

Pistes pédagogiques pour mettre
l'éducation aux médias
au service de
**l'éducation à la philosophie et
à la citoyenneté**

2^e et 3^e degrés du secondaire



CSEM

CONSEIL SUPÉRIEUR
de l'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

WSB

FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

Une initiative du Conseil Supérieur de l'éducation aux Médias.

Éditeur responsable : Patrick Verniers



CSEM
Boulevard Léopold II, 44 – 6^E635
1080 Bruxelles



0032 2 413 35 08



0032 2 413 38 16



<http://www.csem.be>



contact@csem.be

Février 2019 - Les ressources proposées dans cet ouvrage sont correctes à la date de parution.

Table des matières

Avant-propos	5
Mode d'emploi	7
UAA 2.1.1 Discours et pièges du discours	8
Lire et produire une photo	8
Lire et produire la légende d'une photo	10
Analyser l'influence et les effets du montage audiovisuel	12
Réaliser un micro-trottoir	14
UAA 2.1.2 Éthique et technique	16
Gérer son identité numérique.....	16
UAA 2.1.3 Stéréotypes, préjugés et discriminations	18
Décoder les stéréotypes de genre dans la publicité	18
Interroger les représentations cinématographiques de l'Autre	19
UAA 2.1.4 Participer au processus démocratique	21
Participer de manière démocratique sur les réseaux sociaux.....	21
UAA 2.2.1 Diversité des discours sur le monde	23
Analyser divers types de discours médiatiques.....	23
UAA 2.2.2 Médias et information	25
Analyser et réaliser des productions médiatiques d'information.....	25
UAA 3.1.4 Liberté et responsabilité	27
S'engager sur les réseaux sociaux et dans les médias en vue de sensibiliser	27
UAA 3.1.5 Participer au processus démocratique	29
Participer de manière démocratique sur les réseaux sociaux.....	29
UAA 3.2.1 Sens et interprétation	31
Interpréter des mythes, rites et symboles véhiculés par des discours politiques médiatisés.....	31
AUTRES PUBLICATIONS DU CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS (CSEM)	33
Les compétences en éducation aux médias	33
L'éducation aux médias en 10 questions	33
Comprendre la publicité.....	33
Balises pour un itinéraire en éducation aux médias	34
Vivre ensemble dans un monde médiatisé	34
Pistes pédagogiques pour mettre l'éducation aux médias au service de l'éducation à la philosophie et la citoyenneté.....	34
Collection « Repères »	35

Contributeurs et membres du CSEM :

Marc ANDRÉ — SeGec
Fabian BARBIER — SGI
Michel CLAREMBEAUX — CAV-Liège
Patrick DANAU — CPEONS
Philippe DELMOTTE — secrétariat CSEM
Philippe DE MOL — FELSI
Sandrine GEUQUET — WBE
François MOTTARD — Média Animation
Jean-Luc SOREE — CAF-Tihange
Catherine SOUDON — secrétariat CSEM
Paul de THEUX — Média Animation

Avant-propos

Suite à la récente publication du référentiel en Éducation à la philosophie et à la citoyenneté (EPC), le Conseil supérieur de l'Éducation aux médias (CSEM) a pris l'initiative de concevoir un outil permettant de croiser les compétences en éducation aux médias (EAM) et en EPC. Il en découle un large spectre de pistes pédagogiques permettant de sensibiliser aux enjeux et aux pratiques médiatiques d'aujourd'hui. Le présent outil s'adresse aux enseignant.e.s de la 3^e à la 6^e secondaire. Une précédente publication du CSEM développait des pistes pédagogiques pour le fondamental et le premier degré du secondaire¹.

Ces pistes n'ont pas l'ambition de couvrir tous les aspects de l'EAM qui vise à « donner la capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leur contenu et à communiquer dans divers contextes. Par messages médiatiques, on entend le contenu informatif et créatif des textes, sons et images véhiculés par divers moyens de communication y compris la publicité, dont la télévision, le cinéma, la vidéo, les sites web, la radio, les jeux vidéo et les communautés virtuelles ; (Art. 1^{er} – Décret juin 2008) ».

Pour rappel, l'éducation aux médias poursuit trois objectifs complémentaires :

- a. développer chez l'apprenant une analyse critique des messages médiatiques;
- b. favoriser l'apprentissage de l'expression et de la communication par les médias;
- c. permettre une réflexion sur ses propres comportements à l'égard des médias, tant comme récepteur que comme émetteur.

