

SEMAINE DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS 2023

Apprends-moi les médias

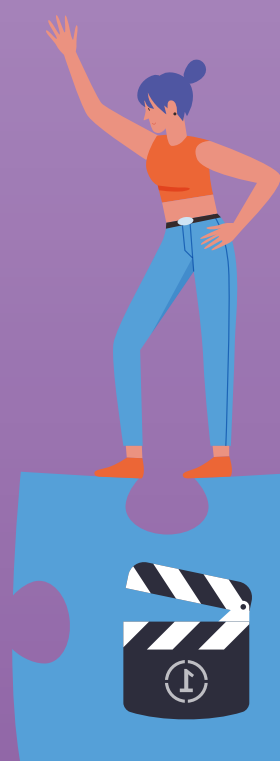
RESSOURCES, TÉMOIGNAGES ET ACTIVITÉS





CETTE BROCHURE EST LE FRUIT DE LA COLLABORATION
DE MEMBRES DE LA DIRECTION D'APPUI DU CSEM :

Tatiana Debrabandere - Chargée de projets
Emilie Dupuis - Chargée de mission
Sébastien Grau - Chargé de mission (coordination)
Aude Lavry - Chargée de communication
Catherine Soudon - Chargée de mission
Patrick Verniers - Directeur



Préface

Dans notre monde ultra médiatisé, de nouvelles pratiques émergent et évoluent en permanence : explosion du nombre de créateurs et créatrices de contenus sur les réseaux sociaux, développement exponentiel des intelligences artificielles, propagation toujours plus rapide de l'information (et de la désinformation), etc. Toutes ces évolutions cohabitent avec des questionnements inévitables sur les enjeux éthiques et économiques des médias et nécessitent donc des échanges toujours plus éclairés et documentés entre les jeunes et les moins jeunes.

Le rôle de l'éducation aux médias est donc plus primordial que jamais pour donner les clés de compréhension et de réflexion, permettre d'expérimenter la production des médias dès le plus jeune âge, tout au long de la jeunesse - et de la vie - pour que chacune et chacun puisse mobiliser les compétences indispensables à l'exercice d'une citoyenneté active. C'est d'ailleurs pour répondre à cette nécessité que le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles a fait de l'éducation aux médias l'une de ses priorités, traduite dans le Plan Éducation aux médias de la FW-B¹.

C'est aussi dans ce contexte que s'organise la première édition de la semaine de l'éducation aux médias à l'école et dans le secteur de la Jeunesse. Du 14 au 22/10/2023, plus de 150 activités sont proposées aux groupes d'enfants/jeunes de la Fédération Wallonie-Bruxelles : visites de médias et accueil de journalistes en classe, animations centrées sur l'analyse et/ou la production de médias, ciné-débats, etc. Toutes ces initiatives ont pour objectif d'initier ou de renforcer des démarches permettant à chacun et chacune de pouvoir aborder, décoder et produire des médias.

Bonne découverte
et bonne semaine de l'éducation aux médias

Bénédicte Linard

**Vice-Présidente et Ministre des Médias
du Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles**



¹ Pour un développement complet des actions de ce plan: https://www.csem.be/sites/default/files/2022-01/Plan%20EAM_mis%20en%20page_FGL_FCO.pdf.

Table des matières

PRÉFACE	3
---------------	---

INTRODUCTION	5
--------------------	---

APPRENDS-MOI LES MÉDIAS

ÉDIFIER AUX MÉDIAS : NOTIONS, POSTURE	6
---	---

Qu'est-ce que l'éducation aux médias ?	6
--	---

Comment éduquer aux médias ?	7
------------------------------------	---

<i>Engager le public dans une démarche de production</i>	7
--	---

<i>Et la posture de l'éducateur-riche aux médias ?</i>	7
--	---

<i>Avec quel matériel ?</i>	7
-----------------------------------	---

DES PROJETS D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS : TÉMOIGNAGES	8
--	---

QUELQUES RESSOURCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS	10
---	----

VIVONS ENSEMBLE UNE ACTIVITÉ D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

CONTEXTUALISATION ET EXPLICATIONS	16
---	----

VISITE D'UN MÉDIA / RECEVOIR LA VISITE D'UN-E JOURNALISTE EN CLASSE	19
---	----

L'IMAGE FIXE	25
--------------------	----

Activité 1 : Une image de mon école.	26
---	----

Activité 2 : Réaliser une exposition photo d'un lieu.	29
--	----

Activité 3 : Créer une affiche publicitaire pour faire la promotion d'un événement.	33
--	----

Activité 4 : Réaliser un photo-reportage dans mon quartier.	36
--	----

LA VIDÉO	39
----------------	----

Activité 1 : Réaliser un (web)documentaire sur ma ville/mon village.	40
---	----

Activité 2 : Réaliser une publication sur les réseaux sociaux de manière responsable	43
--	----

QUELQUES NOTIONS POUR MIEUX ABORDER L'EAM	47
---	----

Le traitement de l'image.	48
--------------------------------	----

La légende	48
------------------	----

Le langage publicitaire	49
-------------------------------	----

Le droit à l'image	49
--------------------------	----

L'interview	50
-------------------	----

La vidéo	50
----------------	----

Introduction

Cette brochure s'adresse aux responsables des groupes d'enfants et de jeunes en milieu scolaire et dans les différents organismes de jeunesse. Elle leur propose d'aborder différents enjeux et thématiques de l'éducation aux médias de diverses manières.

Après une brève présentation théorique de l'éducation aux médias et de la posture de l'éducateur·rice aux médias, des témoignages illustrent les enjeux mis en évidence. Des ressources sont également proposées au·à la lecteur·rice pour approfondir un thème, une activité ou, pourquoi pas, mener un projet de plus grande ampleur avec des enfants/jeunes. Enfin, quelques propositions concrètes à vivre en groupe permettront à chacun·e d'expérimenter, sur le terrain, une activité d'éducation aux médias.

La thématique de cette première édition – « Apprends-moi les médias » - met en évidence des notions fondamentales en éducation aux médias. Celle-ci vise en effet à donner à chacun·e des clés pour mieux appréhender - et réfléchir sur - le monde qui l'entoure. Malgré leur apparente simplicité d'utilisation, apprendre les médias nécessite une maîtrise progressive et régulière de leurs codes, tout au long de la vie.

Eduquer aux médias, c'est aussi apprendre des autres et aux autres pour tisser du lien, instaurer un dialogue entre les enfants/jeunes et l'animateur·rice/l'enseignant·e, et, plus largement, entre les générations/cultures. Les usages de chacun·e sont les bases de ce dialogue pour mieux comprendre les pratiques de l'autre et faire évoluer les siennes.

Cette thématique vient donc renforcer l'idée selon laquelle l'éducation aux médias est une opportunité d'exercer une citoyenneté responsable, active, critique et solidaire.

Nous espérons que cette brochure vous permettra de mieux comprendre les enjeux de l'éducation aux médias mais également d'y trouver des ressources, des inspirations ou même d'expérimenter une activité avec un groupe.



APPRENDS-MOI LES MÉDIAS

Éduquer aux médias : notions, posture

Qu'est-ce que l'éducation aux médias ?

Selon le Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM) :

L'éducation aux médias est l'ensemble des pratiques visant le développement des connaissances, des compétences et des pratiques médiatiques de leurs bénéficiaires[...] dans le but de rendre ceux-ci actifs, autonomes, critiques, réflexifs et créatifs dans leurs usages des médias.

[...]Elle concerne toutes les formes de communication médiatisée, publiques ou privées, informatives, persuasives, divertissantes, ludiques, culturelles ou sociales. Elle couvre par conséquent toute la diversité des médias : notamment la télévision, la presse, la radio, les podcasts, le cinéma, les réseaux sociaux, les plateformes et les jeux vidéos, ...

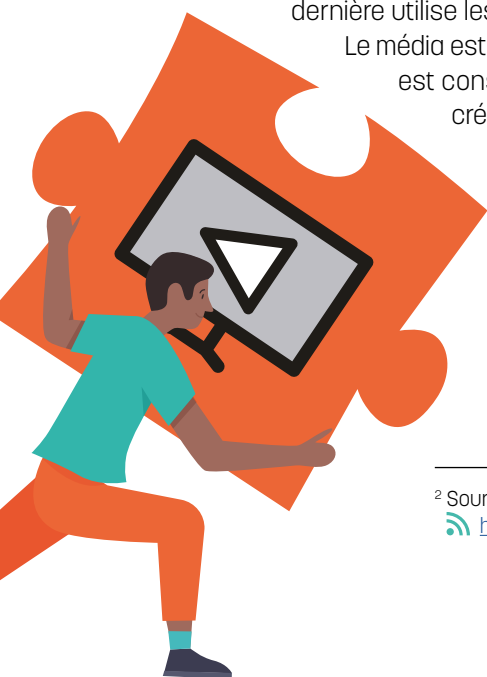
Elle rend ainsi ses bénéficiaires aptes à faire usage des médias en tant que destinataire, usager, créateur ou contributeur. L'éducation aux médias leur permet de considérer les médias comme des constructions techniques, informationnelles, économiques, culturelles et sociales complexes qui contribuent à façonner la réalité sociale. De cette façon, elle leur permet de déconstruire les représentations qu'ils véhiculent, d'exercer sur eux un jugement critique et de développer une posture réflexive sur leurs propres usages et représentations².

L'éducation aux médias se définit aussi souvent par sa différence avec l'éducation par les médias. Cette dernière utilise les médias pour apprendre un contenu (en mathématiques, sciences, histoire, etc.).

Le média est alors vu comme un moyen d'apprentissage. Avec l'éducation aux médias, le média est considéré dans ses trois dimensions : technique (pour développer les processus de création et de fonctionnement des médias), informationnelle (pour identifier les contenus cognitifs et les représentations véhiculées par les médias) et sociale (pour caractériser les interactions humaines que créent les médias). Il est donc l'objet de l'apprentissage.

² Source : CSEM, « Une définition de l'éducation aux médias », 2022 :

<https://www.csem.be/csem/textes-et-avis/une-definition-de-leducation-aux-medias>.



Comment éduquer aux médias ?

Engager le public dans une démarche de production

Pour favoriser le recul critique nécessaire face aux médias et mieux comprendre leurs fonctionnements et constructions, une des méthodes à privilégier est de réaliser une production médiatique avec un public spécifique. Cette méthode permet d'apprendre à construire le média mais aussi à le déconstruire, ce qui n'implique donc pas nécessairement de se focaliser sur le produit fini. L'important est de miser sur le processus réflexif derrière la construction médiatique.

Cette méthode a également l'avantage de travailler sur l'expression des apprenant.e.s, ces dernier.e.s devenant capables d'exprimer (oralement ou par écrit) les réflexions et émotions suscitées par les messages médiatiques ou ce qu'ils-elles comprennent des médias.

Et la posture de l'éducateur-ric.e aux médias ?

Être éducateur-ric.e aux médias, c'est donc accompagner les jeunes dans un processus d'apprentissage, en partant de leurs usages. Cette attitude ne demande pas d'être expert.e. En effet, son large champ d'action (et la posture et les attitudes qu'il nécessite) est à la portée de tou.te.s :

- ◉ **La curiosité** : avoir une attitude ouverte au monde et un désir de mieux comprendre les pratiques médiatiques actuelles.
- ◉ **L'expérience médiatique** : partir des émotions suscitées par les médias, l'actualité ou les situations vécues.
- ◉ **L'opportunité** : profiter des opportunités données par l'actualité ou les questions des enfants/jeunes/moins jeunes pour traiter des questions d'éducation aux médias.
- ◉ **Le lâcher prise** : viser l'autonomie responsable et non le contrôle des pratiques médiatiques.
- ◉ **La créativité** : proposer des ateliers de production médiatique pour stimuler l'inventivité.
- ◉ **Le débat** : développer la pensée critique en partant de l'échange d'idées.

Sources (productions du CSEM et de ses partenaires) :

- ACMJ, Médias et informations, Bruxelles, De Boeck, coll. « Action », 2014.
- CULOT, M., « L'éducation aux médias : sur le principe d'accord ! Mais concrètement ? », <https://media-animation.be/L-education-aux-medias-sur-le-principe-d-accord-Mais-concretement.html>.
- CSEM, L'éducation aux médias en 12 questions, Bruxelles, CSEM, 2019, <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/leducation-aux-medias-en-12-questions>.
- Les Compétences en éducation aux médias – cadre général, CSEM, 2016, <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/les-competences-en-education-aux-medias-cadre-general-edition-2016>.

Ces postures, tout le monde peut les avoir : les acteur-ric.e.s de l'école, des centres culturels, du secteur Jeunesse ou encore les parents. Si l'apport d'expert.e.s en la matière peut constituer une plus-value, il ne faut pas être spécialiste pour amorcer une démarche d'éducation aux médias. En effet, si les liens sont évidents entre l'éducation aux médias et le monde scolaire, les activités proposées par les associations, maisons et centre de jeunes... sont également des opportunités d'aborder l'environnement médiatique autrement. Les enjeux de l'éducation aux médias, entre l'éducation à la citoyenneté et le développement de la pensée critique, sont aussi ceux du monde associatif. Enfin, ils sont également ceux des parents, acteur-ric.e.s les mieux placé.e.s pour sensibiliser leur(s) enfant(s) à l'environnement médiatique à la maison, et ce, dès le plus jeune âge.

Avec quel matériel ?

(Presqu') Aucun ! Trois magazines, quelques journaux, une bande dessinée, une radio. Avec ces quelques éléments, de nombreuses activités peuvent déjà être élaborées. Si l'apport de matériel de création ou de diffusion (caméra, micro, logiciel de montage vidéo/son...) peut porter les projets plus loin, il ne faut pas négliger que l'accès à ces outils devient de plus en plus facile, parfois simplement avec un smartphone dans sa poche !



Des projets d'éducation aux médias : témoignages

Les témoignages ci-dessous sont liés à des expériences de terrain vécues dans le cadre des appels à projets d'éducation aux médias des secteurs de l'Enseignement et de la Jeunesse.

#Vu

› **Projet de l'Institut Saint-Louis de Waremme développé dans le cadre de l'appel à projets scolaires du CSEM (année scolaire 2022-2023)**

Description du projet

Le point de départ de ce projet est la volonté de l'équipe éducative de sensibiliser les élèves de troisième année secondaire, toutes options confondues, au cyberharcèlement. La pièce de théâtre #Vu, un spectacle de la compagnie Arts nomades, qui traite de cette thématique, a permis de l'introduire. Pour approfondir leurs réflexions, les élèves ont participé à une animation sur le cyberharcèlement, prise en charge par le service prévention de la ville de Waremme.

