

Semaine de l'éducation aux Médias

: le Monde, les Médias et Nous ?

Ressources, témoignages et activités



Cette brochure est le fruit de la collaboration de membres du CSEM :

Tatiana Debrabandere – Chargée de projets
Julia Gligli – Étudiante-stagiaire (IHECS)
Sébastien Grau – Chargé de mission (coordination)
Patrick Verniers – Directeur

Réalisation de la fiche en lien avec la méthode d'analyse des médias en collaboration avec :

Laura Colagioia – CAF Tihange
Valérie Stevens – CAF Tihange

Réalisation des fiches en lien avec le média chanson en collaboration avec :

Marion De Ruyter – Médiathèque Nouvelle
Nathalie Droeshaut – Médiathèque Nouvelle
Thierry Moutoy – Médiathèque Nouvelle
Gaëtan Cristino – Médiathèque Nouvelle

Relectures :

Nathalie Ronvaux – Médiathèque Nouvelle
Emmanuelle Bollen – Médiathèque Nouvelle
Ingrid Bonniver – CSEM

Réalisation et relecture de la fiche "Et le manga dans tout ça ?" :

Thierry Moutoy – Médiathèque Nouvelle
Maxime Cacheteux – Action Médias Jeunes

Editrice responsable : Claire Berlage – CSEM

CSEM
Boulevard Léopold II, 44 – 6E630
1080 Bruxelles
<http://www.csem.be>
Mail : csem@cfwb.be

Août 2025 – Les références des ressources proposées dans cet ouvrage sont correctes à la date de parution

Table des matières

Introduction	4
Le Monde, les Médias, et Nous ?	5
Que contient ce dossier ?	5
Éducation aux médias : les fondamentaux	6
Des projets d'éducation aux médias : témoignages	8
Animations sur le thème de l'intelligence artificielle	8
A l'aide de QR codes, découvre les quartiers de ta ville !	10
Journal de la rue Baudhuin : au cœur du quartier	11
Vivons ensemble une activité d'éducation aux médias	13
Contextualisation et explications	13
Conscientiser aux mécanismes d'éducation aux médias	14
<i>📄 Méthodologie pour conscientiser l'EAM avec des jeunes</i>	14
Activités d'éducation aux médias pour les plus petits...	18
<i>📄 Réaliser la bande son des bruitages accompagnant la lecture d'une histoire</i>	18
<i>📄 Réaliser une photo pour mettre en valeur un objet</i>	21
Le Smartphone	25
<i>📄 Développer ses usages médiatiques du smartphone par une utilisation pédagogique de l'outil</i>	25
Le Média musique/chanson	39
<i>📄 Réaliser une playlist dans différents contextes</i>	43
<i>📄 Réaliser un visuel accompagnant une chanson</i>	46
<i>📄 Réaliser une playlist pour parler de sa ville/son environnement</i>	50
Le média bande dessinée	54
<i>📄 Réaliser une planche de BD sur le métier de journaliste</i>	54
<i>📄 Et le manga dans tout ça ?</i>	64
Quelques ressources en éducation aux médias	73
Les collections du CSEM	73
Ressources de nos partenaires et opérateurs en éducation aux médias	78

Préface

Quelle place prendre dans ce monde médiatique ? Quelle identité et quelles relations construire face aux médias ? Comment comprendre « l'autre » et le monde au travers des médias ? De quelle manière ces derniers nous permettent-ils de mieux aborder notre histoire, mieux construire nos messages et saisir les enjeux de la société qui nous entoure ?

Tous ces questionnements font partie de notre quotidien et évoluent en fonction du paysage multimédiatique, selon ses limites et ses opportunités. Ce monde médiatique invite, chaque jour, toute personne à se (re)positionner ou à s'exprimer. Face à cela, il est primordial d'apporter des éclairages, pouvoir analyser les codes et le fonctionnement de notre environnement médiatique.

C'est donc ici que l'éducation aux médias a toute sa place. Au fil des âges, elle est nécessaire pour décoder, et faire réfléchir sur les usages et les pratiques médiatiques de chacune et chacun. Elle laisse également place au partage et à l'expérimentation pour permettre, au final, un recul critique, une réappropriation active et responsable du monde et des expressions médiatiques qui nous entourent.

Les médias nous informent, nous divertissent et, surtout : ils nous sociabilisent. Qu'ils soient traditionnels ou émergents, ils jouent un rôle crucial dans la socialisation des citoyens et citoyennes, ils façonnent les idées et influent sur les représentations et nos actions dans notre société. C'est cette dimension sociale que le Conseil Supérieur de l'éducation aux médias a souhaité mettre au cœur de cette 3e édition de la « Semaine de l'éducation aux médias ».

Organisée du 15 au 23 novembre 2025, cette semaine touche de nombreux secteurs, de l'école au monde de la jeunesse. Concrètement, plus de 200 activités sont proposées aux enfants, aux jeunes et à leurs encadrant·es, et ce, aux quatre coins de la Fédération Wallonie-Bruxelles : animations, conférences, ciné-débats, formations, visites de médias... rythmeront la semaine.

Partez donc à la découverte de ce programme d'une semaine remplie d'activités en tous genres. Initiées par un panel d'opérateurs fédérés autour de cette thématique 2025, elles ont pour objectif d'offrir une éducation aux médias accessible, émancipatrice et créatrice de liens.

Claire Berlage
Présidente du CSEM



Le Monde, les Médias, et Nous ?

Pour cette troisième édition de la semaine de l'éducation aux médias, le CSEM invite les enfants, les jeunes – et leurs encadrant·e·s à explorer le rôle des médias dans notre compréhension du monde. Espaces d'expression individuelle et collective, les médias sont soumis à des logiques économiques, idéologiques, éducatives qui ont une influence sur les contenus, leur diversité, leur production, leur diffusion...

Produits dans un contexte (technique, social, culturel) spécifique, les médias sont, comme l'environnement qui nous entoure, en constante évolution. Ils apportent également un éclairage sur la compréhension du monde et l'influence également.

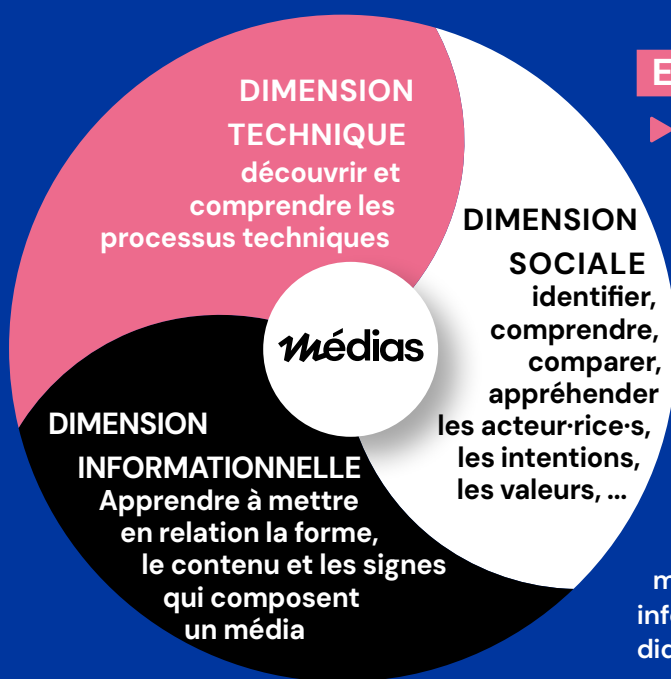
Le contenu de ce dossier d'accompagnement, ainsi que les activités, animations, visites, formations proposées dans le programme de cette semaine visent à explorer ces différents enjeux pour mieux décoder, déconstruire et – pourquoi pas – produire des médias.

Qu'est-ce qui distingue le public adepte de X de celui de Tik Tok ? En quoi Minecraft et Fifa sont-ils des productions médiatiques différentes au niveau de leur intention, leur public ? Qu'est-ce qui distingue une vidéo « Brut », média uniquement en ligne, d'un documentaire produit par la RTBF, média francophone belge subsidié ?



Éducation aux **Médias** : les fondamentaux

Le tout récent [Décret relatif à l'éducation aux médias du 16/05/2024](#) définit l'éducation aux médias comme « l'ensemble des pratiques éducatives visant le développement des connaissances, des compétences et des usages médiatiques de leurs bénéficiaires (enfants, jeunes et adultes), dans le but de rendre ceux-ci actifs, autonomes, critiques, réflexifs, créatifs et solidaires dans leur utilisation des médias. Elle rend ainsi ses bénéficiaires aptes à faire usage des médias en tant que destinataires, usagers, créateurs ou contributeurs, tout au long de leur vie.



Elle porte sur :

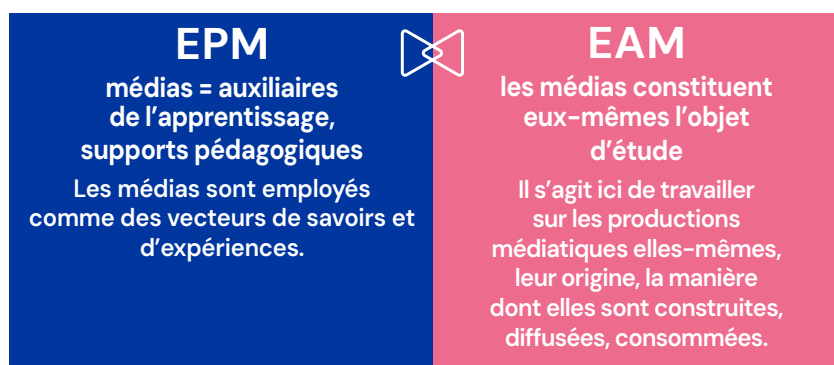
- ▶ les contenus médiatiques et les langages (écrits, sonores, visuels, multimodaux), formes et genres qu'ils mobilisent (> Dimension informationnelle);
- ▶ les contextes de production, de diffusion et de réception des médias dans leurs dimensions sociales, économiques et culturelles (> Dimension sociale);
- ▶ le fonctionnement technique des outils, dispositifs et plateformes médiatiques et leurs enjeux (> Dimension technique).

Elle concerne toutes les formes de communication médiatisée, publiques ou privées, informatives, persuasives, divertissantes, ludiques, culturelles ou sociales. »



L'éducation aux médias se définit aussi souvent par sa différence avec l'éducation par les médias. L'éducation PAR les médias, c'est utiliser un média comme support à un apprentissage : regarder un film pour approfondir la thématique de la migration, jouer à un jeu pour apprendre à compter...

En revanche, quand on fait de l'éducation aux médias, c'est le média lui-même qui devient l'objet d'apprentissage : créer le tutoriel vidéo d'un jeu, analyser les représentations de la femme à la télévision...



Les deux démarches peuvent être complémentaires même si leur objectif est différent

L'éducation prend pleinement sa mesure dans des activités qui mêlent l'analyse (des contenus, des contextes de production, des outils employés pour leur diffusion) et la production (pour réinvestir les connaissances acquises lors de la phase d'analyse).

	Dimension informationnelle	Dimension technique	Dimension sociale
ACTIVITÉS D'ANALYSE	▶ Identifier les stéréotypes masculins/féminins dans la publicité	▶ Expliciter les spécificités d'utilisation des différents réseaux sociaux	▶ Analyser différents types de publicités réalisées par les influenceur-euse-s et leurs intentions en fonction des publics qu'ils-elles visent
ACTIVITÉS DE PRODUCTION	▶ Produire un message écrit numérique intégrant les caractéristiques typiques du genre (ex : la « story »)	▶ Produire un contenu vidéo de A à Z avec un smartphone	▶ Sonoriser collectivement une histoire, un album jeunesse, un tableau ou un extrait de film d'animation



Des projets d'éducation aux médias : témoignages

Les activités d'éducation aux médias peuvent prendre des formes extrêmement variées : de la mise en place d'animations sur une thématique définie, à la production de contenus médiatiques, en passant par des formations à l'attention d'encadrant·e·s, les approches sont multiples pour atteindre les publics.

Il est essentiel de pouvoir illustrer cette diversité à travers des exemples concrets. Ces témoignages démontrent que l'éducation aux médias peut s'intégrer dans des contextes très différents, avec ou sans moyens considérables. Qu'il s'agisse d'un atelier de critique d'images réalisé avec du matériel de base, d'un podcast produit avec un simple téléphone portable, ou encore d'un débat animé en classe à partir d'un article de presse, ces initiatives montrent que chacun·e peut s'approprier cette démarche.

L'éducation aux médias n'est pas réservée à des expert·e·s ou à de grandes structures : elle peut être portée par tout adulte éducateur·rice, animateur·rice, enseignant·e ou simplement par une personne motivée à faire réfléchir un groupe aux enjeux médiatiques d'aujourd'hui.

Ce dossier d'accompagnement souhaite ainsi valoriser cette diversité de démarches, offrir des repères, et inspirer d'autres acteurs de l'éducation à oser, créer, et s'engager. Car chaque action, aussi modeste soit-elle, contribue à former des citoyennes et citoyens éclairés, capables de naviguer avec discernement dans l'univers médiatique d'aujourd'hui.



Envie de réaliser un projet d'éducation aux médias ?



L'appel à projets scolaires du CSEM :

Chaque année le CSEM publie un [appel à projets à l'attention des écoles](#). Il permet d'octroyer jusqu'à 2000€ à 10 écoles fondamentales et secondaires en FW-B afin de développer un projet d'éducation aux médias.



L'appel à projets du Service Jeunesse :

Le Service Jeunesse de la FW-B lance chaque année un [appel à projets à destination des organisations de jeunesse et des centres de jeunes](#) leur permettant de construire un projet d'éducation aux médias et à leurs encadrant·e·s de se former dans ce domaine.

Animations sur le thème de l'intelligence artificielle

Projet développé par le CFA asbl dans le cadre de l'appel à projets d'éducation aux médias 2024 du secteur Jeunesse.

Le Centre de Formation d'Animateurs (CFA) asbl a organisé des animations avec trois structures différentes pour aborder l'IA générative d'une manière constructive et créative. Ces animations visaient différents objectifs dont le principal était de permettre aux jeunes de s'emparer des IA par l'expérimentation et le processus créatif. Elles entendaient également démystifier des outils qui génèrent de nombreux fantasmes, mais aussi comprendre les enjeux sociétaux qu'ils mettent en évidence, permettant aux jeunes de devenir ainsi acteur·rice·s et critiques dans leur utilisation.

Le CFA a multiplié les publics bénéficiaires : un service résidentiel spécialisé (Tamaris), un centre d'accueil et de cohésion sociale (CARIA) et un service d'accrochage scolaire (La Parenthèse). Ces publics, éloignés de la culture et de la création artistique, sont trop souvent oubliés quand il s'agit de la sensibilisation à des thématiques d'éducation aux médias. Chaque cycle d'animations a permis d'expérimenter des dispositifs différents pour mieux répondre aux besoins et envies des publics d'une part et de rôder différents modes d'animation et ainsi déployer l'expertise du porteur de projet.

Concrètement, dans chacune des structures, 6 ateliers de 2h ont été donnés entre octobre et décembre 2024. Dans une première phase, il s'agissait de prendre en main un outil d'IA générative d'images, *Stable Diffusion*, qui a la particularité de pouvoir fonctionner hors ligne, à la différence de beaucoup d'outils d'IA génératives existants (*Gemini*, *ChatGPT*, *MidJourney*...). En termes techniques (et éthiques), l'utilisation de cet outil évite de faire fonctionner des datas centers très gourmands en énergie, comme c'est le cas des outils en ligne. Cela évitait également d'alimenter la banque de données de ces outils.

Au niveau technique et pédagogique, l'outil permet de déconstruire les mécanismes à l'œuvre lorsqu'on fait une requête et ainsi de lutter contre le mythe d'une IA générative qui fait tout toute seule. En effet, l'outil produit une image avec une base de données que l'utilisateur·rice peut même choisir, donnant des images très différentes.

A partir de cette première approche, en fonction du suivi des jeunes et de la manière dont ils·elles accrochaient avec les animations proposées, cette activité a pu déboucher sur :

- ▶ une production médiatique d'expression ;
- ▶ la création d'une bande dessinée contenant des images générées par l'IA ;
- ▶ la tentative de reproduction d'images artistiques avec l'aide de l'IA (voir illustrations ci-contre) ;
- ▶ une réflexion sur les biais de représentation amenés par la machine et donc des risques de ces biais, encore plus présents avec l'IA, dans le traitement de l'information par les médias ;
- ▶ une réflexion sociétale plus approfondie sur les tenants et aboutissants de l'IA générative.

Image à reproduire :



les images produites par l'IA :



En organisant ces animations, la volonté du CFA n'était donc pas seulement d'expliquer comment fonctionne une IA générative. Il s'agissait aussi d'un prétexte pour identifier les opportunités et les implications concrètes de ces outils sur nous et le monde qui nous entoure, tout en démystifiant l'idée que l'IA va prendre le contrôle sur nos vies.



A l'aide de QR codes, découvre les quartiers de ta ville !

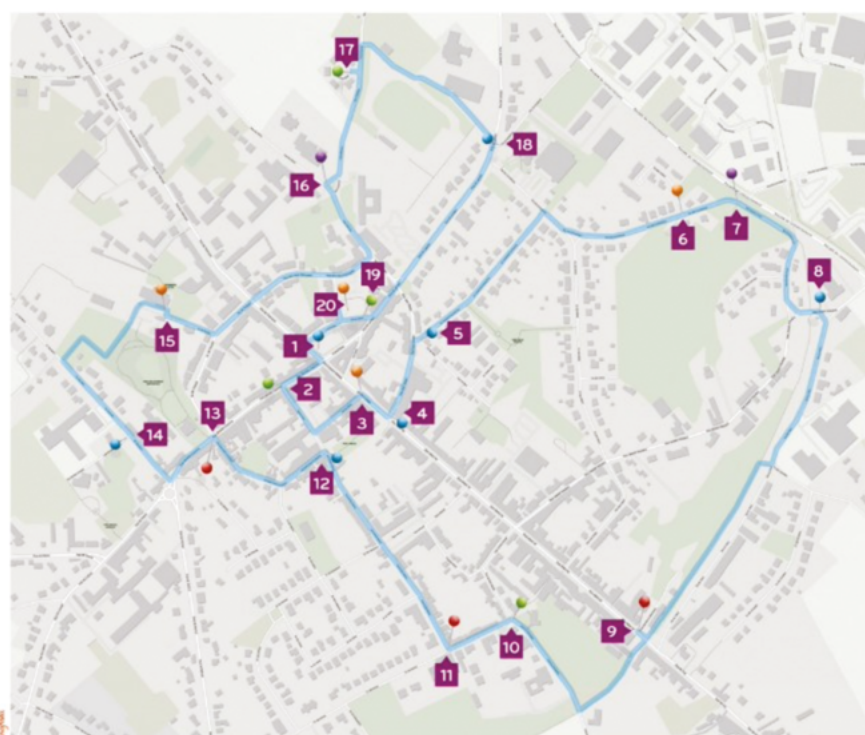
Projet réalisé par les élèves de N. Dillen de 3^e et 4^e professionnelle (secrétariat bureautique) de l'Athénée Royal de Hannut dans le cadre de l'appel à projets scolaires 2023–2024 du CSEM.

L'enseignante de français qui a porté ce projet a directement été interpellée par la thématique de l'appel à projets scolaires (« Un quartier à médiatiser ») et a travaillé à la construction de la proposition du projet avec ses élèves. A l'annonce de la sélection du projet par le CSEM, une de ses classes a manifesté l'envie de mener seule le projet, les élèves se disant généralement peu valorisés et donc manquant de confiance.

Sensible à l'argument, l'enseignante a donc mené ce projet (qu'elle voulait travailler avec plusieurs classes au départ) avec les élèves de 3^e et 4^e bureautique et en a fait le projet d'une année.

Concernant le projet, il s'agissait de créer un parcours interactif (« Mon Quartier, ça me parle ! ») de la ville. Concrètement, des pancartes seraient disséminées le long d'un parcours et chacune d'elles expliquerait les noms des rues de la ville.

Le contenu du parcours



BIENVENUE
WELKOM
WELCOME

- 1 Grand-Place (départ et fin de parcours)
- 2 Rue de l'Aïte
- 3 Place Henri Hallet
- 4 Rue Jean Mottin
- 5 Avenue Lieutenant-Général Pire
- 6 Rue Jean Rosoux
- 7 Rue Fond de la Tour
- 8 Rue du Tilleul
- 9 Place des Déportés et Réfractaires
- 10 Drève du Monastère
- 11 Chemin des Dames
- 12 Remparts St-Christophe
- 13 Rue Zénobe Gramme
- 14 Rue Derrière l'Hôpital
- 15 Avenue de Thouars
- 16 Rue des Aînés
- 17 Place Léon Bolle
- 18 Impasse de l'Académie
- 19 Rue du Ballon
- 20 Place Lucien Gustin

Le parcours complet fait 5 km.



Après une première rencontre avec l'échevin du Patrimoine de la ville qui a relaté sommairement l'histoire des noms de rue de la ville, les élèves ont voulu créer de courts podcasts pour parler du nom de certaines rues de leur quartier. Ainsi, pour chaque rue abordée, les élèves recherchaient un angle spécifique, se documentaient, se renseignaient auprès de spécialistes et ils-elles créaient ensuite un podcast pour présenter le nom de la rue. Ils-elles ont ainsi produit 20 pancartes, avec des QR codes renvoyant chacun à un podcast.

Au-delà du cours de français, ce projet a permis de mobiliser des compétences en géographie, en éducation physique, en math et de fédérer plusieurs enseignant-e-s autour d'un même projet. Ceci illustre encore une fois la transversalité d'un projet d'éducation aux médias.

Grâce à ce projet, les enseignant-e-s ont pu également constater que les élèves n'étaient plus seulement consommateur-ric-e-s passif-ve-s de

médias mais qu'ils-elles pouvaient être à l'origine de la production médiatique, à la manière de gestionnaires de projets (de la définition des contenus, aux choix des intervenant-e-s en fonction du public à atteindre, en passant par les aspects plus techniques d'enregistrement, de montage...).

Ce projet a aussi permis de redéfinir, pour la porteuse de projets, sa posture d'enseignante et la méthodologie à employer avec les classes, et plus particulièrement encore celles de l'enseignement technique. Fonctionner par projets les valorise et rend plus concrets les apprentissages. Même si certain-e-s n'ont pas l'impression d'apprendre, le rôle de l'enseignant-e va alors d'être de mettre en évidence les compétences acquises par les élèves et le chemin parcouru par ces dernier-ère-s au terme du projet.

REVUE DE PRESSE CONCERNANT CE PROJET :

- CRAHAY, C., [Un parcours interactif pour découvrir la ville de Hannut](#), dans *RTBF Actus*, 03/06/2024.
- MALEMPRÉ, D., [Des élèves de l'Athénée de Hannut font parler des quartiers entiers de la ville](#), dans *L'Avenir*, 31/05/2024.
- QUERELLE, C., [Un parcours interactif dans le centre-ville créé par les élèves de l'Athénée de Hannut : « Une balade contée par des acteurs locaux »](#), dans *Sudinfo*, 08/06/2024.

Un descriptif plus complet du projet « [A l'aide de QR codes, découvrir des quartiers de sa ville](#) » est disponible sur la page du site Internet du CSEM consacrée aux expériences de terrain de l'appel à projets scolaires.



Projet réalisé par l'école communale de Lambusart (Fleurus) et porté par Lissia Kerkhofs dans le cadre de l'appel à projets scolaires 2023-2024 du CSEM.

Dans le cadre d'un projet lié à la mobilité et à la sécurisation des alentours de l'école, les élèves de 5e et 6e primaire de l'école communale de Lambusart ont analysé les problèmes de circulation et de signalisation à proximité de leur école. Après avoir identifié ces problèmes, ils-elles les ont communiqués au Bourgmestre de la commune de Fleurus afin de pouvoir réaliser des aménagements. La thématique de l'appel à projets scolaires du CSEM en 2023-2024 (« Un quartier à médiatiser ») permettait justement, en parallèle de ce premier projet, de proposer aux enfants de produire un journal, à l'attention des habitants des alentours de l'école, pour les informer des changements qui étaient opérés : le *Journal de la rue Baudhuin*.

Si le projet lié à la signalisation et la sécurisation ne concernait que les élèves de 5e et 6e primaire, le projet du journal a mobilisé l'ensemble des élèves de l'école, de la première à la dernière année, chaque classe étant mobilisée en fonction de ses compétences. Ainsi les élèves de 1^{re} et 2^e primaire ont réalisé les photos (et leurs légendes) qui figurent dans le journal, ceux de P3-P4 ont rédigé des textes, tout comme les élèves de 5^e et 6^e qui ont aussi travaillé sur la production des textes dans leur version numérique. Ces derniers ont également pu bénéficier de la visite d'un journaliste, dans le cadre de l'opération « Journalistes en classe » afin de mieux comprendre le travail de journaliste mais

aussi de déconstruire l'objet journal, d'identifier ses différentes composantes...