¹ Le CSEM a édité des « Pistes pédagogiques pour mettre l'éducation aux médias au service de l'éducation à la philosophie et à la citoyenneté » http://www.csem.be/eam_epc_fondamental

Si l'EAM n'est pas une matière philosophique en soi, elle offre néanmoins des ressources précieuses au questionnement philosophique du monde contemporain, ne fût-ce que sur le plan épistémologique au sens le plus large du terme : celui où l'on se questionne sur la validité de ce que l'on croit savoir.

Nos usages médiatiques induisent logiquement un questionnement fondamental, quel que soit le média. À travers la publicité, la photo, les réseaux sociaux, la presse ou le cinéma, les fiches offrent l'opportunité d'aborder la question des stéréotypes, des pièges du discours, des préjugés, de l'interprétation des messages...

Quelques Unités d' Acquis d'Apprentissage (UAA) du référentiel EPC ont été sélectionnées en fonction de leur convergence avec l'EAM. C'est pourquoi chaque fiche propose une activité pédagogique en lien avec le thème de l'UAA construit sur le modèle du référentiel (appliquer-transférer — connaître).

Les auteurs ont ajouté quelques ressources qu'ils jugent utiles à la préparation de l'activité. Elles sont loin d'être exhaustives et s'adressent autant à l'élève qu'à l'enseignant.

Pour bien comprendre la structure de ces fiches, il faut se référer au Cadre de compétences en éducation aux médias² élaboré par le CSEM en vue d'intégrer l'EAM dans les programmes d'éducation et de formation.

Ce référentiel de base s'appuie sur quatre catégories fondamentales de compétences :

- la lecture (L), qui vise à déchiffrer le contenu des médias, les systèmes de représentation utilisés et les effets induits;
- l'écriture (E) qui implique la maîtrise des langages, des codes et des genres auxquels toute production fait appel;

² Le CSEM a édité un cadre de compétences en éducation aux médias : <http://www.csem.be/competenceseneducationauxmedias>

- la navigation (N), qui permet de parcourir un ensemble organisé ou aléatoire de médias, de les explorer, de faire une recherche et une sélection basées sur des critères définis;
- l'organisation (O) qui consiste à classer et répertorier les médias afin de mieux gérer sa propre production médiatique en fonction des outils disponibles, des langages mobilisés et des publics ciblés.

Ces compétences se déclinent selon trois axes :

- L'axe informationnel distingue et met en relation toutes les informations perçues à travers des signaux sensoriels (sons, couleurs, formes...) et les signes qui composent le message (textes, images, musique, bruit...). L'infinie combinaison ouvre un vaste champ d'interprétations et de représentations du monde.
- L'axe technique distingue toutes les technologies visant à produire, à transmettre et à réceptionner le message. Si le monde éducatif accorde davantage d'intérêt aux technologies en privilégiant leur

maitrise, les questions liées aux usages de ces technologies n'en restent pas moins le domaine de réflexion propre à l'EPC.

- L'axe social s'appuie sur la contribution des médias au développement des relations sociales puisqu'ils mettent en relation des individus qui le diffusent et le reçoivent, qu'ils soient institutionnels ou privés et aux intentions des acteurs qui le produisent. Les médias ont des effets sociaux sur les publics qu'ils visent de même qu'ils renforcent ou combattent certains stéréotypes ou modèles sociaux. Les fiches ont été conçues sur base du référentiel EPC. Néanmoins, elles pourront inspirer les enseignant.e.s d'autres disciplines soucieux de développer l'éducation aux médias dans leurs classes.

Puisse le contenu de ces fiches inspirer fertilement les enseignant.e.s dans la construction de séquences pédagogiques permettant aux élèves de développer des clés pour saisir les enjeux contemporains et se positionner comme citoyen actif, émancipé, critique, créatif, solidaire.

CSEM — Janvier 2019

Mode d'emploi

Structure des fiches

Éducation à la Philosophie et à la Citoyenneté - 2e degré

UAA 2.1.3. Stéréotypes, préjugés et discriminations

L'UAA travaillée dans la fiche est énoncée comme dans le référentiel EPC téléchargeable ici.

UAA 2.1.3 Stéréotypes, préjugés et discriminations

Décoder les stéréotypes de genre dans la publicité

Questionner les stéréotypes et préjugés qui orientent nos modes de vie et nos choix de vie.

	L	I	T	S
E				
N				
O				

Distiquer les médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent.
Détecter/éprouver/déceler des intentions implicites, déformées ou masquées en fonction de l'identité du destinataire et du contexte de la communication.