Ils-elles sont ensuite devenu-e-s les producteur-ric-e-s d'une campagne de sensibilisation au cyberharcèlement au sein de leur école. Chaque classe, après avoir suivi une animation en éducation aux médias, a créé sa propre production médiatique pour s'exprimer autour de cette thématique et sensibiliser l'ensemble de l'école. Les élèves se sont approprié-e le projet, ont réfléchi aux différentes dimensions de la production qu'ils-elles allaient construire en réfléchissant au support, au message à transmettre et au public auquel elle se destinait.



Les productions

En partenariat avec leurs enseignant-e-s et des artistes, les élèves ont ainsi produit :

- ✓ **une exposition photo mettant en scène, par l'expression corporelle, les actions à mettre en place dans une situation de cyberharcèlement ;**
- ✓ **des créations publicitaires pour diffuser des messages contre le (cyber)harcèlement ;**
- ✓ **des signets portant des messages de sensibilisation ainsi que des coordonnées utiles en cas de (cyber)harcèlement ;**
- ✓ **une exposition photo montrant des mots qu'on ne voudrait pas entendre, inscrits sur la peau des élèves ;**
- ✓ ...

La plus grande difficulté fut de raccrocher à ce projet l'ensemble des classes, issues d'options très différentes (économie, électromécanique, techniques sociales, services sociaux, sciences, etc.), mais l'équipe éducative est très satisfaite du résultat. Elle souligne tant le message qui est transmis par les élèves que le caractère fédérateur de ce projet.

La qualité et la diversité des projets menés autour d'un seul et même objectif montrent comment une production médiatique peut faire réfléchir sur une thématique de société. Ils montrent également que l'éducation aux médias peut se construire à partir d'opportunités qui se présentent et fédérer de manière transversale, des équipes éducatives et des jeunes.

Web TV : vers un clic plus critique

> **Projet de la maison des jeunes de Ciney, développé dans le cadre de l'appel à projets du secteur Jeunesse en éducation aux médias (année 2021)**



La Maison des Jeunes de Ciney a lancé, il y a quelques années, un projet de Web TV afin de mettre en lumière ses activités et celles de la commune.

Description du projet

Mis à mal durant les périodes successives de confinement dues à la Covid 19, le projet a été relancé en septembre 2021, en partenariat avec une télévision locale de la région : Matélé. Cette collaboration a permis de booster le projet car les jeunes ont pu être entouré-e-s de professionnel-le-s des médias qui ont dispensé des formations dans des domaines très variés, du traitement de l'information à la détection des fake news, en passant par l'acquisition de compétences techniques relatives à la création de contenus pour la Web TV.

Encadré-e-s par des animateur-ice-s de la maison des jeunes et des professionnel-le-s de la télévision locale, le groupe de jeunes d'âges différents (13 à 20 ans) et aux intérêts divers a ainsi entamé une collaboration ensemble autour de ce projet de Web TV dans lequel chacun-e a pu choisir son rôle (cameraman, journaliste, monteur-euse, etc.)

Les productions

Ainsi, après une période de formation, les jeunes se sont lancé-e-s dans la création de reportages sur des sujets variés. Ces derniers ont ensuite été diffusés par le média de proximité dans une émission : « Ça papille ».

Deux reportages ont ainsi été créés par le groupe de jeunes, l'un sur le thème de la Saint-Valentin, l'autre sur la musique. Ces deux reportages se présentaient sous la forme de micro-trottoirs que les jeunes ont scénarisés, tournés puis montés pour devenir une séquence de l'émission.

Lors du tournage de l'émission, les jeunes ont également pu participer aux coulisses de l'émission et ainsi mieux connaître les métiers de l'audiovisuel.

Toute cette expérience a d'ailleurs permis de susciter des vocations pour ces métiers chez certain-e-s jeunes.

Ce projet montre à nouveau le caractère fédérateur du projet d'EAM. C'est de la collaboration entre les jeunes, d'un partenariat entre un média et une maison de jeunes que le projet a pris son sens.

D'autres expériences de terrain en éducation aux médias ? Rendez-vous sur la page du site internet du CSEM dédiée aux fiches d'activités des appels à projets scolaires : <https://www.csem.be/education-aux-medias/experiences-de-terrains>.



Pour participer aux appels à projets :

● Appel à projets scolaires du CSEM :

📡 <https://www.csem.be/education-aux-medias/operations/appele-projets-scolaires>.

● Appel à projets d'éducation aux médias dans le secteur Jeunesse:

📡 <https://servicejeunesse.cfwb.be/subventions/appels-a-projets/education-aux-medias/>.

Quelques ressources en éducation aux médias

La liste des ressources proposées ci-dessous ne se veut pas exhaustive. En effet, il existe un grand nombre de ressources de qualité, dont vous trouverez ici une sélection permettant d'aborder les différents enjeux de l'éducation aux médias en lien avec notre thématique. Une partie d'entre elles se retrouve dans les ressources des activités proposées dans la suite de cette brochure.

Ressources du CSEM pour tous les secteurs

Le Conseil supérieur de l'éducation aux médias a édité un ensemble d'outils et de brochures d'éducation aux médias. Chaque outil peut être téléchargé ou commandé via un formulaire sur le site du CSEM :

 <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions>



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 ? ...



Cette brochure permet d'obtenir des réponses à 12 questions souvent posées sur l'éducation aux médias et de déconstruire certaines idées préconçues. 12 propositions d'activités de natures diverses et pour des publics différents permettent de commencer l'aventure de l'éducation aux médias, accompagnées d'autres ressources, des contacts ...

 <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/leducation-aux-medias-en-12-questions>



Vivre ensemble dans un monde médiatisé

Fruit de la collaboration de professeur·e·s et chercheur·euse·s (U.L.B., U.C.L., ULg, Université de Cardiff), avec des spécialistes de l'éducation aux médias, des enseignant·e·s du secondaire et des étudiant·e·s, cet ouvrage développe quelques-unes des notions fondamentales qui forment les piliers de nos sociétés démocratiques, et fournit les supports nécessaires pour conduire à réfléchir en classe sur la liberté de pensée et de culte, la liberté de la presse, la laïcité, la déconstruction des discours politiques et médiatiques, l'esprit critique ou encore l'égalité de traitement des individus.

 <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/vivre-ensemble-dans-un-monde-mediatise>

Collection « Repères »

Les dossiers de la collection « Repères », lancés en 2018 par le CSEM, ont pour objectif d'informer et d'outiller de façon succincte et concrète les parents et les professionnel·le·s de l'éducation aux enjeux des médias. Des carnets qui, à travers leur forme et leur contenu, se veulent agréables à consulter et abordables pour un large public.

Les thématiques abordées sont choisies en fonction des questions sociétales qui émergent dans l'actualité.



Douze carnets sont parus depuis 2018 sur des thématiques d'actualité comme :

- Le cyberharcèlement
- L'identité numérique
- La liberté d'expression
- La gestion du flux d'information
- Les Big Data
- Les jeux vidéo
- La désinformation
- Les influenceurs
- La protection des données personnelles
- L'impact des réseaux sociaux sur la démocratie
- L'impact environnemental de nos usages numériques
- L'influence du web sur la vie affective et sexuelle des jeunes

L'ensemble de la collection est disponible sur le site du CSEM :

 <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/la-collection-reperes>

Ressources pour l'Enseignement

L'Éducation aux médias dans les référentiels du Tronc commun

Dans le cadre du Pacte pour un enseignement d'excellence, sept domaines d'apprentissage composent le Tronc commun redéfini sur une base polytechnique et pluridisciplinaire. Si l'éducation aux médias n'a pas été envisagée comme un domaine à part entière, elle prend

place de manière transversale et progressive afin de garantir qu'à la sortie du Tronc commun, chaque élève dispose d'un ensemble de compétences médiatiques indispensables à l'exercice d'une citoyenneté active, critique et responsable.

À la demande du Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le CSEM a élaboré un document visant à identifier les contenus et attendus relatifs à l'éducation aux médias dans les différents référentiels disciplinaires. Ce document a été adopté par le Parlement de la FWB en juin 2022, dans la foulée du vote des référentiels du Tronc commun. Le document est structuré d'une part par années et d'autre part par thématiques (d'éducation aux médias) afin de répondre adéquatement aux besoins de chaque enseignante. Il permet donc de donner une visibilité à une approche structurée de l'éducation aux médias tout au long du Tronc commun.

 <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/leducation-aux-medias-dans-les-referentiels-du-tronc-commun>



Éducation aux médias et compétences initiales



L'éducation aux médias a pour finalité de rendre chaque citoyen-ne actif-ve, autonome et critique envers tout document ou dispositif médiatique dont il-elle est destinataire ou usage. Cette posture se développe tout au long de la vie. Le CSEM estime que, dès l'école maternelle, l'EAM parti-

cipe pleinement à l'épanouissement personnel de l'individu et à sa responsabilité citoyenne. L'omniprésence des médias dans notre environnement quotidien rend cette sensibilisation incontournable et nécessaire. Le Pacte pour un enseignement d'excellence prévoit d'ailleurs de « renforcer l'esprit critique face aux médias dès la maternelle ». Cet outil du Conseil supérieur de l'éducation aux médias propose aux enseignant-e-s, une série de 15 activités d'analyse et de production médiatiques pour compléter le panel d'activités déjà menées en classe.

<https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/education-aux-medias-et-competences-initiales-activites-pedagogiques>

Éducation aux médias et Tronc commun: activités à vivre en P1-P2



Dans le cadre du Pacte pour un enseignement d'excellence, de nouveaux référentiels disciplinaires sont mis en œuvre en première et deuxième années de l'enseignement primaire. Ceux-ci sont accompagnés d'un document thématique, *L'éducation aux médias dans les référentiels du*

Tronc commun (voir ci-dessus), mettant en évidence les contenus et attendus liés à l'éducation aux médias (EAM) dans les référentiels.

La présente brochure propose des activités d'EAM prenant appui sur les attendus des nouveaux référentiels. Ainsi, des fiches d'activités d'éducation aux médias à vivre en classe, d'une part, et des focus média transversaux, basés sur un média en particulier, d'autre part, visent à fournir à l'enseignante une série de balises et d'informations ainsi que des suggestions d'activités à mener avec ce média, de la première année du primaire à la troisième année du secondaire

<https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/eam-et-tronc-commun-activites-pedagogiques-vivre-en-p1-p2>



Pistes pédagogiques pour mettre l'éducation aux médias au service de l'éducation à la philosophie et la citoyenneté (fondamental et secondaire)

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. C'est dans ce sens que ces brochures mettent en évidence la mise en œuvre des compétences en éducation aux médias dans diverses démarches de questionnement philosophique et citoyen.

Le Conseil a ainsi souhaité constituer un échantillon exemplatif de cette mise en œuvre en couvrant aussi largement que possible le contenu des référentiels d'éducation à la philosophie et à la citoyenneté.

<https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/pistes-pedagogiques-pour-mettre-leducation-aux-medias-au-service-1>

<https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/pistes-pedagogiques-pour-mettre-leducation-aux-medias-au-service-0>



Les compétences en éducation aux médias

Le CSEM a pour mission de favoriser l'intégration de l'éducation aux médias sous toutes ses formes dans les programmes d'éducation et de formation initiale et continuée des enseignant-e-s. Pour ce faire, il fallait d'abord déterminer les compétences-clés en éducation aux médias.

Cet ouvrage propose un cadre de référence commun pour travailler l'éducation aux médias. Unique en son genre, le cadre référentiel des compétences s'adresse avant tout à un public 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. Treize fiches d'activités d'éducation aux médias illustrent ensuite ce cadre de compétences.

<https://www.csem.be/sites/default/files/2021-01/cadre-competences-education-aux-medias-portefeuille-activites-pedagogiques-2016.pdf>

Ressources de nos partenaires et opérateurs en éducation aux médias

Plusieurs opérateurs en éducation aux médias au sein de la FW-B proposent également des outils pour mieux comprendre les usages médiatiques des jeunes, aider ces dernier-e-s dans la compréhension des médias ou leur apprendre un usage raisonné et critique des médias.

L'Outil Ultime



Site internet au service des enseignant-e-s du 3ème degré (français, sciences sociales, citoyenneté...), *L'Outil Ultime* est un outil d'éducation aux médias, développé par Action Médias Jeunes, pour ceux-celles qui s'inté-

ressent à la critique de l'information. Il a été testé dans des classes de 5ème et 6ème dans l'enseignement général, technique et professionnel. Grâce à 5 activités accompagnées de supports pédagogiques prêts à l'emploi, de démarches pédagogiques et de dossiers explicatifs consacrés aux enseignant-e-s, cet outil permet de travailler sur différentes thématiques en lien avec la critique de l'information.

<https://acmj.be/outilultime/>

#Génération2020 : les jeunes et les pratiques numériques



Cette enquête, fruit de la collaboration entre Média Animation et le CSEM, a mobilisé des élèves et enseignant-e-s d'une quarantaine d'écoles primaires et secondaires de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ce sont

au total plus de 2000 élèves qui ont répondu au questionnaire de l'enquête, permettant ainsi de comprendre comment les jeunes naviguent sur le web, les médias qu'ils-elles utilisent, quel rapport à l'information en ligne ils-elles entretiennent ou encore comment ils-elles gèrent leur vie affective en ligne. Pour compléter et contextualiser les données, des entretiens et focus-group ont été menés dans une partie des écoles participantes. Les détails méthodologiques et les résultats de cette enquête sont compilés sous la forme d'un livret. Une nouvelle enquête viendra prolonger en 2024 celle de 2020 et sera publiée sur le même site.

<https://www.generation2020.be/zoom-sur-le-projet/>

#Génération2020 : les jeunes et l'info

Pour les jeunes, qu'est-ce qu'une « information » ? Quelle place prend-elle dans leur vie quotidienne ? Comment l'identifient-ils-elles et la consultent-ils-elles ? Comment est-elle exploitée dans leurs sphères sociales ? Avec quelle méthode l'info est-elle évaluée ou mise en question ?



L'enquête *#Génération2020 : les jeunes et l'info*, menée conjointement par l'ASBL Média Animation et le CSEM au printemps 2021, apporte un éclairage sur ces questions. Nourrie de la parole de près de 300 jeunes de l'enseignement secondaire, elle fournit une description fine des pratiques informationnelles du public adolescent.