La petite taille de l'équipe enseignante (3 enseignantes pour les trois classes de l'école) a permis

une collaboration aisée pour la réalisation de ce projet, tout en permettant à chacune des enseignantes de pouvoir travailler des compétences différentes, en lien avec leur propre programme.

Tout au long du projet, l'école a été aidée par la commune de Fleurus et par la cellule enseignement s'occupant des projets pédagogiques, mais également de l'équipe de communication de la Commune pour la mise en page et la diffusion du journal produit par les élèves.

Le projet s'est clôturé lors d'un événement pendant lequel les élèves ont présenté au Bourgmestre une série d'aménagements à réaliser aux alentours de leur école. Le Bourgmestre ayant accepté

les changements, le journal a directement été déposé dans les boîtes aux lettres des habitants de la rue et des alentours de l'école.

Aujourd'hui, le projet est repris en exemple par la zone de police concernée pour impliquer les acteurs d'un établissement scolaire dans la réflexion sur la sécurisation de ses alentours directs.

[Lien vers le journal \(version PDF\)](#)



REVUE DE PRESSE CONCERNANT CE PROJET :

- CUJAS, A., [Les élèves de Lambusart transforment les alentours de leur école](#), dans *Télésambre*, 18/04/2024.
- G., S., Fleurus: [nouveau succès pour les écoliers de Lambusart pour la mobilité et le lien social dans leur quartier](#), dans *L'Avenir*, 20/06/2024.

Un descriptif plus complet du projet « [Journal de la rue Baudhuin : au cœur du quartier](#) » est disponible sur la page du site Internet du CSEM consacrée aux expériences de terrain de l'appel à projets scolaires.

Vivons ensemble une activité d'éducation aux **Médias**

Contextualisation et explications

Simple et accessible à tou-te-s, adaptée en fonction des thématiques et des tranches d'âge visées, chaque proposition d'activité dans la suite de cette brochure se compose d'une phase d'analyse et d'une phase de production de contenus médiatiques, toujours exploités dans leurs différentes dimensions.

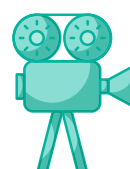
Les fiches d'activités proposées sont toutes conçues pour les publics scolaires et non scolaires et développent :

- ▶ **des objectifs spécifiques 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 ses besoins et de ses intérêts, chaque activité est bien évidemment adaptable. Nous invitons les éducateur-ric-e-s aux médias, chaque encadrant-e, 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...

Cette année, ces propositions d'activités sont précédées d'une fiche plus méthodologique permettant de stimuler les questionnements d'éducation aux médias chez les jeunes afin de développer chez eux-elles certains mécanismes.

Conscientiser aux mécanismes d'EAM	Méthodologie pour conscientiser l'EAM avec des jeunes	3-20 ANS
Activités d'éducation aux médias pour les plus petits	Réaliser la bande son des bruitages pour accompagner l'écoute d'une histoire	3-6 ANS
	Réaliser une photo pour mettre en valeur un objet	
Le smartphone	Développer ses usages médiatiques du smartphone par une utilisation pédagogique de l'outil	12-20 ANS
Le média musique/ chanson	Réaliser une playlist dans différents contextes	3-6 ANS
	Réaliser un visuel accompagnant une chanson	6-12 ANS
	Réaliser une playlist pour parler de sa ville/son environnement	12-20 ANS
La bande dessinée	Réaliser une planche de BD sur le métier de journaliste	8-12 ANS
	Et le manga dans tout ça ?	8-20 ANS



Conscientiser aux mécanismes d'éducation aux médias

Fiche réalisée en collaboration avec
Le Centre d'autoformation et de formation continue (CAF)



Méthodologie pour conscientiser l'EAM avec des jeunes

Les médias ne sont pas de simples miroirs de la réalité : ils façonnent notre perception du monde, orientent nos opinions et influencent nos comportements. Face à la diversité des contenus médiatiques, qu'il s'agisse de réseaux sociaux (comme X et TikTok), de jeux vidéo, ou de médias d'information « traditionnels », il est crucial, en termes d'enjeu citoyen, de développer chez les jeunes des réflexes en termes d'analyse des médias.

Cette démarche est d'autant plus importante que les médias sont soumis à des logiques économiques, éducatives et idéologiques qui influencent leur contenu. Former les jeunes à développer des réflexes d'analyse critique leur permettra non seulement de décoder et déconstruire les médias qu'ils-elles consomment quotidiennement, mais aussi de devenir des producteur·rice·s de contenus plus conscient·es et responsables. Chaque média nécessite une approche d'analyse adaptée. En tant qu'animateur·rice et/ou enseignant·e, il est nécessaire d'accompagner le public dans cette démarche d'analyse critique.

Recommandations pour guider votre public :

Les recommandations proposées ici s'inspirent de gestes de professionnel·le·s issus de la littérature, notamment en lien avec l'enseignement explicite. Cette démarche vise non seulement à apprendre aux jeunes à analyser et à produire des contenus, mais également à mieux comprendre les procédures permettant d'atteindre ce double objectif, afin de donner des ressources équivalentes à toutes et tous.

Vers l'autonomie... :

Une fois que vos participant·e·s maîtrisent les bases, encouragez-les à analyser les médias de façon plus autonome. Cette étape est cruciale pour qu'ils-elles développent leurs propres réflexes d'analyse critique. Commencez par des exercices simples et augmentez progressivement la difficulté pour renforcer leur confiance et leurs compétences.

...pour devenir des producteur·rice·s de médias :

En tant qu'encadrant·e, vous guiderez ensuite vos participant·e·s dans la création de leurs propres médias, en les accompagnant à chaque étape. Travaillez en petits groupes pour favoriser les échanges et l'entraide. Votre rôle sera d'observer, d'orienter et d'apporter des suggestions constructives pour que chaque groupe réussisse son projet.

Quelques exemples

Voici quelques questionnements permettant d'initier une analyse médiatique, lorsque cela se présente :

- ▶ **L'identification des sources et du contexte :** Qui produit le média ?
- ▶ **Les motivations économiques, sociales, éducatives :** Quels sont les intérêts qui poussent à la production de ce média ?
- ▶ **La présentation de l'information et des choix opérés :** Comment la réalité est-elle représentée dans ce média ?
- ▶ **La situation et le cadre de production :** Quel est le contexte de communication ?
- ▶ **Le public :** Quel est le public ciblé ? Quelles sont ces caractéristiques et qu'est-ce qui te permet de le dire ?
- ▶ **L'aspect technique et de production :** Quelles technologies ont été utilisées pour produire ce média ? Des techniques spécifiques ont-elles été à l'œuvre ?
- ▶ **L'impact émotionnel :** Quelles émotions sont suscitées par le visionnage/l'observation/l'écoute de ce média ?

En tant qu'animateur·rice et/ou enseignant·e, l'objectif est de susciter ces questionnements et d'encourager les échanges. Il convient, en fonction des publics, de proposer une première étape où l'enfant/le·la jeune répond aux questions avec l'aide de l'encadrant·e, avant de le·la lancer dans cette démarche en autonomie. Cette approche progressive permettra à votre public de développer des réflexes d'analyse critique qui ne s'arrêtent pas au message apparent, mais qui contribuent à l'exploration de toutes les dimensions du média avec le groupe.

Pistes et exemples par tranches d'âge

Les questions-guides proposées ci-dessous pour chaque catégorie d'âge ne doivent pas toutes être abordées telles quelles et peuvent être adaptées.



3-6 ans :

Questions-guides pour analyser un album jeunesse

Contenu et représentation (dimension informationnelle)

- ▶ Que penses-tu du texte et des images ?
- ▶ Que vois-tu sur la couverture ?
- ▶ Quels sont les personnages de l'histoire ?
- ▶ Que se passe-t-il dans l'histoire ?

Construction du média (dimension technique)

- ▶ Comment se présente l'histoire ? (N'y a-t-il que du texte ? Que des images ? Les deux ?)
- ▶ Quelles sont les couleurs dominantes ?
- ▶ Quelle est la place du dessin par rapport au texte ?
- ▶ Comment est écrit le texte ?
- ▶ Quel est le format du livre ?

Production et contexte (dimension sociale)

- ▶ Qui a écrit ce livre ? Qui a dessiné ? Est-ce la même personne ou deux personnes différentes ?
- ▶ Où pouvons-nous trouver/acheter ce livre ?

Public et réception (dimension sociale)

- ▶ Pour qui est créé cet album ? Qu'est-ce qui te l'indique ? Quels sont les indices qui te mettent sur la voie ?
- ▶ Est-ce que tu aimes cette histoire ? Pourquoi ?
- ▶ Comment te sens-tu quand tu regardes le livre ?
- ▶ À qui cette histoire pourrait-elle plaire ?



6-12 ans :

Questions-guides pour l'analyse d'un média sonore (podcast, chanson, musique, enregistrements sonores de l'environnement...)

Contenu et représentation (dimension informationnelle)

- ▶ Quels sont les différents sons que tu entends ?
- ▶ Comment ces sons sont-ils organisés ? Que raconte ce média sonore ?

Construction du média (dimension technique)

- ▶ Comment ce média a-t-il été enregistré ? (ex.: micro)
- ▶ D'où vient ce média ? Quel est le support d'écoute ?

Production et contexte (dimension sociale)

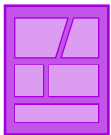
- ▶ Qui a créé ce média /cette musique/cet enregistrement ?
- ▶ Où ce média est-il diffusé et dans quel contexte l'as-tu entendu ?
- ▶ L'as-tu déjà entendu dans un autre contexte ? Si oui, lequel ?

Public et réception (dimension sociale)

- ▶ Quelles émotions ressens-tu en l'écoutant ? (D'où provient ce ressenti ?)

L'émotion étant une question plus complexe à aborder, une solution est de proposer aux enfants de mimer l'émotion avant de la nommer.

- ▶ Ce média sonore te plaît-il ? Pourquoi ?
- ▶ À qui ce média est-il destiné ? Quels indices te permettent de le dire ?
- ▶ Dans quel but ce média a-t-il été créé ?



12-15 ans :

Questions-guides pour analyser un manga

Production et contexte (dimension informationnelle)

- Qui est l'auteur/mangaka ?
- Dans quel(s) univers se place le manga ? (contexte historique, culturel, social...)
- Vois-tu des particularités dans la lecture de cette œuvre ?
- Quelles différences notables identifies-tu entre une planche de bande dessinée « classique » (franco-belge) et le manga que tu as lu ?

Construction du média (dimension technique)

- Quels codes graphiques et narratifs spécifiques au manga constates-tu ? (Comment les émotions sont-elles exprimées par les personnages ? Quels symboles graphiques sont présents et que représentent-ils ?...)

- Quelles différences notables constates-tu entre l'objet bande dessinée (de type franco-belge) et l'objet manga ? (mise en page, éléments visuels, couleur, etc.)

Public et réception (dimension sociale)

- Lis-tu ce type de production ? Et ton entourage ? L'apprécies-tu ? Pourquoi ?
- Quelles émotions le style graphique et l'histoire suscitent-ils ?
- À quel public ce manga est-il destiné ? Quels éléments te permettent de le déterminer ? (Comment l'histoire est-elle construite ? Quels sont les thèmes et sujets principaux ?)
- Quelles valeurs et représentations de la société y sont véhiculées ?



15-20 ans :

Questions-guides pour l'analyse d'un jeu vidéo

Contenu et représentation (dimension informationnelle)

- De quel type de jeu s'agit-il ? (Action, aventure, simulation, narratif, jeu à la première personne,...)
- Dans quel(s) univers se place le jeu vidéo ? (contexte historique, culturel, social...) Comment les personnages et l'univers sont-ils représentés ?
- Quels sont les thèmes explorés dans le jeu ?

Construction du média (dimension technique)

- Comment joue-t-on à ce jeu ? Sur quel support ? En ligne ou hors ligne ? Seul.e ou avec d'autres joueur.euse.s ?
- Le jeu est-il énergivore (nécessite un gros volume de téléchargement ou non) ?

Production et contexte (dimension sociale)

- Qui sont les développeurs et éditeurs du jeu ?
- Quel est le modèle économique du jeu (free-to-play, achat unique, abonnement) ?

- Quels sont les stéréotypes (liés au genre, à l'origine, à l'âge, à la catégorie sociale) que tu observes dans la représentation des personnages et/ou de l'univers ?

Public et réception (dimension sociale)

- Joues-tu aux jeux vidéo ? Et ton entourage ? Qu'apprécies-tu comme type de jeu ? Pourquoi ?
- Quelles émotions le jeu cherche-t-il à susciter chez le-la joueur.euse (joie, peur, frustration, empathie...) ? Qu'est-ce qui te permet de le déterminer ?
- À quelle tranche d'âge et quel public ce jeu est-il destiné ? Quels indices te permettent de le déterminer (PEGI) ?
- Quels messages/valeurs sont véhiculés à travers le jeu ? Quelle vision du monde ces messages/valeurs traduisent-ils/elles ?

Ressources

- Bocquillon, M., Baco, C., Derobertmasure, A., & Demeuse, M., *Enseignement explicite: pratiques et stratégies. Quand l'enseignant fait la différence*. Bruxelles, De Boeck Supérieur, 2024.
- Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM), *Les compétences en éducation aux médias : Un enjeu éducatif majeur - Cadre général & Portefeuille de fiches d'activités pédagogiques* (2^e éd.). CSEM, 2016.



Activités d'éducation aux médias pour les plus petits...

L'éducation aux médias n'est pas que sensibilisation à la désinformation et aux intelligences artificielles. Elle n'est pas non plus que l'affaire des jeunes (adultes). En effet, pour pouvoir aborder la variété des thématiques liées à l'éducation aux médias avec des publics jeunes (et moins jeunes), il faut, dès le plus jeune âge, acquérir quelques réflexes dans l'analyse et la production de média. De courtes activités, parfois très simples, permettent d'instaurer des mécanismes chez les plus jeunes qui peuvent ensuite être réactivés tout au long de l'enfance et de l'adolescence.

Voici deux propositions de courtes activités qui travaillent l'analyse et la production médiatique, toujours par le prisme de notre thématique annuelle. En effet, ces activités tentent de questionner la dimension sociale de la production médiatique, tant dans sa phase d'analyse que dans la phase de création.



Réaliser la bande son des bruitages accompagnant la lecture d'une histoire



DURÉE :

Il s'agit d'une indication de la durée de l'ensemble de l'activité, du début de l'étape d'analyse à la fin de la création, à répartir (ou non) en plusieurs séances.



PUBLIC : Enfants de 3 à 6 ans



OBJECTIFS EN EAM :

- ▷ Comprendre le sens d'une histoire et l'articulation de ses différentes composantes (dimension informationnelle)
- ▷ Questionner la notion de bruit, sa représentation dans l'histoire et la manière de le reproduire à la lecture (dimension technique)
- ▷ Adapter le bruit en fonction de l'intention (dimension sociale)
- ▷ Participer à la production d'un média en respectant les intentions et en adaptant sa production au public cible (dimension sociale)



MATÉRIEL :

- ▷ Quelques albums d'histoire pour enfants au choix en fonction de l'âge et du niveau des enfants et en fonction des thématiques et des moments de l'année
- ▷ Éventuellement, du matériel pour la captation sonore des bruitages et de ces derniers avec l'histoire (tablette, smartphone...)



DÉROULEMENT

ÉTAPE 1 :

Mise en projet

Expliquer aux enfants qu'il-elles vont réaliser l'enregistrement sonore d'une histoire pour un autre groupe d'enfants (autre classe, frères et sœurs, classe DASPA...).

Lire ensuite une première fois une histoire (ou deux ou trois) aux enfants

Pour faciliter la tâche à accomplir, il peut être pertinent de lire une(des) histoire(s) déjà lue(s) aux enfants pour en identifier plus facilement les composantes.

- ▷ **Peux-tu raconter l'histoire ? De quoi parle-t-elle ? Qu'as-tu retenu ?**
- ▷ **Quels sont les personnages présents dans cette histoire ? Que font-ils ?**
- ▷ **Remarques-tu à certains moments que les personnages, leur déplacement font du « bruit » ?**
- ▷ **Certains bruits sont-ils récurrents ?**
- ▷ **Certains objets présents dans l'histoire font-ils du bruit ?**

Attirer l'attention des enfants sur des portes qui claquent, des mouvements qui font du bruit, des objets qui tombent, sifflent..., des personnages qui frappent dans leurs mains, etc. L'objectif est de mettre en évidence tout ce qui peut faire du bruit, en dehors des paroles des personnages.

ÉTAPE 2 :

Identification des bruitages et de leurs paramètres

Identifier les différents endroits de l'histoire où ces bruits sont présents.

En fonction du groupe et de son niveau, l'encadrant-e identifiera les bruits les plus présents, ceux qui sont essentiels à l'histoire, avec les plus jeunes, ou tentera d'être le plus complet possible avec un groupe d'enfants plus âgés.

Pour chacun des bruits, identifier :

- ▷ **A quoi correspond le bruit ?**
- ▷ **Quel est le volume de ce bruit (doit-on l'entendre fort ?)**
- ▷ **Quelle est l'intention du bruit ? Que veut-on transmettre comme émotion ? (la joie, la peur, la tristesse... ?)**
- ▷ **As-tu déjà une idée de comment le reproduire ?**

Cela peut être l'occasion de proposer aux enfants d'expérimenter la reproduction de ces bruitages (avec leur corps ou avec des objets dans leur environnement).

Pour chacun des bruits, identifier avec les enfants la meilleure manière de reproduire chacun des bruits, en les testant avec l'histoire.

ÉTAPE 3 :

Premiers essais

Lire l'histoire avec les enfants et, à chaque moment où un bruit a été identifié, demander aux enfants de le reproduire.

Poser quelques questions :

- **Le bruitage correspond-il à ce qui est présent dans l'histoire ?**
- **Est-il fait au bon moment, avec les bons outils ?**
- **Comment l'améliorerais-tu ?**

Ces questions ne doivent pas être appliquées à chacun des bruits, mais seulement à quelques-uns

Lire ensuite deux ou trois fois l'histoire en entraînant les enfants à faire le bruit au bon moment.

Ceci nécessite peut-être de lire plus lentement, s'arrêter quelques fois après les bruitages, analyser le meilleur moment pour le faire, analyser l'intensité du bruitage.

Poser quelques questions concernant l'apport de ces bruitages :

- **Qu'apportent les bruitages que tu as faits ?**
- **Comprends-tu mieux/moins bien/autrement l'histoire ?**
- **Identifie l'un des bruitages et explique l'émotion qu'il suscite chez toi.**

Ces questionnements peuvent amener les enfants à noter que l'histoire est plus réaliste avec les bruitages et qu'ils peuvent intensifier les émotions ressenties. D'autre part, les plus grands constateront qu'ils-elles comprennent peut-être mieux l'histoire avec ces bruitages (puisqu'ils-elles auront analysé l'histoire pour trouver les bons bruitages à réaliser).

ÉTAPE 4 :

Enregistrement

Avec le matériel à disposition, expliquer aux enfants que l'on va passer à une étape d'enregistrement de l'histoire.

L'encadrant-e lira l'histoire et les paroles des personnages et les enfants feront les bruitages. Définir ensemble qui va faire quel bruit, quand et avec quel objet.

Placer les enfants autour de l'encadrant-e.

Disposer l'appareil servant à la prise de son à proximité de l'encadrant-e (et donc du groupe). L'objectif est de faire l'ensemble de l'histoire en une prise de son.

Attention, il sera peut être nécessaire de fonctionner en plusieurs prises car, au départ, il faudra que l'ensemble du groupe se coordonne.

ÉTAPE 5 :

Audition et réexploitation

Avec la bande son obtenue, le groupe s'interroge :

- **Que peut-on faire avec cet enregistrement ?**
- **Comment va-t-on le diffuser à notre public ?**
- **Peut-il être exploité dans un autre contexte ?**

Des idées peuvent émerger comme : la constitution d'une bibliothèque sonore, l'utilisation de cet enregistrement pour écouter l'histoire du soir à la maison, proposer l'enregistrement à d'autres enfants, etc.

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- ▶ « [Associer des voix et des personnages](#) », Média Animation, 2019.
- ▶ « [Reconnaître un objet par le bruit qu'il produit](#) », Média Animation, 2019.
- ▶ « [Faire parler des portraits](#) », dans *Les ateliers numériques Keep in Touch. 43 ateliers numériques à faire à l'école et en coéducation avec les familles*, programme européen réunissant différents acteurs dont Média Animation, 2020.

Des projets menés dans des écoles fondamentales :

- ▶ « [Sonoriser des albums jeunesse](#) », École de la Wamme à Nassogne, 2019.
- ▶ « [Film d'animation et bande son](#) », École la Parenthèse à Visé, 2014.
- ▶ « [Voyage musical autour du monde](#) », École Sainte-Marie à Saint-Gilles, 2019.

Autres ressources

- ▶ « [Comprendre ce qu'est le bruitage](#) » (pour les enfants) sur YouTube.
- ▶ La Sonothèque, « [Techniques de bruitage](#) ».



Réaliser une photo pour mettre en valeur un objet



DURÉE :

Il s'agit d'une indication de la durée de l'ensemble de l'activité, du début de l'étape d'analyse à la fin de la création, à répartir (ou non) en plusieurs séances.



PUBLIC : Enfants de 3 à 6 ans



OBJECTIFS EN EAM :

- ▷ Approcher les différentes composantes de la photographie (dimension informationnelle)
- ▷ Apprendre à prendre une photo en fonction de certaines consignes (cadrage, plan) (dimension technique)
- ▷ Prendre une photo en fonction de l'intention et de l'émotion à susciter (dimension sociale)
- ▷ Réfléchir aux moyens de diffusion d'une photo (dimension sociale)
- ▷ Évaluer la photo en fonction de l'intention et des consignes



MATÉRIEL :

- ▷ Quelques photos à analyser
- ▷ Éventuellement un appareil pour faire la prise de vue (de manière autonome pour l'enfant ou avec l'adulte)

DÉROULEMENT

ÉTAPE 1 :

Première analyse de photos

Proposer aux enfants une série de photos d'objets de leur quotidien (voir exemple en fin de fiche) et leur proposer une courte analyse :

- ▷ Connais-tu tous les objets représentés sur les photos?
- ▷ Pour chacune des photos, identifie l'objet que la personne a voulu mettre en évidence.
- ▷ Ces objets sont-ils tous photographiés de la même manière?
- ▷ Quelles différences constates-tu?
- ▷ Trouves-tu que certains objets sont plus mis en valeur que d'autres, si oui lesquels?

Ces quelques questions permettent d'approcher certaines notions, sans pour autant les approfondir, ni

même les citer : les différentes échelles de plan (plan d'ensemble, gros plan, très gros plan), les formats (portrait/paysage) ou les angles de prises de vue (plongée/contre-plongée).

- ▷ Si tu devais choisir ta photo préférée pour présenter un jouet ou un objet que tu apprécies, laquelle choisirais-tu ? Pourquoi?

Attirer l'attention des enfants sur le fait que, sur certaines photos, on ne distingue pas clairement l'objet, il n'est pas assez mis en valeur ou encore que la qualité de photo n'est pas suffisamment bonne.



ÉTAPE 2 : Contextualisation

Proposer la tâche suivante aux enfants :

« Tu vas réaliser la photo d'un objet de ton quotidien que tu aimes particulièrement. Nous allons trouver ensemble la meilleure manière de le mettre en valeur, selon ton envie ».

L'avantage de ce type de production est qu'elle évite de se poser la question du droit à l'image, même si cette question peut être posée dans un éventuel prolongement (voir « variantes et prolongements »).

Demander aux enfants d'amener un objet qu'ils-elles aiment particulièrement et dont ils-elles voudraient prendre une photo. Lorsque chacun-e a son objet :

- Pourquoi as-tu choisi cet objet ?
- Pourquoi l'aimes-tu particulièrement ?
- Dans quel contexte l'utilises-tu ?
- Au vu de l'étape précédente, comment trouves-tu qu'il serait bien de prendre en photo cet objet pour le mettre en valeur ?

Demander aux enfants de réaliser une première photo de l'objet qu'ils-elles ont amené avec le moyen de prise de vue mis à disposition (voir matériel)

- A qui veux-tu destiner cette photo ?
- Où as-tu envie de prendre cette photo ?
- De quelle manière as-tu envie de la prendre ?