Appliquer

- Classer des publicités selon les stéréotypes de genre qu'elles véhiculent.
- Identifier et nommer les stéréotypes de genre principalement véhiculés dans les publicités observées.
- Appréhender et lister les effets des stéréotypes de genre principalement présents dans les publicités observées.
- Rédiger un texte prenant position sur la présence des stéréotypes de genre dans la publicité.

Transférer

- Ajuster/réaliser une publicité pour qu'elle représente de manière égalitaire les femmes et les hommes.
- Identifier et analyser d'autres stéréotypes (ethnique, générationnel,...) dans le cinéma, dans les jeux vidéo...
- S'interroger en quoi la présence d'un stéréotype dans une publicité peut orienter un choix, une opinion, un comportement.

Connaitre

- Définir et expliciter les notions de stéréotype, de préjugé, de discrimination, dont le sexisme.
- Connaitre la problématique de genre et les stéréotypes qu'elle génère.
- Énoncer les principaux types de stéréotypes de genre et les illustrer au travers d'un exemple.

Processus

Appliquer

A partir d'exemples*, amener les élèves à :

- Repérer dans les discours les stéréotypes, préjugés et discriminations implicites
- Questionner en quoi les stéréotypes et discriminations orientent nos modes de vie et nos choix de vie
- Problématiser le concept d'égalité en distinguant égalité des droits, des chances et en dignité
- Justifier une prise de position éthique relative à une question de discrimination
- Argumenter des pistes qui orientent nos modes de vie et nos choix de vie

Connaitre

- Expliciter les concepts et les notions et les illustrer par un exemple
- Sur une question liée au genre, connaître la thèse et le principal argument d'au moins un auteur favorable et un auteur défavorable à un changement de paradigme moral, légal ou politique

UAA 2.1.3. Stéréotypes, préjugés et discriminations*

Compétences

- Questionner, les stéréotypes et préjugés qui orientent nos modes de vie et nos choix de vie
- Justifier une prise de position éthique relative à une question de discrimination

Ici, se trouve(nt) la ou les compétence(s) travaillée(s) dans la fiche tirée(s) du référentiel EPC téléchargeable ici.

Ce tableau renvoie aux compétences « Éducation aux médias » développées dans le référentiel éponyme édité par le CSEM.

Langue	Compétences informationnelles en faits	Compétences techniques en lecture	Compétences sociales en lecture
Écriture	Compétences informationnelles en écriture	Compétences techniques en écriture	Compétences sociales en écriture
Naviguer	Compétences informationnelles en navigation	Compétences techniques en navigation	Compétences sociales en navigation
Organiser	Compétences informationnelles en organisation	Compétences techniques en organisation	Compétences sociales en organisation

Ce tableau renvoie aux compétences « Éducation aux médias » développées dans le référentiel éponyme édité par le CSEM.

Comme dans le référentiel EPC, ce schéma sous-entend que les trois dimensions du processus d'apprentissage ne sont pas linéaires, mais se combinent et interagissent suivant les modalités d'apprentissage choisies par le professeur.

Ce cadre renvoie vers des compléments d'information, des ressources pédagogiques utiles à l'exploitation de l'UAA.

Ce cadre orange explicite la compétence « Éducation aux médias » travaillée dans la fiche, en relation avec l'UAA. Il ne s'agit donc pas d'une compétence EPC, mais d'une compétence transversale additionnelle. Ces compétences proviennent du référentiel édité par le CSEM.

Ce cadre vert renvoie au « Processus d'apprentissage » de l'UAA développé dans le référentiel EPC (comme illustré ci-dessous). Chaque dimension du processus est reprise ici et propose des pistes d'activités pédagogiques concrètes. Le cadre vert de la fiche se superpose donc au cadre du référentiel, chaque dimension « théorique » du processus d'apprentissage du référentiel trouvant ici son pendant en termes de propositions concrètes d'activités à réaliser par les élèves.

Ce cadre mauve renvoie vers des compléments d'information, des ressources pédagogiques utiles à l'exploitation de l'UAA.

* Ces illustrations sont des copies du '

Lire et produire une photo

EPC

- Évaluer la validité, la cohérence d'un discours.
- Repérer les tentatives de manipulation d'un discours.

