

# L'Éducation aux médias en 12 questions



Ont collaboré à cette édition :

**Olivier Gobert** - Secrétaire du CSEM

**Philippe Delmotte** - chargé de mission au CSEM

**Catherine Soudon** - chargée de mission au CSEM

**Corine Dufour** – assistante au Secrétariat du CSEM

**Laurent Abraham** – assistant au Secrétariat du CSEM

**Aurore Leprêtre** - stagiaire au CSEM

Ainsi que :

Le Centre d'Autoformation et de la Formation continuée de Tihange (CAF)

Le Centre Audiovisuel de Liège asbl (CAV-Liège)

Média Animation asbl

Septembre 2019 – quatrième édition

Éditeur responsable :

**Patrick Verniers**

Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM)

Boulevard Léopold II, 44

Bureau 6E630

1080 Bruxelles

**Ne peut être vendu.**

Cette brochure est distribuée **gratuitement**. Un bon de commande est disponible sur le site

[www.csem.be](http://www.csem.be)



# Sommaire

## Introduction

4

### 12 questions

Éduquer aux médias, qu'est-ce que cela veut dire ?	5
Quels sont les enjeux de l'éducation aux médias ?	8
Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias ?	11
Un média... qu'est-ce que c'est ?	15
Que sont "les médias en réseaux" ?	18
L'éducation aux médias est-elle l'affaire de tous ?	21
Quelles sont les compétences mobilisées grâce à l'éducation aux médias ?	25
L'éducation aux médias nécessite-t-elle de grands moyens ?	29
Comment s'y prendre pour éduquer aux médias ?	31
Est-il utile de se former alors que l'évolution des médias est si rapide ?	35
Quelles sont les opérations menées en éducation aux médias par le CSEM ?	37
Où s'informer sur l'éducation aux médias ?	39

### 12 activités

Créer un "coin médias" - dès la petite enfance	7
Jouer avec le cadrage des images - dès 6 ans	10
Un événement à communiquer...une affiche - dès 6 ou 7 ans	13
Visés par la Pub ? - dès 6 ans	17
Analyser les commentaires/forums des journaux en ligne - dès 14 ans	20
Analyse de photos de presse - dès 10 ans	23
Info ou infox ? - dès 10 ans, mais surtout les adolescents	27
Sonoriser une séquence JT - dès 16 ans	30
Créer sa webradio - dès 7 ans	33
Créer une vidéo - dès 14 ans	36
Construire un blog de classe - dès 11 ans	38
Décrypter les médias en six dimensions	40

## Lexique

41

## Publications

43

## Indicateurs d'activités

Les fiches d'activités sont proposées à titre d'exemples et chacun veillera à les adapter à sa discipline, son public, son activité... La bande de titre comprend une série de vignettes de couleurs. Ce sont des indicateurs qui permettent selon les activités réalisées de couvrir l'ensemble de plusieurs domaines de l'éducation aux médias.

Ces vignettes indiquent les **médias** découverts et utilisés dans l'activité : affiche, publicité, télévision, cinéma, presse écrite, internet...

Ces vignettes indiquent le(s) type(s) de **pédagogie** de l'éducation aux médias pratiquée(s). On recense cinq pédagogies de l'éducation aux médias :

- **créer** des documents médiatiques comme un journal d'école, des ateliers radio, un JT, un blog...
- **analyser, déconstruire** comme inventorier la composition d'une image, rencontrer des auteurs, décomposer les séquences d'un film, identifier les parties d'un récit, classer les personnages d'un reportage, comparer des pages web, chercher la source d'une information... (On ajoutera poser un regard critique)
- apprendre des **théories** de l'information, sémiologie, pragmatique, narratologie, anthropologie médiatique, économie des médias, sociologie, psychologie...
- explorer ses **émotions** après la lecture d'un article d'actualité, écouter les autres jeunes qui expriment leurs émotions, interroger des personnes sur ce qu'elles éprouvent comme émotion suite au visionnage d'un film....
- **jouer** pour comprendre.

Ces vignettes indiquent les **catégories** d'activités médiatiques : naviguer, organiser, lire, écrire. (En savoir plus [page 25](#))

Ces vignettes indiquent les **axes de compétences** médiatiques : informationnelles, techniques, sociales. (En savoir plus [page 25](#))

## Pourquoi ces questions ?

“C’est fou, j’ai demandé à mes élèves ce matin qui était le ministre belge de la santé, et personne n’a su me répondre. Par contre, si je leur avais demandé qui était Nabilla, bien sûr qu’ils avaient la réponse !”

“Mon fils ne prend jamais un journal en main, mais vous le trouverez dans sa chambre des heures durant à surfer sur internet, à chatter avec ses copains ou à jouer à des jeux en ligne. Comment peut-il à 16 ans rester assis devant son ordinateur alors qu’il y a tant de choses à faire et à découvrir à cet âge ?”

“Maman, tu peux m’acheter ce pull ? C’est le même que celui de l’instagrameuse bruxelloise dont je t’ai parlé plein de fois ! Elle l’a posté hier dans sa story et il est trop beau !”

“Tu penses qu’on devrait inscrire nos enfants à un journal pour enfants ? L’information là-dedans doit être vérifiée au moins, et meilleure que celle qu’on trouve sur internet.”

“Tous les nouveaux médias et réseaux, ça me dépasse. Je ne sais pas m’y adapter à la vitesse où ils évoluent. J’ai eu à peine le temps que ma fille m’apprenne à ‘snapper\*’ que déjà une autre application est plus à la mode et fonctionne tout à fait différemment.”



Ces messages vous interpellent ? Ou alors ils évoquent en vous des situations vécues ? Autant de situations qui vous laissent perplexe ?

L’impact des médias dans notre société n’est plus à démontrer. Leurs influences sur les jeunes et les enfants sont notamment souvent pointées du doigt. Faut-il pour autant bannir les médias au sens large du terme et les diaboliser ?

Non, bien évidemment. Il faut se rendre à l’évidence que les médias font aujourd’hui partie intégrante de la vie de chacun et la rapidité de l’évolution technologique ne fait qu’accroître ce phénomène avec le temps. Rejeter les médias en bloc n’aurait donc aucun sens : il s’agit plutôt d’apprendre leurs langages, leurs tendances et leurs enjeux afin de développer notre sens critique et notre autonomie face à tout message dont nous sommes la cible ou l’émetteur. C’est précisément là le rôle de l’éducation aux médias.

Peut-être avez-vous envie d’aborder l’éducation aux médias dans vos activités familiales, professionnelles ou de loisirs sans savoir exactement que faire, ni comment vous y prendre ? Peut-être avez-vous déjà lancé l’une ou l’autre opération et avez-vous envie de partager votre expérience ou d’aller plus loin dans votre démarche ?

La brochure que vous tenez en mains a pour objectif de vous aider à mieux appréhender l’éducation aux médias dans divers contextes. Les 12 questions et leurs réponses sont accompagnées d’activités qui, bien qu’elles ne soient pas

forcément liées aux questions qui les précèdent, servent à illustrer le champ de l’éducation aux médias.

Nous vous invitons également à consulter le site [www.csem.be](http://www.csem.be) où vous trouverez des informations utiles, des outils exploitables directement avec vos classes, vos enfants et vos groupes de jeunes, et des échanges d’expériences de terrain dont vous pourrez largement vous inspirer.

## Nouvelle version interactive

Cette brochure considérée comme le b.a.-ba de l’éducation aux médias est destinée aux enseignants, formateurs, éducateurs, parents... qui ont pris conscience de l’importance de développer des compétences médiatiques mais qui se posent encore de nombreuses questions sur le sujet. Les quelques activités ici proposées sont relativement basiques dans leur développement. Le CSEM et ses partenaires, depuis plus de 10 ans, ont développé de nombreux outils et mis en évidence des ressources qui viendront tout naturellement compléter et enrichir cette collection d’activités.

Les liens et QR codes\* présents sur de nombreuses pages mèneront le lecteur curieux et désireux de passer à l’action vers de nombreuses ressources complémentaires : fiches d’activités mais aussi, brochures, littérature, vidéos, opérations...

\* Voir lexique.





# Éduquer aux médias, qu'est-ce que cela veut dire ?

## L'éducation aux médias

Qualifiée parfois d'ère médiatique, l'aube du 21<sup>ème</sup> siècle dessine une société de l'image, de l'information instantanée et connectée.

Les messages émis par et à travers les médias ne sont ni neutres ni innocents. Ils utilisent un langage particulier, des moyens technologiques précis, caractéristiques à chaque type de média. Ils visent une cible et des objectifs donnés.

Eduquer aux médias, c'est rendre chaque individu capable de comprendre la situation dans laquelle il se trouve lorsqu'il est destinataire, mais également aujourd'hui, producteur de messages médiatiques. C'est le rendre apte à être un lecteur, un auditeur, un spectateur, un internaute, un "gamer" actif. C'est le rendre capable de s'approprier un maximum d'informations originales à partir de n'importe quelle matière médiatique.

L'éducation aux médias offre à l'individu des occasions d'exercer son esprit critique afin de mieux comprendre la place des médias dans la société, y compris leurs influences, ainsi que ses propres consommations et contributions.



## Et aujourd'hui ?

La révolution numérique a commencé il y a plus de cinquante ans et, en ce début de 21<sup>ème</sup> siècle, son évolution a spectaculairement accéléré. Cette évolution a donné la possibilité au plus grand nombre de s'approprier de nouveaux moyens techniques, et a contribué à donner à l'image, au son et à certaines applications une place prépondérante dans la vie en société.

Les spécialistes sont unanimes à prétendre qu'une initiation aux savoirs contemporains relatifs à l'image, au son et aux applications est nécessaire. Acquérir une meilleure connaissance de ces nouveaux moyens permet d'améliorer leur usage comme outils originaux au service de la pensée, de l'expression et de la communication.

Un autre phénomène nécessite une réelle prise en compte dans les processus d'apprentissage : l'omniprésence des médias en réseaux\*. Que ce soit au travers de sites de socialisation, de jeux vidéo, de blogs, de communautés sur le web ou de mondes virtuels, les médias en réseaux font

aujourd'hui partie du quotidien de chaque citoyen, jeune ou non.

De plus, les systèmes robotisés (fonctionnant selon des algorithmes\* dont la plupart des utilisateurs et mêmes les spécialistes ignorent les stratégies) se sont intégrés dans nos vies à un tel point qu'aujourd'hui ils sont partout et ne peuvent être évités : objets connectés, propositions personnalisées... Enfin, des situations de crise - radicalisation, théories du complot, harcèlement via les réseaux sociaux, rumeurs, passions soudaines de toutes sortes... - ont révélé l'urgence d'une éducation aux médias.

### Le point de vue du CSEM

L'éducation aux médias est définie comme "l'éducation visant à donner la capacité à accéder aux médias, et à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leur contenu et à communiquer dans divers contextes".

Par messages médiatiques, on entend "le contenu informatif et créatif des textes, sons et images véhiculés par divers moyens de communication y compris la publicité, dont la télévision, le cinéma, la vidéo, les sites web, la radio, les jeux vidéo et les communautés virtuelles". L'importance et l'omniprésence des réseaux sociaux aujourd'hui rend encore plus nécessaire une véritable éducation aux médias.

*5 JUIN 2008 - Décret portant création du CSEM et assurant le développement d'initiatives et de moyens particuliers en la matière en Communauté française.*

## Donc...

Faire de l'éducation aux médias, c'est entraîner à se poser des questions sur toutes les facettes entourant le message et le média qui le diffuse. Qui produit ? Quels sont les intérêts en jeu ? Quelle représentation de la réalité ce média nous livre-t-il ? Quelle est la situation ? A qui est-ce destiné ? Quelles sont les technologies mises en œuvre et quels sont les ressentis du public concerné ? En favorisant la réflexion, l'éducation aux médias permet également de construire des activités de création médiatique au travers desquelles l'individu exerce sa propre liberté d'expression.

membre de la Communauté. L'actualité de l'éducation aux médias en Belgique et ailleurs : initiatives, expériences, actions, rencontres... Tous les outils d'éducation aux médias : opérations, brochures, répertoires, formations, rencontres, ressources... Des expériences sont disponibles sous forme de séquences d'activités, de réalisations vidéo ou sonores, de radios de classe...

*Éveillez votre curiosité, surfez sur notre site...*

[www.csem.be](http://www.csem.be)

Mais aussi...

Des outils complémentaires...



En ligne, l'expérience différente des relations, l'offre abondante d'informations de toutes sortes, le sentiment de liberté du virtuel sont autant de nouvelles occasions pour l'internaute d'aiguiser son sens critique. Apprendre à gérer ce sentiment de liberté, à contrôler ses limites et à décoder les informations et symboles reçus, que ce soit en pratiquant un jeu vidéo, en communiquant sur le web ou en s'épanchant dans un blog, constituent une garantie de bonne utilisation pour le futur.

## Ressources

Un site rempli de ressources  
Le site du CSEM informe sur les opérations et outils du Conseil et vous permet d'être actif en tant que





## Créer un « coin médias »

### Public cible

Dès la petite enfance.

Un coin média (dans la classe, l'école) peut se concevoir à chaque moment de la scolarité.

### Objectif

Sensibiliser les enfants dès leur plus jeune âge aux composantes visuelles et sonores des messages.

### Matériel

Livres, magazines, journaux, DVD, lecteur DVD, CD, lecteur CD, images découpées, appareil photo, radio, ordinateur avec dossier d'images, de sons, de films, écran plat...

#### Comment accompagner les premiers pas de mon enfant dans le numérique ?

*Média Animation & CSEM, septembre 2016*

(Disponible sur [www.123cllo.be](http://www.123cllo.be))

Cette brochure propose des activités d'éducation aux médias digitaux dans les familles avec les enfants de 3 à 6 ans. Chaque fiche d'activité est accompagnée d'une piste de réflexion.

#### C'est quoi les médias ?

Une courte vidéo d'animation pour amener les plus jeunes à découvrir ce qu'est un média. **1jour1actu** traduit et explique l'info avec des mots simples.

[www.1jour1actu.com/info-animees/cest-quoi-les-medias/](http://www.1jour1actu.com/info-animees/cest-quoi-les-medias/)

### Application

L'idée est de créer dans un local un "coin médias" où l'enfant peut entrer en contact avec tout ce qui touche à la communication.

Ce "coin médias", si modeste soit-il, est un lieu de découvertes et d'activités multiples.

L'enfant peut :

- identifier des sons ;
- les associer à des images découpées dans des magazines ou à des séquences de films ;
- créer des sons qu'il associera à des photos, des dessins, des images, des séquences filmées (ex. : imiter le son du vent, de la pluie, d'une voiture, d'un animal...) ;
- opérer un classement dans ces sons, ces images, ces séquences : ce que l'on aime ou l'on n'aime pas, ce qui suggère le calme ou le brouhaha, ce qui suggère la douceur ou la violence...

Ce sont autant d'activités simples qui vont peu à peu familiariser le jeune enfant aux médias qui l'entourent.

### Prolongements

Si la constitution d'un "coin médias" avec des adolescents est beaucoup moins facile (surtout dans l'enseignement secondaire), il peut être pour le moins intéressant de prolonger la relation avec des médias « physiques ». Il s'agit d'analyser la mobilité des médias et leur présence dans l'espace physique : du petit écran du téléphone portable au grand écran plat du salon, les formats de diffusion (de l'ordinateur à la tablette) qu'ils empruntent, la possibilité de se connecter partout en permanence... Au moyen d'un dessin, plan, récit, schéma... il suffit de dresser avec les adolescents (ou même les adultes) un panorama de leurs lieux quotidiens qui relève la présence et la forme des médias.

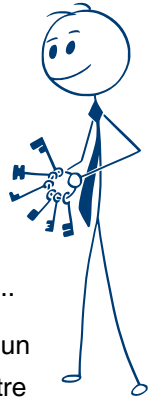
### Mais aussi

A découvrir ! Des activités pédagogiques menées dans les écoles...



Chaque activité proposée dans la brochure peut être adaptée à d'autres tranches d'âge...

Le développement d'internet et des médias en réseaux a bouleversé l'environnement médiatique des citoyens du 21e siècle, leurs relations au monde et aux autres. Les médias en réseaux intègrent et transforment progressivement les médias apparus précédemment. Cette révolution s'inscrit dans la longue évolution des médias modernes qui ont contribué aux mutations de la société contemporaine : imprimerie, presse, téléphone, cinéma, radio, télévision, jeux vidéo...