Proposer plusieurs modes de prise de vue : de face, de côté, d'en haut/d'en bas, d'au-dessus/d'en-bas ? en format portrait ou paysage ?

ÉTAPE 3 : Premiers essais

Accompagner les enfants dans leurs premiers essais de la photo.

Les laisser librement faire quelques photos de leur objet.

3 à 4 photos peuvent être une bonne base pour l'analyse qui suit.

- Les photos prises répondent-elles à la consigne de départ ?
- Voit-on correctement ton objet sur chacune des photos que tu as réalisées ?
- Quelle était ton intention en prenant ces photos ? Est-elle respectée ?

En fonction de l'âge et du niveau du groupe, l'encadrant-e travaillera ces questions de manière plus ou moins approfondie : la question des plans et de la qualité des photos (netteté, cadrage) peut-être plus simple à aborder que la question de l'intention et du respect de l'intention.

ÉTAPE 4 : Choix de la photo

En fonction des photos prises et des questionnements à l'étape précédente, proposer aux enfants de réaliser encore une ou deux photos pour être satisfait-e de leur production médiatique.

Il est essentiel que chacun-e soit d'accord avec le fait d'afficher sa photo afin de pouvoir travailler la question de la propriété intellectuelle d'un contenu médiatique.

Ensuite, proposer une réflexion pour l'affichage des photos réalisées par les enfants et, ensemble, réfléchir au mode d'affichage :

- À qui veux-tu destiner ces photos ?
- En fonction de cela, quelle est la meilleure manière de les diffuser ?

Un affichage dans les couloirs de l'école peut être choisi si on veut montrer les productions aux autres enfants. Si on veut montrer les productions aux parents, ces dernières peuvent être affichées dans l'endroit où ils-elles viennent apporter, rechercher leur enfant. La plateforme de communication de l'école peut également être une bonne alternative, s'agissant de communiquer aux parents.

- Faut-il accompagner l'exposition de ces photos d'un mot d'introduction ? Si oui, lequel ?

Dans le cas d'une introduction à produire pour chaque photo ou l'ensemble des photos, l'encadrant-e peut recueillir les propos des enfants et écrire ces mots introductifs.



Variantes et prolongements

- Réaliser la photo de quelqu'un : la même démarche peut être employée pour faire la photo de quelqu'un (un parent, un·e copain·ine, son enseignant·e, etc.)

Dans ce cas, ce type d'activités permet de travailler la question du droit à l'image. Pour ce faire, nous renvoyons à des fiches d'activités à l'attention des enfants de première et deuxième primaire (voir fiche « Tire-moi ton portrait » dans les « Ressources »)

- Réaliser une exposition sonore et visuelle : une production mélangeant cette fiche et la fiche précédente peut être réalisée. Dans ce cas, chacune des photos peut renvoyer à un QR code, par exemple. Ce dernier renvoie à une explication de la photo par l'enfant qui l'a produite. Dans une courte présentation orale (captée avec l'aide d'un micro ou de tout autre matériel de prise de son), chaque enfant explique pourquoi il·elle a choisi cet objet, ce qu'il représente pour lui·elle, pourquoi et comment il·elle a pris cet objet...

Ressources

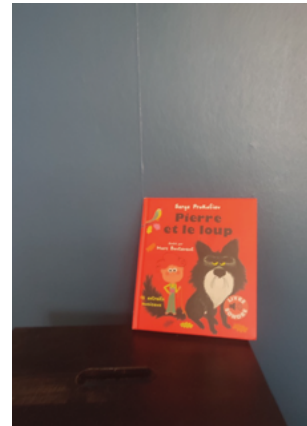
Ressources du CSEM et de ses partenaires

- « Tire-moi ton portrait » dans [Éducation aux médias et Tronc commun. Activités à vivre en P1-P2](#). CSEM, 2023, p.31-34.
- « [Le voyage de la mascotte](#) », dans *Les ateliers numériques Keep in Touch. 43 ateliers numériques à faire à l'école et en coéducation avec les familles*, programme européen réunissant différents acteurs dont Média Animation, 2020.
- « [Je vous présente mon doudou](#) », dans *Les ateliers numériques Keep in Touch. 43 ateliers numériques à faire à l'école et en coéducation avec les familles*, programme européen réunissant différents acteurs dont Média Animation, 2020.
- « Clic avec les yeux », dans Média Animation et CSEM, [123clac. Comment accompagner les premiers pas de mon enfant dans le numérique ?](#)
- « Je joue avec les filtres », dans Média Animation et CSEM, [123clac. Comment accompagner les premiers pas de mon enfant dans le numérique ?](#)
- « Selfie, moi-jou », dans Média Animation et CSEM, [123clac. Comment accompagner les premiers pas de mon enfant dans le numérique ?](#)
- Expériences de terrain du CSEM :
 - « [Appareil photo au travers de tablette](#) », école Saint-Léon de La Hulpe, 2023.
 - « [Le coin des maternelles](#) », école fondamentale libre de Lesves (Profondeville), 2015.





Exemples de photos :





Le Smartphone

À l'heure où le smartphone s'impose comme un outil incontournable dans nos quotidiens, cette fiche d'activité propose aux jeunes de réfléchir de manière ludique et collaborative aux enjeux liés à son utilisation. Il est essentiel d'en questionner l'usage et d'en comprendre les impacts tant sur le plan éthique, environnemental que médiatique alors que l'outil est, de nos jours, utilisé par tous les adolescent·e·s. En effet, au-delà de son rôle d'objet technologique, le smartphone est aussi un outil de communication et de production de contenus. Cette activité invite donc à «(dé)construire» le smartphone, pour comprendre les mécanismes et les conséquences écologiques de son utilisation, mais aussi à interroger la manière dont il est utilisé pour créer et partager des informations.

Durant cette activité, la·le jeune ne se contentera pas de lire et synthétiser l'information, il·elle deviendra acteur·rice d'une production et de son analyse, et, à partir de là, renforcera ainsi sa capacité à naviguer de façon responsable dans le monde numérique. Il est vivement recommandé que l'encadrant·e et la·le jeune adoptent une posture bienveillante,

nuancée, dans un climat d'écoute et de respect mutuel. Cette démarche permet à chacun·e de s'exprimer librement sur ses usages, sans crainte du jugement ou de la stigmatisation. Il s'agit de favoriser un échange ouvert et constructif, où les différentes expériences et différents usages du smartphone sont accueillis avec considération, sans jugement de valeur.

Les activités ci-dessous sont proposées sous la forme d'ateliers à organiser en sous-groupes. Néanmoins, il est également possible de travailler chaque atelier avec le groupe complet, moyennant quelques aménagements.

Enfin, il s'agit également ici de préciser qu'il n'est pas question d'être à contre-courant des recommandations de FW-B interdisant l'usage récréatif du smartphone. Cette activité est plutôt une manière de faire réfléchir les jeunes sur les usages récréatifs du smartphone PAR un usage pédagogique de l'outil.

Développer ses usages médiatiques du smartphone par une utilisation pédagogique de l'outil



DURÉE



PUBLIC : 12-18 ans



OBJECTIFS EN EAM :

Au terme de cette activité, les jeunes sont amené·e·s à :

- ▶ «**Déconstruire**» le smartphone et son usage afin d'en comprendre ses composants, sa chaîne de production et son empreinte environnementale.
- ▶ Être encouragé·e dans une **réflexion critique sur leurs usages numériques** afin de mieux comprendre l'impact social, économique et environnemental de ces derniers.
- ▶ **Approcher** le smartphone comme un outil médiatique en analysant la manière dont il sert à communiquer et en apprenant à produire des contenus de manière critique et créative.
- ▶ Mettre en évidence **les opportunités offertes par le smartphone** dans ses usages pédagogiques et récréatifs.



Première approche et contextualisation : *ce que je sais et ce que je fais avec mon smartphone*

ÉTAPE 1 :

Sondage interactif et présentation des enjeux

Proposer le sondage ci-contre pour recueillir les pratiques et perceptions des jeunes sur leur utilisation du smartphone, en intégrant des questions sur la composition de celui-ci et son « coût environnemental ».

Bonnes réponses pour les 5 premières questions :

1.B; 2.A; 3.B; 4.C; 5.C

ÉTAPE 2 :

Contextualisation de la suite de l'activité :

Expliquer que le groupe va être divisé en sous-groupes et réparti en ateliers, chacun travaillant sur une thématique spécifique, à partir de la production d'un ou deux contenus médiatiques.

Chaque groupe préparera une fiche thématique et quelques recommandations pour la production de contenus en lien avec la thématique qu'il-elle aura à traiter. L'ensemble des contenus de ces fiches et des recommandations seront consignés sur un support (voir affiche au centre de la brochure) à afficher dans les lieux communs du groupe.

ÉTAPE 3 :

Mise en situation – création d'une photo/vidéo

Réaliser une photo et une vidéo sur un thème libre, en sous-groupe (le quartier, l'école, la classe, le jeu vidéo qu'ils-elles aiment bien,...).

Ensuite, se poser quelques questions :

- ▶ A quoi es-tu attentif-ve lorsque tu réalises une photo, une vidéo ?
- ▶ Est-ce que tes productions vont être les mêmes si tu les destines à tes ami-e-s ou à tes parents ? Pourquoi ?
- ▶ Est-ce que tu es attentif-ve au(x) message(s) que tu veux véhiculer ?
- ▶ A quoi es-tu attentif-ve si tu veux diffuser ta production en ligne/hors ligne ?
- ▶ Quels conseils techniques donnerais-tu à quelqu'un qui désire faire une production de ce type ?

Mettre en commun les conseils de chaque sous – groupe :

- ▶ Quels conseils communs peut-on mettre en évidence pour la réalisation technique d'une production (photo/vidéo) ?

Les conseils concernant la réalisation d'une production médiatique seront au centre de l'affiche, servant de point de départ et de fil conducteur tout au long des ateliers.

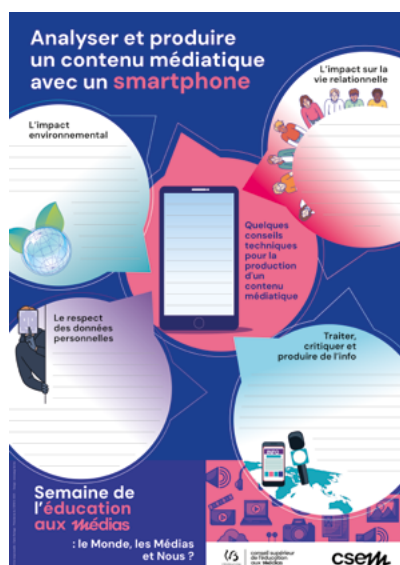
Expliquer qu'autour de ces premières recommandations, plutôt d'ordre technique, viendront se greffer des recommandations liées aux différents aspects abordés par chacune des groupes, venant ainsi enrichir cette production en y intégrant les réflexions, conseils et apprentissages issus des différents ateliers.

Parmi ces conseils techniques, on peut relever :

- ▶ *Le questionnement sur les différentes dimensions du média à produire : pas seulement le contenu mais à qui on le destine, avec quelle intention et avec quel matériel.*
- ▶ *Le choix des applications de montage*
- ▶ *L'élaboration d'un synopsis/storyboard qui contient, pour chaque plan les différents éléments à filmer (Qui est filmé ? Quel décor ? Selon quel cadrage ? Que disent les personnes ? ...)*
- ▶ *L'évaluation du respect de la consigne demandée ainsi que de l'adéquation entre la vidéo produite et le storyboard*
- ▶ ...

Compléter l'affiche

Inviter les jeunes à écrire dans l'encadré au centre du dossier (« quelques conseils techniques pour la production d'un contenu médiatique »).





1. Quels sont les principaux matériaux utilisés dans la fabrication d'un smartphone ?

- A) Aluminium, plastique et verre uniquement
- B) Or, lithium, cobalt, terres rares et autre métaux
- C) Bois et fibres végétales recyclables

2. Quel pourcentage des smartphones est collecté pour le recyclage en Belgique ?

- A) 8%
- B) 30%
- C) 50%

3. Quelle est la durée de vie moyenne d'un smartphone ?

- A) 1 an
- B) 2 à 3 ans
- C) 5 ans

4. Combien de matériaux différents sont nécessaires à la fabrication d'un smartphone de 5,5 pouces ?

- A) Environ 20
- B) Environ 50
- C) Plus de 70

5. Une étude a montré qu'en 2019, le streaming a émis une certaine quantité de CO₂. Laquelle? (petit indice : c'est autant que l'Espagne en un an)?

- A) 30 tonnes
- B) 3.000 tonnes
- C) 300 millions de tonnes

6. Selon une enquête réalisée en FW-B, 99% des élèves possèdent un téléphone à partir de la 2^{ème} secondaire. Quand as-tu reçu ton premier smartphone ?

- A) En deuxième secondaire
- B) Avant
- C) Après
- D) Je n'en ai toujours pas

7. À quoi te sert principalement ton smartphone (plusieurs choix possibles)?

- A) Jouer à des jeux vidéo
- B) Discuter avec tes amis
- C) Être en contact avec ta famille
- D) Être sur les réseaux
- E) Faire des achats
- F) Autre :

8. Sur quoi portent les règles à la maison en lien avec le smartphone ?

- A) Le temps d'utilisation
- B) Les achats en ligne
- C) Les applications que je peux utiliser
- D) L'utilisation à certains moments de la journée uniquement
- E) Je n'ai aucune règle concernant l'utilisation de mon smartphone à la maison
- F) Autre :

9. 64% des élèves de 5^e et 6^e secondaire estiment passer trop de temps sur leur téléphone. Te reconnais-tu dans ce chiffre ?

- A) Oui, totalement
- B) Non, pas du tout
- C) Oui, mais j'aurais dit que ce chiffre était plus/moins élevé

10. Avec mon smartphone, je m'informe :

- A) Sur les réseaux
- B) Avec des applications de médias d'information (Ex: RTBF Actus, Le Soir)
- C) Sur la radio en ligne (streaming)
- D) Autre :

Atelier 1 – Les composantes du (smart)phone et l'impact écologique



Objectifs :

- ▶ Comprendre la fabrication du smartphone et ses impacts environnementaux
- ▶ Comprendre la composition d'un smartphone et le stockage des données ainsi que leur impact sur l'environnement

Matériel :

- ▶ Le texte ci-dessous, issu du carnet « Repères » [L'impact environnemental de nos usages numériques réalisé par le CSEM](#)
- ▶ Les différentes icônes à découper à la suite de ce texte
- ▶ La carte du monde vierge à la suite de cet atelier



ÉTAPE 1 :

Lecture d'un texte sur l'impact environnemental de la production d'un smartphone

Lire le texte ci-contre, issu du [Carnet Repères](#) consacré à l'impact environnemental du numérique.

Expliquer aux jeunes l'objectif de l'activité : à partir de ce qu'ils-elles auront lu, ils-elles vont devoir replacer sur une carte du monde les différentes étapes du cycle de vie d'un smartphone afin de visualiser le trajet effectué depuis sa création jusqu'à sa vente.

ÉTAPE 2 :

Le cycle de vie du smartphone (carte du monde)

Découper les icônes représentant les différentes étapes de la fabrication et du cycle de vie d'un smartphone (extraction des matières premières, assemblage, transport, etc.).

À l'aide de la **carte du monde** ci-dessous, inviter les jeunes à :

- Identifier les **zones géographiques concernées** par chaque étape
- **Placer les icônes** sur la carte en conséquence
- **Tracer les trajets** que parcourt un smartphone, de l'extraction à l'utilisateur final, puis jusqu'à son recyclage ou sa fin de vie

L'encadrant-e/enseignant-e peut s'aider de quelques sources afin de pouvoir vérifier l'exactitude des réponses :

[Plusieurs tours du monde pour un smartphone, par Dario Ingiusto & Cécile Marin](#) (Le Monde diplomatique, septembre 2016)

[Cash investigation – Les secrets invouables de nos téléphones portables / intégrale](#) – (Vidéo Dailymotion)

[Ce qui se cache derrière la fabrication de nos smartphones](#) (Vidéo « Brut »)

ÉTAPE 3 :

Exploiter la carte créée

Proposer aux jeunes de se questionner à partir de la carte créée :

- Qu'observes-tu quant à la répartition des différentes étapes de fabrication ?
- Certains éléments présents sur cette carte t'étonnent-ils ?
- Pourquoi penses-tu que toutes ces étapes de fabrication ne se font-elles pas localement ?
- Effectue quelques recherches rapides pour comprendre l'impact écologique du stockage

de données et de l'exploitation des ressources naturelles pour l'ensemble des pays et régions concernées ainsi que les conditions de travail des personnes qui extraient les ressources

- À partir de ces différents constats, quels conseils donnerais-tu au groupe concernant l'achat, la possession, l'utilisation d'un smartphone, mais aussi la production et la diffusion de contenus ?

Après avoir répondu à ces questions, proposer au sous-groupe de partager ses observations à la suite de cet atelier.

ÉTAPE 3 :

Les conseils au groupe

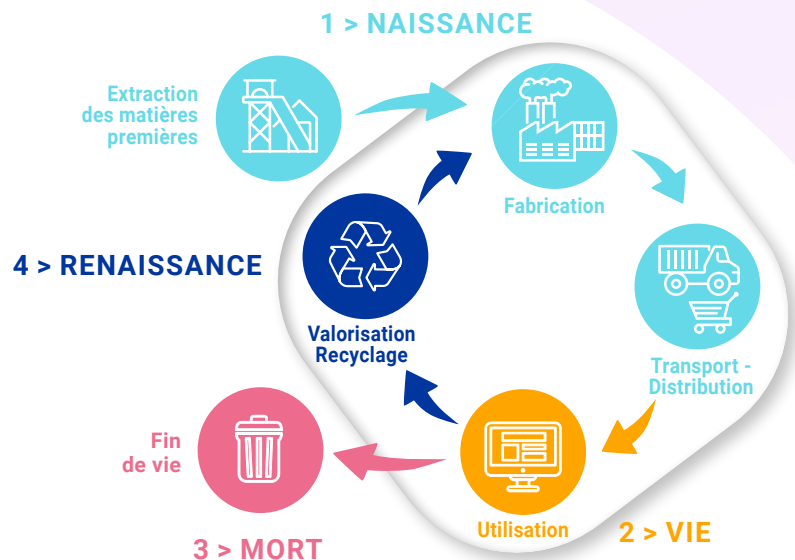
Toutes ces réflexions seront intégrées dans la partie dédiée à l'impact environnemental de l'af-fiche commune au groupe. Ces conseils devront concerner deux aspects : l'impact écologique de la production matérielle et l'impact du stockage et la gestion des données numériques.



Cycle de vie d'un smartphone

L'appareil le plus utilisé, chez les jeunes comme chez les adultes ? Sans hésitation : le smartphone ! Un appareil qui ne tombe pas du ciel. Et qui ne disparaît pas dès qu'il a cessé d'être utilisé. Nous allons nous pencher tout spécialement sur cet objet qui nous est familier. Jetons d'abord un coup d'œil sur le cycle de vie d'un smartphone, de sa naissance à sa renaissance (ou à sa mort), en passant par sa vie, soit son utilisation.

Ces quatre étapes ont un impact sur l'environnement.



L'empreinte écologique de la fabrication d'un smartphone

Après avoir découvert le cycle de vie global d'un smartphone, intéressons-nous de plus près à sa fabrication. Elle est, de loin, la phase la plus polluante de ce cycle : on estime que 75 % de l'impact du numérique sur l'environnement provient de la fabrication des smartphones et des autres objets connectés.

Penchons-nous d'abord sur la fabrication et plus précisément sur la composition d'un smartphone. Prenez le vôtre entre les mains et observez-le ! Savez-vous que cet objet d'une taille relativement modeste contient pas moins de 70 matériaux dont une cinquantaine de métaux ? Du plastique évidemment, qui est un mélange de produits chimiques, pour la coque, les accessoires et la carte électronique. Du verre et de la céramique, pour l'écran. Mais aussi, et surtout, de très nombreux métaux dont, notamment en assez grande quantité, des métaux ferreux et non ferreux tels que le cuivre, l'aluminium, le zinc, l'étain... Des métaux précieux (or, argent, platine...) sont également présents, en plus petites quantités ainsi que les fameuses terres rares (tungstène, tantale...). Citons encore d'autres substances comme le lithium ou le carbone.

Les matières premières nécessaires à la fabrication d'un smartphone proviennent principalement d'Afrique centrale, d'Amérique du Sud, d'Asie du Sud-Est et d'Australie. Leur extraction, dans les

sous-sols de ces régions du monde, épuise progressivement les ressources naturelles tout en ayant des impacts sur la biodiversité. Elle a aussi des conséquences sur les conditions de vie des populations locales et provoque même des conflits entre ces dernières. La fabrication d'un smartphone est aussi très polluante : les machines utilisées pour l'extraction émettent des gaz à effets de serre, génèrent des déchets toxiques (dont des métaux lourds et des déchets chargés en radioactivité) pour les habitants mais aussi pour la faune et la flore. L'eau y est également polluée et utilisée en grande quantité et ce, sans respect des quantités disponibles dans ces régions.

Mais ce n'est pas tout ! Avant d'arriver dans votre main, votre smartphone a déjà fait plusieurs fois le tour du monde. Après avoir été conçu aux États-Unis, il a fallu extraire puis rassembler ses matériaux aux quatre coins du monde, puis acheminer ces derniers vers les usines de fabrication des composants (en Europe, en Asie ou aux États-Unis), avant de transporter ces composants dans des usines d'assemblage, principalement en Asie. Les smartphones sont enfin acheminés d'Asie, pour leur dernier trajet vers les quatre coins du monde. Autant de trajets (en avion, en cargo, en camion...) et des milliers de kilomètres qui émettent des quantités gigantesques de gaz à effet de serre.

CSEM, [L'impact environnemental de nos usages numériques](#), CSEM, coll. « Repères », 2023. p.7-8



Conception



Extraction des matières premières



Fabrication



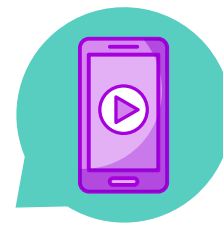
Assemblage



Transport-distribution



Atelier 2 – Usages sociaux et impact sur la vie quotidienne



Objectifs :

- ▶ Questionner la place du smartphone dans la société et son influence sur nos interactions sociales
- ▶ Organiser une mini enquête au sein d'un groupe pour comprendre la place du smartphone dans les interactions sociales

ÉTAPE 1 :

Premiers questionnements

Proposer aux jeunes de se poser quelques questions :

- ▶ **Ton smartphone est-il indispensable dans tes interactions avec les autres (famille, amis)? Pourquoi?**
- ▶ **A quel moment de la journée utilises-tu le plus ton smartphone?**
- ▶ **Ton utilisation du smartphone génère-t-elle des conflits avec ta famille?**

L'encadrant-e peut proposer d'autres questions pour développer la réflexion chez les jeunes concernant la place de leur smartphone dans leurs interactions sociales, tout en préservant l'intimité de chacun-e et en respectant les usages de chacun-e.

Expliquer aux jeunes qu'ils-elles vont devoir chercher cinq questions avec des réponses à choix multiples (telles que celles en début d'activité) centrées sur la place du smartphone dans la vie sociale, amicale et affective des jeunes, les opportunités et les risques que l'outil représente.

ÉTAPE 2 :

Construire une courte enquête sur la place du smartphone dans la vie relationnelle du groupe

Demander aux jeunes de réfléchir à cinq questions avec des choix multiples en lien avec la thématique.

Chaque question doit amener une réponse mesurable (oui/non, fréquence, etc.) pour pouvoir ensuite organiser les résultats dans un graphique (bâtonnet, camembert...).

Une fois le questionnaire produit, le faire passer à l'ensemble du groupe, selon des modalités prédéfinies (une application de sondage permet de traiter directement les données mais cela peut toutefois être réalisé en format papier).

L'important, dans cette démarche, est de garder, quoi qu'il en soit, l'anonymat des réponses, pour permettre à chacun-e de répondre librement.

ÉTAPE 3 :

Traitement des données et réflexion sur quelques conseils

Traiter les données et les présenter sous une forme choisie (graphiques par exemple).

Demander ensuite aux jeunes s'ils-elles peuvent déduire des conseils à transmettre à l'ensemble du groupe concernant la vie relationnelle et affective lorsqu'on produit des contenus médiatiques ou lorsqu'on se trouve sur le web.

Ces conseils, s'ils sont plus difficiles à faire émerger en fonction des questionnaires construits par les jeunes et des réponses obtenues, peuvent également provenir de la lecture des ressources proposées en prolongement ci-dessous.