EAM

- Identifier le type de message en fonction du contexte de sa production et de sa diffusion.
- Identifier les techniques utilisées pour produire le média.
- Prendre conscience de la relativité de sa lecture du contenu.
- Utiliser la technique d'écriture et l'infrastructure technique de diffusion appropriées à ses moyens et à ses besoins.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

PROCESSUS

Appliquer

- Identifier les moyens techniques mis en œuvre (éclairage, retouche...), et les intervenants dans la production (photographe, infographiste, imprimeur, éditeur...) à partir d'exemples (photo de presse, photo publicitaire, affiche électorale, affiche de propagande, photo d'identité, photos personnelles, affiche de cinéma...).
- Repérer les indices qui permettent de déterminer si la photo est un instantané ou relève d'une mise en scène (gestuelle, regard, décor, avant-plan...).
- Déterminer les éléments de langage (cadrage, couleur, axes de prise de vue, combinaison texte/image...) qui permettent d'identifier les intentions de l'auteur (informer, influencer, convaincre, sensibiliser, vendre, divertir, illustrer...).
- Organiser /trier des photos en fonction des intentions des auteurs et relever les points communs.

Transférer

- Réaliser une photo en adoptant d'autres moyens techniques, cadrages, axes de prise de vue...
- Travailler une photo avec un logiciel de retouche d'images en modifiant ou détournant le sens du message initial.
- Décrypter le message que tentent de délivrer une image (BD, caricature...), une vidéo.
- Repérer les intentions (informer, persuader, amuser, parodier ...) ainsi que les éventuelles tentatives de manipulation.



Connaitre

- Identifier les différents types de documents iconographiques.
- Identifier les techniques utilisées pour leur production et leur diffusion.
- Distinguer les éléments d'une image qui influencent son interprétation.
- Distinguer dénotation et connotation.
- Identifier les indices qui révèlent une modification ou une manipulation de l'image (cadrage, retouche...).

Ressources pédagogiques

- « *La photographie* », Administration générale de l'enseignement et de la recherche scientifique, Service général des affaires pédagogiques et du pilotage du réseau d'enseignement de la FWB, 2009.
- BATTUT, E., BENSINHON, D., « *Lire et comprendre les images à l'école* », éditions Retz, 2006.
- FOZZA, J.-C., FOZZA, A.-M., PARFAIT, F., « *Petite fabrique de l'image* », éd. Magnard, 2003.
- BOUILLOT, R., MARTINEZ, B., « *Le langage de l'image* », éditions VM, 2009.
- Généralités
 - <http://www.philomedia.be/medias-manipulation-on-nous-prend-pour-des-cons/>
 - http://www.cndp.fr/crdp-reims/fileadmin/documents/cddp10/semaine_de_la_presse/Images_mensongeres_F.pdf
 - <https://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu00209/la-manipulation-de-l-information-pendant-la-guerre-du-golfe.html>
 - <https://observers.france24.com/fr/20181126-infintox-comment-verifier-une-photo-votre-telephone-portable?ref=tw>
 - <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/le-cas-du-faux-tigre-de-seine-et-marne.html>
- Analyse de photos de presse
 - <http://clemi.ac-dijon.fr/wp-content/uploads/2016/10/Doc-ANALYSE-DE-LIMAGE-DE-PRESSE-2016.pdf>
 - <https://lewebpedagogique.com/hberkane4/files/2013/09/La-photographie-de-presse.pdf>
- La photographie : un bon moyen d'argumentation
 - <http://2008tpe-image.blogspot.com/>
 - <https://static.oc-static.com/prod/courses/files/analyser-une-image/Grille+Analyse.pdf>
 - <http://www.bulleentete.com/Externe/presse/2-Fiches.pdf>
 - <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/analyser-une-photo-de-presse.html>
 - https://www.rtb.be/info/medias/detail_comment-verifier-si-une-image-est-vraie-ou-fausse-en-trois-etapes?id=9733949

Lire et produire la légende d'une photo

EPC

Évaluer la validité, la cohérence d'un discours.
Repérer les tentatives de manipulation d'un discours.

EAM

Tenir compte de la variété des signes et des langages construisant le sens du message médiatique.
Relever les caractéristiques médiatiques du média.
Écrire un contenu en produisant du sens.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

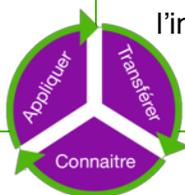
PROCESSUS

Appliquer

- Classer les légendes de photos de presse selon ce qu'elles amènent :
 - une information supplémentaire à la photo ;
 - une description de la photo ;
 - une interprétation de la photo.
- Comparer les légendes d'une même photo d'un même événement dans différents journaux ou sites d'information.
- Relever les mots qui influencent l'interprétation de la photo.

Transférer

- Écrire une légende pour une photo qui n'est pas contextualisée.
- Comparer avec la légende originale pour comprendre que toute photo est sujette à interprétation.
- Écrire une légende informative, interprétative et descriptive pour une photo liée à un fait d'actualité.
- Relever les autres éléments textuels (titre, intertitre, contenu) qui influencent l'interprétation de l'image dans un article de presse.