 <https://www.generation2020.be/>

Le manuel pédagogique des Journalistes en classe



Le Manuel pédagogique des Journalistes en classe a été conçu et rédigé par l'AJP et l'asbl Action Média Jeunes. Il présente d'abord des recommandations pratiques pour les journalistes qui vont se rendre dans une classe. Il propose ensuite 17 « fiches d'activités » déclinées toutes sur le même schéma :

quatre étapes pour réaliser avec les jeunes, en deux heures, un travail d'analyse comparative, une courte production médiatique ou une activité d'initiation à des modes d'écriture journalistique.

16 fiches explicatives abordent également plusieurs thématiques régulièrement abordées en classe: la différence entre liberté d'expression et liberté de presse, les fondements de la déontologie, l'expression « 4^e pouvoir », les notions d'autocensure, de « responsabilité sociale » ou d'objectivité.

 <https://www.ajp.be/jec-outils/>



Site internet 123cllic.be

123cllic c'est un site internet mais aussi un livret dédiés aux parents (ou grands-parents) souhaitant accompagner les premiers pas dans le numérique de leur enfant âgé de 3 à 6 ans. L'objectif étant davantage de développer chez eux-elles des réflexes d'usages raisonnés grâce à un accompagnement familial plutôt que d'en faire des « petit-es génies » des médias digitaux.

 <https://123cllic.be/>



Écran large sur tableau noir



Écran large sur tableau noir est un dispositif d'éducation au cinéma qui s'étend aux principales villes de Belgique francophone. Coordonné par le centre culturel les Grignoux (Liège), en partenariat

avec des cinémas d'art et essai et des centres culturels dans toute la Belgique francophone, le dispositif propose, en séances scolaires, une programmation de films que les élèves, de la maternelle au supérieur, peuvent découvrir pour un prix modique avec leurs professeur.e-s. Ces films sont retenus à la fois pour leur caractère accessible à un large public d'enfants et d'adolescent.e-s et pour la richesse de leur mise en scène ou l'intérêt des thèmes qu'ils abordent.

Pour chaque film présenté dans ce cadre, Les Grignoux réalisent un [dossier pédagogique](#) proposant des pistes concrètes d'exploitation dans les classes après la vision du film. Les enseignant.e-s qui participent à ces séances avec leurs élèves se voient remettre gratuitement un dossier pédagogique Écran large sur tableau noir sur le film choisi.

 <https://www.ecranlarge.be/fr/>

On n'a que l'info qu'on se donne



Ce projet aborde l'éducation à la citoyenneté par l'éducation aux médias en développant des ateliers sur les réseaux sociaux, les théories du complot et sur le journalisme. Le Mundaneum met en place, pour chacune des thématiques, un cycle d'activités et des événements à destination des 15-25 ans,

réalise un webdocumentaire et une valise pédagogique pour pérenniser le projet et propose des activités dans les classes.

Dans ce projet, les personnages Olga, Théo et Mehdi emmèneront donc les participant.e-s dans l'univers des algorithmes, des théories du complot et des médias d'information.

 <http://olthem.be/>



Dossier d'exploitation pédagogique - Ouvrir Mon Quotidien Numérique

Dans le cadre de l'opération « Ouvrir Mon Quotidien Numérique » (OMQ Numérique), LA PRESSE.be, en collaboration avec le Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM), a conçu un dossier pédagogique afin de permettre aux enseignant.e-s participant à l'opération d'exploiter au mieux les sites et applications des journaux auxquels les élèves ont accès dans leur intégralité.

Dans ce dossier, une introduction développe d'abord les caractéristiques générales de la presse (quotidienne) en ligne, l'évolution des nouveaux métiers et des nouvelles pratiques liés à son développement, avec un focus sur la vérification de l'information en ligne et le traitement des illustrations, pour terminer par un point sur les usages médiatiques des jeunes. 4 fiches pédagogiques poursuivent enfin deux objectifs différents : analyser les articles de la presse quotidienne en ligne et produire des contenus médiatiques spécifiques.

 <https://www.lapresse.be/operation-ouvrir-mon-quotidien-numerique/>

VIVONS ENSEMBLE UNE ACTIVITÉ D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Contextualisation et explications

Lors des journées portes ouvertes d'une institution (scolaire ou non), d'une fête d'école ou de quartier, les enfants/jeunes sont souvent mis-e-s à contribution pour livrer leur propre représentation du lieu concerné. Il était question plus haut d'opportunités pour éduquer aux médias. En voici une belle pour se lancer, avec un groupe, dans la production de contenus médiatiques, évolutifs en fonction de l'âge des participant-e-s, basés sur l'image fixe et animée.

Ces propositions d'activités à réaliser avec un groupe de jeunes/d'enfants permettent à la fois de développer leurs compétences en éducation aux médias mais également d'engager un échange sur les médias entre usager-ère-s d'âges et d'horizons différents. En cela, elles tentent donc de développer les différents aspects de la thématique de la semaine de l'EAM, « Apprends-moi les médias ».

La visite d'un média/d'un-e journaliste

L'activité proposée a pour objectif d'accompagner les groupes dans la préparation d'une visite, la visite elle-même et l'exploitation après la visite d'un média/d'un-e journaliste (de 8 à 20 ans).

Le travail de l'image

Deux parcours proposent de travailler sur les composantes de **l'image fixe** et la **vidéo** (image animée) afin de construire des supports médiatiques représentatifs d'un lieu ou d'un événement. Ils se décomposent

en activités liées à l'âge du public concerné et sont autant d'opportunités d'aborder les trois dimensions de l'éducation aux médias, de l'identification des contenus à traiter (dimension informationnelle), aux techniques employées (dimension technique), en passant par l'identification de son public et des moyens disponibles pour l'atteindre (dimension sociale).

Ils permettent également d'engager la discussion autour des pratiques de chacun-e et favorisent les échanges entre les jeunes et moins jeunes au sujet des différentes dimensions et enjeux de l'éducation aux médias. En cela, les activités s'inscrivent pleinement dans la thématique choisie pour cette semaine de l'éducation aux médias.

Les activités par thématiques :

VISITE D'UN MÉDIA/ D'UN.E JOURNALISTE	Préparer la visite d'un média/d'un-e journaliste
L'IMAGE FIXE	Activité 1 : Une image de mon école
	Activité 2 : Réaliser une exposition photo d'un lieu
	Activité 3 : Créer une affiche publicitaire pour faire la promotion d'un événement
	Activité 4 : Réaliser un photo-reportage dans mon quartier
LA VIDÉO	Activité 1 : Réaliser un (web)documentaire sur ma ville/mon village
	Activité 2 : Réaliser une publication sur les réseaux sociaux de manière responsable

Les activités par tranches d'âge :

3 - 6 ans	Une image de mon école
6 - 12 ans	Visiter un média/recevoir la visite d'un-e journaliste
	Réaliser une exposition photo d'un lieu
	Réaliser un (web)documentaire de ma ville/mon village
	Réaliser un photo-reportage dans mon quartier
12 - 15 ans	Visiter un média/recevoir la visite d'un-e journaliste
	Une affiche publicitaire pour faire la promotion d'un événement
	Réaliser une publication sur les réseaux sociaux de manière responsable
16 - 20 ans	Visiter un média/recevoir la visite d'un-e journaliste
	Réaliser un photo-reportage de mon quartier
	Réaliser une publication sur les réseaux sociaux de manière responsable

Remarque : les opportunités choisies pour réaliser les productions médiatiques (un événement, l'école, le quartier, etc.) sont, bien entendu, interchangeables. Ainsi, le photo-reportage peut être réalisé pour présenter l'école, le webdocumentaire en lien avec le quartier, ...

Le contenu des activités

Les activités proposées sont toutes conçues pour les publics scolaires et non scolaires et contiennent :

- des objectifs d'apprentissage en lien avec l'éducation aux médias ;
- le matériel nécessaire à sa réalisation ;
- un déroulement en étapes ;
- des ressources permettant d'approfondir la tâche abordée et/ou de travailler l'acquisition de compétences supplémentaires, en lien avec l'activité proposée.

En fonction du groupe, de son niveau et de ses intérêts, chaque activité est bien évidemment adaptable. Nous invitons les éducateur·rice·s aux médias à y puiser ce qu'ils-elles désirent (une partie d'activité, une(des) ressource(s), une inspiration pour une activité dans un autre contexte).

Les échanges entre les jeunes et leurs questionnements sont essentiels dans ces activités.

Des contenus à partager ?

Produire des contenus médiatiques ne peut se faire qu'à l'attention d'un public. Il est donc essentiel de diffuser les créations des jeunes et de les confronter aux réactions de leur public.

Cette diffusion peut prendre plusieurs formes : une exposition, une séance de cinéma (pour les autres groupes ou classes, pour les parents, les voisin·e·s, les pensionnaires de la maison de repos du quartier, les futur·e·s élèves d'une école, un partage sur le site web de l'école...)

Soyez fier·ère·s de vos productions et n'hésitez donc pas à les afficher/publier au sein de votre institution, quartier, maison de jeunes,... Vous pouvez également nous envoyer des photos/vidéos/témoignages de votre expérience vécue lors de ces activités à l'adresse mail suivante : semaineeam@cfwb.be. Nous les relayerons via nos canaux de communication.

VISITE D'UN MÉDIA/D'UN·E JOURNALISTE



Préparer la visite d'un média/d'un·e journaliste

Contexte

En Fédération Wallonie-Bruxelles, il existe une variété de médias auxquels sont attachés des journalistes. Tous ont le même objectif à terme : informer le·la citoyen·ne. Mais tous n'y mettent pas les mêmes moyens ; tous n'ont pas le même public cible et ne développent pas les mêmes contenus sur les mêmes supports avec la même intention.

Avec cette activité, à mener en tout ou en partie avec votre groupe, les jeunes échangeront tout d'abord sur leurs usages médiatiques. Ils·elles aborderont ensuite le paysage médiatique francophone belge pour mieux contextualiser la visite prévue. Enfin, ils·elles passeront à l'étape de la préparation de la visite à proprement parler en envisageant une production médiatique présentant la visite.

Dans le déroulement, les étapes sont adaptées à trois publics distincts, différenciés par des codes couleurs :



Chacune des étapes proposées ci-dessous peut être réalisée en tout ou en partie, en fonction du temps à y accorder et du public concerné. Néanmoins, il est vivement conseillé d'aborder (au moins un de) ces points avant la visite, pour permettre aux jeunes de mieux comprendre les enjeux qui traversent le monde des médias d'information.

Remarque : les deux premières étapes peuvent être réalisées indépendamment de la visite d'un média/d'un·e journaliste.

Objectifs en EAM :

- Réfléchir à ses usages médiatiques
- Confronter ses usages médiatiques à ceux des autres
- Mieux connaître les médias d'information par l'intermédiaire des professionnel·le·s
- Comprendre, de manière critique :
 - le trajet de l'information ;
 - le fonctionnement d'une rédaction ;
 - les différents métiers qui composent les rédactions d'un média d'information ;
 - l'indépendance des médias ;
 - le modèle économique des médias ;
 - la vérification de l'information.
- Pratiquer l'interview
- Réaliser une production médiatique à partir de la visite d'un média/d'un·e journaliste

Déroutement

Étape 1 : Mes usages médiatiques

Demander aux jeunes de répondre à plusieurs questions concernant leurs usages médiatiques :

- **Quels médias connais-tu ?**
- **Quel(s) média(s) consultes-tu le plus ?**
Télévision, presse écrite, sites d'information, radio, réseaux sociaux, presse spécialisée
- **Quelle(s) thématique(s)/rubrique(s) t'intéresse(nt) le plus ?**
A définir par l'enseignant-e (min. 7-8 rubriques d'un journal)
- **Quel est ton format préféré ?**
Vidéo, son, texte écrit, (papier), texte écrit (en ligne)
- **Avec qui préfères-tu discuter de l'information ?**
Les ami-e-s, les parents, l'éducateur-riche aux médias
- **Quelle est ta méthode pour vérifier l'information ?**
- **Quels éléments te font douter de l'information ?**

Pour cette étape, l'éducateur-riche peut choisir différents modes de sondages : à main levée, via une application (ex. : Wooclap), avec une feuille distribuée à chacun-e. L'objectif de cette discussion est double : pour l'éducateur-riche aux médias, cette activité lui permet de se rendre compte des pratiques médiatiques de son groupe. Pour les jeunes, cela leur permet de pouvoir verbaliser leurs pratiques.

Proposer d'échanger autour de ces résultats et les mettre en rapport avec ceux obtenus lors d'une enquête référencée en début de dossier : *#Génération 2020 : les jeunes et l'info* ([voir Ressources](#)). Plusieurs encadrés de cette enquête reprennent les réponses aux questions posées aux jeunes.

- **Les réponses du groupe correspondent-elles à celles de l'enquête ?**
- **Es-tu étonné-e par les résultats de l'enquête ? Cite un élément qui t'étonne et un autre qui ne t'étonne pas.**

En fonction de l'âge et du niveau du groupe, plusieurs prolongements de cette étape peuvent être envisagés.
L'éducateur-riche peut travailler ainsi la lecture de résultats d'enquête, sa compréhension par les jeunes et la comparaison entre les résultats du groupe et ceux de l'enquête.
Cette activité peut déboucher, en fonction du niveau du groupe, sur un échange oral, la rédaction d'un tableau, d'une synthèse comparant les résultats de celui-ci à ceux de l'enquête.

Étape 2 : La diversité des médias d'information en Fédération Wallonie-Bruxelles

Partir des différents supports (voir étape précédente) et demander, par groupe de 2, de noter, sur des post-its, un certain nombre de titres de médias d'information pour chacun des supports.

Demander ensuite aux jeunes de venir coller leurs post-its au tableau en les classant en fonction du type de média d'information qu'il illustre.



6-12 ans

L'objectif de l'activité est, d'une part, de montrer les caractéristiques propres à chaque support et également à chaque type de média. Il est également intéressant de montrer que chaque média dispose maintenant d'une version sur un support commun : Internet. Cette activité peut déboucher sur l'élaboration d'un panneau qui reprend les différents supports médiatiques avec, pour chacun d'eux, une définition et des exemples.



12-15 ans

Pour approfondir, un tableau comparatif peut être rédigé, en prenant 4 ou 5 médias différents pour les comparer et approfondir leurs caractéristiques.