Les conseils sont ensuite notés sur l'affiche commune à l'endroit dédié à la vie relationnelle et affective.



Pour inspirer les jeunes, voici 4 contenus permettant d'approfondir l'usage du smartphone dans ses relations interpersonnelles :

- ▶ [Un article de la RTBF sur le smartphone et les relations familiales](#)
- ▶ [Une vidéo sur l'impact du smartphone sur le sommeil](#)
- ▶ La brochure du CSEM "[Comment le web influence-t-il la vie affective et sexuelle des jeunes](#)"
- ▶ L'enquête [#Génération2024. Les jeunes et les pratiques numériques](#), réalisée par Média Animation en collaboration avec le CSEM.

Atelier 3 – Éthique et protection des données personnelles



Objectifs :

- ▷ Sensibiliser aux enjeux de la vie privée
- ▷ Mettre en évidence des conseils lorsqu'on réalise une production médiatique avec son smartphone

Matériel :

- ▷ Accès à Internet pour consulter les contenus du site <https://jedecide.be/> OU un accès aux contenus du site hors ligne
- ▷ Des pancartes « vrai » et « faux » (ou des cartons de couleur, les uns représentant « faux », les autres « vrai »)

ÉTAPE 1 :

Rechercher les bonnes informations à transmettre au groupe

Proposer au groupe les 15 affirmations ci-contre à partir de contenus issus du site <https://jedecide.be/>.

Demander aux jeunes de rechercher si ces affirmations sont vraies/fausses.

Bonnes réponses pour les affirmations :

1. VRAI; 2. FAUX; 3. VRAI; 4. VRAI; 5. FAUX; 6. FAUX; 7. FAUX; 8. VRAI; 9. VRAI; 10. FAUX; 11. FAUX; 12. VRAI; 13. FAUX; 14. FAUX; 15. VRAI

ÉTAPE 2 :

Sélectionner des conseils à transmettre au groupe.

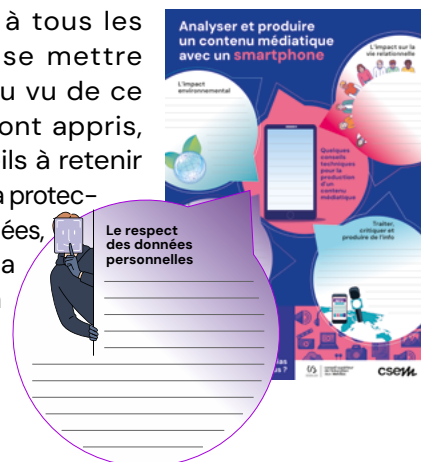
Proposer aux jeunes d'animer une courte présentation où ils-elles choisissent entre 7 et 10 affirmations parmi celles proposées ci-dessous, à soumettre à l'ensemble des autres jeunes. Ils-elles devront dire

si elles sont vraies ou fausses et les membres du mini-groupe qui ont préparé l'activité expliqueront les raisons pour lesquelles ces affirmations sont vraies ou fausses.

ÉTAPE 3 :

Choix de 5 conseils à retenir

Demander à tous les jeunes de se mettre d'accord, au vu de ce qu'ils-elles ont appris, sur 5 conseils à retenir concernant la protection des données, en lien avec la production d'un contenu médiatique.



La protection des données, droit à l'image et consentement : vrai ou faux ?

1. Le Règlement général sur la protection des données (RGPD) est une loi qui protège la vie privée dans toute l'Europe.
2. Si une entreprise collecte tes données, elle n'est pas obligée de te dire pourquoi.
3. Grâce au RGPD, tu as le droit de savoir quelles données sont collectées sur toi et comment elles sont utilisées.
4. Le RGPD oblige les entreprises basées en dehors de l'Europe à respecter ces règles si elles traitent des données d'Européens.
5. Les entreprises doivent effacer immédiatement toutes tes données personnelles dès que tu les quittes.
6. La loi vie privée protège uniquement les données sensibles, comme ton adresse ou ton numéro de téléphone.
7. Le consentement est définitif une fois donné.
8. Avant 18 ans, tu peux donner ton consentement seul si tu es jugé « assez âgée et sage ».
9. Une déclaration de confidentialité précise combien de temps tes données seront conservées.
10. Une fois qu'un contenu est publié sur Internet, il est impossible de le supprimer.
11. Un forum en ligne peut exiger que tu utilises ton vrai nom pour t'inscrire.
12. Si quelqu'un vole ton identité en créant un faux profil à ton nom, tu peux demander de l'aide à l'Autorité de protection des données.
13. Si quelqu'un vole ton identité en créant un faux profil à ton nom, tu peux demander de l'aide au commissariat de police.
14. Les données personnelles se limitent uniquement aux informations comme ton nom, ton âge et ton adresse.
15. Les sites et applications utilisent tes données pour adapter la langue du site en fonction de l'endroit où tu te connectes.

Atelier 4 – Médias et critique de l'info à l'aide du smartphone



Objectifs :

- ▷ Apprendre à détecter une fake news avec les outils du smartphone.
- ▷ Définir un ensemble de stratégies communes permettant de mieux distinguer les vraies informations des fausses.

Matériel :

- ▷ Les deux photos ci-dessous (« les thermes de Caracala » et « la Tornado aux USA »)

ÉTAPE 1 :

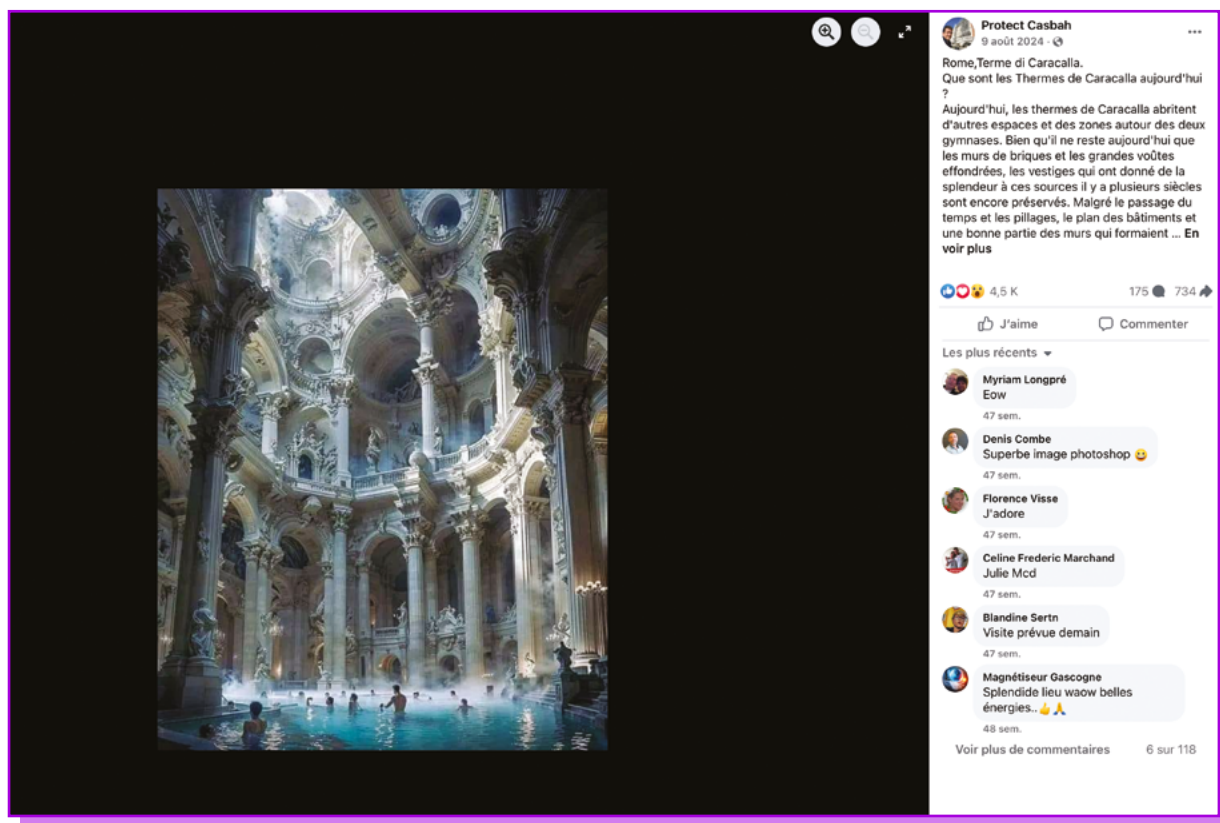
Observation et premiers questionnements

Demander aux jeunes d'observer les deux captures d'écran ci-dessous :

Les photos proposées le sont à titre d'exemples et n'ont pas été retravaillées au préalable. Elles servent à mettre en évidence une démarche qui permet d'établir des procédures communes applicables à d'autres photos.

Demander aux membres du groupes de se poser personnellement ces questions pour chacune des photos :

- ▷ Qu'observes-tu sur cette photo ?
- ▷ Est-ce que, selon toi, l'information est vraie ?
- ▷ Quels éléments te confirment qu'il s'agit d'une vraie info ? d'une fake news ?
- ▷ T'est-il déjà arrivé de partager une info qui n'était pas correcte ?
- ▷ Quand tu doutes/hésites, quelle stratégie adoptes-tu ?





ÉTAPE 2 :

Mise en commun des stratégies

Mettre en commun au sein du petit groupe les différentes stratégies mises en place et constater les points communs qu'il y a entre les stratégies des membres du groupe.

Reprendre les 4-5 conseils principaux qui permettent d'évaluer la fiabilité d'une information.

ÉTAPE 3 :

Lecture et analyse de témoignages

Voici quelques témoignages de jeunes de ton âge à la suite de l'observation de ces photos :

- **Semblez-vous d'accord sur la fiabilité des informations diffusées dans ces deux photos ?**
- **Quelles stratégies ont-ils-elles employées pour évaluer la fiabilité de chacune des deux photos ?**
- **Sont-elles similaires aux tiennes ?**

Après la mise en commun des stratégies au sein du groupe et lecture des témoignages, proposer aux membres du groupe de transmettre 4 conseils pour évaluer de manière objective la fiabilité d'une information (dans un contenu médiatique).



TÉMOIGNAGES (photo 1) :



Alexia (14 ans) :

Mon grand-père m'a montré ses photos de vacances à Rome et cet endroit ressemblait clairement à des ruines?! Et en voyant plusieurs commentaires se contredire, j'ai fait mes recherches sur le web en mettant le nom de cet endroit entre guillemets pour être sûre à 100%.

J'ai pu comparer plusieurs résultats. Cette photo n'apparaissait que dans une référence Facebook. En rentrant, j'ai pu en parler également avec mes frères et sœurs pour avoir leur avis. On a fait quelques recherches ensemble et j'ai alors réalisé que ces thermes n'existaient tout simplement pas.



Corentin (17 ans) :

MAGNIFIQUE! J'ai voulu partager cette image avec ma meilleure amie pour lui proposer de partir en city trip mais j'ai eu une hésitation tellement c'est beau!! J'ai utilisé un moteur de recherche inversé d'image (Google Reverse) pour vérifier si cette photo avait été utilisée dans un autre contexte et sur une base de données de 70.000 millions d'images il n'a rien donné comme autre résultat que cette image trouvée sur Facebook.

En cliquant sur l'image, j'ai d'ailleurs pu remarquer que de nombreuses personnes remettent en doute la véracité de cette image. Enfin, quand on lit le nom de la personne qui a partagé cette photo, «Protect Casbah», on comprend clairement que c'est du fake!



Farid (15 ans) :

Face à cette image incroyable, mon petit voyant s'est allumé «Oula, méfiance!» Est-ce que ces thermes existent? Qui a publié ce message? Qui a partagé/liké? Que disent les commentaires? Je me suis rappelé que le nombre de partages ou de vues sur une publication n'est pas un signe de fiabilité!

Je me suis demandé comment faire pour vraiment vérifier cette information? Une fois l'émotion passée de la beauté, je l'ai montrée à mon prof de français qui nous avait raconté qu'il était allé à Rome il y a quelques mois. Il m'a directement dit que cette image était fausse car les Thermes de Caracalla sont en ruine.

TÉMOIGNAGES (photo 2) :



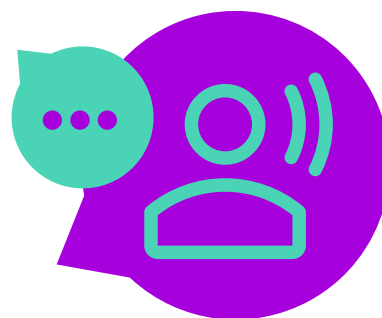
Nina (16 ans) :

Les médias font des buzz à clics! Et les fake news ont toujours un caractère «waow» et inédit et il peut être tentant d'être le premier à partager pour gagner un peu de popularité sur les réseaux sociaux. Du coup, en voyant cette photo, je me suis posé quelques questions pour ne pas me faire avoir : Que sait-on du média qui publie l'info? Que sait-on de l'auteur de l'article? Qu'est-ce que le contexte de l'article nous dit sur la façon dont il a été écrit? D'autres sources parlent-elles du même sujet? Que disent ces autres sources? Y a-t-il d'autres points de vue sur le même sujet? J'ai su lire l'article au complet pour me rendre compte du côté professionnel (cohérent et équilibré) et pas seulement buzz à clic. Au final, c'était à moi d'aller plus loin que juste la photo, le titre et le chapeau.



Blaise (13 ans) :

Maxime a partagé sur notre groupe de la classe l'article et a juré que c'était une théorie du complot. C'est trop «gros» pour être vrai. Les journalistes veulent de toute façon nous faire croire au dérèglement climatique et ils s'aident de l'intelligence artificielle pour le faire. En classe, on en a parlé en groupe et c'est important de rester ouvert aux autres opinions, dialoguer c'est-à-dire essayer de comprendre et écouter plutôt que de convaincre l'autre à tout prix.





Quelques balises pour l'encadrant·e :

Le site web jedoute.be contient 4 astuces à mettre en évidence lorsqu'on doute d'une information :

- **En parler à une personne de confiance :** lorsqu'on doute d'un contenu, cela vaut la peine d'en parler à son entourage (ami·e·s, famille, etc.) pour trouver des réponses ensemble. Il peut également être pertinent de confronter son opinion à celle d'une autre personne qui a un avis divergent.
- **Prendre le temps de la réflexion :** afin d'éviter de décider si une information est vraie ou non, il est pertinent de prendre le temps de laisser s'évacuer les premières émotions liées à la lecture de l'info pour prendre le temps de vérifier l'info.
- **Vérifier l'information en ligne :** il est souvent insuffisant de s'appuyer sur une seule source pour vérifier la véracité d'un contenu. Il peut notamment être intéressant de vérifier qui se trouve derrière l'information, qui la partage, etc.
- **Demander à des expert·e·s :** Différentes structures, également répertoriées sur le site du CSEM, proposent des animations pour le jeune public. Ces animations peuvent être des moments privilégiés pour discuter de ces stratégies de détection des vraies/fausses informations.

Quelques infos plus précises pour "vérifier une photo et/ou une vidéo en ligne" :

Les moteurs de recherche inversée d'images comme [Tine Eye](https://www.tineye.com/) et Google Reverse Image permettent de vérifier si une photo a déjà été utilisée dans un autre contexte que celui présenté.

Pour la vidéo, le [Youtube data viewer d'Amnesty international](https://www.youtube.com/watch?v=AmnestyInternational) et [InVid](https://www.invid.io/) proposent le même service.

Des recherches sur Google Map ou Wikimapia permettent de comparer si les lieux représentés sur une photo ou une vidéo correspondent bien à la réalité.

Des logiciels comme Izitru ou FotoForensics permettent de déceler si une image a été manipulée avec un logiciel. Toutefois, ces outils ne font pas toujours la différence entre une retouche esthétique et un trucage mensonger.

Exemples d'opération permettant de poser ses questions à un·e expert·e :

- L'opération « [Journalistes en classe](#) » est l'occasion de faire venir un professionnel pour raconter son métier
- La RTBF propose des [visites et des ateliers interactifs pour les écoles](#)
- Formation Action Médias Jeunes [C'est pas sourcé](#)
- Rencontre avec des journalistes avec [Lie Detectors](#)

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- ▶ CSEM, [L'impact environnemental de nos usages numériques](#), CSEM, coll. « Repères », 2023.
- ▶ CSEM, [Comment le web influence-t-il la vie affective et sexuelle des jeunes ?](#), CSEM, coll. « Repères », 2023.
- ▶ CSEM, [L'interdiction du smartphone à l'école](#), CSEM, coll. « Éclairages », 2024.
- ▶ CSEM et Média Animation, [#Génération 2024, les jeunes et les pratiques numériques](#), Média Animation, 2024.

Autres ressources

- ▶ CORDIER, A., ERHEL, S. (coord.), *Les enfants et les écrans*, Paris, ed. Retz, coll. « Mythes et réalités », 2023.
- ▶ jedecide.be : site internet à l'attention des jeunes développé par l'Autorité de la Protection des Données (APD).
- ▶ jedoute.be : site internet à l'attention des jeunes, développé par Média Animation, pour douter efficacement des informations diffusées en ligne.

Le Média musique/chanson

L'introduction et les fiches sur le média musique/chanson ont été réalisées en collaboration avec Médiathèque Nouvelle.

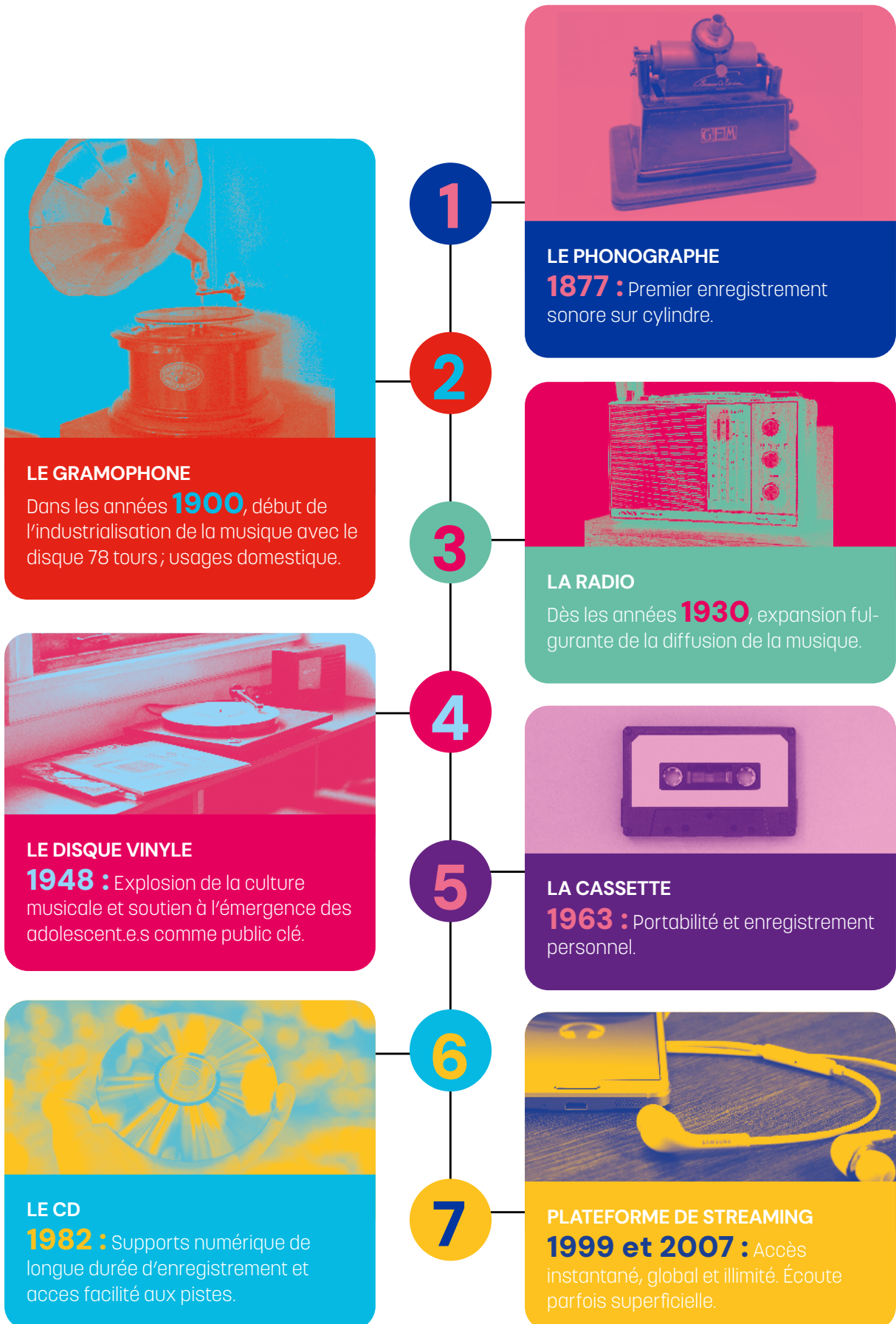


Support omniprésent dans la vie de toutes et tous, la musique et la chanson sont des formats médiatiques riches. Mêlant texte, son et image (via les clips ou les pochettes), la chanson véhicule des messages, questionne sur des enjeux sociaux, culturels, politiques... Avec la musique, les chansons suscitent des émotions. Elles peuvent donc être à la fois un formidable "objet" d'analyse, mais aussi de création, d'expression du monde, du vivre-ensemble.

Avant de proposer quelques activités pour analyser, créer des (supports de) chansons, il peut être pertinent de revenir sur l'évolution des pratiques d'écoute de la musique et de ses supports, ainsi que sur quelques caractéristiques essentielles du média musique/chanson.



Évolution des pratiques de l'écoute de la musique et de son support



Le phonographe

En 1877, Thomas Edison invente le phonographe, première véritable machine permettant d'enregistrer le son sur un support. Le son est capté par un diaphragme métallique (plaque circulaire) qui vibre quand il capte des ondes sonores et actionne au même moment une aiguille qui grave des sillons (rainures) en spirales sur un cylindre recouvert de cire. Une autre aiguille, moins abrasive, permet de réécouter ces vibrations, ces ondulations gravées, grâce à une manivelle qui permet d'actionner le cylindre en cire, très fragile. Un pavillon (haut-parleur acoustique) permet d'amplifier le son. La durée de l'enregistrement est limitée et varie de deux à quatre minutes.

Avec l'émergence du phonographe, ce sont les prémices de l'écoute individuelle. En effet, pendant longtemps, l'écoute de la musique était une pratique collective : d'abord associée au culte spirituel ou religieux jusqu'au Moyen Âge, la musique est ensuite diffusée dans des salles de concert qui se développent au XVII^e siècle et permettent de se rassembler pour écouter de la musique (et rien que ça !). Au siècle suivant, l'Opéra permet d'assister à la représentation d'œuvres mélangeant musique, voix, danse, décors...

Au XIX^e siècle, les partitions imprimées sont largement diffusées. Il est dès lors possible d'entendre des musiciens et des musiciennes interpréter des œuvres pour petit effectif instrumental (« musique de chambre ») lors de salons privés (duo, trio, quatuor à cordes, quintette, sextuor, etc.). Qu'elle soit jouée dans des grandes salles ou dans des petits salons, la musique restera longtemps un divertissement pour les catégories très aisées de la population.

Le gramophone: les débuts

de la commercialisation de la musique

Au tout début du XX^e siècle, le gramophone – inventé par E. Berliner – et le disque 78 tours (en résine dure et cassante) se retrouvent dans de nombreux foyers en milieux urbains. L'objet reste luxueux et est réservé à une classe aisée. Chaque face contient entre trois et cinq minutes d'enregistrement, ce qui aura un impact fort, et toujours de mise aujourd'hui, sur la durée des chansons populaires. Avec cette invention, c'est l'avènement de l'industrialisation du support musical.

La radio : le meuble indispensable

Dans les années 1930, la radio – surtout utilisée pour les communications militaires et maritimes dès les

années 1910 – remplace peu à peu le gramophone comme moyen d'écouter de la musique et devient même un élément central du salon, un meuble. Arrivée plus tard, avec l'électricité, dans les zones rurales, c'est véritablement dans les années 1940 qu'elle devient un média de masse, permettant l'expansion fulgurante de la diffusion de la musique.

Le vinyle

En 1948, le disque en PVC (en polychlorure de vinyle) est créé par la société Columbia Records. Plus résistant et léger, il permet une meilleure qualité sonore et est amplifié par le branchement à une chaîne hi-fi, restituant un son à haute-fidélité (son plus clair et plus fort). Dans un premier temps, le disque 33 tours contient environ 20 à 25 minutes par face et se montre idéal pour les albums de musique classique ou de jazz. En 1949, le disque 45 tours contient quant à lui une à deux chansons par face et est principalement utilisé pour la musique populaire. Le vinyle étant facile à produire et à distribuer, les maisons de disques vont alors se développer et les prix des platines et des disques se démocratiser. Le disque vinyle bouleverse l'écoute de la musique et l'accessibilité à la culture ; il devient par conséquent un véritable phénomène sociétal.