L'avènement des médias en réseaux marque un tournant dans l'histoire des relations entre humains, mais aussi entre les humains et les médias. En effet, grâce à un très grand développement de l'interactivité, chacun a la possibilité de prendre une part active à la communication médiatique, et d'agir non seulement en tant que lecteur, mais également en tant que producteur, organisateur, diffuseur, contributeur, médiateur, transmetteur... de messages textuels, visuels et sonores. Les rôles ne sont aujourd'hui plus figés. De plus, avec les technologies mobiles, les limites de temps et d'espace ne sont plus d'actualité. Cette évolution constitue un nouveau champ pour l'éducation aux médias.

Puisque les médias en réseaux favorisent considérablement la communication, l'expression et la

création médiatiques, la responsabilisation des utilisateurs est indispensable. Ceux-ci sont confrontés à de multiples situations nouvelles dont ils ne mesurent pas toujours les enjeux, par méconnaissance des dimensions technologiques, sociales, juridiques et éthiques de leurs usages. Dans ce cadre, plusieurs questions spécifiques peuvent être soulignées :

- les représentations et les stéréotypes, notamment dans le domaine de la construction et de la représentation de soi en ligne, nécessitent de nouvelles formes de critiques :
  - *Qui suis-je en ligne pour moi et pour les autres ?*
- la mise en ligne très aisée et instantanée de contenus permet une communication quasiment en temps réel, dont l'attrait est indéniable mais dont il n'est pas toujours facile d'anticiper les effets :
  - *Qu'en est-il de la pérennité des informations produites, parfois difficiles à modifier ?*
- la publicisation des communications privées et la traçabilité des données personnelles favorisent de nouvelles formes de surveillance (sociales, commerciales, institutionnelles...) :
  - *Quelles sont les données personnelles qui sont fournies à des personnes tierces ?*
- les implications juridiques des usages en réseau sont souvent méconnues des utilisateurs et posent parfois de nouvelles questions de droit :
  - *Quels sont mes droits et mes devoirs dans telle situation ?*

- tant au niveau du fond que de la forme, les contenus peuvent être très facilement dupliqués, modifiés ou transférés dans d'autres contextes qui peuvent en modifier le sens ou la perception :
  - *Comment trouver l'information originale dans un foisonnement d'informations ?*
- l'accès à une masse d'informations considérable et de nature extrêmement diverse suppose des démarches complexes d'identification des auteurs (pseudos, avatars\*, anonymat...) et d'évaluation des contenus, parfois élaborés selon des logiques collaboratives :
  - *Quels sont les outils qui permettent l'accès à ce type d'informations ?*
- le Big Data, les données massives collectées sur tout type de médias et stockées dans le réseau obligent à de nouvelles manières d'analyser le monde et de vivre au quotidien (ex. : les objets connectés) :
  - *Quelle est la qualité des données récoltées ? Quel traitement subissent-elles ?*

Il est donc vraiment important que les utilisateurs prennent conscience de tous les aspects, subtils ou non, des médias en réseaux et qu'ils les exploitent en connaissance de cause<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Extrait de la note de positionnement du CSEM "Pour une éducation aux médias en réseaux", Bruxelles, 17 novembre 2010, disponible sur [www.csem.be](http://www.csem.be)



## Pour résumer, les enjeux de l'éducation aux médias sont :

- **responsabiliser** l'utilisateur à propos des dimensions technologiques, sociales, juridiques et éthiques de leurs usages, notamment dans les médias en réseaux ;
- faire **prendre conscience** des différents aspects des médias et ainsi pouvoir les exploiter correctement.

Participer activement à la démocratie nécessite que chaque individu réponde avec créativité et aptitude aux messages médiatiques dont il est la cible continue. Cette faculté d'expression, en devenant un enjeu de nos démocraties, devient également un enjeu de l'éducation aux médias.

Au-delà de ce que nous pouvons pressentir en matière de développement des médias, il est impossible de certifier aujourd'hui ni les appropriations futures par les utilisateurs ni les influences sur les autres champs de la société (enseignement, culture, vie quotidienne...). Il faut seulement rester attentif aux pratiques médiatiques de l'échelle locale à l'échelle internationale, et développer petit à petit les outils et les attitudes qui conviennent.

## Ressources

### Éducation aux médias en réseaux

Que faire par rapport à la mémoire du web ? Quelles sont les conséquences des traces que nous laissons en ligne, notamment sur les réseaux sociaux, volontairement ou non ? Quel est l'impact de la reproductibilité des données

et de leur partage facile ? Quels rôles les outils en ligne peuvent-ils jouer dans le cadre d'une recherche d'information pertinente et fiable ? Comment produire un document médiatique à l'ère du numérique ? Ce sont les enjeux expliqués au travers de six fiches thématiques.

[www.csem.be/fichesmediasenreseaux](http://www.csem.be/fichesmediasenreseaux)

### Qui suis-je sur le web ?

L'identité numérique d'une personne est composée de toutes les informations présentes à son sujet sur internet : ce que je montre (photo...), ce que je dis ou on dit de moi (commentaire, publication...), ce que je fais sur internet (achat, recherche d'information...) et ce que je laisse comme traces sur internet (adresse IP, géolocalisation...). Pour faire face à ce phénomène, le CSEM propose au travers de ce carnet « Qui suis-je sur le web ? » des pistes concrètes de prévention pour accompagner les enfants, et les jeunes, dans leurs usages d'internet sous toutes ses formes.

[www.csem.be/reperesidentitenumérique](http://www.csem.be/reperesidentitenumérique)

### Big data : comment les algorithmes influencent notre usage d'internet ?

Nos informations nourrissent d'énormes bases de données (big data\*). Pour traiter ces informations, les entreprises utilisent des algorithmes qui décident de ce qui apparaîtra ou non dans Google, sur Facebook, dans les publicités ciblées et suggestions de livres, musique

ou films. Sans ces services, nous passerions beaucoup plus de temps à trouver l'information mais l'objectif est d'influencer nos comportements dans un but commercial, nous pousser à consommer des produits ou passer plus de temps sur des sites.

Ce carnet de la collection « Repères » propose des pistes concrètes pour comprendre et tenter de maîtriser l'influence du big data et des algorithmes sur notre vie en ligne.

[www.csem.be/reperesbigdata](http://www.csem.be/reperesbigdata)

## Mais encore...

D'autres outils pour cerner les enjeux de l'éducation aux médias.



# Jouer avec le cadrage des images

## Public cible

Dès 6 ans. Cette activité peut se réaliser à différents niveaux en adaptant les objectifs des axes technique et social.

## Objectifs

Sensibiliser aux dimensions de choix et points de vue dans les productions (audio)visuelles.

Initier aux techniques et vocabulaire de cadrage.

## Matériel

De préférence des appareils photos numériques, mais des tablettes et smartphones peuvent également être utilisés (la qualité de l'image a peu d'importance pour cette activité), et un ensemble d'échantillons de photographies (ou images animées) diversifiées en termes de cadres afin de sensibiliser à la variété de points de vue<sup>1</sup>.

## Application

Répartir les jeunes en groupes.

1. Observer les photographies/images sélectionnées pour cette activité.
2. Reproduire une de celles-ci à l'identique. Pour ce faire, les jeunes doivent non seulement reproduire la scène représentée, mais également sa prise de vue (cadrage et point de vue).

3. Comparer l'image de départ avec celle reproduite dans une discussion réflexive où tous les groupes participent, au niveau des choix opérés concernant le cadrage et du point de vue, et donc des perceptions induites par ceux-ci.

## Prolongements

Avec des plus jeunes...

Faire percevoir les notions de champ et d'hors-champ, en leur distribuant des images (avec des décors en arrière-fond) collées sur une feuille plus grande et en les invitant à imaginer et à dessiner ce qui existe en dehors du cadre.

Avec des plus âgés...

Utiliser des séquences audiovisuelles pour une analyse des différents cadres et points de vue choisis, sans pour autant les amener à reproduire les scènes. A partir de leurs observations, ils peuvent être amenés à constituer eux-mêmes l'échelle des plans. L'animateur du groupe précise par la suite le vocabulaire technique utilisé.

## Balises pour un itinéraire en éducation au cinéma tout au long de la vie

Cette brochure propose des activités comme faire ses premières expériences cinématographiques, s'exprimer sur le film, débattre autour du film...

[www.csem.be/cinematoutautongdelavie](http://www.csem.be/cinematoutautongdelavie)

### Eduquer au cinéma pour « mieux vivre ensemble »

Ce répertoire propose des pistes de départ de réflexions et d'analyses sur des productions cinématographiques diverses pour des publics de 3 à 18 ans et au-delà. « Décoder les images dans les médias » propose plusieurs séquences pour analyser des images en classe et développer progressivement une analyse critique de celles-ci.

[www.csem.be/eduqueraucinemapourmieuxvivreensemble](http://www.csem.be/eduqueraucinemapourmieuxvivreensemble)

### Décoder les images dans les médias

Cette fiche pédagogique du CLEMI propose plusieurs séquences pour analyser des images en classe et développer progressivement une analyse critique de celles-ci.

[www.clemi.fr/fr/ressources/les-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/decoder-les-images-dans-les-medias.html](http://www.clemi.fr/fr/ressources/les-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/decoder-les-images-dans-les-medias.html)

## Mais aussi

A découvrir ! D'autres propositions d'activités autour de l'image.



<sup>1</sup> [www.cineclubdecaean.com/analyse/plan.htm](http://www.cineclubdecaean.com/analyse/plan.htm)





## Quels sont les objectifs de l'éducation aux médias ?

L'éducation aux médias n'a pas pour vocation de déterminer ce qui est bon ou mauvais, bien ou mal, positif ou négatif. Elle n'a donc pas vocation de créer des normes auxquelles l'individu est supposé adhérer. A la posture "contre les médias", elle préfère celle de l'apprentissage. En effet, diaboliser les médias ou certains types de médias n'apporterait aucune solution et contribuerait à susciter davantage la curiosité pour toute forme d'interdit, surtout chez les enfants et les jeunes. Ceci est d'autant plus préjudiciable que lorsqu'ils sont utilisés en parfaite connaissance de cause, les médias peuvent s'avérer d'excellents stimuli dans la construction de soi, la perception des autres et le développement intellectuel de l'enfant et de l'adolescent.

L'éducation aux médias :

- permet au citoyen de s'approprier les langages médiatiques\* et de se former aux outils d'interprétation, d'expression ou de communication par les médias ;



- prépare chaque individu à être un citoyen responsable capable de contribuer au développement d'une société démocratique, solidaire, pluraliste et ouverte aux autres cultures et différences, tout en assurant à tous des chances égales d'émancipation sociale et en luttant ainsi contre toute forme de désinformation ;
- donne les outils à chaque individu afin qu'il soit en mesure d'appréhender tout message médiatique avec les clés indispensables de la compréhension et de l'analyse. Ceci ne se fera pas dans un rapport de décryptage systématique et froid avec le message médiatique, car l'éducation aux médias commence avant tout par un indispensable questionnement face à l'émotion ressentie et au message véhiculé. Libre à chacun ensuite d'adopter l'attitude qu'il estime la plus appropriée face au message médiatique qu'il reçoit.

Ce sont donc à la fois des objectifs personnels (développement personnel, esprit critique, expression, communication...), sociaux (responsabilité, citoyenneté, respect, culture du débat démocratique...) et techniques (apprendre à appréhender les médias, leur fonctionnement...). Ces objectifs sont poursuivis par l'éducation aux médias, à ne pas confondre avec éducation par les médias.

### Finalité

L'éducation aux médias a pour finalité de rendre chaque citoyen actif, autonome et critique envers tout document ou dispositif médiatique dont il est destinataire ou usager.

### L'éducation PAR les médias, qu'est-ce que c'est ?

Il s'agit de l'emploi de médias (projection d'un film, utilisation de journaux pour apprendre une langue...) en soutien de l'enseignement.

Éduquer PAR les médias ne veut pas forcément dire éduquer AUX médias. En effet, un film sur Louis XIV peut être utilisé sans autre but que de parler de l'Histoire de France. En revanche, quand on fait de l'éducation aux médias, cela passe la majorité du temps par l'emploi de médias comme soutien de l'activité éducative (utilisation de journaux, réseaux sociaux...).

### Mais encore...

Les objectifs de l'éducation aux médias sont clairement définis par le CSEM.

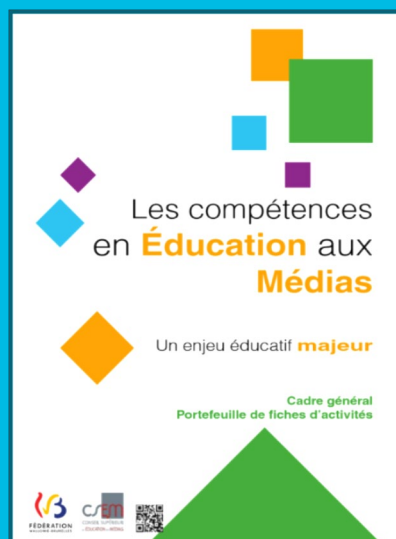


## Plus d'activités liées à la création de médias :

Cette brochure propose une introduction et un panorama du cadre général de compétences en éducation aux médias, ainsi que treize activités :

1. Écrire un article pour un quotidien d'actualités
2. Choisir une photo pour le journal de l'école
3. Réaliser une séquence d'information pour la Web TV de l'école
4. Réaliser un journal télévisé
5. Créer un journal imprimé et sa version web
6. Construire un blog de classe
7. Analyser des résultats de moteurs de recherche
8. Elaborer un micro-trottoir audiophonique
9. Créer une affiche publicitaire
10. Analyser une affiche de cinéma de façon créative
11. Pratiquer l'analyse filmique créative
12. Comprendre activement le cinéma par le stop motion
13. Mettre un récit en images à la manière de la bande dessinée

[www.csem.be/competenceseneducationauxmedias](http://www.csem.be/competenceseneducationauxmedias)





## Un événement à communiquer... une affiche !

### Public cible

Dès 6 ou 7 ans. Le prolongement est plus intéressant avec des adolescents plus aptes à l'exploration en ligne.

### Objectifs

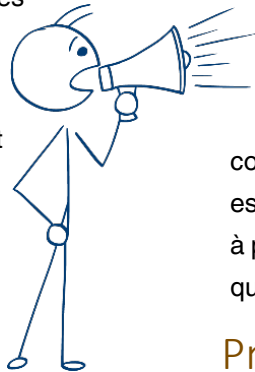
Développer l'esprit d'observation par l'identification d'éléments constitutifs d'une affiche publicitaire ;

Éveiller l'esprit critique et inciter à la créativité en faisant passer à la réalisation pratique.

### Matériel

Au départ, matériel rudimentaire : du papier, des magazines, des journaux, des marqueurs, une paire de ciseaux, de la colle, et quelques exemples d'affiches ;

Ultérieurement, la mise à disposition d'un ordinateur connecté à internet permet de développer davantage la qualité graphique de l'affiche.



### Application

1. Déterminer avec le groupe un événement, une activité, un produit que l'on veut médiatiser.
2. Se procurer des affiches récentes ou plus anciennes ayant fait la promotion d'une activité ou d'un produit semblable.

3. Analyser les éléments qui constituent l'affiche avec le groupe : date, prix, photo ou dessin, coordonnées, couleurs, qualité du graphisme, types de caractères utilisés, effets de cadrage...
4. Après l'analyse, les enfants, au moyen de ciseaux, découpent des lettres, des photos dans des magazines, des journaux... Cette activité permet au passage de distinguer les différents types de graphie. Peu à peu, l'affiche prend forme, les graphistes en herbe agencent les lettres, choisissent la photo qui convient, déterminent la couleur...

Lorsque les enfants sont familiarisés avec ce type d'activités, on peut passer à l'usage d'un support plus élaboré : l'informatique. Les enfants vont ainsi peu à peu acquérir de nouvelles compétences et prendront conscience qu'une affiche est un travail de réflexion complexe, un travail d'analyse à part entière, une source de créativité large et variée, et que tout son contenu fait partie du message véhiculé.

### Prolongements

Avec des plus âgés, engager un travail plus large sous la forme d'une « campagne de communication ». La promotion d'un événement ou d'un produit passe, aujourd'hui, par différents supports et sous différentes formes : « teasing\* », présence sur les réseaux sociaux,

### Attention !

Il faut veiller à ce que cette activité ne soit pas qu'une simple activité de bricolage. Pour entrer dans le domaine de l'éducation aux médias, cet exercice demande une analyse approfondie aussi bien dans l'observation des affiches de départ que dans l'élaboration de la nouvelle affiche.

Il est indispensable d'amener les enfants à prendre conscience qu'une affiche efficace relève de toute une stratégie de communication en fonction des effets souhaités :

- quel(s) public(s) désire-t-on toucher particulièrement ?
- quelle grandeur choisir ?
- quelles couleurs utiliser ?
- le lettrage utilisé est-il lisible de loin ?
- où l'affiche sera-t-elle placée pour qu'elle soit vue par un maximum de personnes du public cible ?

