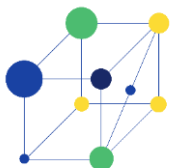
D'autres indications et exemples d' « aller vers »



Des **indications pratiques** pour animer un porteur de paroles [ici](#) et [là](#).



[Un site](#) recensant **divers outils d'animation** issus de l'éducation populaire.



Deux **expériences filmées** de porteur de paroles [sur un marché par le Géoparc Normandie-Maine](#) et [dans l'espace public](#) aux côtés d'autres actions « hors les murs » par un syndicat de l'eau dans le Rhône pour parler du risque inondation de manière ludique.

Et aussi, ici, une [approche plus théorique](#) sur l'aller vers dans divers secteurs professionnels.