La cassette : écouter (et enregistrer) de la musique partout

Parallèlement, l'invention en 1963 par la société Philips de la cassette audio permet d'écouter de la musique partout. L'enregistrement personnel est aussi rendu possible. La cassette est faite d'une bande en plastique, recouverte de particules magnétiques. Le son est enregistré et lu par le changement d'orientation d'un champ magnétique. La cassette est moins durable et sa couverture ne permet pas de développer un aspect artistique visuel fort comme c'est le cas pour le vinyle, mais elle restera néanmoins populaire pour sa portabilité grâce au Walkman jusque dans les années 80. La cassette (K7) rend accessible l'enregistrement et la création de compilations personnelles.

Le CD : format dominant dans les années 90

Le CD, le Compact-Disc – support numérique créé en 1982 par les firmes Philips et Sony – est un disque en plastique recouvert d'une fine couche métallique, contenant des microsillons numériques : un laser, (et non plus une aiguille ou une tête magnétique) lit ces rainures pour les transformer en signaux numériques (en code) puis en son. Dans les années

90, le CD devient le format dominant, notamment grâce à sa capacité à contenir plus de 70 minutes d'enregistrement et à accéder facilement à la piste désirée.

Streaming et dématérialisation

de la musique

À la fin des années 90, l'accessibilité aux ordinateurs et à Internet dans les foyers rend populaire la dématérialisation de la musique. En 1999, *Napster*, un logiciel de partage de fichiers musicaux en ligne, permet aux utilisateurs et utilisatrices d'échanger gratuitement des fichiers au format MP3, un format de fichier numérique ultra compressé et de taille très réduite, entraînant une perte en qualité audio. L'apparition du smartphone en 2007 bouleverse l'industrie de la musique et permet aux utilisateurs d'écouter de la musique partout. Les applications de streaming se répandent et permettent une plus grande accessibilité de la musique, ainsi qu'une nouvelle transformation de la pratique d'écoute. Le rituel de s'installer confortablement, avec un son

de qualité, est remplacé par une consommation du «plus de musiques possible» – à la manière du «binge scrolling» (défilement infini de contenus sur un smartphone) – sans recherche d'une véritable qualité sonore ou d'une compréhension d'un discours musical formant un album...

La dématérialisation de la musique rend accessibles (presque) toutes les musiques à (presque) tout le monde, mais soulève des questions sur la rémunération juste et équitable des artistes. En effet, les plateformes de streaming redistribuent aux musiciens et musiciennes une part infime de leurs revenus en fonction du nombre d'écoutes. Il n'y a donc que des artistes très populaires qui perçoivent des revenus significatifs.

De la ritualisation collective à l'écoute hyperpersonnelle dématérialisée, la pratique musicale a été bouleversée par les supports d'enregistrement et de diffusion. Chaque support a non seulement changé le format de la musique, mais aussi la relation émotionnelle et sociale à celle-ci.

Les principales caractéristiques du média chanson

Le média chanson peut se définir comme une composition comprenant d'une part de la musique, d'autre part des paroles, souvent chantées, et généralement divisées en couplets et en refrains.

► **La structure :** lorsqu'une chanson contient des paroles, ces dernières s'organisent généralement en couplets et en refrains. L'introduction et la conclusion instrumentale participent également à l'expérience de la chanson (elles peuvent introduire la thématique, les valeurs véhiculées, l'émotion ressentie, etc.)

► **La fonction des différentes parties :** Concernant les paroles, les couplets ont pour fonction de raconter un récit, une histoire autour de la thématique ou du personnage dont il est question dans la chanson, tandis que le refrain répète l'idée centrale de la chanson.

L'introduction et la conclusion instrumentale peuvent également participer à la construction de la thématique, des valeurs véhiculées, de l'émotion ressentie, etc.

► **La rythmique et la métrique : on constate certaines similitudes, en termes de rythmes, entre le média chanson et la poésie :** chaque phrase d'une chanson crée en effet un rythme singulier, avec généralement une longueur similaire (8,10,12 syllabes) pour faciliter l'intégration de la mélodie. Les phrases riment généralement entre elles.

► **Les procédés langagiers et le vocabulaire :** toujours à la manière de la poésie, le média chanson effectue un travail langagier qui vise surtout à faire du beau avant de transmettre des valeurs. Étudier les effets de style, ce n'est pas seulement analyser ce que telle tournure «veut dire, signifie», mais observer les manipulations de langage effectuées. La répétition de phrases ou de mots, particulièrement dans le refrain, est là pour renforcer l'impact et la mémorisation du message principal.

► **La thématique :** la chanson et les paroles renvoient à un système de valeurs qu'il peut être pertinent d'analyser. En effet, la chanson est, comme tout média d'expression, créée pour qu'on retienne un message suite à son écoute.

Réaliser une playlist dans différents contextes



La musique est très souvent l'un des premiers médias exploités avec les tout-petits. Facile d'accès, elle permet l'apprentissage du langage, de la mémoire, des émotions. Elle accompagne les enfants à l'école, à la maison...

Cette activité propose de travailler sur le média chanson en questionnant les émotions qu'il suscite. L'objectif est d'amener les enfants, en groupes, à créer des listes de chansons à utiliser dans différents contextes afin d'identifier quelle chanson peut être utilisée à quel moment et dans quel but, travaillant ainsi la musique et ses effets, le lien entre paroles et musique et l'association de ces différents éléments avec la vie du groupe.



2 à 3h

DURÉE :

Il ne s'agit pas de donner un temps précis à consacrer à cette activité. Il s'agit plutôt d'une indication de la durée de l'ensemble de l'activité, du début de l'étape d'analyse à la fin de la création. Ces étapes ne doivent d'ailleurs pas forcément être toutes considérées les unes à la suite des autres.



PUBLIC : Enfants de 3 à 6 ans (enseignement maternel)



OBJECTIFS EN EAM :

- ▶ Explorer le média chanson et ses composantes (paroles, musique...)
- ▶ Identifier l'émotion suscitée par une chanson/musique
- ▶ Classer des productions médiatiques en fonction de critères
- ▶ Associer des productions médiatiques en fonction d'une émotion/intention



MATÉRIEL :

- ▶ Du matériel pour l'écoute des chansons

DÉROULEMENT

ÉTAPE 1 :

Première écoute libre et habitudes d'écoute

Découvrir quelques titres de playlists proposées par Médiathèque Nouvelle pour les tout-petits (voir en fin de fiche).

- ▶ Écoutes-tu souvent des chansons/de la musique?
- ▶ Quel titre apprécies-tu parmi ceux que tu as écoutés?
- ▶ Parmi ces titres, le(s)quel(s) as-tu déjà entendu(s)? Si oui, où, dans quel contexte?
- ▶ Aimes-tu écouter de la musique? Préfères-tu regarder également des images en écoutant de la musique? Pourquoi?

Ces premières questions permettent d'échanger sur les habitudes d'écoute des enfants.

Choisir une ou deux chansons qui peuvent éventuellement susciter des émotions variées :

- ▶ **Que veulent dire ces chansons?**
- ▶ **Que ressens-tu à l'écoute de ces chansons?**
- ▶ **Ces chansons sont-elles construites de la même manière?**
- ▶ **Sont-elles destinées au même public?**
- ▶ **Dans quel contexte (moment de la journée, personnes avec qui tu as envie de les entendre, etc.) voudrais-tu écouter ces chansons?**

Ces quelques questions permettent de cerner les dimensions informationnelle (le contenu des chansons) et sociale (contexte d'écoute et de production des chansons).



ÉTAPE 3 :

Un premier tri des chansons

Proposer aux enfants, à partir d'une série de titres sélectionnés, un premier tri en fonction de critères assez simples :

- Les chansons que tu connais (ou pas)
- Les chansons avec paroles/sans paroles
- Les chansons pour exprimer la tristesse/la joie/l'amour/la sérénité
- Les chansons que tu voudrais écouter avec tes parents (ou pas)?

ÉTAPE 4 :

Réaliser une (des) playlist(s) dans un contexte

Après ce premier tri, proposer aux enfants de réaliser une playlist commune pour :

- l'accueil en début de journée;
- écouter pendant le repas de midi;
- écouter pour s'endormir;
- écouter pour se réveiller de la sieste;
- écouter le soir avec tes parents.

La justification du choix des titres est aussi (voire plus) intéressante lors de cette étape. Il peut effectivement être très pertinent de demander la raison du choix du titre et surtout les critères de sélection. Est-ce parce que les enfants aiment le titre ou parce qu'il répond le mieux à la consigne? Ou bien s'agit-il d'un équilibre entre les deux?

Variantes et prolongements

- Ce type d'activité peut également déboucher sur la réflexion relative à **la sonnerie de la récréation de l'école**, une sonnerie qu'un nombre grandissant d'écoles modifient et remplacent par une musique qui a plus de sens pour les enfants.
- Cette activité doit peut-être en revanche être réalisée en collaboration avec tous les élèves de l'école (exemple : dans le cadre de réunion des délégué·e·s de classe).

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- « En avant la musique », dans Média Animation et CSEM, *123clic. Comment accompagner les premiers pas de mon enfant dans le numérique?*

Expériences de terrain (projets scolaires) :

- « [Comme ça nous chante!](#) » & « Le petit juke-box qui a de la suite dans les idées », École communale de Basse Bodeux, 2019.
- « [Voyage musical autour du monde](#) », École fondamentale Sainte-Marie, Bruxelles, 2019.



Playlists et liens proposés par Médiathèque Nouvelle:

Voici quelques pistes d'accompagnement pour enrichir et structurer les séances d'écoute musicale avec un groupe d'enfants. Cette sélection de supports audio (CD, albums-CD illustrés) et de playlists thématiques ont été créés et partagés par Médiathèque Nouvelle sur différentes plateformes de streaming.

1. Compilations thématiques de comptines et de chansons

Voici des playlists de comptines et chansons connues ou moins connues, autour d'un même thème, parfois dans des versions inédites de celles auxquelles nous sommes habitués.

➔ « [Au fil des flots](#) » (LJ7708)

➔ « [Comptines des animaux de la ferme](#) » (LL4201)

Sur le thème de la mesure du temps : La journée des enfants, mais aussi l'année scolaire, est rythmée par des moments particuliers, des rituels qui permettent d'approprier la notion du temps. Les comptines et chansons constituent un support précieux pour les accompagner dans cet apprentissage.

➔ « [Comptines au fil du temps](#) » (LL4181)

2. De la musique sans paroles pour laisser s'exprimer les émotions

Les séances d'écoute de musique classique peuvent permettre aux enfants de mettre des mots sur l'écoute, d'identifier les ressemblances et les différences entre les musiques écoutées (lentes/rapides, sons forts/faibles, graves/aigus), et de nommer les émotions ressenties.

➔ « [Mes plus belles musiques classiques pour les petits – 1](#) » (LN2476)

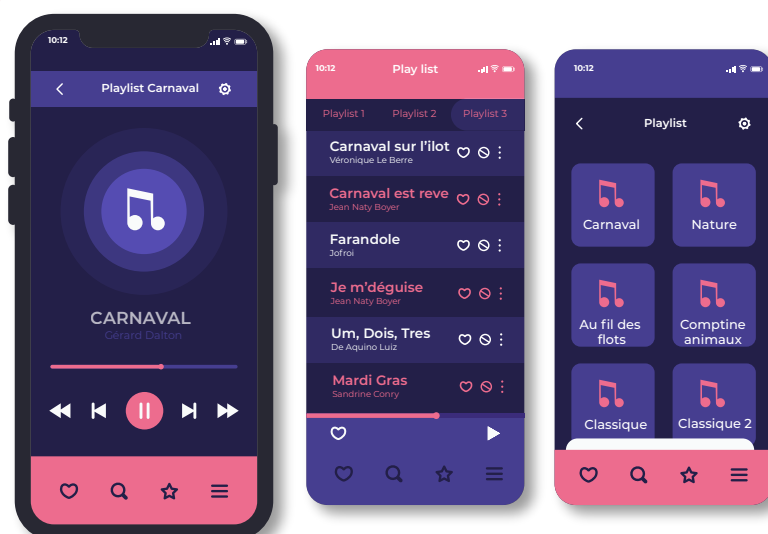
➔ « [Mes plus belles musiques classiques pour les petits – 2](#) » (LN2477)

3. Playlists thématiques jeune public Médiathèque Nouvelle

Les playlists thématiques proposées par Médiathèque Nouvelle à destination du jeune public sont généralement conçues dans le cadre de projets menés en collaboration avec nos partenaires. Pour chaque playlist, les chansons sont choisies afin de pouvoir être entendues par tous les enfants âgés de 0 à 12 ans, même si certaines plairont davantage à une tranche d'âge qu'une autre.

➔ « [Nature, plaisir et réconfort](#) »

➔ « [Carnaval](#) »



Réaliser un visuel accompagnant une chanson



Même si les supports physiques de chansons/musiques tendent de plus en plus à disparaître avec le développement des plateformes d'écoute, il reste intéressant d'approcher une chanson par la pochette, le support physique, l'illustration qui l'accompagne. Il s'agissait (et dans certains cas, il s'agit toujours, même dans des formats numériques) d'un choix artistique réfléchi et/ou d'une stratégie marketing bien pensée. Dans tous les cas, il peut être judicieux pour les enfants de comprendre comment se présentaient les supports musicaux (et comment certains continuent de se présenter) et d'analyser différents supports et leur lien avec la chanson/l'univers musical de l'artiste. Dans un deuxième temps, l'enfant est amené à réfléchir à la production d'une pochette pour une chanson et à expliquer les choix techniques, formels, créatifs et artistiques qu'il a opérés.



2 à 3h

DURÉE :

Il ne s'agit pas de donner un temps précis à consacrer à cette activité. Il s'agit plutôt de donner une indication de la durée de l'ensemble de l'activité, du début de l'étape d'analyse à la fin de la création. Ces étapes ne doivent d'ailleurs pas forcément être toutes considérées les unes à la suite des autres.



PUBLIC : 6-12 ans



OBJECTIFS EN EAM :

- ▷ Découvrir et analyser le média physique lié à une chanson/musique
- ▷ Explorer le rôle que joue la pochette (protéger le disque, donner envie de l'écouter)
- ▷ Approfondir le lien entre musique et image, encore présent aujourd'hui sur les plateformes d'écoute pour appuyer l'identité, l'univers artistique
- ▷ Identifier les éléments constitutifs d'une pochette (titre, nom, image...) pour acquérir les notions de base de composition de l'image
- ▷ Mettre à profit l'analyse et se réapproprier les notions de composition pour créer sa propre pochette de disque

DÉROULEMENT

ÉTAPE 1 :

Découvrir le support "disque"

- Manipuler différents supports musicaux (vinyle, CD, cassette audio...)
- Observer les formats, les spécificités, peut-être les évolutions stylistiques au fil du temps sur les pochettes
- Observer les éléments constitutifs d'une pochette pour en comprendre l'usage :

Analyser le support :

- Quels sont les éléments indispensables sur une pochette de disque ?
- Pourquoi tous ces éléments étaient-ils présents sur le support et pourquoi ne sont-ils plus présents sur les supports numériques ?

Voici une série d'éléments à lister : titre de l'album / du morceau, nom de l'artiste, illustration, liste des titres, durée (au verso).

On peut comparer la pochette d'une chanson à d'autres médias physiques tels qu'un DVD ou un livre pour bien comprendre la nécessité des informations pour le public.

ÉTAPE 2 :

Approfondir le lien musique/image

Écouter des titres sélectionnés et mise en relation avec la pochette (dans le cadre de l'activité, il est recommandé de privilégier une écoute intégrale du morceau).

Quelques titres et leurs pochettes associées sont proposés ci-dessous. Néanmoins, d'autres peuvent être choisis en fonction de la sensibilité musicale de chacune. L'important est de sélectionner à la fois des pochettes qui reflètent l'univers musical de l'artiste et d'autres non afin de montrer la variété des choix possibles.

On peut imaginer plusieurs manières de procéder :

- Écoute du morceau et mise à disposition de l'image en simultanée (pochette physique ou projection de l'image)
- Écoute du morceau et questionnements sur les attentes :
 - **D'après ce que tu as entendu, comment imagines-tu la pochette ?**
 - **Que racontent les paroles de la chanson ?**
 - **Quelle est la thématique principale ?**
 - **Quelles paroles t'ont marqué-e dans cette chanson ?**
 - **Quelle émotion principale est suscitée par la musique/les paroles ?**
 - **Quelle(s) couleur(s) / élément(s) graphique(s) utiliserais-tu pour exprimer cette émotion en images ?**
 - **Quels instruments entends-tu principalement ? Quelle(s) voix ?**
 - **Comment pourrais-tu faire apparaître ces éléments sur la pochette ?**
- La démarche inverse : montrer la pochette et demander :
 - **À quel type de musique t'attends-tu ?**

Il est conseillé, avant ou après l'écoute, de contextualiser rapidement les morceaux (époque, courant musical, pourquoi ce choix visuel).

ÉTAPE 3 :

Création de la pochette (par pochette on entend ici le recto de la pochette)

- 1 Écouter un morceau en entier, sans consignes précises (pour s'imprégner de la musique)
- 2 Passer à une écoute active (passer autant de fois que nécessaire le morceau) :
 - **Est-ce que le morceau raconte une histoire ?**
 - **Quelles émotions ressens-tu ?**
 - **Quels sons reconnaissables composent ce morceau ?**

Les mots-clés peuvent être notés au tableau.

- 3 En grand groupe, en sous-groupe ou individuellement : penser aux couleurs, aux formes, aux images qui pourraient composer la pochette
 - **Que souhaites-tu transmettre au public ?**
 - **Quelle est ton intention ?**
- 4 Faire un rappel des spécificités (format carré) et des éléments indispensables (titre, artiste, image...)
- 5 Faire un croquis de la pochette à créer
- 6 Réfléchir à la meilleure typographie à utiliser pour noter le nom de l'artiste/du groupe et de la chanson.

Le croquis peut être la réalisation finale. En effet, pour certains enfants qui ne sont pas à l'aise avec le dessin, un simple croquis, voire une description des éléments et de leur disposition sur la pochette peut déjà être une fin en soi. Il est également possible d'associer des enfants ayant des compétences qui se complètent et ainsi réaliser une pochette par groupe de deux ou trois.

- 7 Passer enfin à la phase de réalisation finale de la pochette, en choisissant la technique la plus appropriée : dessin / peinture, découpage, collage, technique mixte, numérique (voir outils de création dans les ressources en fin de fiche) ...

Cette dernière étape est optionnelle et les attentes pour la réalisation finale varieront en fonction de l'âge et du niveau des enfants.





Prolongements

- **Réaliser la pochette d'une playlist regroupant plusieurs titres** d'un même artiste, d'un même genre musical ou d'artistes ou de genres musicaux variés.
- **Réaliser un clip musical** : au lieu de représenter graphiquement la chanson, réfléchir à une mise en scène qui représente le mieux la chanson. Dans le cadre d'une fancy-fair, prolonger la réflexion menée sur la pochette sur des questions de décors, de danses représentant au mieux la chanson est une bonne manière d'intégrer les enfants au futur spectacle.

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- « Une chanson pour parler de ma planète », dans [Éducation aux médias et Tronc commun. Activités à vivre en classe de P1-P2](#), CSEM, 2023, pp. 35-38.

Autres ressources pour créer des pochettes grâce à des outils numériques :

- Un [module canva](#) pour créer ses pochettes.
- Les applications [Album Cover Creator](#) (Android) et [Cover Art Studio](#) (Apple).

Notes

5 pochettes proposées par Médiathèque Nouvelle :

Aldebert, Helldebert
Enfantillages 666 (2024)



Les flammes de l'enfer, provenant des entrailles de la Terre, la foudre, une guitare en forme d'éclair, «Hell», signifiant enfer, la référence au diable de l'apocalypse «666», les tombes, le château en ruines... Tous ces éléments reprennent explicitement le visuel emblématique du Métal : l'envie de choquer, de désobéir et d'exprimer des émotions fortes, sans retenue, avec des sons de guitares saturées et des rythmes endiablés. L'artiste français Aldebert s'adresse tant aux enfants qu'à leurs parents et évoque dans cet album notamment le harcèlement scolaire («Le cartel des cartables») et les difficultés du quotidien rencontrées par un enfant («Seum 51») ou par son parent («La Princesse») ... Un album parfaitement intergénérationnel.

David Bowie
Let's Dance (1983)



Les gants de boxe, les couleurs vives et chaudes d'une soirée festive et le choix d'une typographie imposante pour le nom «Bowie» instaurent directement une énergie forte, tout en s'inscrivant parfaitement dans l'univers coloré des années 80. Par ailleurs, l'emprunt des signes et des symboles provenant de la notation des pas de danse pour l'écriture du titre «Let's dance» invite déjà l'auditeur au déhanchement : les lignes et les flèches nous indiquent l'ordre des lettres du titre de l'album. Bowie abandonne ici ses expérimentations et ses recherches sonores et s'oriente vers du rock/pop, aux mélodies simples, dansantes et entêtantes sur chacun des huit titres de l'album.

Louise Attaque, *Louise Attaque* (1997)



« Louise », jeune fille, enfant ou préadolescente, fait référence à la fois à Louise Michel, anarchiste du XIX^e siècle, ainsi qu'au groupe américain Folk-Punk Violent Femmes, dont les membres s'inspirent explicitement. Au milieu des années 90, le groupe crée ce personnage de Louise, dessinée et stylisée par le bassiste du groupe, en vue de démarcher auprès des programmeurs de concert. Les mélodies simples et l'utilisation d'instruments acoustiques, associées à des rythmes rapides et un jeu instrumental puissant, à l'énergie débordante, participent à l'imagerie enfantine du groupe. Le premier titre de l'album (« Amours ») évoque d'ailleurs les parents et la fratrie.

Hélène, *Summer Body* (2024)



« Summer Body » est une expression anglaise désignant les objectifs de beauté qu'une personne s'inflige quelques mois avant l'arrivée de l'été afin d'obtenir un corps mince et athlétique.

L'artiste évoque et dénonce dans cette chanson les pressions personnelles (« Tu m'fous le seum ») et surtout sociétales (« les magazines ») à imposer un canon de beauté. Elle s'interroge également sur l'authenticité des photos des corps féminins stéréotypés. Sur la pochette, Hélène ensable complètement son corps et dépeint ainsi son envie d'échapper aux regards et aux jugements et refuse, par la même occasion, de donner son corps en pâture à d'éventuels détracteurs. Ne pas montrer son corps, c'est aussi refuser de fixer une norme supplémentaire. Il est intéressant de noter enfin qu'elle traite ce sujet avec humour, en témoignant sur la pochette le jouet de plage et les lunettes roses.

Herbie Hancock, *Head Hunters* (1973)



Avec cet album, Herbie Hancock délaisse le Jazz classique (acoustique) et fait figure de pionnier du Jazz-Fusion par le mélange d'instrumentations électriques et acoustiques alliant sonorités rock, funk et jazz. La fusion s'opère aussi dans le visuel de la pochette : l'artiste, avec des couleurs chaudes saturées, est à son clavier électrique, sa tête remplacée par un masque totemique et les musiciens à l'arrière sont recouverts d'un filtre bleu. Le choix artistique fusionne alors l'héritage culturel africain par la figure du Totem et l'avenir, par la présence d'éléments technologiques (pour l'époque), figurant le courant afrofuturiste, une démarche de réappropriation du futur par les cultures noires, souvent exclues des récits de science-fiction et de technologie avancée. Le titre *Watermelon Man* évoque parfaitement ce mélange entre les traditions pygmées d'Afrique centrale d'une part, avec un chant Hindewhu, imité par une bouteille en verre, et des synthétiseurs et un rythme hypnotique, voire tribal, d'autre part.

Réaliser une playlist pour parler de sa ville/son environnement



Nous avons toutes et tous une expérience différente de l'événement qui nous entoure, de notre ville, de notre pays et il existe beaucoup de moyens d'exprimer cette vision. Le média chanson est une belle opportunité d'exprimer, de manière originale, sa vision de sa ville.

Cette activité vise à travailler d'une part les habitudes d'écoute des jeunes, dans la bienveillance et le respect, d'autre part à voir ce que la musique et la chanson suscitent. Ils et elles pourront passer ensuite à l'étape de la construction médiatique, en construisant la playlist de leur vision de leur environnement, avec une possibilité de justifier leur choix.