événements physiques (ex : « flashmobs\* »), applications ludiques... en lien avec l'esprit de la marque et le public cible. Une analyse de ces diverses médiatisations peut ensuite se concrétiser sous la forme d'un cahier des charges pour l'événement ou le produit choisi par les jeunes.

### Mais aussi...

A découvrir ! D'autres propositions d'activités autour de la lecture et la création d'affiches.





## « Comprendre la publicité » (2008)

Cette brochure interactive a pour objectif l'acquisition et la maîtrise de clés permettant aux élèves de développer un **regard critique sur les messages publicitaires**. L'outil est conçu pour répondre aux besoins des enseignants et éducateurs qui souhaitent concevoir des activités pour les jeunes. Il consiste en un **DVD** complètement **interactif**, des liens hypertextes renvoyant tantôt vers les fiches d'activités et de ressources, tantôt vers des publicités.

Chacun pourra aisément adapter les séquences pédagogiques selon son public, le nombre de séquences qu'il souhaite y consacrer, la discipline enseignée et le projet à mener. Cet ensemble de ressources pédagogiques comprend :

- 15 chapitres qui analysent les différentes **facettes de la publicité** ;
- 18 fiches d'**activités** destinées à l'**enseignement fondamental** ;
- 6 fiches de **ressources** à exploiter dans l'**enseignement secondaire** ;
- un florilège de **publicités libres de droits** illustrant les fiches ou à exploiter en classe.

[www.csem.be/comprendrelapublicite](http://www.csem.be/comprendrelapublicite)



## Tout est média ?

« Tout est média » énonce Thierry De Smedt<sup>1</sup>, mais que veut-il dire par là ? Les médias sont généralement associés dans l'opinion populaire aux mass-médias\*, au journalisme, à internet, mais en réalité, les médias sont tout ce qui peut transmettre une information. Il peut s'agir autant d'une affiche de publicité ou de prévention que de la tenue qu'on a choisie de porter pour se rendre à un entretien d'embauche.

On considère les médias **sous 3 dimensions** :

L'éducation aux médias :

- **la dimension informationnelle** : l'objet informationnel est conçu pour représenter (un événement historique, un univers...) à travers l'usage d'un ou plusieurs langages. Les compétences informationnelles sont la capacité à mettre en relation la forme, le contenu et les signes qui composent le média, mais aussi avec les idées, les émotions, les sentiments qu'il évoque ou suggère. Cette dimension est la plus admise et la plus travaillée dans l'univers scolaire. Elle est traditionnellement limitée aux textes écrits et vise généralement à la transmission de savoirs, plutôt que la réflexion sur les modalités de cette transmission ;
- **la dimension technique** : un média est un support d'informations dont la production, la transmission et la



réception reposent sur une technologie (ex. : il faut des ordinateurs, des appareils photos, des logiciels pour contribuer à un journal en ligne). Les compétences techniques consistent à découvrir et comprendre ces processus et les manipuler pour pouvoir produire à son tour un média. Des budgets ont été débloqués pour permettre à un certain nombre d'écoles d'être équipées en matériel. Quand il est utilisé, on privilégie surtout la maîtrise technique, mais on parle très peu de leurs enjeux sociétaux (ex. : la consommation, l'éthique, la santé...) ;

- **la dimension sociale** : la communication se fait toujours dans un contexte relationnel. On interagit. Des acteurs produisent et diffusent les médias, avec des intentions. Les médias de communication produisent des effets sur les publics, influencent les modèles culturels, les usages, les valeurs... Les compétences sociales consistent à identifier, comprendre, comparer, appréhender les contextes et les usages, les destinataires, les publics.... Ce sont des compétences peu travaillées dans l'enseignement. Ce sont donc à la fois des objectifs personnels (développement personnel, esprit critique, expression, communication...), sociaux (responsabilité, citoyenneté, respect, culture du débat démocratique...) et techniques (apprendre à appréhender les médias, leur fonctionnement...). Ces

objectifs sont poursuivis par l'éducation aux médias, à ne pas confondre avec éducation par les médias.

Les médias sont donc partout, tout le temps et ponctuent notre vie au quotidien, que ce soit la radio, la télévision, la presse, le cinéma en salle ou à domicile, les messages publicitaires, internet, les jeux vidéo... Nous entrons en contact avec des centaines de messages chaque jour en tant que consommateurs, producteurs, diffuseurs, relayeurs... de ces messages !

Au cours de la récente histoire de l'éducation aux médias, différentes tendances se sont développées, les espoirs et les craintes nourris vis-à-vis des développements techniques des médias. Peu à peu se sont intégrés aux cultures de l'écrit et de l'oral, le vaste champ de l'image, la culture de masse, les messages publicitaires, et dernièrement, internet. Chacun comporte ses spécificités, ses techniques, ses métiers, ses pratiques, ses influences et ses publics.

## Évolution des médias

Une convergence de ces différents objets médiatiques est de plus en plus observée. En effet, il devient rare aujourd'hui d'aborder une catégorie médiatique sans évoquer ses prolongements, ses répercussions et ses influences sur les autres. Par exemple :

- une sortie cinématographique s'étend de la salle obscure à internet via sa campagne de promotion

<sup>1</sup> Membre du Conseil de l'éducation aux médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles de 1994 à 2017.

## En résumé...

Un média c'est : un objet informationnel, technique et social. Il peut être traditionnel ou innovateur, simple ou complexe, indépendant ou en réseau.

L'éducation aux médias concerne tous les médias, quels qu'ils soient. Cependant, dans le milieu éducatif, il est plus aisé de se tourner vers les médias traditionnels (presse, radio, télévision, réseaux sociaux...) pour réaliser ses activités.

En prolongement, voir la question « Quelles sont les compétences mobilisées grâce à l'éducation aux médias ? » (page 25) et le cadre de compétences (page 26).

propulsée par le buzz sur les réseaux sociaux ou son adaptation en jeu vidéo ;

- quasiment tous les organes de presse connaissent à présent leur extension en ligne ;
- la production radiophonique peut passer du direct de l'antenne aux podcasts en ligne consultables à tout moment.

Ce regroupement médiatique oblige de plus en plus l'éducation aux médias à développer la faculté d'apprécier le caractère multiple de l'information ainsi que son ubiquité, du contexte local de production à celui beaucoup plus global de diffusion et donc de réception.

Par ailleurs, le développement des médias en réseaux favorise une nouvelle forme d'"Homo communicans". En effet, plus seulement consommateur, le récepteur peut devenir dans le même temps producteur de messages médiatiques. Le développement des outils de production et de communication du Web 2.0 favorise un internaute actif : chacun de nous devient un "acteur médiatique".

d'occasions de partager, de communiquer et de créer. Tout devient simple et instantané : on communique, explique, s'informe, partage, joue ensemble, échange des photos, des vidéos, des adresses... On collabore jusqu'à faire naître une "intelligence communautaire".

## Ressources

### Comment s'y retrouver dans le flux d'informations sur internet

Le flux d'informations, c'est la diffusion et le partage de publications sur les sites internet, les sites d'actualités, les médias sociaux, les blogs...

Les ados sont surtout sur Facebook, Twitter et Instagram. Ils communiquent aussi via des messageries instantanées comme Facebook Messenger, Skype, Snapchat et WhatsApp... Il n'est pas toujours aisé de distinguer une information d'une opinion, une rumeur, une publicité... sur internet. Agencer ce flux continu d'informations demande une certaine prise de recul.

Désormais, il ne s'agit plus seulement de communiquer à travers les médias en envoyant son sentiment à la rubrique des lecteurs : avec les technologies actuelles, les médias sont autant

Comment en effet déterminer quand une information, un post, est fiable, erroné, important ou futile ?

Le CSEM propose des pistes concrètes pour aider les enfants et les jeunes dans la construction de leur identité numérique. Ce carnet s'adresse aussi bien aux parents qu'aux professionnels de l'éducation et de l'animation.

[www.csem.be/reperesfluxdinformation](http://www.csem.be/reperesfluxdinformation)

## Mais encore...

D'autres informations autour des médias.





## Visés par la Pub ?

Activité adaptée de l'outil "Comprendre la publicité, Education critique", Fiche 7, CSEM, 2008

### Public cible

Dès 6 ans.

### Objectifs

Identifier le public-cible sur la base des différents éléments repris dans la publicité.

### Matériel

Spots publicitaires choisis parmi ceux cités par les enfants, télévision et lecteur DVD ou PC et projecteur média.

#### Éléments d'analyse d'une publicité :

- Le produit : à qui est-il destiné ? Qui est censé l'acheter ?
- Le plan visuel : le produit apparaît tel qu'il est en réalité ? Est-il transformé ? Animé ?
- Le plan sonore : y a-t-il une ou plusieurs voix off ? Est-ce une voix d'adulte ou d'enfant ? Masculine ou féminine ? Réelle ou déformée ? Que dit-elle ? Quel est le vocabulaire utilisé ? Etc.
- Les personnages : pourquoi avoir choisi ce(s) personnage(s) ? Te ressemble(nt)-il(s) dans la vie de tous les jours ? Pourquoi (vêtements, langage, posture, activité...) ? Etc.

Le lieu : l'environnement est-il réel ou imaginaire ? Quels sont les éléments du décor ? Les couleurs, les formes ? Quel rapport peut-on établir entre le décor et le produit ? Etc.

### Application

- Demander aux enfants de citer les spots publicitaires qu'ils apprécient afin de pouvoir les rassembler et les visionner ensemble en début d'activité. (Les spots les plus connus peuvent être trouvés sur les plateformes en ligne de partage vidéo (YouTube, Dailymotion... ou sur les sites des marques elles-mêmes.)
- Répartir les enfants en équipes et leur demander de choisir une publicité par équipe. Ils énoncent et listent la ou les raisons qui ont orienté leur choix (est-ce à cause du produit vanté, du plaisir que procure sa vision, la musique, les personnages ?).
- Faire analyser par chaque équipe le spot publicitaire à partir de différentes questions (cf. encart ci-contre).
- Mettre en commun les différentes analyses pour révéler les éléments qui interviennent pour séduire le public et atteindre la cible (humour, aventure, images spectaculaires, abondance du produit, obéissance à l'enfant, magie, couleurs, rythme des images...)

### Prolongements

Avec les plus grands : proposer un travail plus large de création de publicité. Répartis en

### Mangez-moi

Ce projet mené avec des élèves du secondaire leur permet de décoder la publicité en créant une « riposte artistique » et développer un regard plus critique. La fiche d'activités détaille les étapes et le déroulement du projet.

[www.csem.be/communaute/fiche/mangez\\_moi](http://www.csem.be/communaute/fiche/mangez_moi)

#### « La pub, j'en suis baba »

Une fiche d'activité pour apprendre à distinguer les publicités des autres contenus, dès 3 ans.

[www.123dic.be/Les-activites-.html](http://www.123dic.be/Les-activites-.html)

groupes, ils doivent imaginer et créer un objet et réaliser une campagne de publicité pour le promouvoir. La publicité demande une analyse approfondie pour pouvoir créer un média : à qui est-il adressé, quel public veut-on/va-t-il toucher, quels sont les effets visés/potentiels/réels... En fonction du temps prévu pour l'activité, ils peuvent réaliser un média publicitaire ou une campagne à plusieurs médias (affiche, spot publicitaire, spot radio...). Cette activité de création permet de passer de l'autre côté de la barrière et d'approfondir l'analyse des publicités.

### Mais aussi...

La publicité est une richesse pour l'éducation aux médias. D'autres propositions...





# Que sont « les médias en réseaux » ?

## Du numérique partout

“Les médias en réseaux” est une expression utilisée pour désigner deux réalités :

- les médias se numérisent, se retrouvent « dans le réseau ». Internet englobe désormais presque tous les types de médias. Les médias de la vidéo, de l'image, du son, du texte... se retrouvent facilement téléchargés ou créés directement sur internet. Il y a donc une dématérialisation des médias qui se retrouvent dans l'univers digital du Web.
- le développement et l'omniprésence des « réseaux sociaux » (Facebook, Instagram, Snapchat, WhatsApp...).

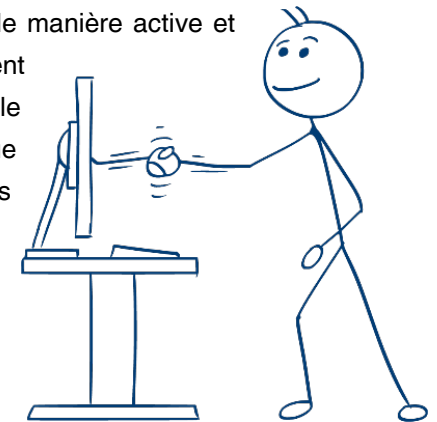
## Enjeux

- sur internet, il y a une grande aisance de publication. La mise en ligne de contenus accessibles par le plus grand nombre reflète un contexte de liberté d'expression accrue. Cette liberté est liée à la responsabilité.
  - ✓ *Ce que je rends public correspond-il à l'image que je veux donner ? Est-ce que ça respecte autrui ?*

- le réseau suppose un formatage des contenus et des (re)présentations de soi. Sur les différents réseaux sociaux, il existe des manières typiques de s'afficher ou de partager des données (ex. publier les 160 caractères autorisés par Twitter sous un pseudonyme, utiliser sa photo personnelle ou un avatar dans un forum...).
  - ✓ *Quelles implications idéologiques les différents choix de contenus, de formatage et de (re)présentation de soi peuvent-ils avoir sur les différentes visions du monde, sur les valeurs... ?*
- sur internet, la vie “projetée”, telle qu'un individu la raconte, la met en scène selon ses opinions et comportements affichés ou pour “faire le buzz”, peut fortement différer de sa vie “réelle”.
  - ✓ *Quel est le degré de la mise en scène de soi ?*
  - ✓ *Quelle influence a le regard des autres sur mon identité en ligne ?*
- la navigation sur le web envoie des informations (adresse IP\*, cookies, géolocalisation...) qu'elles soient volontaires (soutien d'une cause sociale via un statut) ou involontaires (écoute d'une musique sur Spotify qui se retrouve ensuite sur le mur Facebook). N'importe quelle activité en ligne engendre un partage de données.

- ✓ *Quelles sont les données à caractère personnel transmises ? A qui ? Dans quel but ?*
- des algorithmes traitent ces données et permettent notamment de hiérarchiser les informations dans notre moteur de recherche, de décider ce qui va apparaître dans notre fil d'actualités Facebook, aux entreprises qui les exploitent d'influencer nos comportements pour générer des bénéfices grâce à des publicités omniprésentes et ciblées...
  - ✓ *Quelle connaissance des algorithmes dois-je avoir pour moins me faire manipuler ?*

Un des défis fondamentaux de l'éducation aux médias est de former des citoyens autonomes par rapport au contexte médiatique dans lequel ils se situent, c'est-à-dire des personnes capables de prendre des décisions par elles-mêmes et d'agir consciemment dans la société. Il s'agit donc de former des personnes autonomes, qui exercent leur liberté de manière active et critique et qui peuvent naviguer dans le contexte médiatique contemporain, sans cesse en évolution.



## Ressources

### La collection « Repères »

Les six premiers carnets de la collection « Repères » abordent plusieurs thèmes liés aux médias en réseaux :

1. Comment prévenir le cyberharcèlement par l'éducation aux médias ?
2. Comment s'y retrouver dans le flux d'information sur internet ?
3. Qui suis-je sur le Web ? Comprendre son identité numérique
4. S'exprimer sur internet et dans le respect d'autrui et de façon responsable : la liberté d'expression et ses limites
5. Déjouer les pièges de la désinformation : fake news, pièges à clic, propagande...
6. Big data : comment les algorithmes influencent notre usage d'internet ?

[www.csem.be/collectionrepères](http://www.csem.be/collectionrepères)



## Mais encore...

Tous les médias convergent vers les réseaux qui en deviennent le principal vecteur. A ce sujet, de nombreuses ressources sont disponibles.





# Analyser les commentaires/forums des journaux en ligne

## Public cible

Dès 14 ans.

## Objectifs

Identifier l'information comme fait ou jugement.

Éveiller le sens critique des jeunes et des adultes à propos des commentaires et forums en ligne de la presse d'information.



## Matériel

Des ordinateurs connectés à internet ou les smartphones des jeunes (s'ils sont autorisés à les utiliser au sein de l'établissement scolaire).

## Application

Pratiquement tous les quotidiens sont aujourd'hui accessibles en ligne. Certes, toute l'information n'est pas consultable en libre accès, mais une bonne partie des articles d'information générale est publiée, et les articles sont souvent accompagnés d'un espace pour y donner son avis, sous forme de widget\* qui reprend notamment les commentaires de Facebook, ou sous forme d'un forum de discussion.