16-20 ans

Un texte, synthétisant les échanges dans le groupe (à la fois sur les usages des jeunes mais également sur la diversité de la presse) pourra être rédigé par les jeunes.

Le dossier d'exploitation pédagogique de l'opération OMQ numérique (voir partie « Ressources ») contient, dans son introduction générale, un tableau reprenant l'ensemble des médias, avec des exemples. Il peut être un point d'appui pour l'organisation de cette étape.

De cette activité, certaines questions émergeront. L'éducateur-riche attirera l'attention du groupe sur l'importance de noter ces questions pour l'étape suivante, en vue de la préparation de la rencontre. Ces deux premières activités pourront être le point de départ de séquences qui approfondissent des éléments liés à la presse (voir ressources à la fin de cette fiche).

Étape 3 : Préparation de la visite, déroulement et réalisation d'une production médiatique



8-12 ans

Les différents métiers de la rédaction (visite d'un média/d'un-e journaliste)

Visite d'un média : préparer un questionnaire (en groupe) sur les différents métiers présents dans la rédaction que les jeunes vont visiter.

- ◉ Quelles sont les questions à poser ?
- ◉ Dans quel ordre les poser ? Peut-on en regrouper certaines ?
- ◉ Qui va les poser ?

A partir du projet défini (présenter les différents métiers d'une rédaction), les jeunes peuvent réfléchir, tout d'abord, aux questions à poser avant de faire une mise en commun en grand groupe des différentes informations à recueillir sur chacun des métiers. Chacun des groupes pourra ensuite se répartir la tâche de l'interview (un-e ou deux pose(nt) les questions, un-e ou deux autres note(nt) les questions ou filme(nt) la réponse, un-e jeune peut prendre des photos de chacune des personnes interviewées ou demander à l'adulte de le faire). Pour plus de développement concernant l'interview, voir « Quelques notions pour mieux aborder l'EAM » en fin de dossier.

Exploitation des interviews : réfléchir en groupe à l'exploitation des interviews qui auront été menées.

- ◉ Chaque groupe va-t-il produire un document indépendant ou l'objectif est-il de produire un document commun ?
- ◉ Quel sera le support de transmission des informations recueillies ?
- ◉ A quel public veux-tu transmettre ces informations ?
- ◉ Quel sera le support de présentation ?
- ◉ A quoi dois-tu être attentif-ve si tu prends des images (photos ou vidéos) d'une personne ?

Définir les contours du contenu à produire à partir de cette activité permet aux jeunes de mieux préparer l'interview (va-t-on filmer ? Prendre des photos ? Quelles questions poser et jusqu'où faut-il approfondir les questions et/ou les réponses ?) Cette étape est également l'occasion d'aborder les questions de droit à l'image (voir ressources présentes à la fin de la fiche).

Ensuite, collectivement, mettre les informations en commun et créer ensemble, en fonction du support choisi, la fiche d'identité de chacune des personnes interviewées.

Rencontre avec un-e journaliste : la rencontre avec le-la journaliste peut être abordée de la même manière que la visite d'un média, en adaptant le sujet de l'interview.

On peut ensuite proposer aux jeunes de :

- ◉ faire un panneau explicatif du métier de journaliste ;
- ◉ rédiger les étapes à suivre pour rédiger un article/réaliser un reportage ;
- ◉ réaliser un tutoriel (comment réaliser un article ?).

La rencontre avec le-la journaliste peut également être l'occasion d'avoir de l'aide dans la réalisation d'un projet de groupe : réalisation d'un journal d'école (avoir des conseils de la part du-de la journaliste), d'un reportage, d'un article de presse.



L'organisation de la rédaction et le trajet de l'information (visite d'un média/d'un-e journaliste)

Visite d'un média : Préparer un questionnaire sur le trajet de l'information/l'organisation d'une rédaction

- ◉ **En fonction du sujet choisi : quelles questions poser ? A qui les poser ?**
- ◉ **Comment t'imagines-tu l'organisation de la rédaction/les différentes étapes du trajet de l'information ?**
- ◉ **Qui va poser les questions et comment vas-tu organiser l'ensemble de la rencontre pour avoir de la matière à travailler ensuite ?**

Cette étape (de préférence en groupe) permet un premier travail d'identification de la problématique à traiter. Partir des préconceptions des participant-e-s en la matière permet, d'une part, aux jeunes de réfléchir aux questions à poser lors de la rencontre, d'autre part, à l'éducateur-ric(e) aux médias de cerner les prérequis des jeunes concernant le sujet pour les confronter ensuite à la réalité. Pour plus de développement concernant l'interview, voir « [Quelques notions pour mieux aborder l'EAM](#) » en fin de dossier.

Demander aux jeunes de réfléchir à ce qu'il-elle-s feront ensuite de ces interviews : vont-il-elle-s produire un document pour partager leurs découvertes ? Si oui :

- ◉ **A quel public veux-tu transmettre ces informations ?**
- ◉ **Quel sera le support de transmission des informations recueillies ?**
- ◉ **A quoi faut-il être attentif-ve si tu prends des images (photos ou vidéos) d'une personne ?**

*Définir les contours du contenu à produire à partir de cette activité permet aux jeunes de mieux préparer l'interview (va-t-on filmer ? Prendre des photos ? Quelles questions poser et jusqu'où faut-il approfondir les questions et/ou les réponses ?)
Cette étape est également l'occasion d'aborder la question du droit à l'image (voir ressources en fin de fiche).*

Rencontre avec un-e journaliste : La rencontre avec le-la journaliste peut être abordée de la même manière que la visite d'un média (suivi des différentes étapes développées), en adaptant le sujet de l'interview :

- ◉ Expliquer les étapes de la réalisation d'un article, du fait jusqu'à la réalisation de l'article, du reportage.
- ◉ Les conseils pour être un-e bon-ne journaliste.

La rencontre avec le-la journaliste peut également être l'occasion d'avoir de l'aide dans la réalisation d'un petit projet du groupe : la réalisation d'un journal d'école (avoir des conseils de la part du-de la journaliste), d'un reportage, d'un article de presse. De cette rencontre peut découler la réalisation d'un panneau ou d'un support qui sert de tutoriel pour réaliser le projet.



Les défis de la presse (visite d'un média/d'un-e journaliste)

Proposer aux jeunes un corpus de documents sur différents sujets, parmi lesquels :

- l'indépendance des médias ;
- le modèle économique des médias ;
- la vérification de l'information ;
- le développement des réseaux sociaux.

L'éducateur-riche aux médias trouvera, dans les 4 premières ressources référencées à la fin de cette fiche, des textes traitant de différents enjeux actuels et futurs des médias d'information.

A partir des documents reçus (entre 3 et 5), les jeunes, en groupe, reprennent les informations présentes dans ces documents, sur le sujet à travailler.

En fonction de l'année/du niveau des jeunes, le travail des documents peut déboucher sur : un plan des principales informations des documents, un tableau comparatif des informations, une synthèse écrite (ou orale) des informations liées à une question posée. Ce travail débouchera très certainement sur des questions, des remarques qu'il s'agira d'exploiter dans la suite du processus.

A partir des informations récoltées dans les documents, réaliser un questionnaire à l'attention d'un-e acteur-riche de la presse (visite d'un média ou rencontre avec un-e journaliste).

- **Par rapport à ta problématique, quelle question te poses-tu encore pour compléter les informations que tu as déjà en ta possession ?**
- **Quelles informations présentes dans tes documents nécessitent une explication de la part d'un-e acteur-riche de terrain ?**
- **Quelles informations ne sont pas abordées par tous les documents et que tu désires développer avec un-e acteur-riche de terrain ?**
- **Quelles autres questions voudrais-tu poser à un-e acteur-riche des médias par rapport aux enjeux actuels de la presse pour nourrir ta réflexion personnelle ?**

A cette étape, l'éducateur-riche attirera l'attention sur le fait que les propos des acteur-riche-s des médias viendront compléter leur synthèse pour illustrer, préciser, ajuster certaines informations récoltées. L'éducateur-riche éveillera également la curiosité des jeunes en leur demandant de préparer des questions personnelles qu'ils se posent sur les enjeux actuels des médias. Pour plus de développement concernant l'interview, voir « [Quelques notions pour mieux aborder l'EAM](#) » en fin de dossier.

A partir des différentes informations récoltées (documents écrits et rencontres), réaliser une présentation sur l'enjeu actuel de la presse sur lequel le groupe a travaillé.

L'éducateur-riche suscitera la réflexion du groupe sur le support de la présentation orale pour transmettre au mieux les informations principales de sa présentation.

Ressources

- BOUKO, C., GILON, O. (dir.), *Vivre ensemble dans un monde médiatisé*, Bruxelles, CSEM-ULB, 2016 : https://www.csem.be/sites/default/files/2021-01/Vivre%20ensemble%20dans%20un%20monde%20m%C3%A9diatis%C3%A9_0.pdf.
- AJP, *Manuel pédagogique des journalistes en classe*, Bruxelles, 2015 : https://www.ajp.be/telechargements/jec/manuel_pedagogique.pdf.
- *Journal de bord*, LA PRESSE.be : <https://www.lapresse.be/wp-content/uploads/2022/09/Lapresse-journal-web.pdf>.
- *Les journalistes face à la désinformation*, Bruxelles, CSEM-AJP, 2020 : <http://www.ajp.be/telechargements/jec/FakeNews.pdf>.

Diverses productions du CSEM proposent des activités qui permettent de développer des sujets abordés dans cette fiche :

- *L'éducation aux médias en 12 questions*, CSEM, 2019 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/education-aux-medias-en-12-questions>.
- *Les compétences en éducation aux médias. Un enjeu éducatif majeur*. Bruxelles, CSEM, 2016. <https://www.csem.be/sites/default/files/2021-01/cadre-competences-education-aux-medias-portefeuille-activites-pedagogiques-2016.pdf>.
- « Le journal de la classe » dans *Éducation aux médias et Tronc commun*. activités à vivre en P1-P2, CSEM, 2023, pp. 59-62 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/eam-et-tronc-commun-activites-pedagogiques-vivre-en-p1-p2>.

Activités de prolongements proposées par les partenaires :

- « Inviter un-e professionnel-le des médias en classe », E-media, 2022 : https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/3557/Inviter_professionnel_medias_en_classe.pdf.
- « Préparer la visite d'un média », E-media, 2018 : https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/3840/Preparer_visite_media_oqDTtXL.pdf.
- LA PRESSE.be - CSEM, *Dossier d'exploitation pédagogique - Ouvrir Mon Quotidien numérique*, 2023 : <https://www.lapresse.be/operation-ouvrir-mon-quotidien-numerique/>.
- ACMJ, *Critique de l'info. L'Outil Ultime* : <https://acmj.be/outilultime/>.
- MUNDANEUM, *On n'a que l'info qu'on se donne Mehdi : épisode 3. Journalisme et citoyen*. <http://olthem.be/>.
- ACMJ, *Médias et informations*, Bruxelles, De Boeck, coll. « Action », 2014.

Deux ressources qui concernent le droit à l'image et la protection des données :

- *Comprendre et appliquer le RGPD en classe*, SGNE, 2020 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/ressources-externes/comprendre-et-appliquer-le-rgpd-en-classe>.
- *Comprendre et gérer la protection de ses données*, CSEM, 2022 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/carnet-9-comprendre-et-gerer-la-protection-de-ses-donnees>.

L'IMAGE FIXE



UNE IMAGE DE MON ÉCOLE



3- 6 ans



- Appareil photo/tout outil permettant de réaliser une prise de vue (smartphone, tablette, etc.) ;
- feuille pour réaliser le support de l'affiche ;
- éventuellement, du matériel de projection ou imprimante couleur.



Objectifs

- Réaliser la photo d'un lieu avec une intention spécifique
- Acquérir des compétences techniques dans la manipulation d'outils permettant de faire une photo
- Être capable de percevoir que, derrière la photo, se cache une intention particulière à travers le choix du contenu et de différents paramètres techniques
- Prendre conscience que la photo est porteuse d'un message

Déroulement

Étape 1 : Contextualiser

Expliquer aux enfants la situation de communication dans laquelle s'insère cette activité : dans le cadre d'une fête d'école ou tout autre événement mettant en évidence ce lieu, produire une affiche constituée à partir de photos qu'ils-elles auront réalisées.

Étape 2 : Analyse de photos (facultative)

Proposer aux enfants plusieurs supports sur lesquels une école est illustrée et les exploiter:

- **Quelle photo préfères-tu ? Pourquoi ?**
- **Que pensent les autres de cette même photo ?**
- **Comment le lieu est-il représenté ?**
- **Des personnes sont-elles présentes sur les photos ? Que font-elles ?**
- **Quelles couleurs dominant sur la photo ?**

Dans cette étape, l'éducateur-riche aux médias pratique une lecture informationnelle de la photo (que contient-elle ?) avec une première réflexion sur les éléments techniques (ex : le cadrage).

Étape 3 : Production des photos

Circuler dans l'école et réaliser des photos en guidant les enfants.

Avant et pendant cette visite/promenade, questionner les enfants:

- **Que veux-tu montrer avec ta photo ?**
- **Comment peux-tu mieux te positionner pour réaliser cette photo ?**
- **Quelle caractéristique du lieu veux-tu montrer en prenant cette photo ?**
- **Doit-il y avoir des personnes sur cette photo ? Si oui, quelles actions doivent-elles faire et où doivent-elles se trouver ?**

L'enfant doit avancer par essai/erreur, lors de cette étape, pour pouvoir tester certains éléments, recommencer la photo en prenant en compte les remarques de l'éducateur-rice ou des autres enfants sur la qualité, le cadrage, l'image du lieu à donner dans la situation de communication, sa propre vision du lieu, etc.

Étape 4 : Analyse et tri des photos

Rassembler les enfants pour une mise en commun.

Projeter les photos des enfants et déterminer ensemble les critères pour garder/sélectionner une photo.

- **Quelles photos choisirais-tu ?**
- **Pour quelles raisons ?**
- **Quels sont les critères pour que les photos correspondent à l'intention de départ du projet ?**

À ce moment, les enfants définissent un ensemble de critères pour ne pas garder une photo. Ces critères peuvent être en lien avec la qualité de la photo (la photo est floue, un élément parasite est présent – par exemple un doigt –, la photo est mal cadrée), avec le choix du sujet photographié ou en lien avec l'intention (la photo ne met pas en valeur le lieu ou n'est pas représentative).

A partir de ces premières questions, réaliser un panneau ensemble sur lequel on retrouve des conseils pour prendre une bonne photo.