2-3h

DURÉE :

2-3h pour la réalisation de l'activité.

Pour le reste, cela dépend des modalités de diffusion mises en place par le groupe.



PUBLIC : 12-18 ans



OBJECTIFS EN EAM :

- ▶ Exploiter le média chanson/musique et les émotions qu'il suscite
- ▶ Réaliser une production médiatique (ici la chanson/musique combinée en playlist) en ayant une attention sur :
 - l'intention;
 - le public cible;
 - le moyen de diffusion.



DÉROULEMENT

ÉTAPE 1 :

Les habitudes d'écoute et le média chanson

Questionner les jeunes sur leurs habitudes d'écoute :

- ▶ Écoutes-tu souvent de la musique ? Des chansons ?
- ▶ Désires-tu partager tes goûts en matière de musique/chansons ?
- ▶ Es-tu sensible à ce média ? Suscite-t-il chez toi des émotions, quelles qu'elles soient ?
- ▶ Dans quel contexte écoutes-tu de la musique ? Seul-e ? Accompagné-e ? Avec qui ?
- ▶ Avec quel(s) appareil(s) aimes-tu écouter de la musique ?

Ces premières questions permettent de questionner les habitudes d'écoute et d'organiser un premier échange sur les contenus, le contexte d'écoute, les goûts de chacun.

ÉTAPE 2 :

Réflexion sur la production à créer

Expliquer aux jeunes que l'objectif de l'activité est de réaliser une playlist pour partager leur vision de l'environnement qui les entoure (quartier/ville, ou tout autre environnement de leur choix)

- ▶ Quelle est ta vision du quartier/de la ville ?
- ▶ Quelles émotions ton quartier/ta ville suscite-t-il/elle chez toi ? Pourquoi ?
- ▶ Peux-tu sélectionner des musiques/chansons qui te viennent en tête directement en pensant à ton quartier/ta ville ? Pourquoi ces chansons/ces musiques ?

Il s'agit surtout d'identifier si, spontanément, des chansons/musiques leur viennent en tête et les émotions que ces dernières suscitent.



ÉTAPE 3 :

L'image de mon quartier

Proposer aux jeunes de sonder leur entourage et/ou les personnes qui environnent leur quartier/ celui de l'école.

Pour ce faire, construire un petit questionnaire de sondage sur :

- la vision du quartier de la personne;
- ce que la personne aime/n'aime pas dans le quartier;
- la musique/chanson qui représenterait le mieux le quartier/la ville.

Garder une trace de ces échanges afin de poursuivre la réflexion dans les étapes suivantes.

Le groupe peut également réfléchir sur l'échantillon de personnes à questionner en termes d'âge, de genre, de diversité culturelle et sociale... Afin d'ouvrir leurs horizons sur la manière dont le quartier peut être perçu, mais également sur les genres musicaux...

ÉTAPE 4 :

Création de la playlist

Après avoir identifié des musiques/chansons évoquant le quartier/la ville, et avec l'aide également des différents échanges avec les habitants du quartier, demander aux jeunes de créer une playlist cohérente :

Si, à ce stade, les jeunes n'ont pas d'idées sur le contenu de leur playlist, les quelques propositions de playlists de Médiathèque Nouvelle, à la suite de cette fiche, pourront les inspirer.

Leur demander ensuite :

- Quelles chansons as-tu choisies et pourquoi?
- Dans quel ordre vas-tu placer les chansons sélectionnées? Pourquoi?
- Comment vas-tu nommer cette playlist?
- À qui la destines-tu? Quels éléments te permettent de le dire?

Ces quelques questions permettent de baliser les contours de la construction de chaque playlist.

ÉTAPE 5 :

Le partage et la diffusion des créations/productions

Réfléchir ensuite en grand groupe aux moyens de diffusion des playlists des jeunes :

- Quel va être le moyen de diffusion des différentes playlists?
- Doivent-elles rester en interne ou être diffusées en externe (une plateforme d'écoute, un réseau social permettant le partage de musique)?

Dans le contexte scolaire, la diffusion des réalisations via la plateforme d'échange de l'école peut être une solution.

- Va-t-on diffuser ces playlists aux proches/ aux autres élèves de l'institution, de l'école? Si oui, comment?
- Va-t-on accompagner ces présentations d'un texte introductif? Si oui, lequel?

Ces questions sont essentielles pour interroger la dimension sociale du média.

Prolongements

- **Réaliser un épisode de podcast** présentant sa vision du quartier et en l'illustrant avec les différents titres de sa playlist. Pour ce faire, on peut suivre la démarche proposée dans la fiche du dossier *Ressources, témoignages et activités 2024*.
- **Réaliser une balade sonore** : chaque chanson de la playlist peut être liée à un lieu précis de la ville/ du quartier. Une carte peut ensuite être créée avec les endroits où s'arrêter et des QR codes menant aux chansons en question. Une expérience de terrain de l'appel à projets scolaires 2023-2024 (voir ressources) propose une démarche pour réaliser ce type de balade sonore.

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- «Réaliser un épisode de podcast : Comment je m'informe?», dans [Semaine de l'éducation aux médias 2024. Ressources, témoignages et activités](#), CSEM, 2024, p.23-25.
- «[À l'aide de QR codes, découvrir des quartiers de sa ville](#)», projet réalisé par les élèves de l'Athénée Royal de Hannut dans le cadre de l'appel à projets scolaires du CSEM, 2024.

Autres ressources

- DI PASQUALE, L., «[Quelques idées pour réaliser un podcast pédagogique avec ses élèves](#)», 2021, eduLAB.
- [La petite glaneuse de sons](#) : conte écologique à écouter, construit à partir de sons de la ville et de la nature (dispo en CD dans la collection).

Quelques conseils pratiques pour la création de la playlist (Médiathèque Nouvelle)

L'élaboration d'une playlist relève souvent d'une démarche tout à fait subjective. Il n'y a donc a priori aucune règle à suivre. Cependant, quelques orientations peuvent permettre une compréhension plus claire du discours musical d'une playlist évoquant son quartier/sa ville.

Une compilation reflète souvent une pluralité d'émotions et transmet une forme de sincérité. L'ordre des morceaux peut jouer un rôle essentiel dans cette narration : il peut suivre une logique chronologique, émotionnelle, thématique, ou encore rythmique et stylistique, à la manière d'un mix évolutif. Il ne s'agit pas de figer une structure, mais plutôt de construire une progression fluide, porteuse de sens.

👉 Création individuelle ou collective :

La réalisation individuelle permet une introspection plus personnelle. En groupe, elle favorise le débat, l'écoute des autres, ainsi que la découverte de nouveaux univers musicaux. Si elle est collective, chacun et chacune peut défendre un ou deux morceaux, et un petit comité peut ensuite assurer la cohérence de l'agencement final.

👉 Ordre et émotions (1^{er} et dernier titre) :

Il est intéressant de penser l'ordre en lien avec la dynamique des émotions : par exemple, commencer avec un morceau introductif accrocheur, atteindre un pic d'intensité, puis finir avec un titre marquant ou apaisant. Cette progression peut également jouer avec les styles et les genres musicaux : associer des titres pop très accessibles à des morceaux plus rares ou inattendus, afin de surprendre l'auditoire et l'emmener dans des territoires musicaux nouveaux.

La première chanson est essentielle : elle doit poser le cadre, donner envie d'écouter la suite, tandis que la dernière doit laisser une trace durable, ouvrir vers d'autres perspectives ou conclure le discours musical. Ces deux morceaux fonctionnent comme des repères narratifs forts.

👉 Durée et format :

Une playlist « idéale » peut contenir entre 6 et 10 morceaux dans le cadre d'une écoute en groupe, mais peut aussi s'étendre jusqu'à une vingtaine de titres pour un projet plus libre, sans qu'une certaine forme de lassitude ne s'installe.

👉 Public cible et dimension intergénérationnelle :

La playlist peut être pensée par et pour les jeunes, mais elle gagne en richesse si elle inclut des morceaux transmis par d'autres générations, et reflète ainsi plus fidèlement l'ensemble des habitants et habitantes d'un quartier (enfants, jeunes, parents, grands-parents, etc.). Pour favoriser ce dialogue intergénérationnel, il est pertinent de varier les styles, en combinant musiques actuelles et plus anciennes ou emblématiques d'autres époques.

👉 Partage et écoute :

La playlist peut être partagée de différentes manières : écoute collective en classe ou dans un lieu du quartier ; échanges après écoute en silence ; diffusion en ligne (via plateforme ou QR code) ou même via une borne d'écoute dédiée, pour un ancrage dans l'espace public.

Quelques playlists proposées par Médiathèque Nouvelle sur des thèmes variés (disponible sur Spotify) :

- ▶ « [Le droit d'être femme](#) »
- ▶ « [Rap et éco-anxiété](#) »
- ▶ « [Des chants contre les idées d'extrême -droite](#) »
- ▶ « [Festival Rêve Général : l'inclusivité](#) »

Le Média bande dessinée

Réaliser une planche de BD sur le métier de journaliste



Nous nous faisons tou-te-s une image du métier de journaliste par les représentations véhiculées dans les médias. Pour certain-e-s, le-la journaliste c'est Tintin, l'enquêteur qui parcourt le monde pour résoudre des énigmes et à qui il arrive tout un tas d'aventures. Pour d'autres, c'est le présentateur-riche du JT, l'envoyé-e spécial sur le terrain, l'éditorialiste du journal, qu'on reçoit le matin dans la boîte aux lettres ou qu'on consulte le matin sur le web. Enfin, plus récemment, le-la journaliste a pu également être considéré-e comme le-la chroniqueur-euse d'une émission d'info-divertissement ou un Youtubeur ou une Youtubeuse.

Le journalisme ne convoque pas les mêmes représentations chez les jeunes et cette activité vise à mettre en évidence les grandes caractéristiques de la profession.

Après l'analyse d'une interview croisée de créateur-riche-s de contenus journalistiques et/ou d'actualité, les enfants seront amenés à créer une bande dessinée pour illustrer un aspect du métier de journaliste.



3-4h

DURÉE



PUBLIC : 8-15 ans



OBJECTIFS EN EAM :

- ▶ Comprendre les différentes formes prises par le journalisme à notre époque
- ▶ Développer une réflexion critique sur :
 - le métier de journaliste et l'image qu'il véhicule;
 - le parcours de l'information;
 - le modèle économique des médias d'information.
- ▶ Produire un média (une planche de bande dessinée), pour rendre compte d'un sujet, en fonction d'une intention et des caractéristiques d'un public
- ▶ Comprendre les caractéristiques techniques de la bande dessinée



ÉTAPE 1 :

Contextualisation et lecture de l'interview

Lire les interviews avec les enfants et expliquer le projet :

« Ces interviews de journalistes issus de différents médias montrent le point de vue de 3 journalistes sur leur métier et ses différentes facettes. Nous allons les lire et ensuite créer des planches de bande dessinée pour (re)présenter ces différents aspects. »

Parmi ces aspects, on peut donner comme exemple : la journée d'un-e journaliste, son contact avec d'autres membres de la rédaction, l'évolution de l'image du/de la journaliste, les grands défis de la profession.

ÉTAPE 2 :

Exploitation des interviews

Après une première lecture de ces interviews, poser quelques questions pour les exploiter :

Même si aborder les trois interviews apportera plus de richesse aux échanges, il est tout à fait possible de ne choisir qu'une interview. L'exploitation des trois interviews peut en effet nécessiter une étape de comparaison qui complexifiera la tâche pour certains groupes.

- Cite deux éléments qui t'ont marqué-e suite à la lecture de cette(ces) interview(s) ?
- Relève 3 similitudes entre ces trois interviews
- Identifie 2 différences.
- À la lecture de ces interviews, peut-on dire que le-la journaliste est libre de faire ce qu'il-elle veut et de produire les contenus qu'il-elle veut ? Explique.
- Ce que disent ces journalistes de leur métier correspond-il à ce que tu imaginais ?
- Aimerais-tu faire ce métier ? Développe ta réponse.
- Si tu avais réalisé l'interview, quelle question aurais-tu voulu poser ?

Il s'agit d'une série de questions proposées sans volonté d'être exhaustif. En fonction du groupe, du niveau et de l'objectif de l'activité, d'autres questions (ou ces questions, posées dans un ordre différent) peuvent être plus pertinentes.

ÉTAPE 3 :

Choix du sujet et mise en évidence des principales informations (dimension informationnelle)

Relire l'interview et choisir la thématique à illustrer dans la bande dessinée.

Des exemples de thématiques sont proposés mais les enfants peuvent très bien décider d'en approfondir une autre.

Sélectionner les informations présentes dans l'interview en lien avec la thématique choisie.

La sélection des informations peut se faire de manière individuelle puis une mise en commun peut se faire en petit groupe.

ÉTAPE 4 :

Réflexion sur les dimensions sociale et technique de la BD en construction

En petits groupes de 3 ou 4, avant de passer à l'étape de la réalisation du storyboard, réfléchir à :

- la dimension sociale du média à construire
 - **Dans quel contexte crées-tu cette bande dessinée ?**
Dans le cadre de la semaine de l'éducation aux médias, cela peut être la visite d'un journaliste, d'un média, etc.
 - **À qui la destines-tu ?**
 - **Où sera-t-elle diffusée ?**
 - **Quel est l'impact des réponses aux questions précédentes sur la réalisation de ta bande dessinée ?**
- La dimension technique du média
 - **Vas-tu réaliser uniquement les dessins ou vas-tu utiliser une autre technique ? (exemple : roman-photo avec phylactères)**

Cette réflexion sur la construction technique d'une planche de bande dessinée peut venir avec l'observation de plusieurs planches issues de bandes dessinées qui explorent de manière différente le rapport entre l'image et le texte.

ÉTAPE 4 :

Réalisation du storyboard

Compléter le storyboard ci-contre (ou en construire un et le compléter) en réfléchissant, pour chaque case :

- à ce que tu veux représenter visuellement;
- aux paroles des personnages (s'il y en a) représentés dans la case (et s'ils disent quelque chose);
- aux actions (gestes, mouvements, déplacements...) à représenter;
- au plan pour représenter les personnages et le décor (plan d'ensemble avec décor et personnages, plan rapproché sur une personne et ses actions, gros plan sur une personne, très gros plan sur un détail);
- éventuellement, au contenu du texte du narrateur-riche de la bande dessinée

Les jeunes peuvent compléter leur storyboard en découpant des images ou en faisant des photos réelles.

Passer ensuite à la production finale de la bande dessinée.

Le storyboard peut, en soi, être déjà considéré comme une production finale.

Des applications sont proposées dans la partie ressources pour réaliser une bande dessinée avec des photos, système qui évite ainsi de passer par une étape de dessin (voir ressources).

ÉTAPE 5 :

Mise en commun et diffusion des productions

Réfléchir au contexte de diffusion des productions et échange autour de ces productions :

- **Ces productions vous semblent-elles refléter le contenu de ce qui est dit dans les interviews? Si non, que manque-t-il?**
- **La planche de bande dessinée est-elle compréhensible au niveau de l'histoire racontée et des personnages représentés?**
- **La planche de BD répond-elle aux attentes de départ (construire une planche de bande dessinée pour parler du métier de journaliste)?**
- **En mettant l'expérience de chacun·e en commun, quels éléments, dans cette tâche, semblent plus compliqués à représenter?**

Dans le cadre d'une rencontre d'un·e journaliste, d'une visite de média, il peut être intéressant d'échanger avec un·e professionnel·le des médias sur les planches de BD afin de voir si elles correspondent à la réalité.

Elles peuvent également être le point de départ pour approfondir certains sujets liés au métier de journaliste.

Ressources

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- ▶ «Mettre un récit en images à la manière de la bande dessinée» dans [Les compétences en éducation aux médias. un enjeu éducatif majeur](#), CSEM, 2016, pp. 62-65.
- ▶ «Les émotions dans la B» dans [Éducation aux médias et Tronc commun. Activités à vivre en P1-P2](#), CSEM, 2023, p. 11-14.
- ▶ «Focus bande dessinée» dans [Éducation aux médias et Tronc commun. Activités à vivre en P3-P4](#), p. 96-99.
- ▶ «Une BD pour sensibiliser» dans [Éducation aux médias et Tronc commun. Activités à vivre en P3-P4](#), p. 54-61.

Autres ressources

- ▶ «[S'informer par la bande dessinée](#)», CLEMI, 2019.
- ▶ GROENSTEEN, T., «La bande dessinée, mode d'emploi» Bruxelles, éd. Impressions Nouvelles, coll. «Réflexions faites», 2015.
- ▶ Un site pour construire pas à pas sa bande dessinée : [BDNF, la fabrique à BD](#)



Exemple de storyboard à compléter

Case n°

Résumé :

Ce que fait/font le(s) personnage(s)

Ce que dit/disent le(s) personnage(s)

Plan utilisé

Ce que dit le « narrateur »

Résumé :

Ce que fait/font le(s) personnage(s)

Ce que dit/disent le(s) personnage(s)

Plan utilisé

Ce que dit le « narrateur »

Case n°

Case n°

Résumé :

Ce que fait/font le(s) personnage(s)

Ce que dit/disent le(s) personnage(s)

Plan utilisé

Ce que dit le « narrateur »

Interview de Justin Ferring,

journaliste à Télé MB

Pouvez-vous vous présenter ?

Je m'appelle Justin Ferring, j'ai 32 ans et je travaille pour Télé MB depuis une dizaine d'années. Il s'agit du média de proximité couvrant les 13 communes de Mons-Borinage, ainsi que les Hauts-Pays, Jurbise et Lens. L'équipe est composée d'une trentaine de collaborateurs, dont huit journalistes. J'ai rejoint Télé MB à l'occasion d'un stage effectué durant mes études, et je n'en suis jamais reparti. À l'origine, je me destinais au journalisme sportif — un domaine dans lequel j'ai exercé, et que je continue à explorer ponctuellement aujourd'hui.

Pourquoi ce média en particulier ? Y a-t-il une histoire derrière ?

Quand j'étais enfant, je regardais tous les dimanches soir, à 20h, l'émission *Atout Sport*, une émission qui existe toujours, en direct avec mes parents. Dès l'âge de 5 ou 6 ans, je jouais au basket, et je rêvais déjà de pouvoir un jour présenter cette émission. Le journalisme m'est alors apparu comme une manière idéale d'allier cette passion pour le sport à celle de la communication.

Je travaille pour *Télé MB* par choix, pas par dépit, ni parce que j'aurais échoué à un concours national. J'aime ma région, et je trouve cela enthousiasmant et enrichissant de pouvoir y jouer un rôle.

Comment décririez-vous votre journée-type ? Et pouvez-vous nous expliquer la démarche pour écrire un contenu ?

Alors, premier paramètre de la journée-type : elle n'existe pas.

Elle existe en termes d'horaire du bureau d'un salarié d'un média de proximité, du lundi au vendredi de 08h30 à 17h30. On sait quand ça commence, on sait plus ou moins quand ça se termine, mais on ne sait pas ce qu'elle va contenir.

En début de journée, on fait un tour d'horizon de l'actualité : on consulte la revue de presse, on regarde ce que d'autres journalistes ont publié, et on explore aussi les réseaux sociaux pour repérer les sujets ou tendances à ne pas manquer... Après la réunion de rédaction, chaque journaliste est chargé de réaliser son sujet et de le boucler pour l'édition du journal de 18h.

De plus, une semaine par mois, je suis en charge de l'édition du Journal Télévisé, sous la supervision de la rédactrice en chef. Durant cette semaine-là, j'anime la réunion de rédaction à 9h avec les différents journalistes afin de décider des sujets qui seront traités à l'antenne dans le JT du soir, et des différents contenus sur le site internet et réseaux sociaux. Le reste du temps, je redeviens « simple journaliste » et c'est là que j'en reviens à la journée type qui n'existe pas.

Quelle est la force d'un média de proximité ?

Comme son nom l'indique, la véritable force de Télé MB, c'est la proximité avec notre public. La plupart des journalistes habitent dans la zone que nous couvrons, ce qui nous permet de nouer une réelle relation de confiance avec les acteurs politiques, économiques, culturels, et les habitants en général. On est amené à se croiser tout le temps, ce qui facilite la création d'un solide carnet d'adresses.

Il m'arrive de recevoir des invitations à des événements directement dans ma boîte aux lettres ! Si je n'habitais pas ici, je passerais à côté de toute une série d'informations liées à la vie de quartier ou des événements ponctuels (notamment via le "bouche à oreille"). C'est en ce sens que nous nous démarquons des chaînes d'actualité nationale.

Je prends un exemple : L'entreprise *Cora* va fermer ses portes en 2026 et de nombreuses personnes vont perdre leur emploi. Vu que nous avons relayé un partenariat avec *Too Good To go*, qui montrait que l'entreprise, en difficulté financière, tentait de rebondir, à l'annonce de la faillite, nous avons recontacté le directeur. Ce dernier, malgré le contexte difficile, a accepté de nous accorder une interview car il sait que nous réalisons notre boulot correctement.

Vous est-il déjà arrivé de commettre une erreur ? Comment procédez-vous dans ce cas ?

Je me souviens encore de mes cours de journalisme, où l'on nous expliquait que la meilleure façon de tendre vers l'objectivité, c'est d'accepter qu'elle n'existe jamais totalement. Nous restons des êtres humains, pas des machines. Ce n'est pas un aveu de faiblesse de le reconnaître, c'est simplement la réalité.

Comme tout le monde, les journalistes commettent des erreurs. Et lorsque cela arrive, il est essentiel d'en prendre la responsabilité, être transparent avec le public et surtout de le communiquer clairement.

Cela dit, cette imperfection humaine ne nous empêche pas de viser le plus haut degré d'objectivité possible. C'est d'autant plus important qu'il existe un cadre strict : des règles de déontologie encadrent la profession. Ainsi, à la différence de créateurs de contenus, les journalistes sont encadrés par les règles du Conseil de déontologie journalistique (CDJ) qui veille à ce que ces règles soient bien respectées.

Quelles sont les compétences (atouts/qualités) d'un-e bon-ne journaliste ?

Être journaliste, c'est avant tout faire preuve d'une grande rigueur, en évitant tout d'abord de faire des erreurs. Et si ça arrive, il faut rectifier. Aujourd'hui tout le monde peut créer de l'information mais ce qui nous différencie des créateurs de contenus – sans jugement de valeur –, c'est justement cette rigueur, liée à une formation mais aussi aux règles qui encadrent la profession dont j'ai déjà parlé.

La polyvalence (aussi au niveau de la maîtrise technique) est une autre qualité car on doit porter plusieurs casquettes.

Savoir se remettre en question en permanence sur nos choix est également fondamental afin de pouvoir faire mieux la prochaine fois. (Ex : avons-nous fait les bons choix éditoriaux, avons-nous donné la parole aux bonnes personnes?).

Pour finir, il faut rester curieux et à l'écoute de ce que nos citoyens ont à nous raconter, surtout dans le cas d'un média de proximité où nous sommes en interaction constante avec le public.

Si vous deviez n'en choisir qu'un, quel serait LE grand défi du journalisme de demain ?

Pour un média de proximité, il s'agit de la digitalisation, pour toucher un public plus jeune, différent du public (plus âgé) qui nous regarde. Avant octobre 2024, nous n'avions pas de page Instagram et les élections ont été un élément déclencheur pour booster les réseaux sociaux.

« Nous restons des êtres humains, pas des machines. Ce n'est pas un aveu de faiblesse de le reconnaître, c'est simplement la réalité. »



« Si je n'habitais pas ici, je passerais à côté de toute une série d'informations liées à la vie de quartier ou des événements ponctuels [...]. C'est en ce sens que nous nous démarquons des chaînes d'actualité nationale. »

On ne possède pas de rédaction Web, aucun journaliste n'est donc chargé de créer des contenus pour les réseaux sociaux. Tout le monde doit donc mettre la main à la pâte : les journalistes plus jeunes, qui maîtrisent les codes des réseaux sociaux, nous apportent leur expertise, tandis qu'on peut les épauler sur la réalisation d'un sujet pour l'antenne. Du *win-win* ! Mais voilà, on fait avec nos moyens pour continuer à exister et rester connectés à notre public.

Interview de Pamela Hankard, journaliste à la RTBF

Pouvez-vous vous présenter ?

Je m'appelle Pamela Hankard et je suis journaliste à la RTBF, au sein de la rédaction digitale, une petite équipe composée de 5 personnes. Mon travail consiste à produire de l'information, comme on le ferait pour la radio ou la télévision, en l'adaptant au format digital. Cela inclut la création de contenus photo et vidéo, notamment des capsules de 3 à 4 minutes destinées aux réseaux sociaux. À la RTBF, nous adoptons une approche dite « 360° » de l'information : cela signifie que les sujets que nous traitons sont diffusés sur l'ensemble des plateformes — radio, télévision, web et digital — afin de tenter de toucher tous les publics, là où ils se trouvent.