1. Choisir un article, le lire.

2. Débattre avec les jeunes sur le contenu de l'article pour s'assurer de sa compréhension.
3. Demander aux jeunes de consulter les forums et/ou les commentaires qui se trouvent sur la page de l'article.
4. Analyser selon des questions simples :
  - Combien de réactions comptez-vous ?
  - Combien d'internautes différents comptez-vous ?
  - Combien d'entre eux utilisent un pseudonyme ? Quel pourcentage cela représente-t-il ? Quelle est la corrélation entre les utilisateurs pseudonymes et la pertinence de leurs apports au débat ?
  - Est-ce que chaque réaction se rapporte au contenu de l'article ?
  - Eliminer les réactions qui ne se rapportent pas au contenu de l'article. Quel pourcentage cela représente-t-il ?
  - Parmi les réactions qui se rapportent à l'article proprement dit, combien apportent une information

complémentaire ou corollaire à l'article ? Quel pourcentage cela représente-t-il ?

- Quel est le ton utilisé ? Y a-t-il des commentaires injurieux, sexistes, racistes, haineux, stéréotypés ? Si oui, quel pourcentage cela représente-t-il ?
  - Le forum est-il modéré ? Par qui ? De quelle manière ?
5. Dresser un tableau décrivant le profil du forum et/ou de l'espace commentaires à partir des différents chiffres obtenus.
  6. Débattre sur la pertinence de ce forum, de cet espace d'expression, des limites que celui-ci aurait atteintes, voire même dépassées.

## Prolongements

Créer un blog\* ou une page Facebook. Gérer les commentaires en discutant des effets sur les publics, des éventuels problèmes éthiques et choisir de les effacer ou d'y répondre...

## Mais aussi...

A découvrir ! D'autres propositions d'activités autour des forums en ligne.



Aborder la presse en ligne avec **Ouvrir mon quotidien et Journalistes en classe** !

### Je décide...

Pour en savoir plus concernant la protection des données...

[www.jedecide.be](http://www.jedecide.be)

### La modération sur le site de la RTBF

Favorisant l'échange d'idées et d'opinions dans un esprit d'ouverture et de respect mutuel, la RTBF suscite l'opinion de ses publics en leur donnant l'occasion de réagir aux articles publiés sur ses pages tout en respectant quelques règles propres à tout débat démocratique.

[www.static.rtf.be/rtbf/www/docs/Charte\\_des\\_commentaires.pdf](http://www.static.rtf.be/rtbf/www/docs/Charte_des_commentaires.pdf)

<sup>1</sup> [www.csem.be/ouvrimonquotidien](http://www.csem.be/ouvrimonquotidien) et [www.csem.be/journalistesenclasse](http://www.csem.be/journalistesenclasse)



## L'éducation aux médias est-elle l'affaire de tous ?

Les enfants et les adolescents baignent dans un monde médiatique et sont stimulés par des images, des sons, des outils... dès leur naissance : par exemple, quand les parents montrent une vidéo d'un membre de la famille au jeune enfant, ou quand en balade, le jeune est confronté à une affiche publicitaire très colorée. Il importe donc de les aider à acquérir aussitôt que possible les compétences qui leur permettront de devenir des destinataires avertis et créatifs des messages médiatiques quel qu'en soit le support. L'éducation aux médias doit commencer le plus tôt possible.

Chacun, parent, enseignant, éducateur, animateur de groupes d'enfants, joue un rôle prépondérant en soutenant les enfants et les jeunes dans l'acquisition d'une pensée critique. L'éducation aux médias doit se faire dès le plus jeune âge et se développer tout au long de la vie.

### Qui sont les acteurs de l'éducation aux médias ?

Chacun peut devenir un acteur pour éduquer aux médias. Cependant, il est pertinent de distinguer trois acteurs particuliers :

1. L'école : l'éducation aux médias s'inscrit pleinement dans l'esprit et les principes de l'école car elle est basée sur des savoirs, savoir-être et savoir-faire. Elle fait appel à l'interdisciplinarité et propose des activités dans lesquelles différentes compétences sont en jeu (compétences informationnelles en français, compétences techniques en mathématiques...). En intégrant les médias en classe, l'école apporte une réponse aux intérêts des jeunes et renforce la prise en compte par l'école du contexte culturel et social.
2. Les parents : le rôle des parents est indispensable car ils sont les mieux placés pour sensibiliser leurs enfants à l'environnement médiatique domestique. Les dispositions prises concernant les temps libres ou l'installation de médias (TV, tablette, smartphone, ordinateur...) dans les espaces familiaux et/ou individuels, les discussions sur les contenus regardés et/ou écoutés, les échanges d'expertises entre les générations sont autant d'occasions d'aiguiser le sens critique de tout membre de la famille, l'éducation aux médias favorisant notamment la culture du débat.
3. Le monde associatif : en favorisant l'éducation permanente ou l'émancipation de la jeunesse, le monde associatif peut participer à la mise en œuvre

“Je le laisse gérer ça, c'est pas mon problème !”

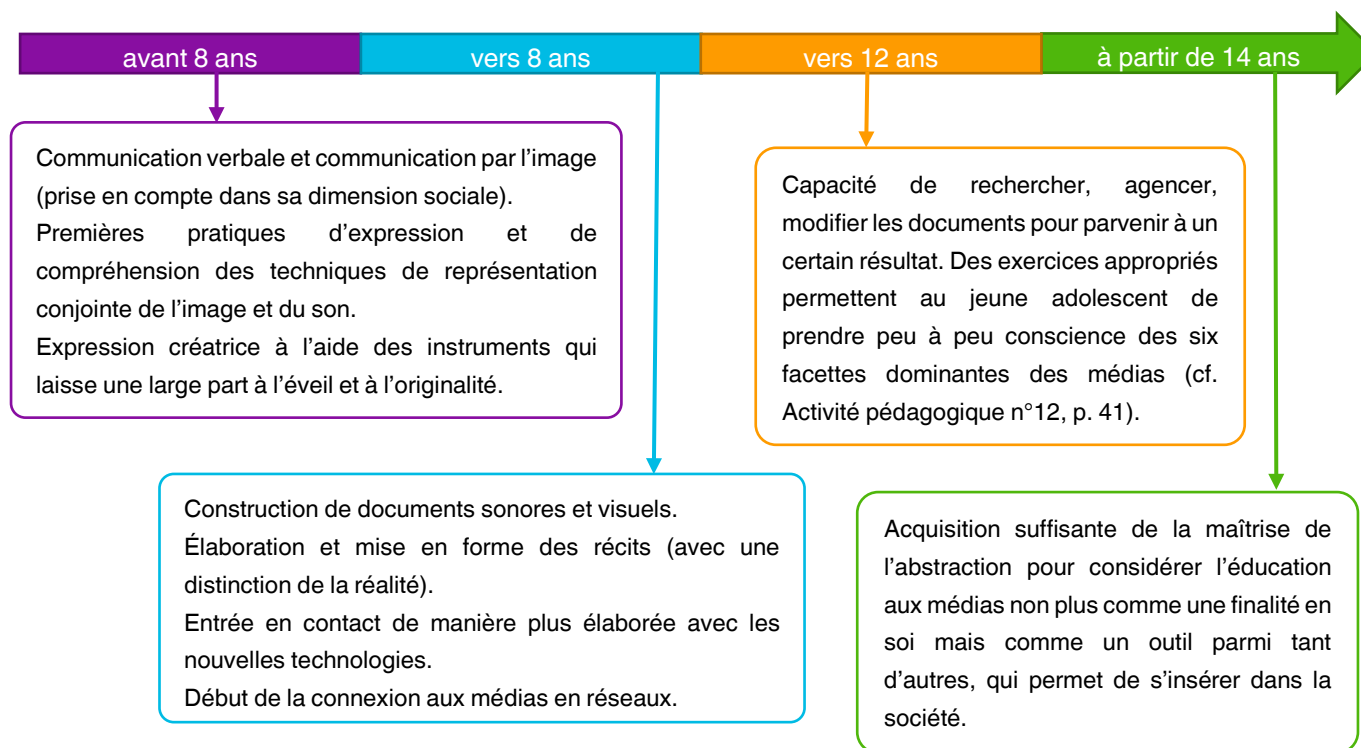
S'intéresser à l'éducation aux médias à l'attention des publics jeunes suppose de se pencher sur leurs pratiques médiatiques, leurs motivations et leurs tendances. Or, il n'est pas toujours aisé de comprendre les médias des jeunes, ne fût-ce que sur le plan technique. Plus encore, certains par pudeur, d'autres par respect de l'intimité, se défendent de s'intéresser de près aux pratiques de leurs jeunes.

Et pourtant, le rôle de l'adulte reste primordial, étant donné que les échanges d'expériences (bonnes ou mauvaises) s'effectuent de plus en plus entre pairs. En adoptant une posture de curiosité et d'humilité, en favorisant le débat et le partage d'expertises, il est essentiel que les adultes restent les guides des valeurs essentielles comme le respect (des choses, de soi et des autres) et la tolérance, peu importe la technologie utilisée.

de l'éducation aux médias. Les activités (culturelles, ludiques, créatives), les formations, les campagnes de sensibilisation... se présentent comme de belles occasions d'aborder l'environnement médiatique dans son ensemble (pratiques, influences, tendances). C'est donc une éducation aux médias intégrée à d'autres champs de sensibilisation (environnement, culture, jeunesse...) qui est mise en œuvre.

## Rapport aux médias en fonction de l'âge

Tout le cheminement d'apprentissage est indicatif. On tiendra compte autant que possible des différences individuelles et du stade de maturité acquis par chacun.



**L'éducation aux médias ne se limite pas aux dix-huit premières années de la vie, mais se conçoit** tout au long de celle-ci. A son tour, en devenant parent, éducateur, responsable d'enfants ou de jeunes, l'adulte est attentif aux pratiques médiatiques des enfants et des jeunes tout en s'assurant de rester en éveil pour lui-même face à l'évolution des technologies. En effet, l'évolution technologique tout autant que l'évolution constante de notre société amènent chacun à appréhender les nouveaux types de médias qui feront leur apparition au fil des ans.

## Ressources

### Expériences de terrain

Chaque année, le CSEM lance un appel à projets thématique. 20 projets sont sélectionnés parce qu'ils développent une démarche d'éducation aux médias de qualité. Tous les élèves sont concernés... Voici deux démarches menées à l'école :

Dans le maternel et le primaire

Les médias : fiction ou réalité ? Comment aborder cette notion à travers différents médias : création d'un album, découverte de la radio et création d'émissions, découverte de la presse écrite et création d'un magazine, initiation au théâtre d'improvisation et création d'un film...

[www.csem.be/lesmediasfictionourealite](http://www.csem.be/lesmediasfictionourealite)

Dans le secondaire

Boîtes à ID. Une installation interactive multimédia sur le thème de l'identité et de la mémoire.

[www.csem.be/laboteaid](http://www.csem.be/laboteaid)

### Mais encore...

D'autres activités et ressources pour les parents, éducateurs et formateurs.





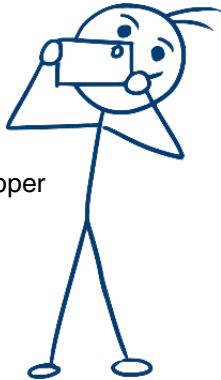
# Analyse de photos de presse

## Public cible

Dès 10 ans.

## Objectifs

Travailler certaines représentations induites par les médias et développer l'observation et le sens critique.



## Matériel

Plusieurs quotidiens ou hebdomadaires.

## Application

Répartir les jeunes en groupes, puis ils vont :

- découvrir les différents journaux mis à leur disposition ;
- découper les photos/images des hommes et des femmes seuls ;
- accrocher/coller les photos sélectionnées dans les journaux au mur/sur un support avec du papier collant ou de la colle. D'un côté, placer les photos présentant un homme quelle que soit la rubrique dont elle a été extraite et de l'autre côté, celles représentant une femme ;
- poser des questions concernant l'aspect quantitatif. Par exemple : combien de photos d'hommes, de femmes y a-t-il ? Est-ce équilibré ?

- poser des questions concernant l'aspect qualitatif. Par exemple : combien de photos couleurs représentent des hommes, des femmes ? Quels sont les types de prises de vue ?
- classer les photos pour interroger les représentations. Par exemple :
  - en fonction de leur âge (jeune, adulte, personne âgée) : combien y a-t-il de femmes et d'hommes dans chaque catégorie ? Est-ce équilibré ?
  - en fonction de leur tenue vestimentaire (sportif, plage, travail...) : combien y a-t-il de femmes et d'hommes dans chaque catégorie ? Est-ce équilibré ?
  - en fonction des sentiments suggérés positifs (joie, amour, rêve...) ou négatifs (tristesse, peur...).

A partir de ces classements, des constantes et des variantes vont se dessiner. Les enfants et les jeunes dressent ainsi un tableau de l'homme et de la femme dans la presse et en tirent certaines conclusions. Il peut s'agir éventuellement d'une introduction aux études de genre et à des discussions sur l'actualité en termes de droits de la femme, de scandales, de harcèlement, de stéréotypes...

## Prolongements

- le même exercice peut être appliqué sur les questions d'âge, les jeunes et les personnes âgées étant en général sous-représentés dans les médias ;
- il peut également être mené dans divers magazines (people, économique, télé, pour ados...), laissant les jeunes prendre conscience que la représentation masculine et féminine (ou des âges) peut fortement varier d'un magazine à l'autre ;
- avec un public plus âgé : prolonger les premières analyses avec un travail sur les représentations stéréotypées.

## Mais aussi...

A découvrir ! D'autres propositions d'activités autour de la photo de presse.



L'opération "Ouvrir mon quotidien" permet aux écoles et associations de recevoir la presse quotidienne gratuitement !

<sup>1</sup> [www.csem.be/ouvrirmonquotidien](http://www.csem.be/ouvrirmonquotidien)



## La photo de presse

La photographie occupe une place centrale dans les journaux, ceux des jeunes lecteurs comme ceux des grands. Elle est le premier élément que l'on voit et suscite souvent des réactions qui constituent la base d'un travail en classe sur le rôle de l'image dans la presse. Le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI) propose des fiches d'activités pour découvrir le rôle des images dans les journaux d'information

Avec les plus jeunes : [www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/la-photo-du-journal.html](http://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/la-photo-du-journal.html)

à partir de 10 ans : [www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/analyser-une-photo-de-presse.html](http://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/analyser-une-photo-de-presse.html)

## La caricature

La caricature occupe également une place de choix dans la presse. Elle interpelle souvent et pose question parfois.

Cette fiche d'activité pose un regard historique sur la caricature : [www.csem.be/sites/default/files/files/M2.pdf](http://www.csem.be/sites/default/files/files/M2.pdf) et cette page propose une activité pédagogique autour de l'analyse créative de caricatures sur le thème des migrations : [www.csem.be/caricaturesetimmigration](http://www.csem.be/caricaturesetimmigration)

## Compétences

La plupart des compétences liées à l'éducation aux médias dépendent des unes et des autres constamment : choisir le média approprié pour une communication efficace dans une situation donnée, respecter les droits d'auteur et le droit à l'image, respecter la vie privée et protéger la sienne, se protéger contre les usages médiatiques abusifs divers, adopter une hygiène de vie face à la surconsommation médiatique, se libérer de l'offre imposée par le marché médiatique massif pour aller chercher des trésors dans des ressources marginales ou dans celles du passé...

Ces compétences médiatiques doivent tenir compte des fonctions fondamentales des médias, qui nous donnent trois axes de réflexion indissociables :

- tout média a un côté informationnel qui véhicule des contenus cognitifs et des représentations ;
- tout média est déterminé par les technologies qu'il utilise ;
- tout média, en véhiculant ces contenus, crée une relation sociale.

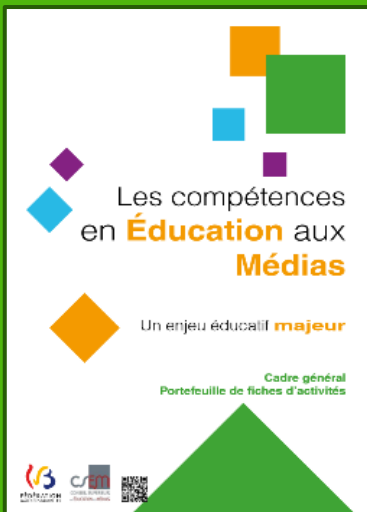
## Cadre de compétences

Le CSEM a développé un cadre de compétences basé sur ces trois axes en littératie médiatique\*. Par l'éducation aux médias, toute personne peut devenir "littérée", lettrée, savante médiatiquement.