Ensuite, appliquer ces conseils à chacune des photos analysées plus haut.

- **Que vois-tu sur cette photo ?**
- **Vois-tu un décor dans son ensemble, un détail ?**
Était-ce, selon toi, l'intention de celui-celle qui a pris la photo ?
- **Garde-t-on cette photo ? Respecte-t-elle bien les critères définis ensemble ?**

Au terme de cette étape, les enfants sont capables de manipuler, avec leurs mots, les termes de cadrage et de plan. Un développement des paramètres du traitement de l'image se trouve dans la partie « [Quelques notions pour mieux aborder l'EAM](#) » en fin de dossier.

Étape 5 : Création de l'affiche

Lorsque l'ensemble des photos a été sélectionné, les imprimer et disposer les photos sur l'affiche.

- ⦿ **Comment va-t-on les disposer sur l'affiche ?**
- ⦿ **Quel critère choisirais-tu pour les classer ?**
- ⦿ **Faut-il mettre des mots/un texte à certains endroits sur l'affiche ? Si oui, le(s) quel(s) ?**

Lors de cette étape, les enfants se rendent compte que l'agencement des photos ne peut pas se faire au hasard et qu'il doit y avoir un critère qui permet de faire un tri.

Variantes et prolongements

- ⦿ Réaliser une série de photos avec des intentions différentes. Par exemple, les enfants peuvent présenter une vision de leur école à destination de parents venant à la journée portes ouvertes de l'école OU à destination des responsables de l'école (par ex. le directeur) pour montrer ce qu'il manque dans l'école pour qu'elle soit encore plus agréable.
- ⦿ Jouer sur les plans/les cadrages. Par exemple, les enfants peuvent prendre des photos d'une série de détails du lieu en très gros plan et ensuite jouer ensemble à deviner le lieu qui a été pris en photo.

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires :

- ⦿ « Jouer avec le cadrage des images », dans *l'éducation aux médias en 12 questions*, CSEM, 2019, p. 10 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/leducation-aux-medias-en-12-questions>.
- ⦿ « Clic avec les yeux », dans Média Animation et CSEM, *123clic. Comment accompagner les premiers pas de mon enfant dans le numérique ?* : 123clic.be.

Autres ressources :

- ⦿ « Faux que ça cesse, ce qui est dans le cadre ? », HabiloMédias, 2019 : <https://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/faux-que-%C3%A7a-cesse%C2%A0-ce-qui-est-dans-le-cadre>.
- ⦿ SHOULDER, P., GROISON, D., BALAGUE, J., *Objectif photo*. Paris, Acte Sud Junior, 2019.
- ⦿ « Enfants du monde : quelles images ? », E-media, 2022 : https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/3219/Enfants_du_monde2022_avec_annexes.pdf.
- ⦿ « Raconter une histoire en photo », dans *Philéas et Autobulles* n°68, 2020 : <https://www.philease-tautobule.be/dossier/cest-quoi-creer/>.

RÉALISER UNE EXPOSITION PHOTO D'UN LIEU



6- 12 ans



- Appareil photo/tout outil permettant de réaliser une prise de vue (smartphone, tablette, etc.) ;
- feuille pour réaliser le support de l'affiche ;
- éventuellement, du matériel de projection ou une imprimante couleur.



Objectifs

- Réaliser une photo d'un lieu choisi par les enfants avec une intention spécifique
- Prendre conscience que la photo est porteuse d'un message
- Acquérir des compétences techniques dans la manipulation d'outils permettant de faire une photo
- Rédiger une légende qui accompagne la photo prise
- Être conscient de la relation texte-image

Déroulement

Étape 1 : Contextualiser

Expliquer aux enfants la situation de communication liée à cette activité : dans le cadre d'une fête d'école, de quartier (ou tout autre événement mettant en évidence un lieu spécifique), réaliser une photo de l'endroit en question, pour construire une affiche, monter une expo, à l'attention d'autres enfants ou d'un public adulte (situation à préciser avec le groupe). Cette prise d'image est libre mais, au préalable, les enfants réfléchissent à ce qu'ils-elles vont prendre comme photo (individuellement ou en groupe) :

- **Que veux-tu montrer avec cette photo ?**
- **Dans quel contexte sera-t-elle diffusée ?**
- **A quel public se destine l'exposition ? Quel message veux-tu transmettre ?**
- **La photo montrera-t-elle tout/une partie significative du lieu en question ?**
- **Comment positionner l'appareil utilisé pour la prise de vue ?**
- **A quoi faut-il être attentif-ve pour que la photo soit correctement réalisée ?**
- **Quelles couleurs dominent sur la photo ?**

Lors de cette étape, les enfants découvrent de manière intuitive la notion de cadre, de plan, d'angle de prise de vue, de subjectivité du-de la photographe. Pour le projet final, il est conseillé de varier les parties du lieu en question, les décors et les présences de personnes (ou non) sur la photo. Pour ce faire, l'éducateur-riche aux médias peut, au préalable, montrer des exemples de photos à analyser pour découvrir les différents paramètres d'une photo. Un développement des paramètres du traitement de l'image se trouve dans la partie « Quelques notions pour mieux aborder l'EAM » en fin de dossier.

Étape 2 : Production des photos

Circuler dans le lieu qui sera l'objet de l'affiche réalisée par le groupe.

Réaliser des photos, individuellement ou en groupe, en guidant les enfants.

- ⦿ Cette photo respecte-t-elle ton intention de départ ?
- ⦿ Comment peux-tu mieux te positionner pour réaliser cette photo ?
- ⦿ Quelle caractéristique du lieu veux-tu montrer en prenant cette photo ?
- ⦿ Doit-il y avoir des personnes sur cette photo ? Si oui, quelles actions doivent-elles faire et où doivent-elles se trouver ?

L'enfant doit avancer par essai/erreur, lors de cette étape pour pouvoir tester certains éléments, recommencer la photo en prenant en compte les remarques de l'éducateur·rice aux médias et/ou des autres enfants sur la qualité, le cadrage, l'image du lieu à donner dans le cadre de la situation de communication, sa propre vision du lieu, etc.

Étape 3 : Analyse, tri des photos (et droit à l'image)

Rassembler le groupe pour la mise en commun.

Projeter les photos des enfants et réfléchir à la qualité des photos proposées et au respect de l'intention de départ des groupes/des enfants.

Demander aux enfants d'expliquer les raisons de l'utilisation du plan, du cadrage, de l'angle de prise de vue et demander l'avis des autres élèves.

- ⦿ Quelle(s) photo(s) choisirais-tu dans le cadre de notre projet de départ ? Pourquoi ?
- ⦿ Cette photo respecte-t-elle l'intention de départ de l'activité ?
- ⦿ L'explication donnée est-elle en accord avec l'intention identifiée avant de prendre la photo ?
- ⦿ La photo contient-elle des « défauts » ? Si oui, lesquels ?

Cette étape permet de retravailler les notions de cadrage, plan, angle, vues précédemment et de les appliquer aux réalisations.

Durant cette étape, la notion de droit à l'image peut être travaillée avec les enfants, si des personnes sont présentes sur la(les) photo(s) (voir ressources en fin de fiche et les définitions liées au droit à l'image dans « [Quelques notions mieux aborder l'EAM](#) » en fin de dossier).

Étape 4 : Rédiger la légende de la photo

Choisir, en groupe ou individuellement (selon ce qui a été défini en amont), la photo (estimée) la plus réussie et rédiger une légende.

- ⦿ Que veux-tu dire à propos de ce lieu ?
- ⦿ Ta légende sera-t-elle une description de ce lieu, un ressenti par rapport à ce lieu, l'évocation d'une anecdote en lien avec ce lieu ?
- ⦿ Le texte que tu vas rédiger est-il bien en lien avec la photo ?

Individuellement ou en petits groupes, les enfants effectuent les adaptations proposées par le grand groupe.

Cette étape permet de travailler à la fois sur la relation texte-image mais également de réfléchir sur l'intention d'un texte (descriptif/informatif, subjectif/argumentatif, narratif). Elle permet également de travailler sur la différence entre objectivité et subjectivité. En fonction des réalisations, l'éducateur-riche pourra comparer les différentes intentions perçues.

Pour la construction et les techniques de l'interview, voir la partie dédiée dans « [Quelques notions pour mieux aborder l'EAM](#) », en fin de dossier.

Étape 5 : Monter l'exposition

Montrer les photos et leurs légendes aux enfants.

Réfléchir ensemble à l'agencement des photos sur le parcours de l'exposition photo à réaliser.

- 🕒 **A quel public se destine l'exposition ? Quel message veux-tu transmettre ?**
- 🕒 **Quelle(s) photo(s) montre-t-on en premier ? Quelle(s) photo(s) montre-t-on ensuite ? Pourquoi ce choix ? Comment les disposer pour les mettre en valeur ?**
- 🕒 **Les textes sont-ils cohérents ? Seront-ils compris par le public de l'exposition ? Faut-il un texte supplémentaire pour introduire l'exposition ? Pour la contextualiser ?**

A cette étape, il faut revenir au projet initial et travailler la dimension sociale du projet (réfléchir au public et aux interactions que l'on va avoir avec ce dernier grâce au projet média réalisé). Les choix en termes de scénographie de l'exposition doivent être cohérents avec le projet. Lors de l'exposition, les enfants pourront identifier les réactions du public et les confronter à leurs attentes de départ.

Prolongements et variantes

- 🕒 Revenir, à la fin du projet, sur les différentes étapes de réalisation et réfléchir à un paratexte qui permet de revenir sur les différentes étapes du projet et de les expliciter.
- 🕒 Plutôt que de travailler sur un lieu, travailler sur un thème pour l'exposition photo (ex. : les différentes cultures dans notre quartier, portraits du groupe ou des éducateur-riche-s).
- 🕒 Plutôt que des photos imprimées, l'exposition peut se faire en version numérique, via un blog ou sur un autre support. La réflexion sur la dimension sociale devra alors être adaptée.
- 🕒 Plutôt qu'une exposition, la prise d'images peut déboucher sur un jeu où les photos (d'un détail) peuvent être accompagnées d'une phrase permettant de donner un indice supplémentaire (avec l'allusion qu'elle contiendra) sur un lieu, une personne.
- 🕒 Travailler, à l'aide d'albums jeunesse, la relation texte-image.

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires :

- « Jouer avec le cadrage des images » dans *L'éducation aux médias en 12 questions*, CSEM, 2019, p.10 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/leducation-aux-medias-en-12-questions>.
- « Clic avec les yeux », dans Média Animation et CSEM, *123clic. Comment accompagner les premiers pas de mon enfant dans le numérique ?*. [20 fiches d'activités - 123clic.be](https://www.123clic.be).

Autres ressources :

- BOUILLLOT, R., MARTNEZ, B., *Le langage de l'image*, éditions VM, 2007.
- VEZIER, A., *Image et interprétation à l'école primaire*, 2014 : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01077497/document>.
- JEHEL, P.-J., SAEY, A., *De la photographie aux arts plastiques. 64 fiches d'activités*, Paris, Retz, 2004.
- « Décoder les images dans les médias », CLEMI, 2017 : <https://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/decoder-les-images-dans-les-medias.html>.
- « Grille d'analyse de l'image photographique », CLEMI : <https://www.cleml.fr/fileadmin/yag/Grille-analyse-image.pdf>.
- « Un coin image dans la classe », E-Media, 2022 : https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/2779/Coin_images_dans_la_classe.pdf.
- « Enfants du monde: quelles images? », E-media, 2022 : https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/3219/Enfants_du_monde2022_avec_annexes.pdf.
- « Raconter une histoire en photo », dans *Philéas et Autobulle*, n°68, 2020 : <https://www.phileasetautobulle.be/dossier/cest-quoi-creeer/>.
- *Comprendre et appliquer le RGPD en classe*, SGNE, 2020 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/ressources-externes/comprendre-et-appliquer-le-rgpd-en-classe>.

CRÉER UNE AFFICHE PUBLICITAIRE POUR FAIRE LA PROMOTION D'UN ÉVÉNEMENT



12-15 ans



- Matériel pour réaliser l'affiche, en fonction du projet des participant-e-s :
 - Projet numérique : ordinateur et connexion à Internet
 - Projet papier : panneaux, feutres, etc.
- Du matériel pour réaliser éventuellement des prises de vue (appareil photo, tablette, smartphone, etc.)



Objectifs

- Créer une affiche publicitaire pour faire la promotion d'un événement, d'un lieu, d'un projet
- Développer des compétences dans la maîtrise de la rhétorique et l'esthétique du message publicitaire
- Être conscient-e de la relation texte-image présente dans les messages publicitaires

Déroulement

Étape 1 : Observation d'affiches

Observer plusieurs illustrations, réalisées dans des contextes différents, parmi lesquelles des affiches publicitaires.

- Quelle est l'intention commune de ces documents ?
- Quels sont les éléments qui constituent ces affiches ? Ces éléments sont-ils tous placés de la même façon sur les affiches ?
- Comment est présenté l'élément sur lequel porte la publicité ?

L'éducateur-riche aux médias veillera à présenter une variété de publicités, ces dernières pouvant concerner : un événement, un produit à vendre (alimentaire et non alimentaire), un lieu (un quartier, une ville, une école). L'objectif est de se rendre compte de la diversité des messages publicitaires et de ce qu'ils ont en commun (intention, présence de textes et d'images, valorisation de l'élément central).

Une alternative à cette étape peut également venir de l'apport de publicités de la part des jeunes. Partir de ce qu'ils-elles aiment, ce qu'ils connaissent, pour l'analyser, l'exploiter, voire le déconstruire, sera plus pertinent.

Étape 2 : Acquisition de compétences en langage publicitaire

Proposer la relecture des slogans publicitaires des documents reçus à l'étape précédente.

Observer également, sur les affiches, les éléments illustratifs (logos, couleurs...)

Le texte publicitaire :

- Quels procédés sont utilisés dans le texte publicitaire pour convaincre le-la récepteur-riche de leur message ?
- Ce texte a-t-il un lien avec l'image ? Si oui, ce lien est-il implicite/explicite ?
- Le produit à vendre est-il toujours placé au même endroit, présenté de la même manière ?
- Les images présentes sur les affiches sont-elles toutes de même nature ?

Les logos et couleurs :

- A quoi servent les logos ? Pourquoi le produit ne suffit-il pas ?
- Les couleurs dominantes sur les publicités sont-elles toutes les mêmes ?
- Toutes les couleurs veulent-elles dire la même chose ?