Pourquoi ce média en particulier, y a-t-il une histoire derrière ?

En Belgique, il n'existe pas beaucoup de grands médias, et la RTBF fait partie des principaux acteurs du paysage médiatique francophone. J'ai toujours aspiré à travailler pour un média de service public, dont la mission première est d'informer la population de manière rigoureuse, avec des informations vérifiées et fiables. Les valeurs portées par la RTBF, ainsi que la manière de traiter l'information, résonnent particulièrement avec ma vision du journalisme.

« Je suis convaincue qu'il est essentiel d'informer les plus jeunes [...] leur apprendre comment fonctionne l'information, leur donner les outils pour comprendre le monde qui les entoure. »



Comment décririez-vous votre journée-type ? Et pouvez-vous nous expliquer la démarche pour écrire un contenu ?

Je peux vous donner un exemple concret en détaillant ma journée d'aujourd'hui. Ce matin, j'ai commencé à 9h. Comme chaque jour, je débute par un tour d'horizon de l'actualité. Certains collègues vont analyser la presse écrite. C'est mon cas également, mais comme je travaille sur le digital, je me concentre plutôt sur les réseaux sociaux, à la recherche de sujets émergents ou d'angles intéressants à traiter. Par exemple, aujourd'hui, je travaille sur un sujet qui m'est parvenu de manière informelle, via un contact. Une personne m'a signalé une situation préoccupante dans un logement social de 15 étages à Bruxelles, où l'ascenseur ne fonctionne plus. Résultat : des personnes âgées se retrouvent bloquées chez elles.

À 9h30, la réunion de rédaction rassemble l'ensemble de l'équipe de la rédaction digitale. Lors de cette réunion, l'éditrice (chacun notre tour, nous sommes éditeur et éditrice, le temps d'une semaine) qui présente les « top news », les sujets dont tout le monde va parler en télé, sur le web ou en radio. Elle distribue les sujets et nous proposons ensuite nos sujets, comme celui que je viens d'évoquer. Il n'arrive que très rarement que les sujets proposés ne soient pas validés. Avec l'expérience, on sait ce qui fonctionne ou pas comme sujet, donc la confiance règne lorsqu'on propose un sujet à l'éditrice.

Après cette réunion, je commence généralement par les tâches les plus rapides : publier une photo d'un homme politique avec une citation de son discours, créer un carrousel reprenant les chiffres à retenir d'une enquête... Après ces tâches, je pourrai me concentrer sur mon sujet pour lequel j'ai commencé à prendre des contacts pour organiser des interviews sur place afin de pouvoir recouper les informations. Ainsi, dès que je pourrai y consacrer du temps, je pourrai avancer avec tous les éléments en ma possession.

**Vous est-il déjà arrivé de commettre une erreur ?
Comment procédez-vous dans ce cas ?**

Des erreurs, on en fait tous, même avec de l'expérience. Et parfois, ce sont justement les sujets qu'on connaît le mieux qui nous échappent. J'ai un exemple très concret qui m'a beaucoup marquée, parce que c'était un sujet que je maîtrise sur le bout des doigts.

Cette semaine-là, j'étais éditrice. Un collègue réalisait une vidéo face caméra sur les tensions diplomatiques entre la Belgique et le Rwanda. C'est un sujet complexe, qui nécessite de bien comprendre l'histoire coloniale entre les deux pays. Sur le digital, on est constamment en train de relire les contenus : les légendes, les titres, les sous-titres... À force, notre regard devient parfois moins attentif, et une erreur peut nous échapper. Dans ce cas précis, une phrase, dite par le journaliste chargé du sujet, laissait entendre, dans la vidéo, que l'Ouganda avait été une colonie belge, alors que ce sont bien le Rwanda et le Burundi qui l'ont été. Rapidement alertés par les internautes dans les commentaires, nous avons immédiatement retiré la vidéo, nous l'avons refaite et republiée le lendemain, en ajoutant un *disclaimer* (avertissement) pour signaler la correction, en toute transparence. Cela fait partie de notre responsabilité en tant que journalistes : reconnaître nos erreurs et les corriger honnêtement.

Quelles sont les compétences (atouts/qualités) d'un-e bon-ne journaliste ?

Avant tout, pour faire ce métier, il faut être curieux — et pas seulement de ce qui nous plaît ou nous touche personnellement. Il faut s'intéresser à tout, sortir de sa zone de confort. Aimer les gens, avoir envie de leur parler, mais surtout savoir les écouter. En tant que journaliste digitale, je vois immédiatement les réactions des internautes, à travers leurs commentaires. C'est parfois intense, mais globalement les échanges restent modérés. Les gens comprennent qu'on est là pour leur donner des faits, leur offrir des clés de compréhension, pas pour leur dicter quoi penser. Notre rôle n'est pas de donner notre avis.

Être journaliste, c'est aussi poser les bonnes questions, il faut aussi accepter le fait qu'on ne sait pas tout. C'est un métier où l'on apprend en permanence, au contact des autres.

« J'ai une collègue qui me répète souvent : « *Think like a man* » (« Pense comme un homme »). C'est une façon de dire : prends ta place, affirme-toi, n'aie pas peur de t'imposer. »

Notre mission, c'est de transmettre une information fiable, équilibrée, pour que chacun.e puisse se forger sa propre opinion.

Est-ce qu'une femme journaliste a la même expérience qu'un homme journaliste ?

En plus d'être une femme, je suis une femme racisée. À la rédaction, je suis d'ailleurs la seule femme noire. Je pense avoir fait mes preuves et je n'ai pas rencontré de difficultés particulières. Mais malgré tout, je crois qu'en tant que femme, on porte souvent ce qu'on appelle le « syndrome de l'imposteur ». Et quand on est une femme racisée, ce sentiment peut parfois être encore plus présent. J'ai une collègue qui me répète souvent : « *Think like a man* » (« Pense comme un homme »). C'est une façon de dire : prends ta place, affirme-toi, n'aie pas peur de t'imposer. Et c'est vrai que, dans certains contextes, il faut un peu se le rappeler.

Si vous deviez n'en choisir qu'un, quel serait LE grand défi du journalisme de demain ?

L'un des grands défis aujourd'hui, c'est de continuer à garder la confiance du public.

Personnellement, j'ai eu l'occasion de donner des cours dans des écoles primaires, et je suis convaincue qu'il est essentiel d'informer les plus jeunes, pas seulement les 15-25 ans. Cela commence très tôt. Il faut leur apprendre comment fonctionne l'information, leur donner les outils pour comprendre le monde qui les entoure. Et pour ça, il est indispensable de continuer à aller sur le terrain, dans les écoles, dans les classes.

Interview de Philippe Engels,

journaliste pour *Médor*

Pouvez-vous vous présenter ?

Je m'appelle Philippe Engels, je suis journaliste indépendant et co-pilote du magazine *Médor*. J'ai eu l'occasion dans le passé d'être journaliste salarié pendant 20 ans, entre autres pour le quotidien *L'Écho* et pour l'hebdomadaire *Le Vif L'Express*. En 2015, avec une équipe de journalistes passionnés, nous avons lancé *Médor*, un trimestriel belge d'enquête et de récit, organisé en coopérative. Notre ambition est de produire un journalisme de qualité, approfondi et accessible.

Pourquoi ce média en particulier ? Y-a-t-il une histoire derrière ? Quelle est la différence entre *Médor* et les autres médias d'information ?

Il y a une vraie histoire derrière ce projet : celle d'une équipe convaincue que l'information de qualité ne doit pas être dictée par la course à l'audience ou par des intérêts commerciaux. La conviction que la presse doit être diversifiée et pas seulement représentée par des grands groupes de presse.

Ce qui distingue *Médor*, c'est autant son contenu que son modèle. Nous ne diffusons aucune publicité, nous n'avons ni actionnaires, ni pression extérieure. Notre seul moteur, ce sont les "Médoriens" — notre communauté de lecteurs, de lectrices, de coopérateurs et de coopératrices — qui soutiennent la vie du média, financièrement et démocratiquement. Concrètement, les lecteurs et lectrices sont également propriétaires du journal.

Ce modèle est exigeant, parfois fragile, mais il garantit notre indépendance. Et malgré notre petite équipe — trois équivalents temps plein, surtout chargés de faire fonctionner administrativement la coopérative —, nous sommes animés par une passion profonde pour le journalisme. Ce métier, nous le vivons comme une mission : enquêter, questionner, révéler, pour mieux outiller les citoyens face aux enjeux de société.

Comment décririez-vous votre journée-type ? Et pouvez-vous nous expliquer la démarche pour écrire un contenu ?

Il n'existe pas de journée-type dans notre métier, et encore plus en tant que journaliste indépendant. Pour la création de notre magazine trimestriel, il

nous faut à minimum 9 à 12 mois de préparation, d'investigation. Dans ce travail de recherche d'information, une information peut en compléter une autre ou l'inverse. C'est donc très différent d'un média d'information classique. Nous faisons du journalisme d'anticipation, en quelque sorte : il faut savoir sentir les sujets porteurs, ceux qui auront encore du sens dans plusieurs mois. Nous devons en quelque sorte pouvoir anticiper les informations et jauger entre l'information chaude et l'information qui peut être traitée sur le long terme. Nous cherchons l'information dans des documents, en rencontrant des témoins, en recoupant les différentes informations que nous avons collectées. Ainsi la charge de travail peut être très intense dans les phases d'investigation, et plus légère dans les moments de recherche de sujet à traiter.

En tant que co-pilote (l'un des rédacteurs en chef en quelque sorte), certaines périodes de bouclage, lorsque je suis en charge de la parution d'un numéro, sont des étapes où je dois être présent tous les jours physiquement à la rédaction de *Médor* pour collecter les articles, être en interaction avec les différents acteurs (photographes, illustrateurs, etc.) pour pouvoir clôturer dans les temps le numéro et que ce dernier soit irrécusable.

Quelles sont les compétences (atouts/qualités) d'un-e bon-ne journaliste ?

Un bon journaliste, c'est avant tout quelqu'un d'extrêmement rigoureux. L'information, surtout quand elle touche à des enjeux sensibles comme la politique, l'économie ou la justice, demande une vérification constante. La moindre erreur peut avoir des conséquences importantes, notamment sur la réputation d'une personne ou la compréhension d'un sujet complexe.

Le travail sur un temps long que demande chacune de nos enquêtes nous impose également d'être curieux, sans cesse à la recherche de témoins, de documents, de sources d'information. Il s'agit également d'être patient. Une rencontre déterminante et riche peut parfois se produire et débloquer une investigation mise en pause pendant des journées, faute de sources d'information concluantes.

De plus, le sens du collectif est également essentiel. L'enquête est rarement un travail solitaire :

Une rencontre déterminante et riche peut parfois se produire et débloquer une investigation mise en pause pendant des journées, faute de sources d'information concluantes.

on échange en permanence, plusieurs métiers contribuent à la création du journal (photographes, illustrateurs...).

Et puis il y a l'audace. L'audace d'oser traiter des sujets complexes, parfois risqués, de déranger quand c'est nécessaire.

Enfin, je crois que l'une des grandes forces de *Médor*, c'est que nous sommes entourés de journalistes talentueux, passionnés, dont le travail est reconnu. Plusieurs de nos enquêtes ont été primées, ce qui montre que même dans un petit média indépendant, on peut faire du journalisme de haut niveau, tant qu'on garde l'exigence comme boussole.

Si vous deviez n'en choisir qu'un, quel serait LE grand défi du journalisme de demain ?

Sans hésiter : préserver et continuer à tisser ce lien de confiance entre les citoyens et le journalisme. C'est un enjeu fondamental. Dans un contexte mondial où la désinformation prolifère, où les discours populistes et d'extrême droite remettent en cause les faits eux-mêmes, il devient de plus en plus difficile pour les journalistes d'être perçus comme des acteurs neutres, crédibles et utiles au débat démocratique.

Le risque aujourd'hui, c'est que cette méfiance s'installe durablement, que le public ne sache plus à qui se fier, ou pire, qu'il cesse de s'informer. C'est pourquoi nous devons sans cesse réaffirmer notre rôle : celui de poser des faits, d'éclairer les zones d'ombre, de nourrir la réflexion citoyenne avec honnêteté, rigueur et indépendance.

À *Médor*, cette confiance se construit sur le long terme. Notre modèle coopératif, sans publicité, fondé sur le soutien direct de nos lecteurs — les

Médoriens — est un engagement mutuel. Et ça fonctionne : on reçoit régulièrement des messages de soutien, des encouragements. Cette relation directe, humaine et transparente avec notre lectorat est l'une de nos plus grandes richesses.

Ce métier, nous le vivons comme une mission : enquêter, questionner, révéler, pour mieux outiller les citoyens face aux enjeux de société.



Et le manga dans tout ça ?

Le manga est devenu, en l'espace de quelques décennies, un incontournable dans le domaine de la bande dessinée. Il est aussi l'un des médias les plus consommés par les jeunes et, paradoxalement, l'un de ceux (comme le jeu vidéo) qui se fait le moins de place dans les classes, que ce soit d'ailleurs autant en termes d'éducation aux médias qu'en termes d'éducation par les médias. Son univers très codifié, la violence contenue dans (certaines) de ses pages, le fait qu'il soit un objet peu travaillé, son origine géographique éloignée... Tout ceci en fait un objet médiatique peu pertinent et peu sérieux pour certain·es encadrant·es. Pourtant, le manga, son succès, son esthétique, son modèle économique méritent le plus grand intérêt, et donc sa place en tant qu'objet à analyser et/ou à produire avec des enfants et des jeunes.



Généralités

Véritable phénomène de société au Japon, encore plus dans ce que représente la bande dessinée franco-belge en Europe ou les comics aux États-Unis, il n'est pas nécessaire ici de faire un historique complet de son évolution, mais plutôt de poser quelques balises :

1. **Les origines du terme :** Le terme de « manga » signifie à l'origine « images dérisoires ». C'est en effet le nom donné par un certain Hokusai à ses carnets de croquis, au XIXe siècle. Cette production est très éloignée des mangas tels que nous les connaissons aujourd'hui.
2. **Comme beaucoup de productions du 9e art, le manga va se développer via la presse.** D'ailleurs, le premier véritable manga date de 1902 et il s'agissait d'une BD humoristique publiée dans le Journal *Jiji Shinpō*. Son auteur, Rakuten Kitazawa, avait illustré le thème de *L'Arroseur arrosé*, le célèbre court-métrage français des frères Lumière. C'est le premier à réutiliser le terme de manga après Hokusai. D'autre part, l'artiste se définit lui-même comme un mangaka.
3. **Un manga va contribuer au renouveau de la bande dessinée :** *La Nouvelle île au Trésor* d'Osamu Tezuka, inspiré du célèbre roman de Stevenson, en avril 1947. Avec cette œuvre, l'auteur (considéré comme le Dieu du Manga au Japon) va contribuer au renouveau de la bande dessinée japonaise.
4. **Le développement sous l'influence américaine et européenne :** Durant l'occupation américaine pendant la seconde guerre mondiale, le Japon subit les influences culturelles du comic strip et des dessins animés Disney. En effet, on constate

l'influence des personnages tels que Mickey ou Bambi (avec une tête et des yeux surdimensionnés) sur les personnages de manga. On remarque aussi que ces derniers ont très souvent des traits occidentaux. Enfin, on voit également cette influence dans l'expressivité outrancière des personnages ou encore dans le cadrage et le découpage de l'histoire, très cinématographique. Néanmoins, on constate également, dans le mode de diffusion, une influence européenne. En effet, le *Japan Punch*, créé par Charles Wirgman à la fin du XIXe siècle à Yokohama était l'un des premiers feuillets mensuels publiés au Japon sur le mode européen, étroitement lié à la tradition européenne des journaux et des caricatures politiques, et représentant ainsi un prédécesseur important des propres caricatures du Japon et l'industrie de la presse moderne.

5. **Développement des mangas en « anime » à partir de la fin des années 1970 :** Ce qui fait aussi le succès des mangas, c'est leur adaptation en dessins animés. C'est d'ailleurs via ces derniers que nous allons avoir accès à cette production japonaise à la fin des années 1970 avec *RécréA2* et, ensuite, le *Club Dorothée*. Plébiscités par les enfants et les jeunes, ils vont susciter la controverse par la violence qui y est représentée. Ce débat va augmenter encore l'intérêt pour ces productions, avec une volonté de retourner à leur origine, c'est-à-dire leur forme écrite.

Les caractéristiques du genre

Les quelques caractéristiques du manga reprises ci-dessous visent plutôt à rappeler aux encadrant·e·s un certain nombre de traits distinctifs, plutôt que d'éléments à apprendre aux jeunes. En effet, pour les lecteur·rice·s, les caractéristiques énoncées ci-dessous vont de soi, même si mesurer le degré de connaissance de ces éléments pour que tout le monde au sein du groupe peut être une bonne entrée en matière.

► **Un sens de lecture spécifique** : On lit le manga dans le sens de lecture inversé (de droite à gauche), même en Europe, afin de permettre au·à la lecteur·rice de vivre une expérience de lecture à la nipponne.

► **La couleur** : le manga est en noir et blanc majoritairement. Parfois, quelques pages en début de manga sont colorisées. Pour combler le manque de couleurs, on applique des nuances et des textures au dessin en noir et blanc.

► **Les codes graphiques** : longtemps, les personnages ont été représentés sans appartenance ethnique marquée ou nationalité concrète (on utilise le terme de *mukokuseki*, signifiant «apatride» en japonais pour désigner les traits des personnages de mangas et/ou d'animes). Aujourd'hui, les choses évoluent, avec des œuvres qui représentent des personnages métisses, par exemple.

Souvent représentés avec de grands yeux, on met l'accent sur leurs émotions et leurs représentations. Ainsi, des grapholexiques spécifiques représentent des émotions (exemple de la goutte sur le front pour représenter la gêne).

Les lignes de mouvement dans le dessin permettent également de donner l'impression de mouvement à des images immobiles. Les mangakas les utilisent à tous propos, et même en guise de décor, jusque dans des scènes où les personnages sont immobiles, mais où la tension est à son comble. Cette technique permet aussi au·à la dessinateur·rice nippon·ne, toujours pressé·e pour tenir le délai de sa livraison hebdomadaire, une appréciable économie de travail et de temps.

► **Présence du son et de la parole** : certaines actions sont sonorisées de manière outrancière (si le bruit à représenter est fort, l'onomatopée qui le représente est exagérée).

► **Importance du personnage et pas de la thématique** : contrairement à la bande dessinée franco-belge, centrée plutôt sur les thématiques, le manga développe une autre approche, centrée sur les aventures d'enfants, surtout dans les shōnen, mangas à l'attention de jeunes garçons adolescents, évoluant dans des situations extraordinaires au cours desquelles ils subissent des épreuves pour progresser vers un objectif. Beaucoup d'autres genres sont, par contre, plus centrés sur la thématique. S'il existe des mangas à l'attention des jeunes garçons, il existe aussi les shōjo (littéralement «jeune fille»), des mangas dans lesquels se développent des relations amoureuses, amitiés, émotions, souvent avec une touche de drame, de romance ou de fantastique.

► **Explosion des genres** : Toujours dans cette idée d'accrocher le lectorat avec une autre approche, le genre du manga est très éclaté (sous-genre, type, thématique) afin que tout le monde puisse y trouver ce qu'il cherche pour s'évader le temps d'une (courte) expérience de lecture.

► **Les décors** : dans une majorité de cas, les décors ne sont pas fouillés, le focus étant mis sur les personnages et leur quête.

► **Les animes** : les dessins animés adaptant les mangas étaient, aux prémices de leur diffusion, plus de l'ordre de la bande dessinée animée (le personnage court sur un fond fixe, le zoom se fait sur une image fixe). Alors que les dessins animés occidentaux se faisaient en 12 images par seconde, l'anime était construit en 6 images par seconde. Tous ces procédés permettaient de pouvoir produire rapidement ces animes. Aujourd'hui l'évolution technologique permet d'avoir une production de masse mais aussi de qualité, avec des scènes d'action toujours plus fouillées techniquement.

Le modèle économique du manga

Le manga n'a pas du tout le même statut ni le même mode de diffusion au Japon qu'en Europe. Même s'il repose, comme en Europe, sur la prépublication d'épisodes dans des revues avant une parution en volumes, son modèle économique se différencie également très fortement de celui de la bande dessinée franco-belge ou encore des comics américains.

Le manga privilégie en effet une production de masse à cause d'une forte segmentation de son marché. Ainsi, chaque public cible a son type de manga : les jeunes garçons (shonen), les jeunes filles (shojo), les hommes adultes (seinen), les femmes adultes (josei), les enfants de moins de 10 ans (komodo) mais aussi les ouvriers, les femmes au foyer, etc. Cette classification se subdivise encore en fonction des thématiques (tranche de vie, héroïc fantasy, comédie, policier, aventure...). Chacun.e peut donc y trouver de quoi s'évader. C'est d'ailleurs cette variété qui pousse beaucoup de jeunes à s'intéresser au genre en Europe. Ainsi, en France, en 2023, plus d'une bande dessinée sur deux vendue était un manga.

En s'exportant en Europe, le format du manga a subi quelques changements et s'est adapté. En effet, au Japon, le modèle de base est bien différent de ce que nous connaissons en Europe. Les séries sont en effet d'abord lancées, en courts épisodes, dans des magazines. Si cela fonctionne et que le public réagit positivement aux premiers épisodes, des séries, en volumes reliés sont créées

à la fréquence d'un volume tous les trois mois (+/- 200 p.). Ce n'est que dans ce format que le manga nous parvient.

Ensuite, si la série est un succès et est appréciée du public, le manga est adapté en anime, voire en jeu vidéo (il arrive également que des jeux vidéo à succès soient adaptés en anime ou en manga). Certains titres à succès sont même adaptés au cinéma ou en série (exemple : *One Piece* adapté récemment sur *Netflix*). Ainsi, on a un cercle économique vertueux pour amener le-la lectrice vers le manga, quelle que soit sa forme. On remarque d'ailleurs, dans le modèle économique du manga, la forte présence du lectorat nippon. En effet, c'est lui qui oriente le contenu : si un personnage ne plaît pas, le mangaka adapte le contenu, raccourcit une intrigue qui concerne le personnage pour l'évacuer au plus vite ou, au contraire, se focalise sur l'intrigue d'un personnage secondaire, s'il-elle plaît.

Ces quelques explications illustrent directement le fait que le-la mangaka, qui doit produire à un rythme effréné, est astreint à une vie quotidienne rude. Entouré.e d'une équipe d'assistant.e.s quand le manga commence à bien fonctionner, soumis à l'avis du-de la lecteur-ric.e, il-elle travaille sans cesse à l'adaptation de sa production. Un manga illustre bien le mode de production, et le modèle économique du milieu du manga : *Bakuman* de Tsugumi Ōba et dessiné par Takeshi Obata (2008-2012, 20 vol. → voir ressources).

Les représentations

Dans ce média, comme dans beaucoup d'autres, les stéréotypes sont très présents : peu de personnages racisés, peu de femmes héroïnes, peu de mangakas femmes... Pendant longtemps, les mangas ont développé les aventures de jeunes hommes blancs aux traits occidentaux, la femme étant relayée à son statut d'épouse, de mère souriante, ou tout simplement de faire-valoir du personnage masculin.

Ces représentations ont commencé à évoluer avec le développement des shojo et josei (mangas à destination des jeunes filles et des femmes adultes) qui développent, pour beaucoup, les aventures d'héroïnes. Des femmes mangakas ont également

commencé à se faire connaître, même dans le monde du shonen et du seinen (on pense à *Full Metal Alchemist* de Hiromu Arakawa ou *Black Butler* de Yana Toboso et surtout *Ranma ½* de Rumiko Takahashi). Les lignes bougent donc mais le cliché de la femme hypersexualisée a la vie dure. Cette hypersexualisation est d'ailleurs un ressort comique présent dans certains mangas, comme *City Hunter* (Nicky Larson) de Tsukasa Hōjō. Le héros, obsédé sexuel, se fait punir de ses agissements mais les filles en petite tenue sont tout de même présentes et le héros est perçu de manière positive.

Quelles pistes pour aborder le manga avec un groupe d'enfants/de jeunes



Partager son expérience de lecture

Questionner les usages des jeunes :

- ➔ Lis-tu souvent des mangas ? Si oui, quel(s) est (sont) ton (tes) manga(s) préféré(s) ? Qu'est-ce qui te plaît dans ce type de production ?
- ➔ Regardes-tu des animes ? Si oui, quel(s) est(sont) ton (tes) anime(s) préférés ? Qu'est-ce qui te plaît dans ce type de production ?
- ➔ Échanges-tu avec tes camarades, tes proches à propos des mangas/animes ?