Tableau de synthèse du cadre de compétences

		Axe informationnel	Axe technique	Axe social
Un média	Lire	Compétences informationnelles en lecture Exemple : un spectateur est capable de résumer un film de fiction, de reconstruire le point de vue de son auteur...	Compétences techniques en lecture Exemple : un lecteur est capable d'utiliser et de maîtriser un matériel plus ou moins sophistiqué pour lire un média.	Compétences sociales en lecture Exemple : un enseignant comprend que le visionnage d'une émission télévisée n'aura pas les mêmes effets sur tous ses élèves.
	Écrire	Compétences informationnelles en écriture Exemple : un auteur est compétent quand il utilise la forme médiatique la plus adéquate pour s'exprimer (article de presse, vidéo...)	Compétences techniques en écriture Exemple : on exerce ces compétences quand on choisit de (re)transcrire, de photocopier, d'imprimer, de diffuser en ligne... un média.	Compétences sociales en écriture Exemple : poster une photo sur les réseaux sociaux et s'interroger sur les conséquences qu'elle a pour soi-même et pour les autres...
Corpus de médias	Naviguer	Compétences informationnelles en navigation Exemple : savoir reconnaître les différents types d'hyperliens d'une page web ou d'un moteur de recherche.	Compétences techniques en navigation Exemple : un jeune va d'une page internet à l'autre en cliquant sur les boutons "retour" ou "avancer", en rafraichissant la page...	Compétences sociales en navigation Exemple : un étudiant recherche des informations en multipliant ses sources pour recueillir des points de vue représentatifs et variés.
	Organiser	Compétences informationnelles en organisation Exemple : un mélomane est compétent quand il classe des morceaux de musiques selon le genre musical, le compositeur, la voix...	Compétences techniques en organisation Exemple : être capable de choisir une imprimante en fonction des cartouches qu'elle utilise, de son coût, des produits compatibles...	Compétences sociales en organisation Exemple : un DJ compétent prépare des listes de lecture en fonction des circonstances, des usages et du public qui y sont liés.





Les compétences décrites dans le tableau de la page précédente ne sont pas toutes mobilisées en même temps, mais plusieurs peuvent être activées à la fois. Ce sont des compétences générales qui se mobilisent entre elles en fonction de la situation dans laquelle on se trouve.

Ce que vise l'éducation aux médias, c'est de doter chacun, quels que soient son niveau d'études, sa situation sociale, son origine culturelle et son milieu de vie en général, des compétences nécessaires pour user des médias à bon escient, de manière efficace, avertie et responsable et à le rendre conscient de l'impact forcément déterminant de son usage des

médias sur sa vision du monde et sur ses relations avec autrui.

Il s'agit donc de partir du point de vue de l'utilisateur ordinaire qui navigue dans le foisonnement de la surenchère médiatique, choisit ses médias de prédilection et les messages qu'il collectionne ; qui lit, regarde, écoute ce que lui envoie autrui ; qui parle, écrit ou montre à autrui à travers les médias ; qui fait ainsi évoluer plus ou moins consciemment sa représentation du monde et son interaction avec les autres. Si ce point de départ est indispensable, il importe de structurer et d'organiser cette évolution vers un comportement réflexif, critique, créatif et engagé.

## Ressources

Les compétences en éducation aux médias

Cette brochure propose le cadre général des compétences en éducation aux médias, mais aussi un portefeuille de fiches d'activités.

[www.csem.be/competenceseneducationauxmedias](http://www.csem.be/competenceseneducationauxmedias)



## Public cible

Dès 10 ans mais surtout les adolescents.

## Objectifs

Les jeunes reçoivent aujourd'hui divers types de canulars, de rumeurs ou de fausses informations (fausses pétitions, faux virus, chaînes...) via leur courrier électronique, mais aussi via les réseaux sociaux sur lesquels ils sont inscrits. Ils y ont déjà probablement donné suite, manquant de repères pour exercer leur esprit critique. Cette activité permet aux jeunes :

- d'identifier les rumeurs et fausses informations circulant sur internet et les réseaux sociaux ;
- d'acquérir quelques réflexes et compétences nécessaires pour mettre en doute toute information circulant sur internet.

## Matériel

Des ordinateurs connectés à internet ou les smartphones des jeunes (s'ils sont autorisés dans l'école).



## Application

1. Interroger le groupe en demandant s'il a déjà été en contact avec des rumeurs ou canulars diffusés par e-mail et/ou par les réseaux sociaux, ou si quelqu'un en a déjà entendu parler. En cas de réponse négative, apporter des rumeurs connues du grand public, et auxquelles les médias ont fait écho (des exemples peuvent être pris sur des sites qui dénoncent les rumeurs comme [www.hoaxbuster.com](http://www.hoaxbuster.com))
2. Organiser les jeunes en sous-groupes.
3. Donner à chaque groupe une copie de rumeurs et/ou d'infox (fake news) diffusées via le courrier électronique et/ou sur les réseaux sociaux. Pour que l'activité se déroule mieux, il faut choisir des rumeurs qui ont eu un large écho, afin de trouver des articles de presse et des prises de position dans l'étape 4.
4. Collecter un maximum d'informations à leur sujet (notamment via les moteurs de recherche).  
La recherche doit porter sur différents points : l'origine supposée de la rumeur, la diffusion (parcours sur internet, mais aussi à travers les médias classiques qui relaient et amplifient parfois le phénomène), les causes et les effets, l'extinction ou la mutation éventuelle.
5. Mettre en commun les informations collectées et classer les différentes rumeurs en catégories, en

utilisant par exemple celles proposées par le site Hoaxbuster.

6. Élaborer ensemble une définition plus fine de la rumeur telle qu'elle est véhiculée sur internet. Le groupe peut aussi ensuite en creuser les différents aspects grâce à de nouvelles recherches en sous-groupes.

## Prolongements

- soumettre aux jeunes d'autres rumeurs/infox en ligne, observer leurs réactions (les transfèrent-ils ? Les vérifient-ils ? ...) et en discuter avec eux pour évaluer leurs réflexes ;
- discuter avec eux de leur manière de participer à la dénonciation des rumeurs (commenter la publication, renseigner les sites de dénonciation, avertir les autres récepteurs de message...) pour prolonger de manière concrète leurs réflexions.

Collection Repères -  
carnet 5<sup>1</sup> pour  
djouer les pièges de  
la désinformation :  
fake news, pièges à  
clics, propagande...

<sup>1</sup> [www.csem.be/reperesfakenews](http://www.csem.be/reperesfakenews)



## Mais aussi...

A découvrir ! D'autres propositions d'activités autour des rumeurs et fake news.



### Quelques sites utiles

[www.hoaxbuster.com](http://www.hoaxbuster.com) : site francophone, Hoaxbuster permet aux internautes de vérifier la véracité d'informations publiées sur internet et d'y déceler potentiellement les canulars. Collaboratif, il présente les arguments validant ou non l'information. Il classe les fausses informations (les hoax) en sept catégories : désinformation, faux virus, légende urbaine, chaîne, humour, pétition, avis de recherche. Attention : le site Hoaxbuster n'est pas infaillible et peut aussi se tromper. Il faut garder son esprit critique en éveil.

[www.hoax-net.be](http://www.hoax-net.be) : équivalent belge de Hoaxbuster. Il classe également les informations en : fausses, partielles et vraies.

[www.lemonde.fr/verification/](http://www.lemonde.fr/verification/) : le Décodex est utile pour vérifier si la source d'information est plutôt fiable ou non. Attention : toutes les pages ne sont pas encore référencées et le Décodex ne fait que donner un avis.

[www.tineye.com](http://www.tineye.com) : site anglophone utile pour trouver la source d'une image et son véritable contexte d'énonciation. Attention : site en anglais. Il nécessite donc des connaissances linguistiques particulières ou un accompagnement par une personne compétente.

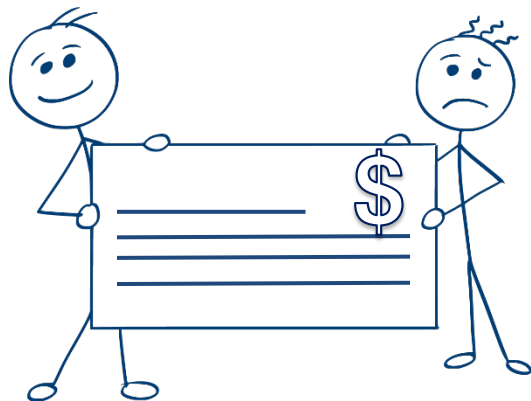
[www.pix.fr](http://www.pix.fr) : service public français en ligne d'évaluation, de développement et de certification des compétences numériques. Il permet par exemple pour un enseignant de laisser ses élèves participer aux activités en ligne qui demandent aux élèves d'aller rechercher des informations sur différentes pages du web pour pouvoir répondre à la question, d'apprendre le vocabulaire technique du numérique, d'utiliser Tineye...



## Pas du tout

Se lancer dans des projets d'éducation aux médias ne nécessite pas d'importants moyens techniques et financiers. Le matériel de la vie de tous les jours permet de mener de très bons projets : les quelques journaux qu'on a pris soin de garder après lecture, trois ou quatre revues, une radio portative, les archives ou extraits vidéos (re)trouvés en ligne sur les sites d'information ou sur les plateformes de partage de vidéos, ou encore grâce aux ordinateurs mis à disposition à l'école ou dans les communes (espaces publics numériques).

Ce qui importe en éducation aux médias, c'est de bien fixer les objectifs que l'on veut atteindre, surtout de savoir exactement où on veut mener les jeunes que l'on désire initier et de procéder régulièrement à une évaluation des expériences réalisées en y adaptant les choix technologiques nécessaires.



L'éducation aux médias relève aussi d'une bonne dose d'imagination et de créativité. Certes, l'apport de matériel informatique et audiovisuel plus perfectionné permettra d'envisager des activités plus élaborées comme, par exemple, la création de spots vidéo, la création d'une webradio pour enfants, la réalisation d'un jeu vidéo ou d'un petit journal... Mais la généralisation des ordinateurs, l'essor des smartphones et la démocratisation de logiciels et applications facilitent d'autant plus aujourd'hui les productions médiatiques\* dans le cadre d'activités d'éducation aux médias.

Il ne faut pas oublier que, malgré ces facilités technologiques, c'est au départ de choses simples que l'on initiera un public particulier à l'éducation aux médias et que l'on aiguisera son sens critique.

## Ressources

### Jouer pour décoder les médias

« Médias en jeux. 80 fiches pour vous jouer des médias », 1993.

Une série de fiches d'animation pour jouer tout en apprenant à décoder les médias (écrits, audiovisuels, informatifs, publicitaires...). La plupart des activités proposées sont courtes et souples d'utilisation.

[www.media-animation.be/-Les-medias-en-jeux-80-fiches-](http://www.media-animation.be/-Les-medias-en-jeux-80-fiches-)

### Repères

La collection "Repères" propose des pistes et montre qu'on peut partir de choses très simples pour éduquer

aux médias, tant pour les parents que pour les professionnels de l'éducation.

[www.csem.be/www.csem.be/collectionreperes](http://www.csem.be/www.csem.be/collectionreperes)

### Les compétences en éducation aux médias

Cette brochure propose un portefeuille d'activités pédagogiques variées.

[www.csem.be/competenceseneducationauxmedias](http://www.csem.be/competenceseneducationauxmedias)

### Balises pour un itinéraire en éducation au cinéma tout au long de la vie

Cette brochure propose des pistes de départ de réflexions et d'analyses sur des productions cinématographiques diverses pour différents publics.

[www.csem.be/cinematoutaulongdelavie](http://www.csem.be/cinematoutaulongdelavie)

## Mais encore...

Des ressources « bout de ficelles » permettent de pratiquer l'éducation aux médias partout, sans trop de matériel.



# Sonoriser une séquence de JT

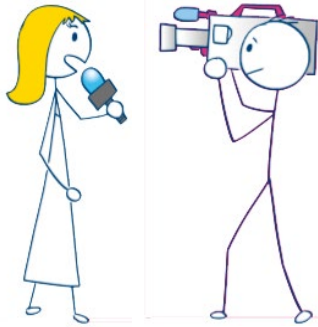
## Public cible

Dès 16 ans.

## Objectifs

Agir sur les langages et les représentations.

Inviter les jeunes adultes à produire eux-mêmes un commentaire d'actualité en s'informant de manière critique.



articles de presse écrite concernant le même sujet d'actualité<sup>1</sup>.

Un ordinateur équipé d'un logiciel de montage vidéo avec au minimum une piste son et un micro (par exemple : Shotcut, KDenlive, iMovie...)

## Application

1. Présenter aux jeunes une série d'images télévisées d'Euronews (séquences « no-comment ») et des journaux télévisés des chaînes généralistes concernant le même sujet d'actualité choisi. Attention : ces images sont présentées sans entendre les commentaires journalistiques.
2. Rechercher, par petits-groupes, des explications à travers différentes sources écrites (articles de presse, ouvrages de référence...).
3. Rédiger leurs commentaires propres par groupe en les adaptant aux images.

## Prolongements

- l'activité peut s'exercer dans l'autre sens : les jeunes entendent les commentaires audios et tentent de se représenter les images qui ont été utilisées ;
- analyser les choix d'images et de commentaires qui ont été faits selon les différentes chaînes, et tenter d'argumenter ces choix avec l'appui des six facettes de l'éducation aux médias (page 40).

## Mais encore...

D'autres activités autour de la télévision sont disponibles...

La RTBF<sup>2</sup> propose de nombreux outils pour décoder et participer aux médias (émissions, labs...)

## Madame, Monsieur Bonsoir

Le JT, c'est le rendez-vous médiatique par excellence, l'actualité sur un plateau d'argent. Et pourtant, le JT suscite de nombreuses questions que ce dossier de Média-animation veut aborder : quels sont les rapports entre info et réalité ? Comment l'information est-elle sélectionnée ? Quelles représentations véhicule-t-elle ? Quel est le rôle du public dans la réception de l'information ? La deuxième partie de ce dossier analyse dix séquences du JT, fournies sur un DVD grâce à un partenariat avec la RTBF.



[www.csem.be/media-animation-decoderdinformationtelevisee](http://www.csem.be/media-animation-decoderdinformationtelevisee)

<sup>1</sup> Disponibles sur les sites internet respectifs des chaînes choisies et sur [fr.euronews.com/](http://fr.euronews.com/)

<sup>2</sup> [www.rtb.be/entreprise/education-aux-medias](http://www.rtb.be/entreprise/education-aux-medias) et [www.rtb.be/info/inside](http://www.rtb.be/info/inside)



## Recette ?

Il n'y a pas de programme particulier ou de recette miracle pour éduquer aux médias. Cependant, il existe des attitudes et des démarches qui sont des règles d'or pour la réussite de la mission.

- **La curiosité** : une attitude ouverte et attentive à l'environnement qui nous entoure est le point de départ de notre relation aux médias, et par conséquent, de l'intérêt de l'éducation aux médias. Le désir de mieux comprendre les pratiques médiatiques actuelles et sans cesse mouvantes nous apporte des interrogations fécondes pour l'éveil de notre sens critique.
- **L'expérience médiatique** : chacun, qu'on soit adulte ou jeune, animateur ou animé, possède une expérience médiatique qui est au cœur de l'éducation aux médias. Les émotions suscitées par l'actualité, les pratiques autodidactes, les situations vécues... participent à notre relation aux médias. Il nous revient de décider où les intégrer : en point de départ, en motivation, au sein du débat, comme témoignage. L'important est de ne pas les nier dans le processus.
- **L'opportunité** : peut-être est-ce dans le cadre du rythme scolaire ou d'activités régulières que vous serez tentés de mettre en place les différentes activités d'éducation aux médias. Pourtant, tout d'un coup, une question d'un enfant surgit sans crier gare : « Monsieur, pourquoi à la télé hier soir, on a vu des

gens morts dans un bus ? ». Les émotions et les questions suscitées par l'actualité (médiatique ou personnelle) de chacun ne sont pas programmées dans l'agenda et deviennent des occasions de développer de nouvelles initiatives pédagogiques. Ces imprévus sont autant d'opportunités à une éducation aux médias dans les familles et dans les écoles.