Le public cible :

- Les publicités s'adressent-elles toutes au même public ?
- Quels éléments te mettent sur la voie ?

A cette étape, les jeunes se rendent compte de la diversité des procédés utilisés dans les messages publicitaires (les différentes natures d'images, les procédés langagiers, auxquels peuvent s'ajouter, en fonction des compétences des participant·e·s, une approche des figures de style présentes dans les messages, mais aussi les éléments graphiques, que ce soit le logo ou encore les couleurs dominantes sur l'affiche). Pour plus de développement concernant le langage publicitaire, voir « [Quelques notions pour mieux aborder l'EAM](#) » en fin de dossier.

Étape 3 : Mise en projet

En sous-groupes, mettre les jeunes en projet en leur demandant de réaliser une publicité sur un événement organisé dans leur quartier, leur école...

Réfléchir aux différents paramètres de leur publicité, au regard de ce qui a déjà été vu dans les étapes précédentes : visuel, logo, slogan/texte, public cible, couleur, disposition des éléments, etc.

Étape 4 : Réalisation d'une affiche publicitaire

Passer à l'étape de réalisation en réfléchissant au support sur lequel la publicité sera réalisée (support numérique ou physique ? Taille de l'affiche ? Pour quel public ?) en respectant les paramètres définis à l'étape précédente.

Dans ce processus de création, l'éducateur·rice aux médias stimule la créativité de chaque groupe en proposant différentes manières de faire (découpage, collage, photo, dessin, utilisation de différents logiciels pour réaliser l'affiche numériquement, etc.)

Étape 5 : Analyser les projets de chaque sous-groupe

A partir de leur connaissance, proposer aux jeunes de réaliser une grille permettant d'analyser l'efficacité de l'affiche publicitaire en fonction du projet de départ.

Pour chaque élément, le groupe expliquera ses choix et les jeunes évalueront l'obtention de l'effet voulu.

L'éducateur·rice aux médias pourra proposer une forme spécifique aux jeunes pour justifier leur choix. Ex. pour le slogan : « Nous avons choisi ce slogan car nous voulions transmettre tel message/telle valeur ». Le reste du groupe évaluera la réussite de l'effet voulu.

Prolongements et variantes

- Plutôt que de travailler sur un événement, l'affiche publicitaire peut vanter les mérites d'un objet imaginaire, pour mieux comprendre les mécanismes de ce type de discours.
- Au lieu d'une affiche, l'activité peut mener à la réalisation d'un spot publicitaire d'une vingtaine de secondes. Pour cette tâche, la démarche est la même. L'éducateur·rice veillera seulement au montage final des différents projets.
- Les affiches reçues peuvent devenir les visuels de la future fête de l'école/du quartier, du concert/de l'événement organisé par la maison de jeunes, etc. afin de valoriser les projets de qualité. Pour ce faire, l'éducateur·rice veillera à établir des collaborations au préalable.
- Lors de l'analyse des publicités, s'attacher à identifier certains stéréotypes qu'elles contiennent.
- Cette activité peut s'attacher à la déconstruction des préjugés, au travail des publicités conscientes etc. L'affiche publicitaire peut donc se créer sous l'un de ces angles.
- L'activité « **Réaliser une publication sur les réseaux sociaux de manière responsable** » peut être un prolongement à cette fiche puisqu'elle développe la publicité dans les publications sur les réseaux sociaux.

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires :

- Comprendre la publicité - éducation critique, CSEM, 2007 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/comprendre-la-publicite-education-critique>.
- COLLARD, Y., « La Publicité, une longue histoire », Média Animation, 2007 : <https://media-animation.be/La-publicite-une-longue-histoire.html>.
- « Un événement à communiquer, ... une affiche ! », dans *L'éducation aux médias en 12 questions*, CSEM, 2019, p. 13 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/leducation-aux-medias-en-12-questions>.
- « Créer une affiche publicitaire », dans *Les compétences en Education aux médias. Un enjeu éducatif majeur*, Bruxelles, CSEM, 2016, pp. 98-103 : <https://www.csem.be/sites/default/files/2021-01/cadre-competences-education-aux-medias-portefeuille-activites-pedagogiques-2016.pdf>.

Autres ressources :

- « La publicité est partout », HabiloMédias : <https://habilomedias.ca/publicite-consommation/publicite-partout>.
- « Pub et liberté », séquence pédagogique d'éducation aux médias de *Philéas et Autobule*, n°33, Janvier 2013, pp. 13-16 : <https://www.phileasetautobule.be/dossier/33-enfin-libre/>.
- « Les publi-astuces: introduction à la publicité alimentaire en ligne », HabiloMédias, 2022 : <https://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/les-publi-astuces%C2%A0-introduction-%C3%A0-la-publicit%C3%A9-alimentaire-en-ligne>.
- « Identifier et décoder la publicité cachée », CLEMI, 2017 : <https://www.cleml.fr/es/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/identifier-et-decoder-la-publicite-cachee.html>.
- « Jouons avec les logos », E-Media, 2012 : https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/3580/Jouons_aux_logos.pdf.
- « Le marketing auprès des ados : tactiques de marketing », HabiloMédias, 2012 : <https://habilomedias.ca/lecon/tactiques-marketing-activite>.
- « Marketing en ligne destiné aux jeunes : stratégies et techniques », HabiloMédias, 2015 : <https://habilomedias.ca/lecon/marketing-en-ligne-destine-jeunes-strategies-techniques>.

RÉALISER UN PHOTO-REPORTAGE DANS MON QUARTIER



16-20 ans



- Matériel pour exposer le photo-reportage, en fonction du projet des participant-e-s :
 - Projet numérique : ordinateur et connexion à Internet
 - Projet papier : Panneaux, feutres, etc.
- Du matériel pour réaliser des prises de vue (appareil photo, tablette, smartphone, etc.)



Objectifs

- Produire et réaliser des interviews de différentes personnalités d'un lieu donné, en l'occurrence le quartier
- Mettre en place une exposition photo sous la forme d'un photo-reportage, à destination d'un public spécifique
- Acquérir des compétences techniques dans la prise d'images
- Travailler sur la relation entre le texte et l'image
- Travailler sur la relation au public d'un projet d'éducation aux médias

Déroulement

Étape 1 : Mise en projet

Présenter la situation de communication à l'ensemble du groupe : la réalisation d'un photo-reportage valorisant les personnes et les décors (le lieu) d'un quartier, en passant par l'interview et la photo.

En groupe de 3-4, demander aux jeunes de réfléchir à un projet de photo-reportage de leur quartier :

- Quel sujet désires-tu aborder ?
- Sous quel angle ?
- Qui/quel type de personnes vas-tu interviewer ?
- Quelle trace des interviews vas-tu garder pour ensuite les réinvestir dans ton projet de photo-reportage ?
- A quel public se destine ton photo-reportage ?
- Sur quel support va-t-il être transmis ?
- Comment vas-tu y intégrer du texte ?

A la fin de cette étape, grâce aux réponses données à l'étape précédente, les jeunes ont une idée précise des différentes caractéristiques de leur projet, grâce aux réponses aux questions ci-dessus, et ce afin de le présenter à l'étape suivante.

Étape 2 : Présentation des projets à l'ensemble du groupe

Demander à chaque groupe de présenter devant les autres, dans un exposé structuré en fonction des différentes réponses aux questions de l'étape précédente, le projet de photo-reportage.

- La proposition faite par le groupe semble-t-elle correspondre au projet de départ et à son intention ?
- Quels conseils peux-tu donner au groupe pour améliorer encore son projet ?
- Quelles précisions doivent encore être apportées pour que le projet soit abouti ?

Cette étape permet d'avoir un échange entre les différents groupes. C'est aussi le moment pour le groupe d'avoir une réflexion sur son propre projet et également de le nourrir des réflexions faites par tout le monde.

Étape 3 : Préparation des interviews et de la prise d'images

Réfléchir à des questionnaires types pour les interviews des personnes :

- Les questions seront-elles ouvertes, fermées, semi-ouvertes ?
- Les questions seront-elles toutes les mêmes ou évoluent-elles en fonction de la personne interviewée ?
- Comment ces interviews seront-elles réinvesties dans le photo-reportage ?

Après l'élaboration des questionnaires, réfléchir à la prise de vue qui accompagnera l'interview (plan, disposition, angle, couleurs) des acteur·rice·s et/ou du(des) lieu(x) pour réfléchir à l'(aux) effet(s) voulu(s).

- Les personnes prises en photo le seront-elles seules ou avec un décor ?
- Se focalise-t-on sur un angle de prise de vue, un plan spécifique ou cela peut-il varier ? Réfléchis à l'effet voulu.
- Avec quel matériel prend-on les photos ?
- A quoi faut-il être attentif·ve en termes de droit à l'image ? Fais des recherches et mets en place ce qui est nécessaire.

Établir une liste des lieux et des personnes à prendre en photo/interviewer.

Vérifier que tout ceci correspond bien au projet initial (voir étape 1).

A la fin de cette étape, les jeunes devront être prêt·e·s à aller sur le terrain. Cette étape nécessitera, en fonction du niveau du groupe, un développement théorique sur l'analyse d'une image (plans, angles, dispositions, etc.) et de l'interview (les différents types de questions, les relances, etc.) ainsi que des conseils techniques pour la prise d'images. Cette étape est également le moment d'aborder la question du droit à l'image (avec une ressource telle que celle du SGNE sur le RGPD, en fin de fiche). Vous trouverez, dans la partie « Quelques notions pour mieux aborder l'EAM » (en fin de dossier), un développement de ces différents éléments.

Étape 4 : Réalisation des photos et des interviews

Sur le terrain, à partir du plan prédéfini à l'étape précédente, réaliser les photos des lieux et des personnes ainsi que les interviews des personnes concernées.

- Quelle trace garder de tous ces éléments ?
- Quel rôle aura chacun·e des membres du groupe dans le projet ?

Étape 5 : Travailler la structuration du photo-reportage

Réaliser, sur un support défini par le groupe (physique ou numérique), le photo-reportage.

- ⦿ A quel public est destiné le photo-reportage ? Qu'est-ce que cela implique en termes de support physique/numérique ?
- ⦿ Les traces de l'interview seront-elles rendues sous forme écrite (manuscrite ? numérique ?) ou sous forme audio ?

A cette étape, il est fondamental que l'éducateur-riche explique que les choix opérés par les groupes auront des impacts sur l'intention, les effets transmis au public, etc.

Étape 6 : Monter une exposition des différents photo-reportages

Définir l'espace accordé pour exposer l'ensemble des photo-reportages.

- ⦿ Quelle va être la scénographie globale de l'événement ?
- ⦿ Si elle a lieu durant un événement précis (exemple : fête de quartier, journée portes ouvertes, etc.), comment l'exposition va-t-elle s'insérer dans l'ensemble de l'événement ?
- ⦿ Quelle contextualisation faire pour l'ensemble de l'exposition et pour chacun des projets ?

A cette étape de mise en commun, il s'agit de définir le contexte global de l'événement, les détails pratiques d'organisation ainsi que les éléments qui permettent de contextualiser l'ensemble du projet et celui de chacun des sous-groupes.

Prolongements et variantes

- ⦿ Plutôt qu'un photo-reportage, il est possible de faire un reportage vidéo (voir activité « [Réaliser un webdocumentaire de ma ville/mon village](#) »).
- ⦿ Le photo-reportage peut approfondir la notion d'intention: le produit fini n'est qu'une représentation possible du lieu ou une représentation de la vision qu'en ont personnellement les jeunes.
- ⦿ Proposer à un ou plusieurs groupes de faire un photo-reportage qui montre les coulisses du projet (making-of).

Ressources

- ⦿ « Reportage de photojournalisme : Ces parents venus d'ailleurs qui ont ces enfants devenus les jeunes d'ici », projet de l'Institut des Ursulines (Bruxelles) dans le cadre de l'appel à projets scolaires du CSEM, 2020 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/experiences-de-terrain/reportage-de-photojournalisme-ces-parents-venus-dailleurs>.
- ⦿ « Fête culturelle et citoyenne », projet de L'Ecole Libre de Coiffure et d'Esthétique «Le Verseau» (Gosselies) dans le cadre de l'appel à projets scolaires du CSEM, 2020 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/experiences-de-terrain/fete-culturelle-et-citoyenne>.
- ⦿ « Enquêtes d'images », dans *Médias et informations, on apprend !*, CLEMI, 2015, pp. 20-21 : https://www.clemi.fr/fileadmin/user_upload/brochure2015-2016.pdf.
- ⦿ *Comprendre et appliquer le RGPD en classe*, SGNE, 2020 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/ressources-externes/comprendre-et-appliquer-le-rgpd-en-classe>.

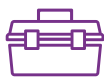
LA VIDÉO



RÉALISER UN (WEB)DOCUMENTAIRE SUR MA VILLE/MON VILLAGE



6-12 ans



- Des feuilles et de quoi noter (pour travailler le scénario) ;
- du matériel pour la prise d'images vidéo (smartphone, tablette, caméra, etc.) ;
- du matériel pour la prise de son (soit à partir du matériel de prise d'image, soit du matériel spécifique comme un micro-cravate) ;
- un logiciel ou une application de montage telle que: iMovie (Apple), CapCut (Android) ou Shotcut (Apple et Android).



Objectifs

- Produire une vidéo en tenant compte des aspects informationnel (contenus de la vidéo), technique (la prise d'image et de son) et social (le choix du public et la relation entre le projet et le public visé)
- Comprendre les différentes étapes de la construction d'une vidéo, de la définition de son contenu au montage final
- Travailler sur la relation entre l'image et le son
- Orienter la production d'un média en fonction du support et du public visé

Déroulement

Étape 1 : Co-construction du projet

Présenter aux jeunes l'objectif final de l'activité : faire découvrir un lieu (le village/la ville) à un public via un webdocumentaire.

A ce stade, la consigne doit rester vague, pour respecter l'idée de co-construction.

Donner ensuite la contrainte suivante :

« Vous allez former des groupes de 3-4 et chaque groupe se chargera d'une vidéo. Le webdocumentaire sera donc divisé en autant de séquences que vous aurez créées ».

Après avoir formé des groupes, demander aux jeunes :

- Qu'aimeriez-vous présenter dans votre vidéo ? Quel lieu et quel élément de ce lieu ?**
- Comment aimeriez-vous le présenter dans votre vidéo ?**
- A qui aimeriez-vous présenter votre vidéo ?**

Mettre en commun l'ensemble des réponses données par les différents groupes afin d'obtenir un consensus global sur le lieu sur lequel se centrera le webdocumentaire (lieu concerné, public cible du documentaire, thématique(s) abordée(s)).