Présenter un manga que l'on apprécie/qu'on veut faire découvrir aux autres :

Demander aux jeunes d'amener un(ou plusieurs) mangas qu'ils-elles apprécient et de le(s) présenter aux groupes (auteur, histoire, public cible, thématique, personnage(s) principal(aux), ce qu'ils-elles aiment dans le manga).

Analyser le manga

Prendre quelques pages de manga (voir ressources proposées ci-dessous) et les analyser avec les jeunes :

Pour répondre de manière pertinente aux questions ci-dessous, il est conseillé de questionner les enfants/jeunes sur leur connaissance de la BD franco-belge (En ont-ils-elles déjà lues ? Si oui, lesquelles ? etc.)

- ➔ Quelle(s) différence(s) constates-tu avec la bande dessinée dite « classique » (franco-belge) ?
- ➔ Vois-tu des particularités dans :
 - la lecture de l'œuvre ?
 - la représentation des personnages ?
 - la représentation de leurs émotions ?
- ➔ Quel regard portes-tu sur :
 - la violence contenue dans ce manga ?
 - les stéréotypes qu'il contient ?
- ➔ À qui penses-tu que ce manga est destiné ? Qu'est-ce qui t'amène à le penser ?

Analyse de quelques témoignages sur les usages des jeunes

Voici deux témoignages d'un lecteur et d'une lectrice de manga :

- ➔ Que disent ces témoignages et des raisons pour lesquelles ces jeunes lisent des mangas ?
- ➔ Te reconnais-tu dans ces témoignages ?
- ➔ Si tu devais faire un témoignage en tant que lecteur-riche de manga. Que dirais-tu sur :
 - ta consommation de ces objets médiatiques ?
 - le type de manga que tu apprécies ?
 - tes personnages favoris ?
 - les raisons pour lesquelles tu apprécies ce type de manga/ce personnage ?



Témoignage 1

J'en lis beaucoup [des mangas], c'est vrai, mais pas forcément essentiellement comme si je ne lisais pas autre chose. Je lis en moyenne 1 à 2 romans par semaine également. Cependant, les romans demandent une concentration et un temps de lecture plus long, alors que je peux plus facilement me plonger une demi-heure en début, milieu ou fin de journée lors d'une pause et m'immerger alors totalement. Le manga est pour moi un vrai moment d'évasion grâce à une narration souvent cinématographique, et en amoureux des beaux dessins et belles compositions, j'admire souvent le travail fait par les mangakas en plus d'avoir le bonheur de pouvoir ainsi lire des histoires sur des sujets très variés. [...]

J'ai commencé par le shonen, avant de migrer en force vers le shojo (j'aurais aimé dire le josei, mais il est tellement confidentiel chez nous même si ça s'améliore...) et je prends de plus en plus plaisir au seinen ces dernières années. Mais si je devais en retenir un, ce serait le shojo car c'est chez eux que le travail sur la psychologie des personnages me parle le plus.

→ JOBERT, C., « Interview de la lectrice Tachan » sur le site [Babelio](#), 07/12/2022.



Témoignage 2

« Je ne connaissais que les animes à la télé. Mais, un jour, un pote de CM2 m'a prêté un tome du manga *Naruto*. J'ai tout de suite accroché. Comme beaucoup de jeunes de mon âge, j'ai eu la révélation... Je regarde des animes avec mon père depuis tout petit. On a pris cette habitude en mangeant devant *Les Chevaliers du Zodiaque*. Parfois deux ou trois épisodes d'un coup, jusqu'à ce qu'on finisse la saison.

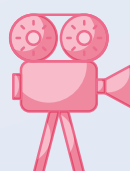
Alors, forcément, quand j'ai demandé à mon père de m'en acheter, il était d'accord. Vu qu'il aimait les animes, il me comprenait forcément avec les mangas, en version papier. Quand il était plus jeune, il passait son temps devant la télé. Tout le monde n'a pas la chance d'avoir un papa à fond dans les histoires et les mondes fictifs. J'ai donc pu constituer une belle collection. J'ai plus de 150 mangas aujourd'hui. D'abord, toute la collection de *Naruto*, quelques *Fairy Tail* et aussi *Heart Gear*. » [...]

« Avec mon père, on s'est fait *L'attaque des Titans* et *Seven Deadly Sins* à la télé récemment. On est plus proches depuis qu'on sait qu'on partage cette passion. Ça nous lie. Depuis qu'on regarde des animes ensemble, on se parle plus souvent qu'avant. Mais, malgré notre passion commune, il fera toujours passer les cours avant les amusements. Si je n'ai pas de bonnes notes, il est hors de question que je m'achète des mangas. Alors je sais ce qu'il me reste à faire pour continuer à agrandir ma collection.

→ « TÉMOIGNAGE. Ylian, 15 ans : « Avec mon père, on a la même passion des animes » », dans [Ouest-France](#), 09/11/2022.

Ressources

- ▶ GUILLAUME, M.-L., « [Comment étudier le manga en classe?](#) », Weblettres, 2009.
- ▶ BORDAS, A., « [L'irrésistible ascension du manga](#) », dans *Le Figaro Magazine*, 29/07/2006, pp. 38-41.
- ▶ E-MEDIA, « [Le phénomène "Manga"](#) ».
- ▶ LIRE, le magazine littéraire (Hors-Série), *Manga, le phénomène enfin décrypté*, janvier 2022.
- ▶ CANIVET-FOUEZ, C., *Manga. Une synthèse de référence qui éclaire en image l'origine, l'histoire et l'influence de la bande dessinée Japonaise*, Paris, ed. Eyrolles, 2014.



Quelques titres à proposer aux jeunes

Cette liste, non exhaustive, tente de brasser les sous-genres de chacun des deux types de mangas qui pourraient attirer les jeunes.

KODOMO (6-12 ANS)



***Chi, une vie de chat* de Konami Kanata (2004, 12 tomes)**

Ce manga raconte l'histoire d'un petit chat recueilli par une famille et son évolution au sein de cette famille. Chaque épisode met en scène un moment marquant de cette vie de chat : sa première rencontre avec une auto, avec un chien, comment il va apprendre à faire ses besoins dans la litière, le bon goût des croquettes, la chaleur du soleil à travers les vitres, le confort ouaté des pantoufles de papa, etc.

***Yotsuba to!* de Kiyohiko Azuma (2006, 16 tomes)**

Koiwai Yotsuba est une énergique petite fille de six ans, qui vient d'emménager en ville. Elle vit entourée de son père, qui ne cesse de lui faire des recommandations, et de ses nouveaux voisins : la famille Ayase, avec trois filles plus âgées dénommées Ena, Fuuka et Asagi. Chaque volume raconte la vie quotidienne de Yotsuba dans ce nouvel environnement. Son inexpérience du milieu urbain et son jeune âge donnent lieu à de nombreux gags et un comique de situation souvent irrésistible.

***Hamtaro* de Ritsuko Kawai (1997, 3 tomes)**

La famille de Laura vient de déménager. Cette dernière possède un hamster nommé Hamtaro. Chaque jour, quand Laura part à l'école, Hamtaro va retrouver les ham-ham, un club d'hamsters plus farfelus les uns que les autres : il y a Hamidou, Hamiral, Bijou, Pashmina, Penelope, Topla, Ernest et bien d'autres !



***Bakuman* de Tsugumi Ohba et Takeshi Obata (2009, 20 tomes) :**

Moritaka Mashiro possède un don évident pour le dessin. Il est secrètement amoureux de Miho Azuki. Akito Takagi, le meilleur élève de sa classe, écrit des scénarios et souhaite que Mashiro les transpose en manga. La lente ascension pour réaliser le meilleur manga jamais édité commence !



***Blue Lock* de Muneyuki Kaneshiro (2018, 33 tomes en cours) :**

Coupe du monde 2018, l'équipe de football du Japon est éliminée en huitièmes de finale... Ce nouvel échec incite l'Union japonaise de football à fonder le "Blue Lock" : un centre de formation révolutionnaire rassemblant les 300 meilleurs attaquants lycéens du pays. L'objectif du coach du Blue Lock, Jinpachi Ego, est clair : détecter l'unique attaquant qui écrasera tous ses rivaux par son talent et son hyper-individualisme ! Pour Yoichi Isagi, joueur bouillonnant encore inconnu, il n'y a pas d'alternative... S'il veut survivre au programme hautement sélectif qui l'attend, il devra abandonner le jeu collectif et se transcender pour devenir l'attaquant ultime !



***Assassination Classroom* de Yusei Matsui (2012, 21 tomes) :**

Qui d'entre vous parviendra à me tuer ? ! La Lune est détruite à 70 %, la Terre est en sursis ! La menace vient d'un extraterrestre au physique de poulpe, aux capacités hors du commun et réputé indestructible ! Toutefois, comme il trouve que les Terriens sont de trop piètres adversaires, il décide de former la plus mauvaise classe d'une école aux techniques d'assassinat : à la fin de l'année, Nagisa et ses camarades de classe devront parvenir à tuer leur professeur !



***Kore Kaite Shine* de Toyoda Minoru (2021, 6 tomes, en cours) :**

Ai Yasumi est une lycéenne qui habite Izuoujima, une petite île au sud de Tokyo. Passionnée de manga, elle prend conscience que la lectrice pourrait devenir mangaka. Une vocation naît en elle, mais sa volonté et sa détermination seront-elles suffisantes pour se faire une place dans ce milieu ?



Nana de Ai Yazawa (2000, 21 tomes, en cours) :

Ces deux jeunes filles s'appellent Nana. Elles ont le même âge, éprouvent toutes deux une grande attirance pour Tokyo, et font très attention à leur look. La première est une étudiante rêveuse et tête en l'air, à la recherche désespérée du prince charmant. Quant à l'autre, plus déterminée et solitaire, c'est grâce à son premier amour qu'elle est devenue chanteuse dans un groupe de rock amateur. Toutes deux ont pour objectif d'aller s'installer à Tokyo...

Orange de Ichigo Takano (2012 , 7 tomes) :

Un matin, alors qu'elle se rend au lycée, Naho reçoit une drôle de lettre... une lettre du futur! La jeune femme qu'elle est devenue dix ans plus tard, rongée par de nombreux remords, souhaite aider celle qu'elle était autrefois à ne pas faire les mêmes erreurs qu'elle. Aussi, elle a décrit, dans un long courrier, les événements qui vont se dérouler dans la vie de Naho lors des prochains mois, lui indiquant même comment elle doit se comporter. Mais Naho, a bien du mal à y croire, à cette histoire... Pour le moment, la seule chose dont elle est sûre, c'est que Kakeru, le nouvel élève de la classe, ne la laisse pas indifférente.

My happy marriage de Akumi Agitogi, Rito Kohsaka, Tsukiho Tsukioka (2028, 5 tomes, en cours) :

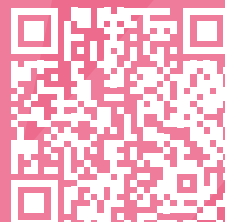
Ils redoutaient leur union, elle sera la clé de leur bonheur...

Miyo Saimori descend d'une longue lignée de nobles dotés de pouvoirs surnaturels, alors qu'elle-même n'en a pas. Sa demi-sœur, qui a, elle, hérité d'un don, la traite comme une servante. Ses parents ne lui témoignent aucun amour et personne ne se soucie d'elle. Pour couronner le tout, son ami d'enfance et seul allié s'est fiancé à sa sœur pour reprendre la tête du clan Saimori. Étant considérée comme une nuisance par tout son entourage, Miyo est envoyée dans la famille Kudô pour épouser leur chef, réputé cruel et sans cœur.

Le Pavillon des hommes de Fumi Yoshinaga (2004, 19 tomes) :

Dix-septième siècle, nous sommes au Japon. A cause d'une mystérieuse épidémie ayant décimé une part considérable de la population masculine, les femmes se retrouvent à l'heure qu'il est en grand nombre. Les rôles sont alors inversés et elles finissent par prendre définitivement le pouvoir, notamment le Shogun, désormais entre les mains d'une d'entre elles. Cette dernière dispose personnellement d'un pavillon abritant les huit cents plus beaux hommes du pays.

Quelques ressources en éducation aux **Médias**



Les nombreuses ressources proposées ci-dessous donnent quelques balises essentielles pour aborder (ou approfondir) l'éducation aux médias. Cette liste ne se veut pas exhaustive, mais tente d'envisager la diversité des thématiques et des supports à travailler avec des jeunes dans le cadre d'une activité d'éducation aux médias.

Les collections du CSEM

Le Conseil Supérieur de l'éducation aux médias a édité un ensemble de collections d'outils à destination de publics variés.

Chaque outil et chaque brochure cités peuvent être téléchargés en ligne ou, lorsqu'une version papier est disponible, être commandé gratuitement via un formulaire sur le site du CSEM.





La collection « Tronc Commun »

L'Éducation aux médias dans les référentiels du Tronc commun

Si l'éducation aux médias n'a pas été envisagée comme un domaine d'apprentissage 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 FW-B, le CSEM a élaboré, en 2022-2023, un document visant à identifier les contenus et attendus relatifs à l'éducation aux médias dans les différents référentiels disciplinaires. Structuré par années et par thématiques (d'éducation aux médias), il tente de répondre adéquatement aux besoins de chaque enseignant·e.

➔ [Accéder à la brochure](#)

Les brochures d'activités

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 usager, et ce tout au long de la vie. Pour le CSEM, l'éducation aux médias participe pleinement à l'épanouissement personnel de l'individu, et ce, dès le plus jeune âge. Dans cette perspective, le CSEM propose une série de brochures d'activités d'éducation aux médias pour accompagner les élèves tout au long de leur scolarité. Ainsi, la brochure *Éducation aux médias et compétences initiales* propose une quinzaine d'activités pour une première sensibilisation aux thématiques de l'éducation aux médias.

Plusieurs brochures sont ensuite disponibles pour aborder l'éducation aux médias, de la première à la sixième primaire. Ces dernières respectent les attendus d'éducation aux médias présents dans les nouveaux référentiels du Tronc commun (et repris dans la brochure thématique *L'éducation aux médias dans les référentiels du Tronc commun*).

Des fiches d'activités à vivre en classe et des focus médias transversaux, basés sur un média en particulier, visent à fournir à l'enseignant·e une série de balises, d'informations et de suggestions d'activités à mener tout au long de l'enseignement primaire. En effet, après deux premières publications concernant les élèves de P1 à P4, le CSEM vient de publier une brochure pour accompagner les enseignant·es de 5^e et 6^e primaire.

➔ [Éducation aux médias et compétences initiales](#)

➔ [Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en P1-P2](#)

➔ [Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en P3-P4](#)

➔ [Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en P5-P6](#)



Collection «Repères»

Lancée en 2018 pour outiller de façon succincte et concrète les parents et les professionnel·le·s de l'éducation aux enjeux des médias, la collection «Repères» propose une série de dossiers sur des thématiques choisies en fonction des questions sociétales qui émergent dans l'actualité.

Treize carnets ont déjà été publiés sur des thématiques diverses telles que la désinformation, la liberté d'expression, les jeux vidéo, les influenceur·euse·s...

[➔ Lien vers la collection](#)

Comment prévenir le cyberharcèlement par l'éducation aux médias ? (Réédition)

Depuis quelques années, les chiffres relatifs au cyberharcèlement sont préoccupants et en augmentation. En Fédération Wallonie-Bruxelles, 15% des jeunes de l'enseignement secondaire (12 à 18 ans) disent avoir été la cible de cyberharcèlement au cours de l'année écoulée.

Même si le développement des technologies et notamment des réseaux sociaux ont amplifié ce phénomène, il est impossible de parler de cyberharcèlement sans évoquer le harcèlement.

Selon les observateurs, les actes de cyberharcèlement chez les enfants et les jeunes se cristallisent au moment de la fin des études primaires et au début du secondaire. Il s'agit d'une période charnière de la vie où la majorité des (pré)adolescent·es ont leur propre smartphone et, dans une certaine mesure, sont présent·es sur les réseaux sociaux.

Dans ce carnet, le CSEM propose des pistes concrètes de prévention pour accompagner les enfants et les jeunes, dans leur usage d'Internet sous toutes ses formes. Cet outil s'adresse aussi bien aux familles qu'aux professionnel·les de l'éducation et de l'animation.

Les intelligences artificielles, comment mieux les comprendre ?

Les intelligences artificielles se développent de manière exponentielle ces dernières années et leurs influences façonnent de plus en plus nos vies et celles des jeunes. Selon l'enquête [#Génération 2024](#), près de 6 jeunes sur dix en FW-B affirment avoir déjà utilisé une application ou un site d'intelligence artificielle.

Si les IA offrent des opportunités et des facilités dans beaucoup de domaines, leur utilisation n'est pourtant pas sans risques et engendre de nombreuses questions. Que sont réellement les IA ? Comment fonctionnent-elles ? Et dans quelles circonstances les jeunes utilisent-ils-elles ces applications dans leur vie de tous les jours ? C'est à ces questions que la première partie du carnet tente d'apporter des réponses. Quelques pistes sont ensuite proposées pour découvrir les IA génératives avec les jeunes.



Collection «Eclairages»

La collection «Eclairages» a pour objectif d'établir un positionnement du CSEM sur des sujets d'actualité liés aux thèmes d'éducation aux médias. Il s'agit de faire le tour d'une question et de ses enjeux éducatifs, sans être exhaustif. Ce contenu n'a pas pour vocation de produire une analyse détaillée et minutieuse d'un sujet mais plutôt d'établir la position et la vision du CSEM sur le sujet.

En 2023, le CSEM a consacré le deuxième numéro de cette collection à [ChatGPT](#). En effet, l'IA occupe une place de plus en plus importante dans notre quotidien. Il est donc crucial d'adopter un regard critique sur les outils et les services qui utilisent ces technologies, de mieux les comprendre en analysant les avantages mais aussi en sensibilisant aux limites et aux risques liés à leur utilisation.

En 2024, un nouveau numéro de la collection livre une courte réflexion collective des membres du CSEM sur les enjeux qui traversent [l'interdiction du smartphone dans les écoles](#). Ce numéro développe le positionnement du CSEM et les alternatives possibles à une telle mesure



Collection «Semaine EAM» : Ressources, témoignages et activités

Afin d'accompagner au mieux les enseignant-e-s et les encadrant-e-s jeunesse pendant la semaine de l'éducation aux médias, le CSEM a produit deux dossiers thématiques, en 2023 et 2024, intitulés «**Ressources, témoignages et activités**» qui abordent différents enjeux et thématiques de l'éducation aux médias.

Après une brève présentation théorique de l'éducation aux médias, chacun de ces dossiers contient des témoignages de terrain permettant de donner des exemples concrets de projets menés. Des ressources sont également proposées au·à la lecteur·rice pour approfondir un thème, une activité ou, mener un projet de plus grande ampleur avec des enfants/jeunes. Enfin, quelques propositions d'activités concrètes à vivre en groupe permettront à chacun-e d'expérimenter, sur le terrain, une activité d'éducation aux médias. Ces activités abordent des supports et thématiques diverses : le jeu vidéo, l'intelligence artificielle, le podcast, la vidéo, la photo...

Les autres ressources du CSEM

Des activités d'éducation à l'image et à l'audiovisuel

Un groupe de travail du CSEM s'est lancé dans la production d'activités d'éducation à l'audiovisuel en explorant la thématique du lien entre les enjeux climatiques et les enjeux sociétaux.

Plusieurs médias à exploiter ont été identifiés et le CSEM a collaboré, avec différents partenaires, à l'élaboration d'activités qui seront bientôt toutes réunies dans une brochure.

• Transperceneige : de la BD à la série

Réalisé en collaboration avec Médiathèque nouvelle, cet outil pédagogique a pour objectif d'analyser la bande dessinée *Le Transperceneige* (1984) ainsi que ses deux adaptations en film (2013) et en série (2020). Ces trois récits médiatiques approfondissent différemment la question des enjeux sociaux et des enjeux climatiques, en fonction du support médiatique choisi ainsi que du contexte de production.

Cette activité propose d'analyser des extraits de ces différents médias pour mieux comprendre l'évolution de leurs enjeux, suivant leurs caractéristiques respectives. Il s'agira ensuite de transposer la bande-annonce d'une œuvre cinématographique dans laquelle la thématique de l'écologie est présente au second plan en créant un média (une bande dessinée ou un roman-photo) qui met cette thématique en évidence.

[➡ Lien vers l'activité](#)

• Règne écologique. Produire l'adaptation d'un jeu vidéo qui traite des enjeux écologiques

Réalisé en collaboration avec le CFA asbl, cet atelier participatif d'analyse et de création explore la thématique écologique et son lien avec des enjeux sociétaux, au travers d'un jeu vidéo, *Reigns*, et de son adaptation en jeu de société.

Après une phase de découverte et d'exploitation du jeu vidéo concerné, mais aussi de jeux qui mettent l'écologie au centre des thématiques qu'ils-elles explorent, l'objectif de cette activité est de faire évoluer ce jeu vidéo en produisant une extension, en version papier, et qui tient compte d'enjeux écologiques.

[➡ Lien vers l'activité](#)

• Après la pluie : analyser et produire des contenus médiatiques pour traiter d'actualités en lien avec les enjeux écologiques et sociétaux

Réalisées en collaboration avec Les Grignoux, les activités proposées dans cet atelier de réflexion, d'analyse et de création explorent les liens entre la justice sociale et la justice climatique. Le documentaire *Après la pluie*, objet cinématographique central de cette activité, permet la prise de distance nécessaire pour faire le lien entre les deux et soulève plusieurs interrogations :

Comment travailler sur le lien entre les enjeux écologiques d'un événement et leurs impacts socio-économiques ? Comment traiter d'enjeux écologiques et sociétaux en variant les intentions (informer, convaincre, divertir, etc.) ? Et, plus largement, comment traiter une actualité qui aborde les enjeux écologiques et sociétaux avec des objets médiatiques différents, produits à des moments différents (au moment des faits, quelques heures après, jusqu'à quelques mois, voire quelques années après) ?

[➡ Lien vers l'activité](#)





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, accompagnées d'autres ressources pour pratiquer l'éducation aux médias, des contacts, etc.

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 les sensibiliser à un usage raisonné et critique des médias.

#Génération2024. Les jeunes et les pratiques numériques (Média Animation et CSEM)

Plus de 3700 élèves de l'enseignement primaire et secondaire ont répondu à un questionnaire abordant différents aspects de leur vie numérique. Les données statistiques ont été enrichies par des entretiens individuels et des discussions de groupe. Ce carnet de résultats compile et synthétise ces différents apports afin d'observer les usages numériques de ceux et celles qui sont enfants ou adolescent·e·s en 2024. Il permet donc de mettre en évidence les pratiques et habitudes des jeunes, leurs relations aux écrans, leurs rapports à la technologie, à Internet, aux réseaux sociaux ou encore aux jeux vidéo sont donc ici questionnés

➔ [Accéder à la publication](#)

Validisme, médias et société (Média Animation)

Le monde mis en scène par les médias belges francophones est pratiquement exempt de personnes en situation de handicap qui représentent pourtant 15 % de la population. Seuls 0,47 % des contenus visibilisent des personnes porteuses de handicap. Et quand elles apparaissent, c'est principalement pour « inspirer » les publics valides. S'appuyant sur l'expérience des personnes concernées, cette publication identifie en quoi les industries médiatiques participent à leur marginalisation. Elle espère contribuer à situer la manière dont l'environnement médiatique pourrait œuvrer à leur inclusion authentique et rencontrer leur revendication : « Rien sur nous, sans nous ! ».

➔ [Accéder à la publication](#)

« Qu'est-ce qu'elle a ma gueule » : la valise pédagogique (Camera etc.)

Cette valise est conçue pour sensibiliser et éduquer sur l'accès aux médias pour les personnes porteuses d'une déficience intellectuelle. Elle propose des outils d'analyse et de réflexion autour de thématiques clés telles que la réalité de la déficience intellectuelle, les stéréotypes associés, et la représentation des personnes porteuses de handicap dans les médias. En favorisant des discussions sur l'inclusion et l'éducation aux médias, cette valise vise à encourager une compréhension critique et une action positive. Elle offre également des activités interactives permettant aux participants de s'engager activement dans leur apprentissage et de développer des compétences essentielles pour naviguer dans le paysage médiatique contemporain. Ce projet constitue ainsi un pas vers une société plus inclusive et respectueuse des diversités.

➔ [Accéder à la publication](#)