- **Un certain « lâcher prise »** : il est impossible de tout contrôler dans le domaine des pratiques médiatiques. Le « lâcher prise » c'est renoncer à contrôler ce qui ne peut pas l'être, c'est mettre de côté une volonté, des attentes, désirs et projections pour mieux accepter les événements aléatoires de la vie. Doublé de la confiance, le « lâcher prise » participera à la réussite des principes éducatifs à l'égard des enfants et des élèves, l'objectif étant l'autonomie responsable.
- **Le débat** : dès qu'il est question de médias, il est question de points de vue. La mise en débat de ceux-ci favorise la création d'un échange constructif dans lequel il sera plus aisé pour chacun de se situer et d'aiguiser son sens critique.
- **La créativité** : couronnera votre initiative d'éducation aux médias. Beaucoup d'éducateurs aux médias relèvent l'importance de la production médiatique\* par les jeunes eux-mêmes (ou moins jeunes). Quoi de plus intéressant que de faire un journal télévisé en groupe ou de s'exprimer sur une webradio pour en comprendre les mécanismes ?

Les différentes **activités pédagogiques** présentes dans cette brochure sont autant d'**impulsions** pour vous aider à mettre le pied à l'étrier de l'éducation aux médias.

L'éducation aux médias met en jeu des connaissances liées à des pratiques, dans le but de l'appropriation de compétences par le jeune ou l'adulte afin d'atteindre les objectifs d'autonomie et de développement de l'esprit critique.

## Ressources

Médias & informations - 40 activités pédagogiques pour le secondaire

Qu'est-ce qu'un média ? Qu'est-ce que l'information ? Comment éduquer les élèves à distinguer une information fiable d'une information peu fiable ?

Ce livre de *Julien Lecomte et ACMJ* propose 40 activités pédagogiques pour aborder la presse écrite et en ligne, l'information en télé et en radio, les encyclopédies collaboratives, les réseaux sociaux en classe.

[www.csem.be/mediasetinformativitespedagogiques](http://www.csem.be/mediasetinformativitespedagogiques)

## Expériences de terrain

Chaque année, le CSEM lance un appel à projets thématique. 20 projets sont sélectionnés parce qu'ils développent une démarche d'éducation aux médias de qualité. Tous les élèves sont concernés... Voici trois démarches menées à l'école :



## En maternelle

De la photo au théâtre : « Viens vivre à travers nos yeux d'enfants toutes les émotions par le biais de l'image et des médias ». Exprimer nos émotions en utilisant les outils médiatiques. Transmettre nos émotions en réalisant des traces : saynètes, photos, films... [www.csem.be/de\\_la\\_photo\\_au\\_theatre](http://www.csem.be/de_la_photo_au_theatre)

## En primaire

Les super zanimaux ... à la poursuite des cartes postales. Réalisation d'un film d'animation en pâte à modeler sur base d'un tour du monde. [www.csem.be/lessuperzanimauxlapoursuitedescartespostales](http://www.csem.be/lessuperzanimauxlapoursuitedescartespostales)

## En secondaire

Création d'un web documentaire sur les côtés insolites d'une entité. L'objectif est de mettre en pratique les différentes notions vues au cours de technologie, par le biais de travaux de groupes répondant à des exigences à la fois techniques et artistiques, mais si possible aussi à des finalités concrètes et motivantes pour les élèves. La formule du webdocumentaire présente un attrait dans sa dimension novatrice et interactive pour les élèves.

[www.csem.be/creationdunwebdocumentairesurlescotesinsolitesduneentite](http://www.csem.be/creationdunwebdocumentairesurlescotesinsolitesduneentite)

## Mais encore...

De nombreuses pistes et activités sont proposées sur le site du CSEM.



## Public cible

Dès 7 ans.

## Objectifs

Il peut s'agir d'un projet de classe ou de groupe, voir même à l'échelle plus grande : un projet d'école ou d'association (maison de jeunes, collectif...). Dans ce cas, il peut être adapté sur quelques jours, voire à plus long terme (année scolaire). Il s'agit d'un projet complexe exigeant des tâches très variées. Ce projet oblige les jeunes à suivre toute une démarche : pour qui parle-t-on ? Comment intéresser notre public ? Que va-t-on lui dire ?

- impliquer différents groupes de jeunes dans une réalisation collaborative, aux compétences diverses et complémentaires ;
- rédiger des messages ;
- composer un paysage sonore d'accompagnement ;
- s'exprimer oralement ;
- manipuler différentes technologies et apprendre différents aspects techniques.

## Matériel

Outils d'enregistrement sonore (enregistreur numérique, logiciel de prise de son, micro...), un ordinateur avec connexion internet.

## Application

1. Réaliser différents enregistrements par petits groupes tout au long du projet (reportages sonores réalisés dans le cadre de différentes matières ou activités, morceaux de musique d'artistes en herbe ou d'artistes plus en vogue [Attention : se renseigner sur les droits d'auteur], des interviews, des enregistrements de rubriques régulières comme la météo ou l'information...) qui sont matière pour l'alimentation de la radio.
2. Diffuser les enregistrements (en un montage et/ou avec la présentation d'un « animateur-radio » ou non) via une webradio ou un podcasting.

Aujourd'hui, la tendance de projet radiophonique en éducation aux médias s'oriente vers une diffusion en ligne sous deux formes :

- la webradio : diffusion en streaming en direct des émissions et des rubriques, mais nécessite une connexion internet à très haut débit de qualité et un serveur de grande capacité ;
- le podcasting : les différentes matières sont montées (ou non) au sein d'un podcast, fichier sonore hébergé en ligne (site web de l'école, blog...) et consultable à tout moment.

La webradio permet un travail du « direct », intéressant en termes d'éducation aux médias. Le podcasting simplifie la démarche radiophonique. Dans ce type de

projet à moyen ou long terme, il est important d'évaluer à différents moments la démarche et les réalisations afin de réorienter le projet vers les bons objectifs, le cas échéant.

## Prolongements

- mettre en place un « comité de rédaction », composé des jeunes, qui travaillent eux-mêmes sur la ligne éditoriale, les événements, les répartitions du travail de la radio... ;
- réaliser un vrai journal imprimé ou en ligne. Les responsabilités des diverses rubriques sont confiées à tour de rôle à des équipes différentes. Ici aussi, de nombreuses compétences sont sollicitées. Plusieurs disciplines scolaires peuvent prendre part au projet (projets interdisciplinaires) ;
- rencontrer des professionnels : journalistes, techniciens, graphistes, metteurs en page...

## Mais encore...

La radio est un média très riche pour développer des activités d'éducation aux médias en lien avec les disciplines.



<sup>1</sup> [www.maisondelaradio.fr/page/lappli-franceinfo-junior](http://www.maisondelaradio.fr/page/lappli-franceinfo-junior)





### **La radio au service des apprentissages**

La réalisation et la diffusion de contenus audio sont facilitées par les outils numériques. Voici 3 séquences, adaptées aux élèves du fondamental, qui permettront de se familiariser avec ce média : raconter une histoire à la radio en mettant en voix et en sons un album, réaliser des bulletins météo radiophoniques et réaliser une revue de presse radiophonique.

[www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/la-radio-ou-media-au-service-des-apprentissages.html](http://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/la-radio-ou-media-au-service-des-apprentissages.html)

### **Radio Chocotoff**

Ce projet de radio d'école permet de travailler de nombreuses compétences de façon plus « ludique » et fonctionnelle, de donner un vrai sens aux apprentissages touchés par le projet.

[www.csem.be/communaut/fiche/radio\\_chocotoff](http://www.csem.be/communaut/fiche/radio_chocotoff)





# Est-il utile de se former alors que l'évolution des médias est si rapide ?

## Perte de temps ?

L'évolution des technologies numériques, et d'une grande partie des médias, se fait à une vitesse de plus en plus rapide. A peine les usages de certaines nouvelles technologies ou interfaces sont assez bien maîtrisés que quelque chose de totalement nouveau apparaît, avec ses propres objectifs, sa propre manière de fonctionner et sa propre utilisation. Dès lors, est-ce bien utile d'apprendre à être capable d'interagir à tous niveaux (utilisation manuelle, esprit critique...) avec les médias si ceux-ci n'arrêtent pas de changer ?

Oui bien sûr, c'est toujours utile et ce ne sera pas une perte de temps. L'éducation aux médias permet de développer des compétences globales, interdisciplinaires, qui peuvent être utilisées sur tout type de média, qu'il soit ancien ou nouveau, en adaptant bien entendu certains critères d'analyse.



L'important est d'apprendre à apprendre, d'être curieux et de (se) former pour pouvoir appréhender toutes les nouvelles formes de médias. C'est bien le rôle de l'éducation aux médias, qui, pour rappel, rend chaque individu capable de comprendre et d'agir dans la situation dans laquelle il se trouve lorsqu'il est destinataire, mais également aujourd'hui, producteur de messages médiatiques.

Bien qu'il soit impossible de prédire aujourd'hui les évolutions technologiques, les appropriations futures par les utilisateurs ou les influences sur les autres champs de la société (enseignement, culture, vie quotidienne...), il est nécessaire de rester attentif aux pratiques médiatiques de l'échelle locale à l'échelle internationale, et de développer petit à petit les outils et les attitudes qui conviennent.

Les trois centres de ressources (le Centre d'Autoformation et de Formation continuée, Média Animation asbl et le Centre AudioVisuel de Liège asbl) partenaires du CSEM accompagnent celui-ci dans certaines tâches au quotidien, mais proposent également des ressources, des outils et des formations en éducation aux médias.

Plus d'informations à la [page 39](#).

## Ressources

Le site [www.csem.be](http://www.csem.be) présente les différents centres de ressources et leurs outils, ressources, opérations et formations.

## Mais encore...

D'autres plateformes de ressources existent...



## Public cible

Dès 14 ans.

## Objectifs

- familiariser les jeunes avec la réalisation de communications (documentaire, fiction...) par l'image animée et le son ;
- questionner l'image animée, sa technologie et ses représentations ;
- pratiquer la pédagogie du projet et le travail en équipe.

## Matériel

Outils d'enregistrement sonore (enregistreur numérique, logiciel de prise de son, micro...), un ordinateur avec connexion internet.

## Application

1. Déterminer avec le groupe de jeunes le sujet de la vidéo : plutôt documentaire ou fiction ?
2. Diviser le groupe en sous-groupes, chacun d'eux ayant une partie de la réalisation à gérer : la recherche, le script, le tournage, le montage...
3. Rédiger le script, tourner et monter la vidéo.
4. Visionner la vidéo ensemble.
5. Mettre en commun les différentes étapes (facilités et difficultés, recherche, travail en groupe...) et ressentis durant la réalisation de la vidéo.

## Prolongements

Concours Vidéo (CAV Liège) : ce concours est une opportunité idéale d'apprentissage de la communication

par la vidéo. Il est aussi un questionnement sur l'image animée, sa technologie et ses représentations, tout en offrant aux étudiants une occasion de pratiquer la pédagogie du projet et le travail en équipe. Ce concours est ouvert aux classes de l'enseignement secondaire supérieur (4ème, 5ème et 6ème) et aux étudiants des départements pédagogiques des hautes écoles et de l'agrégation universitaire.

[www.cavliege.be/concours-video](http://www.cavliege.be/concours-video)

## Mais encore...

L'analyse créative de clips vidéo, publicités, fictions, documentaires permet de vivre des activités denses et riches. Des propositions concrètes...

Ecran large sur  
tableau noir<sup>1</sup>  
propose des films  
de qualité à prix  
réduits.

### Tournez jeunesse

Un projet vidéo, ça part souvent de rien : d'un désir de créer, d'un besoin de faire passer un message, d'une motivation créative, d'une envie de se mettre ensemble en projet...

Ce carnet de bord a pour vocation d'accompagner tout responsable de jeunes (enseignants, animateurs, parents...) dans la belle aventure d'un projet vidéo. Il aborde les différents aspects de ce type de projet, depuis le langage de l'image ou le montage jusqu'au budget ou la diffusion du produit fini.

Les asbl Action Ciné Médias Jeunes & Média-Animation, toutes deux actives dans le champ de l'éducation aux médias, ont mis en commun leurs expériences d'animation vidéo pour la réalisation d'un ouvrage pédagogique, simple et complet... à emmener sur le terrain. [www.csem.be/tournezjeunesse](http://www.csem.be/tournezjeunesse)



<sup>1</sup> [www.csem.be/ecranlargesurtableaunoir](http://www.csem.be/ecranlargesurtableaunoir)



# Quelles sont les opérations soutenues en éducation aux médias par le CSEM ?

Le CSEM soutient ou organise plusieurs opérations pour promouvoir l'éducation aux médias en Belgique francophone :

- **Ouvrir mon quotidien** : les élèves des écoles fondamentales et secondaires inscrites à "Ouvrir mon quotidien" coordonnée par LA PRESSE.be ont la possibilité de lire gratuitement la presse quotidienne. Un journal de bord soutien les activités.

[www.ouvrirmonquotidien.be](http://www.ouvrirmonquotidien.be)

- **Journalistes en classe** : cette opération, gérée par l'Association des Journalistes Professionnels (AJP), permet à des enseignants de faire appel, sans aucun frais et à la période qui leur convient, à des journalistes professionnels pour une rencontre avec les élèves. Un DVD, un carnet de l'élève et une brochure sont mis à disposition. Initiation au monde des médias, explication du métier de journaliste, discussion sur un sujet d'actualité, aide à la réalisation d'un média scolaire...



[www.csem.be/journalistesenclasse](http://www.csem.be/journalistesenclasse)

- **Appel à projets scolaires** : ce soutien est destiné aux classes de l'enseignement fondamental et de l'enseignement secondaire. Chaque année scolaire, un thème est proposé. Les écoles proposent un projet et, si elles sont sélectionnées, reçoivent un subside de 2000€ pour le mener à bien.

[www.csem.be/appelaprojets](http://www.csem.be/appelaprojets)

- **Ecran large sur tableau noir** : le centre culturel Les Grignoux de Liège organise chaque année des séances scolaires dans de nombreux cinémas en Fédération Wallonie-Bruxelles. Des films de qualité sont proposés à prix réduit aux classes de la maternelle au supérieur. Les films sont sélectionnés pour leur accessibilité mais aussi pour leurs qualités cinématographiques et les thèmes qu'ils abordent. Chaque enseignant qui participe à l'opération reçoit gratuitement un dossier pédagogique.

[www.csem.be/ecranlargesurtableaunoir](http://www.csem.be/ecranlargesurtableaunoir)

- **Le Prix du Mémoire et du TFE** : le CSEM propose aux étudiants inscrits dans une université ou une école supérieure organisée ou subventionnée par la Fédération Wallonie-Bruxelles de participer au « Prix du Mémoire ou du TFE ». Ce prix d'une valeur de 2000€

récompense un mémoire qui constitue une contribution originale à la compréhension et à la réflexion sur les enjeux éducatifs, pédagogiques, juridiques, économiques, sociologiques, politiques, culturels, technologiques ou créatifs de l'éducation aux médias.

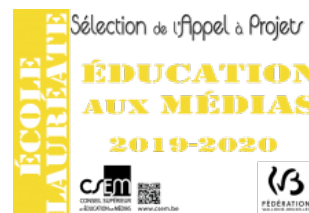
[www.csem.be/prixmemoire](http://www.csem.be/prixmemoire)

## Ressources

Le CSEM fonctionne également de concert avec trois centres de ressources (le Centre d'Autoformation et de Formation continuée de Tihange, le Centre AudioVisuel de Liège et Média Animation asbl), mais aussi avec de nombreux partenaires (la RTBF, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, PointCulture asbl, Child Focus...). Pour retrouver la liste complète des partenaires et les opérations, rendez-vous sur [www.csem.be](http://www.csem.be).

## Mais encore...

La Fédération Wallonie-Bruxelles propose d'autres opérations autour de l'éducation aux médias...





## Public cible

Dès 11 ans.

## Objectifs

- utiliser les techniques du web pour diffuser l'information auprès du plus grand nombre de lecteurs ;
- écrire différents types de texte : informatif, injonctif, persuasif, poétique, fictionnel... et le formater en tenant compte des spécificités du web (hiérarchie des titres, structures des paragraphes, insertion d'hypertextes...);
- illustrer le texte de manière adéquate avec une photo, un graphique, un son, une vidéo... ;
- utiliser la typographie adéquate en tenant compte des feuilles de style ;
- respecter les dispositions légales en vigueur dans ce contexte (droit à l'image, copyright...);
- gérer le blog : lire et valider un commentaire (rôle de modérateur), apporter une réponse écrite à une demande...