L'éducateur-riche veillera à signaler au groupe que chacun-e d'eux-elles pourra, avec sa vidéo, apporter sa propre perception du lieu en question.

Étape 2 : Rechercher des informations

Proposer aux jeunes diverses activités pour découvrir/se renseigner sur la ville/le village en question : promenade, visite guidée, rencontres avec des personnes, recherche d'informations sur Internet.

Ces activités peuvent être espacées dans le temps afin de faire émerger la réflexion.

Étape 3 : Construire un scénario

Après la récolte de toutes ces informations, revenir au projet initial et demander aux groupes de définir :

- ⦿ **les informations sur le lieu qu'ils veulent développer dans la vidéo ;**
- ⦿ **la forme que prendra la vidéo :**
 - Quelles images prendrez-vous de la vidéo ?
 - Qui figurera sur la vidéo ?
 - Quelle perception voulez-vous donner de ce lieu ?

Chaque groupe présentera aux autres les éléments de fond et de la forme de leur partie du webdocumentaire et échangera avec l'ensemble du groupe sur les éventuelles améliorations à apporter.

Demander à chaque groupe de résumer le contenu de sa vidéo :

- ⦿ **Que va-t-on dire/montrer ?**
- ⦿ **Quel(s) type(s) de plan(s) va-t-on utiliser ?**
- ⦿ **Combien de plans composeront la vidéo ?**
- ⦿ **Qui va parler ?**
- ⦿ **Quels seront les paramètres du son (les commentaires se feront-ils en face caméra ? en voix off ?)**

L'objectif est de résumer le contenu (forme et fond) de la vidéo en répondant de manière complète à toutes ces questions, avant de construire le storyboard.

L'éducateur-riche veillera à simplifier au maximum la tâche demandée à cette étape.

Étape 4 : Construire le storyboard

Pour chaque groupe, distribuer une feuille A3 (ou A4) et demander aux jeunes de la diviser en fonction du nombre de scènes que contiendra la vidéo. Pour chaque scène, demander de définir :

- ⦿ **le type de plan et le cadrage ;**
- ⦿ **ce qui sera dit et comment (face caméra ou voix off) ;**
- ⦿ **les personnes présentes éventuellement dans le plan.**

A cette étape, il s'agit de décomposer le plus précisément possible ce qui a été défini à l'étape précédente, l'objectif étant d'avoir une feuille de route claire pour l'étape du tournage de la vidéo.

L'éducateur-riche veillera, en fonction des projets des jeunes, à travailler avec eux-elles certaines techniques qui leur seront utiles (comment filmer les différents plans? comment cadrer correctement? comment interviewer une personne? etc.). Un développement de ces différents éléments est donné dans la partie « [Quelques notions pour mieux aborder l'EAM](#) », en fin de dossier.

Étape 5 : Produire et monter la vidéo

En fonction de l'âge et de l'autonomie du groupe, partir sur le lieu choisi et tourner les différentes scènes présentes sur le storyboard.

Vérifier que les différentes indications notées dans le storyboard sont respectées et correspondent bien au projet initial.

L'éducateur-rice attirera l'attention sur la netteté/stabilité de l'image, le cadrage des images, la prise correcte de son, afin d'éviter de trop nombreuses manipulations lors du montage.

Monter chacune des vidéos grâce à l'un des logiciels de tournage proposés dans le matériel de la fiche d'activité.

Cette étape nécessite la prise en main d'un/une logiciel/application, qui permet ensuite aux jeunes de travailler en autonomie ou avec l'aide de l'éducateur-rice.

Avant de diffuser la vidéo, l'éducateur-rice veillera à attirer l'attention des jeunes sur les règles en matière de droit à l'image concernant toute publication sur les réseaux sociaux. Pour ce faire, la publication du SGNE sur le RGPD (voir ressource en fin de fiche) peut être exploitée. (voir également la partie « Quelques notions pour mieux aborder l'EAM », en fin de dossier).

Étape 6 : la diffusion de la vidéo

Organiser un événement qui permettra de présenter le film au public. Recueillir les commentaires des spectateurs et leur perception du film visionné.

Cette étape est très importante car elle constitue l'aboutissement du projet. Elle permettra aussi de valoriser le travail réalisé et de le confronter à la perception du public.

Prolongements et variantes

- Proposer aux groupes d'ajouter à leur vidéo de la musique, des transitions, des sous-titres.
- Proposer aux jeunes de travailler sur la cohérence globale du webdocumentaire en travaillant les transitions entre les différentes vidéos, en réfléchissant au meilleur agencement des vidéos pour construire le webdocumentaire en entier.
- Plutôt qu'un webdocumentaire, il est également possible de réaliser un photo-reportage de la ville/du village (voir l'activité : « [Réaliser un photo-reportage de mon quartier](#) »).

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires :

- ACMJ – Média Animation, *Tournez jeunesse ! Mener un projet vidéo avec des jeunes*, 2011.
- « Créer une vidéo », dans *L'éducation aux médias en 12 questions*, CSEM, 2019, p. 38 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/leducation-aux-medias-en-12-questions>.

Fiche d'activités (projets scolaires) sur le site du CSEM :

- « Koekelberg en 3 clics... Ma commune a la cote », AR de Koekelberg, 2015 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/experiences-de-terrain/koekelberg-en-3-clics-ma-commune-la-cote>.
- « Création d'un webdocumentaire : Ta culture+ma culture = notre école », LPHC Hornu, 2016 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/experiences-de-terrain/creation-dun-webdocumentaire-ta-culture-ma-culture-notre>.
- « Création d'un webdocumentaire sur les côtés insolites d'une entité », AR de Beaumont, 2017 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/experiences-de-terrain/creation-dun-web-documentaire-sur-les-cotes-insolites>.

Autres ressources :

- *Comprendre et appliquer le RGPD en classe*, SGNE, 2020 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/ressources-externes/comprendre-et-appliquer-le-rgpd-en-classe>.

RÉALISER UNE PUBLICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DE MANIÈRE RESPONSABLE



13-20 ans



- Un smartphone ;
- idéalement une connexion à Internet.



Objectifs

- Réfléchir et poser un regard critique sur ses usages médiatiques
- Poser un regard critique sur les publications des réseaux sociaux
- Comprendre les mécanismes publicitaires en action sur les réseaux sociaux
- Réaliser une publication responsable en respectant les recommandations légales

Déroulement

Étape 1 : Partir des connaissances des jeunes

Demander aux jeunes de partager leur expérience des réseaux sociaux en leur posant différentes questions :

- **Sur quel(s) réseau(x) social(aux) as-tu un profil ?**
- **Si tu es sur plusieurs réseaux sociaux, lequel préfères-tu et pourquoi ?**
- **Quelle est la différence entre ta plateforme préférée et les autres ?**
- **Suis-tu des influenceur-euse-s sur les réseaux sociaux ? Si oui, lesquels ?**
- **A partir de l'expérience que tu as des réseaux sociaux, peux-tu définir le terme d' « influenceur-euse » ?**

Cette première étape permet de cerner les pratiques médiatiques des jeunes du groupe en question afin d'éviter les généralisations abusives. En effet, en fonction des groupes, les usages médiatiques peuvent être très différents, les jeunes peuvent (ou non) être très conscient-e-s des différences entre les réseaux sociaux, des pratiques des influenceur-euse-s, etc.

L'éducateur-riche aux médias peut également se nourrir des pratiques des jeunes et en apprendre plus sur certains réseaux sociaux ainsi que la perception qu'ils-elles en ont.

Étape 2 : Analyser des contenus d'influenceur-euse-s

Suite aux questions posées à l'étape précédente, choisir 3 à 5 publications d'influenceur-euse-s cité-e-s par les jeunes.

A partir de l'observation de ces publications, rechercher ce qui diffère et ce qui relie ces publications.

Voici quelques propositions de publications d'influenceur-euse-s pour nourrir la discussion:

- une publication de l'influenceuse Lena Situation (#lenahfouf sur Instagram) : <https://www.instagram.com/p/CsIfnRlo6NK/>
- une publication de l'influenceuse Amal Tahir (#amatahir sur Instagram) : <https://www.instagram.com/p/CjNk2HzoIH0/>
- une publication de l'influenceuse Shauna Dewit (#shauna.dewit sur Instagram) : <https://www.instagram.com/p/CrOgaV4gDAG/>

- Une vidéo de l'influenceuse Madison Ramaget sur YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=U8hVXqhZRzU>
- une publication de l'influenceuse poopiblh (TikTok) : https://www.tiktok.com/@poopiblh/video/7232233394770398491?embed_source=71223855%2C121331973%2C120811592%2C120810756%3Bnull%3Bembed_masking&refer=embed&referer_url=www.sleep.fr%2Fblog%2Ftop-influenceurs-tiktok-en-france&referer_video_id=7187712978840538374

Parmi les critères de comparaison, l'éducateur-riche pourra mettre en évidence : l'intention, le domaine/le thème, le type d'influenceur-euse (en fonction de son audience ou de son origine), la forme de la publication, le réseau social sur lequel il-elle est actif-ve. L'ouvrage édité par le CSEM Apprendre et développer son esprit critique à l'ère des influenceurs permet de mieux comprendre et développer les différents critères de comparaison cités.

Demander ensuite aux jeunes de lire les deux documents suivants afin d'en tirer les éléments pertinents en termes de recommandations pour les contenus publicitaires dans les publications des influenceur-euse-s :

- « Vous êtes créateur de contenu ou influenceur ? Respectez les obligations en matière de publicité » : <https://economie.fgov.be/fr/themes/ventes/publicite/vous-etes-createur-de-contenu>
- Dossier « Recommandation du conseil de la publicité en matière d'influenceurs en ligne » : https://www.jep.be/sites/default/files/rule_recommandation/recommandations_du_conseil_de_la_publicite_influenceurs_en_ligne_fr.pdf

Il est préférable de partager ensemble une série de recommandations sur les contenus publicitaires en réalisant une petite synthèse (notée sur un support commun ou donnée aux jeunes sur un support individuel). Elle servira pour les étapes suivantes d'analyse et de production médiatiques.

Étape 3 : Distinguer la publicité dans les contenus des influenceur-euse-s

Demander au groupe de revenir sur l'observation des différentes publications (étape précédente) :

- **As-tu remarqué, dans ces publications, de la publicité ?**
- **Comment cette publicité se présente-t-elle ?**
- **Connais-tu d'autres stratégies pour faire de la publicité dans les publications des influenceur-euse-s ?**

L'éducateur-riche veillera à faire émerger les réponses suivantes : recommandation, test, invitation à un événement ou dans un lieu particulier, un cadeau d'une marque,...
Une relation rémunérée ne consiste pas uniquement en un transfert d'argent d'une marque à un influenceur-euse. Même si la marque offre gratuitement un produit ou un service à un influenceur-euse, la relation entre cette marque et ce-cette dernier-ère est considérée comme une relation rémunérée.
Afin de montrer les dérives des publicités dans les publications des influenceur-euse-s, voici également une vidéo qu'il est possible d'exploiter avec les jeunes : <https://www.facebook.com/watch/?v=678396846914064>.

Après avoir mis en évidence les règles en vigueur pour la publicité dans les publications des influenceur-euse-s et après analyse des publications de l'étape précédente, travailler avec les jeunes sur d'autres publications pour identifier si les règles concernant la publicité sont respectées.

Idéalement, les propositions de publications peuvent venir des influenceur-euse-s, mais l'éducateur-riche pourra également aborder cet exercice à partir des profils Instagram du footballeur Cristiano Ronaldo (#cristiano) et du cuisinier Hugo (#whoogys).

Étape 4 : Réaliser une charte pour accompagner

les contenus sur les réseaux sociaux

Demander aux jeunes de choisir trois publications d'influenceur-euse-s. Pour chacune d'elles :

- Contient-elle de la publicité selon une forme citée à l'étape précédente ?
- Est-il noté que cette publication contient de la publicité ?
- Quelle crédibilité peut-on donner aux publications dans lesquelles des influenceur-euse-s testent des produits ? Les informations données sont-elles fiables ? Objectives ?
- Que manque-t-il à ces publicités, en fonction de ce que tu as pu observer dans les documents du jury d'éthique publicitaire et du SPF économie (voir ci-dessus) ?

Lors de cette étape, l'éducateur-riche veillera à attirer l'attention des jeunes sur la publicité cachée et l'influence qu'elle peut avoir. Cette étape pourra également passer par une phase de mise en commun durant laquelle les membres du groupe échangeront sur les différents types de publicités qu'ils-elles ont pu rencontrer dans les publications mais également sur les différentes manières de cacher cette publicité.

Pour terminer cette étape, demander aux jeunes de réaliser une bannière qui pourrait accompagner ces publications contenant de la publicité.

Il est important pour l'éducateur-riche d'insister sur la raison pour laquelle cette bannière est réalisée: elle se fonde sur des principes éthiques et légaux (une publicité doit être signalée comme telle).

Étape 5 : Réaliser une publication pour faire la promotion

d'un événement (lié à l'école, à la ville, au quartier, etc.)

Demander aux jeunes de réaliser une publication (sous la forme d'une vidéo ou d'une story) pour un réseau social de leur choix, pour faire la promotion d'un événement dans une institution (école, maison de jeunes, etc.) ou dans le quartier/la ville :

- A quel événement penses-tu ?
- Sur quel réseau social vas-tu publier ? Quelles implications a ce choix ?
- Quels contenus vas-tu mettre en évidence ?
- Quelles informations fiables peut contenir ta publication à propos de cet événement ?
- Quels éléments vont accompagner ta publicité pour respecter les prescrits légaux en la matière ?

Après avoir répondu à ces questions, demander aux jeunes (seul-e-s ou en groupes) de réaliser leur publication.

L'éducateur-riche veillera à attirer l'attention des jeunes sur les règles en matière de droit à l'image concernant toute publication sur les réseaux sociaux. Pour ce faire, la publication du SGNE sur le RGPD (voir ressources en fin de fiche) peut être exploitée.