## Application

1. Analyser les médias en ligne : découvrir les fonctions d'une page d'accueil, étudier l'écriture hypertexte, observer les interactions dans les forums et s'interroger sur la place occupée par les intervenants, tester les effets des types d'illustration, découvrir les principales règles juridiques, construire une ligne de contraintes spécifiques et une charte d'utilisation.
2. Découvrir l'écriture web, le système et les fonctions spécifiques d'un blog.
3. Définir le public (pairs, parents, internautes...) et les possibilités d'interactions.
4. Définir le thème ou le contenu du blog.
5. Rédiger les textes (différents types), les illustrer (différentes formes d'illustrations à trouver ou à construire), mettre le tout en ligne.
6. Observer la vie du texte sur le blog, lire, accepter et éventuellement répondre aux commentaires en exprimant son opinion, écrire un commentaire sur la production d'un pair...
7. Débattre à propos du contenu du blog ou communiquer via celui-ci. C'est l'opportunité non seulement d'éduquer aux médias, mais aussi d'éveiller à la citoyenneté : s'exprimer, discuter, argumenter, respecter l'autre....

## Pour créer un blog

- Weebly : une plateforme de création et de gestion de site web basée sur le principe du glisser-déposer. [www.weebly.com](http://www.weebly.com)
- Wix : une plateforme en ligne qui permet de créer des sites web en HTML5 et leur version mobile. [fr.wix.com/](http://fr.wix.com/)
- Framasite est un service libre de création de sites web. [www.frama.site](http://www.frama.site)
- Google Sites est un produit au sein de GSuite permettant la création de sites internet ou collaboratifs proche du wiki. [gsuite.google.com](http://gsuite.google.com)

## Conseils

Quelques conseils pour construire un blog en classe.

[www.cndp.fr/crdp-dijon/Utiliser-le-blog-comme-un-outil.html](http://www.cndp.fr/crdp-dijon/Utiliser-le-blog-comme-un-outil.html)

## Prolongements

Inscrire cette activité tout au long de l'année dans l'étude des types de texte, dans la vie de la classe et de l'école (fêtes, classes vertes...), dans les projets scolaires (visite d'un musée, découverte de l'environnement...), dans toutes les disciplines (faire un rapport d'expériences scientifiques, raconter un personnage historique...), dans le suivi de l'actualité (réagir à l'actualité régionale, événement sportif...), dans les activités artistiques, dans des échanges de textes en langue étrangère...

## Mais encore...

Pouvoir s'exprimer sur internet est un véritable enjeu...





## S'informer sur l'éducation aux médias ?

Vous avez envie de mettre en place des initiatives d'éducation aux médias ? Vous désirez davantage de renseignements ? Vous souhaitez bénéficier des outils pédagogiques réalisés par le CSEM ?

N'hésitez pas à prendre contact avec le CSEM. Depuis de nombreuses années, il développe différents outils et opérations d'éducation aux médias à l'attention de publics divers. Institué sous la forme d'un Conseil supérieur en 2008, il est à présent composé d'une cinquantaine de membres, représentant des institutions diverses dans les domaines de l'enseignement, de la communication, du journalisme, de l'édition, de la radiotélévision, des médiathèques, du cinéma, de l'internet, des syndicats, des parents, de la jeunesse, de l'éducation permanente, du Conseil supérieur de l'audiovisuel et des centres de ressources en éducation aux médias. Autant de spécialistes et conseillers pour accompagner vos projets !

De plus, trois centres de ressources en éducation aux médias se tiennent à votre disposition afin de soutenir vos initiatives individuelles ou collectives.



Conseil supérieur de l'éducation aux médias  
Boulevard Léopold II, 44, bureau 6E635 <sup>1</sup>  
1080 Bruxelles  
Tél. : 02/413.35.08 - Fax. : 02/413.38.16  
contact@csem.be

[www.csem.be](http://www.csem.be)

Centre d'Autoformation et de Formation continue de  
la Communauté française  
La Neuville, 1 - 4500 Tihange  
Tél. : 085.27.13.60 - Fax. : 085.27.13.99  
direction@lecaf.be

[www.lecaf.be](http://www.lecaf.be)

Le Centre Audiovisuel Liège asbl  
Rue Beeckman, 51  
4000 Liège  
Tél. 04.232.18.81 - Fax. : 04.232.18.82  
contact@cavliege.be

[www.cavliege.be](http://www.cavliege.be)

Média Animation asbl  
Avenue Emmanuel Mounier 100 <sup>2</sup>  
1200 Bruxelles  
Tél. : 02.256.72.33 - Fax. : 02/245.82.80  
info@media-animation.be

[www.media-animation.be](http://www.media-animation.be)

<sup>1</sup> Bureau 6E630 à partir de janvier 2020.

<sup>2</sup> Rue de la Fusée 62, 4ème étage - 1130 Bruxelles à partir de janvier 2020.

## Public cible

Dès 8 ans.

## Objectifs

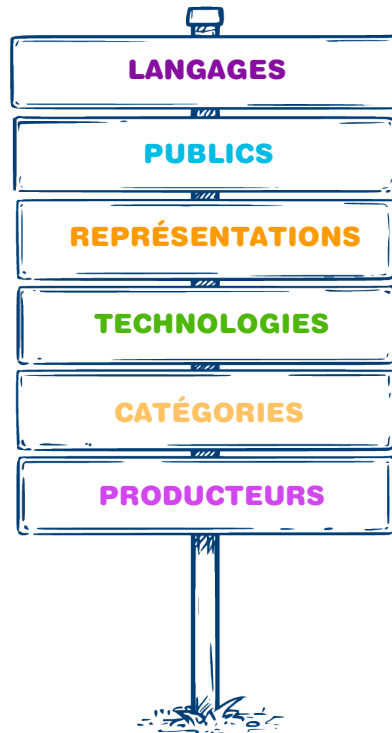
- fournir un dispositif d'analyse de tout document médiatique ;
- sensibiliser tout public grâce aux six dimensions à se poser des questions sur les motivations, les enjeux, les choix inhérents à toute production médiatique.

## Matériel

Un document médiatique : article de journal, séquence du JT, fiction sonore, roman photos, extrait de film, photo de presse, caricature...

## Application

Le choix du document médiatique sera orienté selon le public avec



lequel on travaille, ce qui alliera l'intérêt à la pertinence.

Présenter le document médiatique dans son contexte et en guise d'introduction à l'activité.

Passer le document au crible d'une ou de plusieurs des six dimensions d'éducation aux médias ensemble ou en petits groupes (cf. encadré [page 41](#)).

Dresser une synthèse (après la mise en commun) pour ce document médiatique.

Répéter l'opération avec un ou plusieurs autres documents médiatiques et d'autres dimensions.

Réaliser une synthèse globale pour articuler les six facettes car chaque thème ne prend complètement son sens que lorsqu'il est connecté à plusieurs autres. Par exemple, on ne peut étudier les

Une production médiatique est une production, une création, une fabrication d'un média (texte, image, son, habit...) ayant pour but (explicite ou implicite) de transférer un message, une communication, de la part d'un destinataire vers un destinataire. Par exemple, un journal papier d'information ou un de ses articles est une production médiatique.

publics si on ne sait pas à partir de quelles technologies on les atteint.

## Prolongements

Prendre conscience de ces six dimensions oriente également le travail de production que l'individu peut être amené à médiatiser. La

réflexion sur le public cible, les technologies, les représentations... participent à la préparation d'une production médiatique.

## Mais encore...

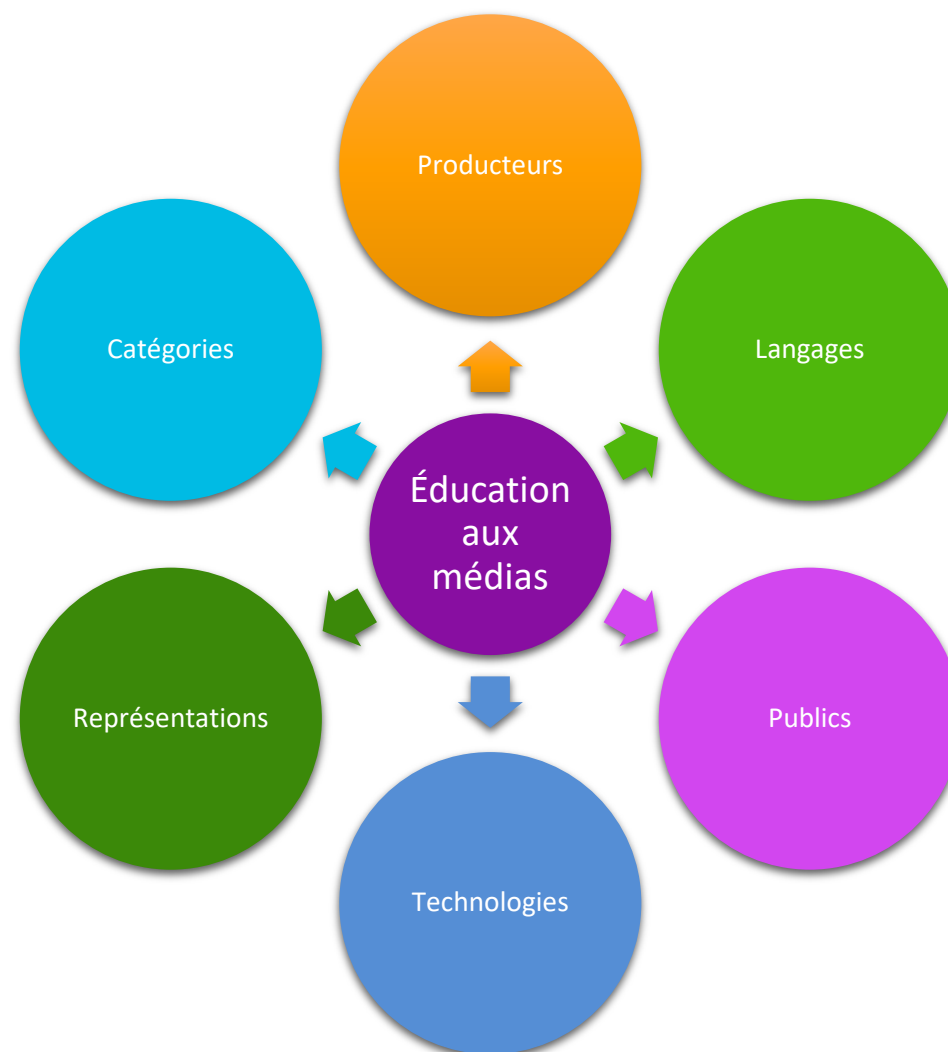
A découvrir : des activités d'éducation aux médias autour des six dimensions...





L'analyse critique des médias peut s'appuyer sur six dimensions qui interagissent entre elles

- **Les producteurs** : il est important de connaître le monde de la production médiatique, mais aussi de prendre en considération toutes les formes de fabrication de message audiovisuel, jusqu'aux plus artisanales. Qui sont les producteurs ? Sont-ils totalement indépendants ou font-ils partie d'un groupe plus large ? Si oui, quel est ce groupe ? Ces producteurs sont-ils empreints d'un courant philosophique ou politique particulier ? Où trouvent-ils leurs moyens financiers et techniques leur permettant de maintenir la production à cadence égale ? ...
- **Les langages** : les messages faits de textes, de sons ou d'images sont complexes. Ils sont constitués de multiples éléments agencés en vue de produire une signification (cadre, décor visuel et sonore, mise en page...). L'approche, l'analyse, la compréhension de ces langages sont essentielles si l'individu veut être en mesure de décoder l'information reçue et d'en percevoir les subtilités et éléments non-verbaux.
- **Les technologies** : les technologies sont les appareillages utilisés en communication visuelle et sonore. L'objectif à atteindre se situe à deux niveaux : d'une part l'utilisation du matériel courant lié à la vie quotidienne et d'autre part, la découverte de technologies de pointe, de technologies nouvelles en constante mutation.
- **Les représentations** : à la fois la manière avec laquelle tout document médiatique désigne les choses dont il parle (événements, personnes, objets, situations...) en les mettant en scène et l'effet obtenu sur la perception par le public. Il s'agit de percevoir l'influence que les médias peuvent exercer sur la représentation.
- **Les publics** : réfléchir à la démarche par laquelle un lecteur, un « gamer », un auditeur, un spectateur ou un internaute perçoit un document médiatique en fonction de sa formation, de son vécu culturel, de ses centres d'intérêt, de son âge...
- **Les catégories ou typologies** : pour comprendre des documents médiatiques, il est important de les classer dans des catégories suivant leur contenu (politique, sport, actualité...) ou leur genre (documentaire, fiction, film d'animation...). Cependant, ces catégories ne sont pas homogènes et elles résultent elles-mêmes de différentes approches. L'objectif est de rendre les jeunes (et moins jeunes) capables de caractériser les documents qu'ils découvrent et, en même temps, de leur faire prendre conscience du caractère relatif de toute classification. Cette information sur Wikipédia est-elle à caractère scientifique, à caractère publicitaire ou une dramatisation d'un événement ? Ou encore, cette information à la télévision est-elle traitée de manière répétitive ? S'agit-il d'une information d'actualité à rebondissements multiples ou d'une série ? Est-ce un reportage ou une fiction ? ...





## \*Lexique

**QR code** : acronyme de Quick Response Code, il contient plus d'informations que le code barre grâce à un codage en 2D. Il est lisible par les téléphones portables et tablettes et permet entre autres d'accéder à une page web.

**Médias en réseaux** : sont tous les contenus publiés sur internet. Aujourd'hui, tous les médias convergent vers les réseaux : articles divers, clips, musique, radio, télévision...

**Algorithme** : c'est une suite d'opérations qui permettent de résoudre un problème. Sur internet, les algorithmes servent surtout à classer et catégoriser afin de proposer à l'internaute des contenus susceptibles de l'intéresser.

**Big data** : ce terme désigne des bases de données gigantesques au point que pour les traiter, les algorithmes sont indispensables. Ces données et leur traitement nous concernant ont un impact important sur nos usages en ligne.

**Adresse IP** : le numéro d'identification de tous les appareils connectés à un réseau qui utilise le protocole internet.

**Blog** : une sorte de site web utilisé pour la publication régulière d'articles ou contenus personnels ou d'actualité autour d'un sujet précis. Les contenus sont aujourd'hui de tous types médiatiques.

**Widget** : application interactive qui permet l'affichage d'informations variées (calendrier, météo, commentaires...) ou l'accès à des services (liens, actualités...)

**Langages médiatiques** : Les langages médiatiques sont des langages particuliers utilisés dans le contexte des médias de masse (journaux, cinéma, radio, télévision, réseaux sociaux...)

**Littératie médiatique** : compétences qui permettent d'accéder, analyser et comprendre l'ensemble des médias.

**Production médiatique** : production, création, fabrication d'un média (texte, image, son, habit...) ayant pour but (explicite ou implicite) de transférer un message, une communication, de la part d'un destinataire vers un destinataire.

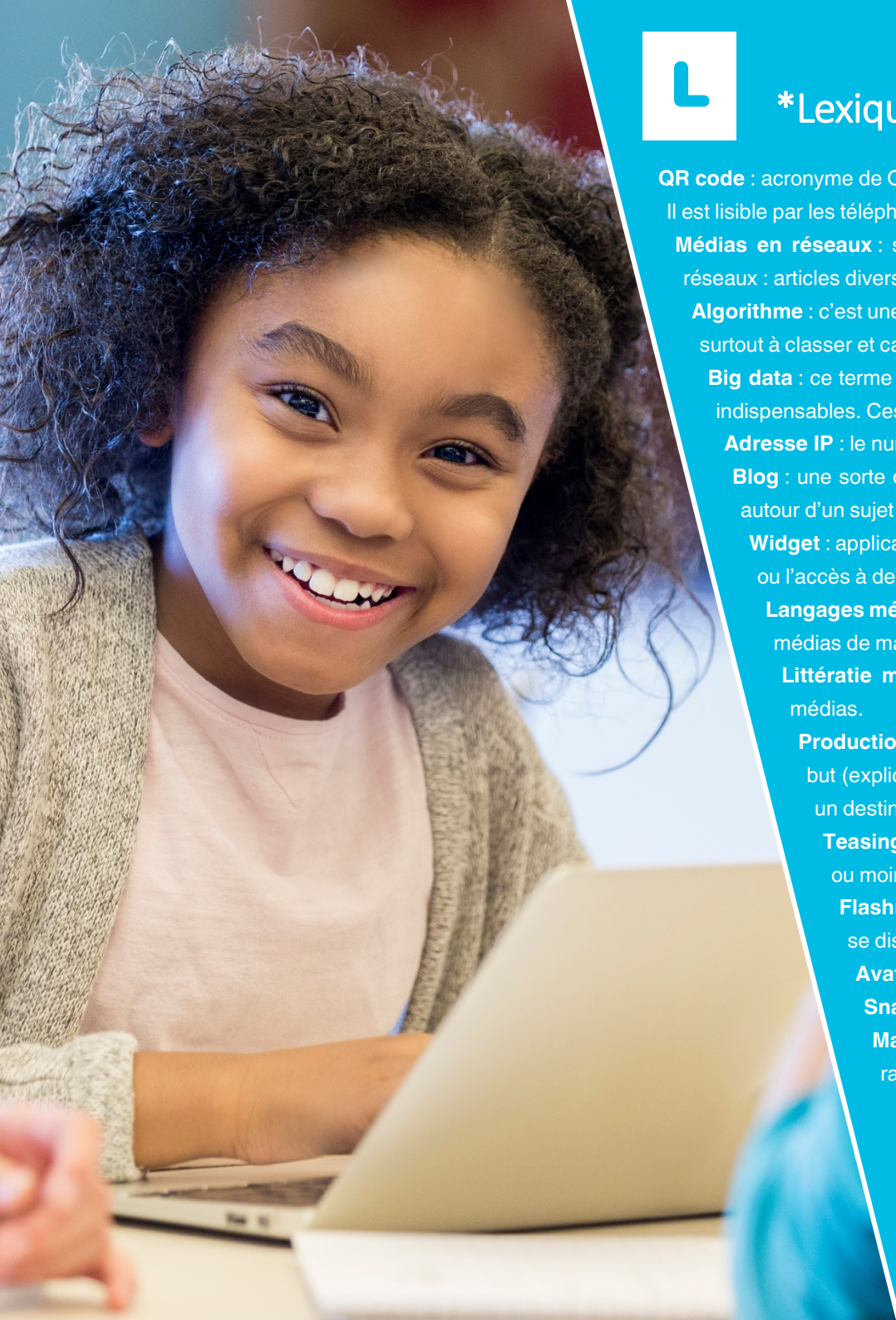
**Teasing** : procédé publicitaire qui cherche à éveiller la curiosité du public par l'emploi de contenus plus ou moins énigmatiques.

**Flashmob** : rassemblement public de personnes dans le but d'effectuer une prestation courte avant de se disperser. Souvent filmé et mis en ligne.

**Avatar** : la représentation informatique d'un internaute.

**Snapper** : utilisateur du réseau social Snapchat.

**Mass-média** : Ensemble des techniques et supports de diffusion massive de l'information (presse, radio, télévision, cinéma...).

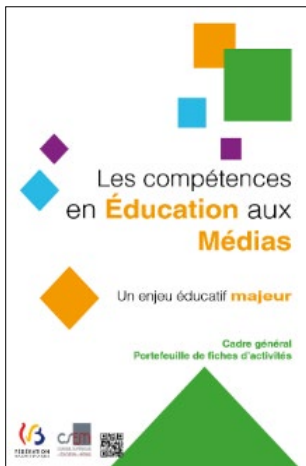


## Les compétences en éducation aux médias

### Le Cadre général :

Unique en son genre, le cadre référentiel des compétences détermine les compétences clés en éducation aux médias et s'adresse avant tout à un public déjà averti, auquel il appartiendra de le décliner et de l'assortir de pratiques pédagogiques concrètes en fonction de la variété des publics de l'éducation aux médias.

### Le portefeuille d'activités pédagogiques :



Le supplément au Cadre de compétences offre à tout éducateur des exemples concrets de mise en œuvre d'activités d'éducation aux médias. Ce document ajoute au cadre de référence des compétences en éducation aux médias les illustrations de ce qui peut se faire concrètement sur le terrain. 13 fiches d'activités détaillent les ancrages possibles du projet dans le cadre général de compétences, de manière à montrer comment ce cadre peut baliser les activités et fournir les repères nécessaires à l'évaluation des élèves. Chacune de ces 13 propositions constitue un ensemble de séquences pédagogiques dont la réalisation se fera tantôt à moyen, tantôt à long terme.

Ces fiches constituent des modèles et font comprendre à quel point le cadre de compétences est riche en repères pour savoir en quoi ce que l'on fait trouve bien sa place dans l'éducation aux médias.

## Comprendre la publicité

"Comprendre la publicité" a pour objectif l'acquisition et la maîtrise de clés permettant aux élèves de développer un regard critique sur les messages publicitaires. L'outil est conçu pour répondre aux besoins des enseignants et des éducateurs qui souhaitent

concevoir des activités pour les jeunes. Il consiste en un DVD complètement interactif, des liens hypertextes renvoyant tantôt vers les fiches d'activités et de ressources, tantôt vers des publicités. Sorti en 2008, l'exploitation pédagogique proposée reste pertinente et d'actualité.

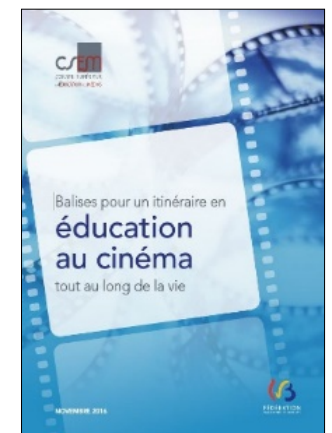
Chacun pourra adapter les séquences pédagogiques selon son public, le nombre de séquences qu'il souhaite y consacrer, la discipline enseignée et le projet à mener. Cet ensemble de ressources pédagogiques comprend : 15 chapitres qui analysent les différentes facettes de la publicité, 18 fiches d'activités destinées à l'enseignement fondamental, 6 fiches de ressources à exploiter dans l'enseignement secondaire et un florilège de publicités libres de droit illustrant les fiches ou à exploiter en classe.



## Balises pour un itinéraire en éducation aux médias

L'éducation à la démocratie et au « vivre ensemble » fait incontestablement partie des missions de notre système éducatif et scolaire et parmi les instruments utiles dans cette perspective, le cinéma, média séduisant et facilement accessible, est susceptible de provoquer le débat et la réflexion.

Uniques en Fédération Wallonie-Bruxelles, les "Balises pour un itinéraire en éducation au cinéma tout au long de la vie" présentent un parcours citoyen en matière d'éducation au cinéma au travers de 26 expériences cinématographiques réparties en tranches d'âge et reposant sur trois pôles autonomes et complémentaires : découvrir une diversité de films, analyser des films dans toutes leurs dimensions et mener des activités préparatoires à la réalisation d'un film.



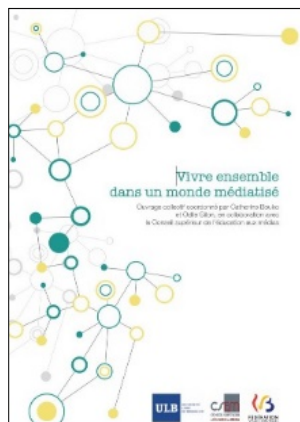


Chaque chapitre propose plusieurs expériences, au départ très simples et se complexifiant au fil de l'âge. Ces expériences sont illustrées par différents exemples d'activités. Des ressources techniques et des prolongements créatifs sont également prévus pour permettre d'aller plus loin dans la démarche.

Sensibiliser le citoyen à l'éducation au cinéma, c'est le préparer à dépasser son rôle de spectateur-consommateur et l'amener à se forger un esprit critique et responsable, que ce soit en qualité de spectateur ou de producteur.

**Sensibiliser le citoyen à l'éducation au cinéma**, c'est le préparer à dépasser son rôle de spectateur-consommateur et l'amener à se forger un esprit critique et responsable, que ce soit en qualité de spectateur ou de producteur. Voici ce que cette brochure vous invite à baliser.

## Vivre ensemble dans un monde médiatisé



Les événements dramatiques qui ont marqué l'année 2015, tant en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique, sont à la source de cet ouvrage. Les difficultés rencontrées par les enseignants et éducateurs devant des classes plongées dans l'émotion et divisées par des réactions contradictoires et la propension à la haine dans certains discours médiatiques et politiques ont convaincu l'ULB (Université Libre de Bruxelles) et le CSEM de croiser les regards et de s'associer pour proposer l'édition d'une ressource éducative ambitieuse et collaborative.

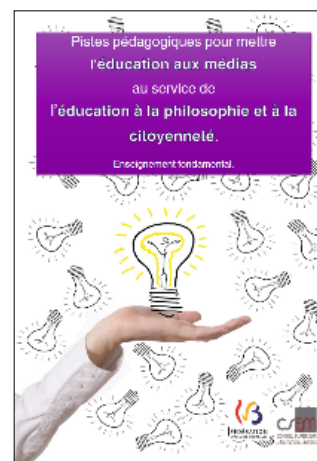
Cet ouvrage collectif, coordonné par Catherine Bouko et Odile Gilon, est le fruit de la collaboration d'un petit groupe de professeurs et de chercheurs (ULB, UCL, ULg, Université de Cardiff) avec des spécialistes de l'éducation aux médias, des enseignants du secondaire et des étudiants qui ont décidé de rassembler leurs expertises pour réfléchir sur quelques-unes des notions fondamentales qui forment les piliers de nos

sociétés démocratiques, et fournir les supports nécessaires pour conduire ces réflexions en classe : liberté de pensée et de culte, liberté de la presse, laïcité, esprit critique, égalité de traitement des individus.

## Pistes pédagogiques pour mettre l'EAM au service de l'EPC

Le Conseil estime que notre connaissance du monde, notre identité, nos relations à autrui sont tellement conditionnées par nos usages médiatiques qu'il est important et logique de donner à ces derniers une place de choix dans les thèmes abordés par l'EPC, et c'est dans ce sens que ces brochures veulent mettre en évidence la fertilité de la mise en œuvre des compétences en éducation aux médias dans diverses démarches de questionnement philosophique et citoyen.

Le CSEM a conçu deux outils croisant les compétences en éducation aux médias et en éducation à la philosophie et à la citoyenneté. Il en découle une large palette de pistes et d'activités pédagogiques permettant aux enseignants de développer avec leurs élèves des clés pour saisir les enjeux médiatiques contemporains et se positionner comme citoyen actif, émancipé, critique et solidaire.



## Collection « Repères »

### Comment prévenir le cyberharcèlement par l'éducation aux médias ?



Un rapport des Nations Unies de 2016 montre que les enfants et les adolescents qui sont victimes de brimades préfèrent parfois ne pas signaler ces incidents à leurs parents et professeurs ou à d'autres adultes, soit parce qu'ils ont peur des représailles, soit parce qu'ils craignent, dans le cas d'un harcèlement en ligne, de se voir interdire l'usage de leur ordinateur, d'internet ou de leur téléphone mobile.

Depuis quelques années, le phénomène du cyberharcèlement est interpellant. Les études divergent sur l'importance des nouveaux médias dans le harcèlement en général mais il est certain qu'ils ont ouvert la voie à une nouvelle façon de s'exprimer, ou de harceler.

Pour faire face à ce phénomène, le CSEM propose au travers de ce premier carnet de la collection "Repères" des pistes concrètes de prévention pour accompagner les enfants, et les jeunes, dans leurs usages d'internet sous toutes ses formes.

### Qui suis-je sur le web ? Construire son identité numérique

Internet et les réseaux sociaux permettent à leurs utilisateurs de partager des données de différents types, tant au niveau des contenus (actualités, divertissement, vie quotidienne...) que des formats (vidéos, photos, sons, textes). Une fois mises en ligne, ces données laissent des traces qui peuvent permettre de les retrouver même après leur effacement par leur auteur. D'autant plus si celles-ci ont été relayées par des tiers.

L'identité numérique d'une personne est composée de toutes les informations présentes à son sujet sur internet : ce que je montre (photo...), ce que je dis ou on dit de moi (commentaire, publication...), ce que je fais sur internet (achat, recherche d'information...) et ce que je laisse comme traces sur internet (adresse IP, géolocalisation...). Pour faire face à ce phénomène, le CSEM propose au travers de ce carnet des pistes concrètes de prévention pour accompagner les enfants, et les jeunes, dans leurs usages d'internet sous toutes ses formes.



### S'exprimer sur internet dans le respect d'autrui et de façon responsable

La liberté d'expression est le droit de toute personne d'exprimer ce qu'elle pense, ce qu'elle ressent, quel que soit le moyen utilisé (en écrivant, en dessinant, en parlant, en chantant, en dansant, en communiquant via les réseaux sociaux...), mais c'est aussi le droit à être informé et à pouvoir diffuser des informations.

Grâce à internet, de nombreux nouveaux outils d'expression existent : les réseaux sociaux, les messageries connectées, les plateformes de partage médiatique. Ces outils sont accessibles par tous. Inutile de savoir coder ou de payer. Ils sont intuitifs et proposent différents formats de communication. Ces outils permettent une diffusion à large échelle mais aussi de dialoguer directement avec des personnalités publiques comme des politiques, des chanteurs ou des sportifs. Il est donc nécessaire d'encourager et d'accompagner les enfants et les jeunes pour qu'ils jouissent de leur liberté d'expression, tout en connaissant les habitudes de ces médias.



Le CSEM propose des pistes concrètes pour aider les enfants et les jeunes à appréhender et utiliser leur liberté d'expression à bon escient. Ce carnet s'adresse aussi bien aux parents qu'aux professionnels de l'éducation et de l'animation.

### Comment s'y retrouver dans le flux d'informations sur internet ?



Le flux d'informations, c'est la diffusion et le partage de publications sur les sites internet, les sites d'actualités, les médias sociaux, les blogs...

Les ados sont surtout sur Facebook, Twitter et Instagram. Ils communiquent aussi via des messageries instantanées comme Facebook Messenger, Skype, Snapchat et WhatsApp... Il n'est pas toujours aisé de distinguer une information d'une opinion, une rumeur, une publicité... sur internet. Hiérarchiser ce flux continu d'informations

demande une certaine prise de recul. Comment en effet déterminer quand une nouvelle, un post, est fiable, erroné, important ou futile ?

Le CSEM propose des pistes concrètes pour aider les enfants et les jeunes dans la construction de leur identité numérique. Ce carnet s'adresse aussi bien aux parents qu'aux professionnels de l'éducation et de l'animation.

### Déjouer les pièges de la désinformation : fake news, pièges à clics...

La tempête Irma a provoqué un raz-de-marée de requins aux Caraïbes, l'ancien directeur de campagne d'Hillary Clinton est impliqué dans un réseau pédophile qui utilise une pizzeria comme couverture, le réchauffement climatique est une fable inventée par la Corée du Nord pour nuire à l'économie américaine, l'Arabie saoudite a

financé Macron pendant la campagne présidentielle française ... En surfant sur internet, nous avons tous croisé ce genre d'informations surprenantes. Peut-être même les avons-nous partagées avec nos « amis » sur les réseaux sociaux. Il s'agit pourtant de fausses nouvelles fabriquées de toute pièce dans le but, par exemple, d'influencer nos choix politiques ou de nous attirer vers un site commercial.

Le CSEM propose des pistes concrètes pour accompagner les jeunes dans leur usage des réseaux sociaux et développer leur esprit critique face à la problématique complexe de la désinformation.

### Big data : comment les algorithmes influencent notre usage d'internet ?

Les Belges passent en moyenne plus de quatre heures par jour sur internet et y laissent des traces : les achats réalisés, les photos partagées, les vidéos consultées, les messages, l'endroit depuis lequel nous surfons... Nos informations nourrissent d'énormes bases de données (big data). Pour traiter ces informations, les entreprises utilisent des algorithmes qui décident de ce qui apparaîtra ou non dans Google, sur Facebook, dans les publicités ciblées et suggestions de livres, musiques ou films.



Sans ces services, nous passerions beaucoup plus de temps à trouver l'information mais l'objectif est d'influencer nos comportements dans un but commercial, nous pousser à consommer des produits ou passer plus de temps sur des sites.

Le CSEM propose des pistes concrètes pour comprendre et tenter de maîtriser l'influence du big data et des algorithmes sur notre vie en ligne.





## L'éducation aux médias en 12 questions

L'éducation aux médias, qu'est-ce que c'est ? Qu'est-ce qu'on entend par « **éduquer aux médias** » ? Pourquoi est-ce important ? Est-ce difficile, coûteux financièrement et/ou temporellement de mettre en place des activités d'éducation aux médias ? ...

Les questions que l'on se pose sur l'éducation aux médias peuvent être nombreuses et se basent généralement sur des idées reçues. Cette brochure permet d'obtenir des réponses à 12 questions souvent posées au sujet de l'éducation aux médias et de déconstruire certaines idées préconçues.

Cette brochure contient :

- des **réponses concrètes** aux questions posées ;
- **12 activités pédagogiques** de natures diverses et pour des publics différents afin de pouvoir commencer l'aventure de l'éducation aux médias ;
- des **ressources** ;
- des **contacts**.

Retrouvez toutes nos ressources sur [www.csem.be](http://www.csem.be)

Conseil supérieur de l'éducation aux médias – oct. 2019

**CSEM**

Boulevard Léopold II, 44 – 6E630

1080 Bruxelles

[www.csem.be](http://www.csem.be) – [contact@csem.be](mailto:contact@csem.be)