Quelques conseils pour réaliser sa publication

- Adapter son contenu aux codes de chacun des réseaux (public, support médiatique privilégié, etc.).
- Une publication sur les réseaux sociaux doit être courte (max. 1 minute).
- Les effets visuels ne sont pas nécessaires. Néanmoins, si le tournage de la publication contient plusieurs scènes, une application de montage devra être utilisée : CapCut (Android), iMovie (Apple) ou Shotcut (Android et Apple).
- Penser aux conditions de tournage de la publication (silence, stabilité de l'outil utilisé, audibilité des personnes qui parlent, luminosité, etc.). Ces quelques détails font bien souvent la différence...
- Ne pas oublier d'ajouter les éléments nécessaires afin de rendre responsable la publication.
- Ne pas oublier d'obtenir les autorisations de droit à l'image de toutes les personnes (et leurs parents s'ils sont mineurs) avant de publier sur un réseau social personnel ou sur celui d'une institution (voir partie consacrée au droit à l'image dans la « [Quelques notions pour mieux aborder l'EAM](#) », en fin de dossier).

Prolongements et variantes

- Reprendre l'une ou l'autre publication destinée à un réseau social et l'adapter à un autre.

Ressources

- « Vous êtes créateur de contenu ou influenceur ? Respectez les obligations en matière de publicité », 2023 :  <https://economie.fgov.be/fr/themes/ventes/publicite/vous-etes-createur-de-contenu>.
- Dossier « Recommandation du conseil de la publicité en matière d'influenceurs en ligne », Conseil de la publicité et Jury d'Ethique Publicitaire (JEP), 2018 :  https://www.jep.be/sites/default/files/rule_recommandation/recommandations_du_conseil_de_la_publicite_influenceurs_en_ligne_fr.pdf.
- « Influenceurs : comprendre les intentions derrière leurs publications », CLEMI, 2022 :  <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/influenceurs-comprendre-les-intentions-derriere-leurs-publications.html>.
- LELOUP, D., « Devenir riche sur Internet sans rien faire : les mirages du « dropshipping » », dans *Le Monde*, 2019 :  https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/07/31/devenir-riche-sans-rien-faire-les-mirages-du-dropshipping-sur-internet_5495194_4408996.html.
- « Les influenceurs : quelle part d'info valable ? », E-media, 2022 :  <https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/14127/Influenceurs.pdf>.
- *Apprendre et développer son esprit critique à l'ère des influenceurs*, CSEM, 2020 :  <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/carnet-8-apprendre-et-developper-son-esprit-critique-lere-des>.
- *Comprendre et gérer la protection des données*, CSEM, 2022 : <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/carnet-9-comprendre-et-gerer-la-protection-de-ses-donnees>.
- « Comprendre et exploiter le format story », dans *Éducation aux médias et à l'information*, CLEMI, 2019, p. 51 :  https://www.clemi.fr/fileadmin/user_upload/Publications/EMI2019/BrochureEMI2019.pdf.
- *Comprendre et appliquer le RGPD en classe*, SGNE, 2020 :  <https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/ressources-externes/comprendre-et-appliquer-le-rgpd-en-classe>.

QUELQUES NOTIONS POUR MIEUX ABORDER L'EAM



Le traitement de l'image

Parmi les paramètres pour définir une illustration, on peut citer :

Le format / cadrage :

- **Portrait** : L'image est donnée à voir de manière verticale (la hauteur est plus grande que la largeur) plan dans lequel on peut voir l'émotion du personnage
- **Paysage** : L'image est donnée à voir de manière horizontale (la largeur est plus grande que la hauteur)

L'angle de prise de vue :

- **Frontal** : Le sujet est pris de face
- **Latéral** : Le sujet est pris de côté (gauche ou droite)
- **Plongée** : Le sujet est pris d'en haut
- **Contre-plongée** : Le sujet est pris d'en-bas

La légende

La légende d'une illustration est un texte qui l'accompagne. Souvent rédigée par le-la photographe, elle peut avoir différentes fonctions :

- **décrire l'illustration** : la photo met des mots sur l'image (ex. : la légende d'un monument historique qui donne le nom de ce dernier) ;
- **informer le lecteur** : à partir de l'image, la légende développe brièvement un fait (ex. : la légende de la photo d'une personne-, en plus de la nommer, donne des explications sur le contexte de production de la photo, développe quelques caractéristiques de la personne photographiée) ;
- **donner une interprétation, un avis** : la légende de la photo d'un lieu explique, par exemple, pourquoi le-la photographe aime le lieu.

Les plans

Plan d'ensemble : ce plan montre un personnage dans une partie du décor.

Plan moyen : le personnage/la personne est vu-e de la tête aux pieds.

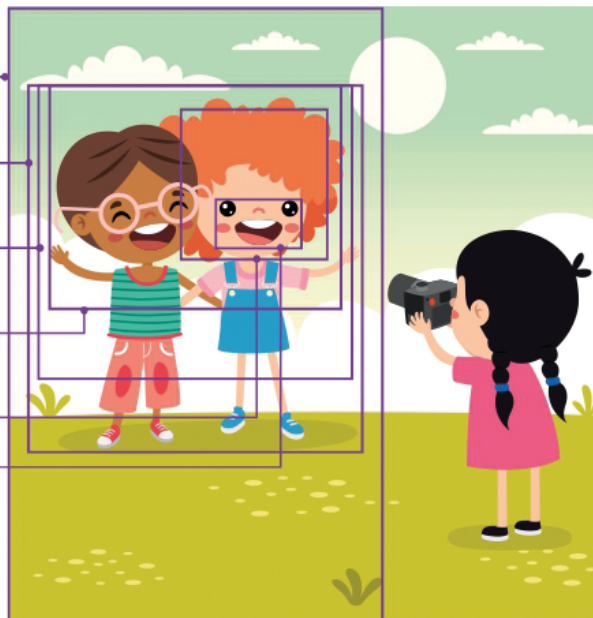
Plan américain : le personnage/la personne est vu-e jusqu'aux cuisses.

Plan rapproché : le personnage/la personne est vu-e jusqu'à la poitrine.

Gros plan : On voit uniquement un détail d'un-e personnage/personne (ex. : main, visage, etc.).

Très gros plan : On voit un détail (œil, doigt, etc.).

Différence entre avant-plan et arrière-plan : l'avant-plan est ce qui se trouve proche de l'observateur-riche, tandis que l'arrière-plan est ce qui se trouve derrière ce premier plan.



Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en P1-P2, CSEM, 2023, p.70.

Le langage publicitaire

Afin d'adopter une terminologie commune concernant les différents paramètres d'une publicité, voici quelques définitions :

- ◉ **Le support** : élément matériel sur lequel va apparaître la publicité (magazine, journal, télévision, radio, Internet, etc.)
- ◉ **Le logo** : symbole d'une marque.
- ◉ **Le slogan** : formule brève et frappante reprenant le plus souvent le nom du produit accompagné d'un élément.
- ◉ **Le sujet** : l'objet ou l'individu à partir duquel on présente le produit sur lequel porte la publicité.
- ◉ **L'argument** : raison donnée pour acheter le produit, venir à l'événement, etc.

Plusieurs procédés sont également à l'œuvre pour rendre efficaces les messages publicitaires et donc pour atteindre la cible :

- ◉ Le développement **d'arguments spécifiques** peut avoir une influence sur le-la destinataire.
ex. : l'argument d'autorité est souvent utilisé dans la publicité : « les experts recommandent (une marque) ».
- ◉ L'utilisation de **figures de style** dans le texte et dans les illustrations sont des procédés qui, pour le-la publiciste, servent à mieux nous faire imaginer ce dont il-elle parle.
ex. : l'image publicitaire d'une voiture représentant une personne totalement écrasée au fond de son siège pour montrer la puissance du véhicule utilise une figure d'exagération, en l'occurrence l'hyperbole.
- ◉ L'utilisation de **couleurs spécifiques** peut également avoir un impact en fonction des valeurs et de la symbolique que chacune d'elles véhicule.
ex. : le rouge peut être utilisé pour symboliser l'amour, la passion, mais aussi la violence, le vert pour la nature, la santé, la fraîcheur, le blanc pour la pureté, la perfection, la jeunesse ou encore la paix, etc.

Le droit à l'image

- ◉ **Donnée personnelle** : Toute information permettant d'identifier directement ou indirectement une personne physique. Exemples : prénom, nom, adresse postale ou mail, date de naissance, photos, empreintes digitales, adresse IP, mot de passe, données de géolocalisation ou de santé...
- ◉ **Droit à l'image** : Personne ne peut être filmé ou pris en photo sans son autorisation. Le droit à l'image stipule qu'il faut le consentement d'une personne pour la prendre en photo. Pour que cette photo soit diffusée (sur les réseaux sociaux, sur un site internet, dans une publication, etc.), la personne photographiée doit, une nouvelle fois, donner son consentement. En donnant son consentement pour être pris en photo, on ne donne donc pas automatiquement son consentement pour que cette dernière soit rendue publique.

Tout le monde dispose de ce droit à l'image, peu importe son âge :

- Avant 12 ans (soit l'âge légal du discernement), ce sont les responsables légaux qui donnent leur consentement pour leur enfant.
 - Entre 12 et 18 ans, le consentement doit être donné par le-la jeune et par ses responsables légaux.
- ◉ **Consentement** : 13 ans, c'est l'âge officiellement requis pour s'inscrire sur un réseau social. C'est aussi l'âge à partir duquel, en Belgique, un-e enfant est propriétaire de ses données personnelles et de son image. À cet âge, on estime qu'il-elle est capable de donner son propre consentement dans ce domaine : l'autorisation de ses parents - les deux, pour être précis - n'est donc plus requise. À la suite de l'arrivée du RGPD, la Belgique a fixé cette limite à 13 ans, ce qui n'est pas le cas chez nos voisins-e-s : elle est de 15 ans en France et de 16 ans au Luxembourg.

Cette étape importante où le-la jeune devient propriétaire de ses données personnelles ne lui donne en rien la « majorité numérique », comme on l'entend souvent, à tort : jusqu'à 18 ans, ses parents sont toujours responsables, juridiquement parlant, par exemple s'il-elle fait un achat démesuré sur Internet ou s'il-elle expose, sans leur consentement, la photo de ses copain-ine-s ou de ses professeur-e-s sur un réseau social.

Conseils aux éducateur-ice-s aux médias :

- **Publier essentiellement sur des supports appartenant à votre école** (site internet, plateforme éducative, journal...), éviter le stockage de données sur des serveurs hors Europe ;
- **réfléchir à la pertinence de livrer certaines données**, toujours en s'assurant qu'il ne s'agit pas de données personnelles ;
- **connaître le contenu et les contours des autorisations** données par les parents à l'école ;
- **prévoir un document adapté** à chaque situation nouvelle qui sortirait de ce cadre et gérer les autorisations (motiver les demandes de façon anticipative par rapport à l'activité, respecter chaque autorisation ou refus d'autorisation...) ;
- **empêcher la copie ou diffusion trop aisée** des documents ;
- **flouter les visages et signes trop distinctifs** si l'angle de vue ne peut pas éviter de les montrer ;
- **définir le cadre dans lequel les contenus seront publiés** : le lieu, les modalités d'accès (publique / protégée par mot de passe / privée), la durée de publication... ;
- **prévoir une procédure** (en dessous de chaque publication, par exemple) **permettant de contacter la personne responsable de la publication** si quelqu'un souhaite demander le retrait d'une photo ;

L'interview

Une interview se compose de trois parties :

1. **L'ouverture** : elle sert à établir le contact entre l'intervieweur-euse et l'interviewé-e (salutations, présentations des personnes et du thème de l'interview)
2. **Le questionnement** : c'est l'enchaînement des questions posées à la personne interviewée
3. **La clôture** : pour terminer l'entrevue, l'intervieweur-euse fait un rapide bilan de l'échange en soulignant les points principaux et en remerciant l'interviewé-e.

Pour les questions, elles peuvent être de deux types :

- **La question fermée** : elle implique des réponses courtes et/ou précises. Elle peut servir à identifier la personne interviewée, à confirmer un fait, etc.
- **La question ouverte** : elle permet à la personne interviewée de développer ses réponses, d'apporter de nouvelles informations, de donner son opinion, etc.

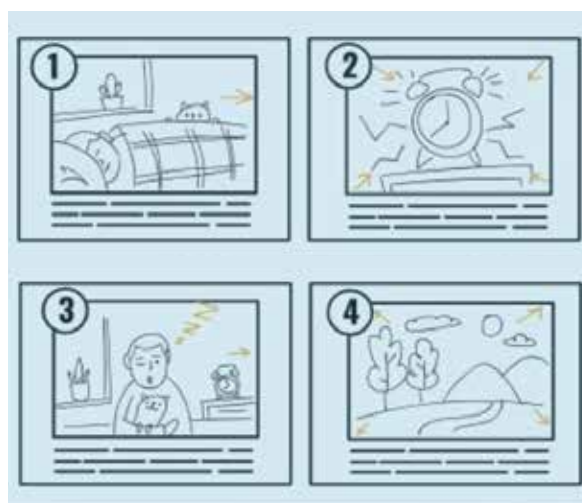
Quelques conseils pour préparer une interview :

- Une interview **doit se préparer** pour être de qualité.
- Le thème doit être déterminé avant la rencontre.
- L'intervieweur-euse classera les questions qu'il-elle a préparées selon un ordre logique, avant la rencontre et il-elle essaiera de rester fidèle à cet ordre.
- Les questions posées seront principalement ouvertes pour permettre à la personne interviewée de développer ses réponses.
- En fonction de l'avancement de l'échange, l'intervieweur-euse devra être capable d'adapter ses questions et/ou leur ordre.

La vidéo

- **Synopsis** : Résumé de l'histoire (actions des personnages et des propos) qui peut aller de quelques lignes à une ou deux pages.
- **Storyboard** : Version dessinée du découpage présentant toutes les indications techniques. Support visuel utilisé par le-la réalisateur-ice pour concevoir le film et pour guider le tournage.

Exemple :



Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en PI-P2, CSEM, 2023, p.75.

- **Voix off** : Dans une scène, une voix off est la voix d'une personne que l'on entend mais qu'on ne voit pas à l'écran. Cela peut être la voix d'une personne présente dans une autre scène ou d'une personne prenant en charge la narration de la vidéo.



Août 2023 -Les ressources proposées
dans cet ouvrage sont correctes à la date de parution

Éditeur responsable : Paul de Theux - CSEM

CSEM
Boulevard Léopold II, 44 –6E630
1080 Bruxelles

Contact :
+32 2 413 35 08
+32 2 413 38 16

Site internet
<http://www.csem.be>

Mail
contact@csem.be

Design: www.acg-bxl.be