Connaitre

- Connaitre la fonction d'une légende (informer, décrire, interpréter).
- Identifier le style d'une légende (incitatif et informatif).
- Identifier les éléments qui permettent la compréhension de la photo (légende, titre, intertitre, texte...).
- Distinguer les éléments du discours (choix des mots, du style, des verbes...) qui influencent l'interprétation de la photo.

Ressources pédagogiques

- AGNÈS Y., « *Manuel de journalisme* », éd. La Découverte, 2002.
- Décoder les photos de presse :
 - <http://www.cultures-sante.be/nos-outils/outils-education-permanente/item/260-photos-d-actu-decoder-les-photos-de-presse-et-leur-legende.html>
- Rôle de la légende dans la photo :
 - <http://cdi-ornans.blogspot.com/2012/06/le-role-de-la-legende-dans-la-photo-de.html>
 - http://www.cndp.fr/crdp-reims/fileadmin/documents/cddp10/semaine_de_la_presse/photolegende03.pdf
 - <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/photographie-de-presse-et-legende.html>
- Analyse de la photo de presse :
 - http://ww2.ac-poitiers.fr/clemi/IMG/pdf/Fiche_photo.pdf

Analyser l'influence et les effets du montage audiovisuel

EPC

Évaluer la validité d'un raisonnement et la cohérence d'un discours.
Repérer les tentatives de manipulation dans les discours.

EAM

Identifier les techniques utilisées pour produire le média.
Identifier les implications sociétales (sociales, culturelles, voire politiques) des caractéristiques techniques du média.
Se montrer attentif à la variété formelle de différents objets médiatiques, du contenu médiatique particulier exploré ainsi qu'aux interactions (bruits, musique, images dans un document audiovisuel...).

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

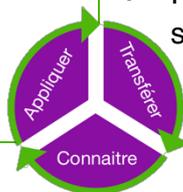
PROCESSUS

Appliquer

- Analyser les messages audiovisuels d'information, publicitaire, de propagande..., sur la base d'une figure de montage (raccords, fondus...).
- Déceler les tentatives de manipulation générées par les figures de montage.
- Analyser les incidences de la bande sonore dans un film.

Transférer

- Réaliser différentes courtes séquences sur un même thème d'actualité avec traitements opposés sur base du montage.
- Réaliser des documents vidéo passant de l'image à l'émotion et de l'émotion à la thèse.
- Réaliser une publicité et une contre-publicité.
- Réaliser une séquence avec manipulation spatiotemporelle (ellipse).



Connaître

- Comprendre les notions découpage/montage.
- Connaître la structure d'un film : plan/scène/séquence/partie de film (raccords de regard, de mouvement et liaisons).
- Se référer à une typologie du montage : montage parallèle, montage d'attraction (Eisenstein), montage par leitmotiv.
- Mesurer l'incidence de l'effet Koulechov (1+1 = 3).
- Distinguer temps et narrativité (ellipse, flash-back, dilatation/accélération du temps).
- Connaître les composantes d'une bande son : musique, voix, bruitage, silence...

Ressources pédagogiques

- PINEL Vincent, « Le montage », Petits Cahiers/CNDP, 2001.
- DURAND Philippe, « Cinéma et montage, un art de l'ellipse », Les éditions du Cerf, 1993.
- VILLAIN Dominique, « Le montage au cinéma », Cahiers du Cinéma, 1991.
- COMOLLI Jean-Louis, « Les raccords au cinéma », DVD Sceren, CNDP, 2010.
- LEGUEBE Wilbur, « Le montage », DVD La Médiathèque, 1984.
- « D'images et de sons » C.A.V. Liège, DVD La Médiathèque, 2011.
- Montage, généralités :
 - <https://www.cineclubdecaen.com/analyse/montage.htm>
 - <http://clemcinma.unblog.fr/2015/11/03/les-techniques-de-montages/>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=5Jcm4Ukep7o>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=C6bgELbf7WI>
- Effet Koulechov :
 - <https://www.youtube.com/watch?v=PWEFzC1UFJ0>
 - https://www.youtube.com/watch?v=7mY1ITz_NPw
- Montage par attraction :
 - <https://www.reseau-canope.fr/cndpfileadmin/mag-film/films/le-cuirasse-potemkine/pistes-pour-letude/la-science-du-montage/>
 - <https://www.erudit.org/fr/revues/etudlitt/1988-v20-n3-etudlitt2235/500818ar.pdf>

Réaliser un micro-trottoir

EPC

Évaluer la validité, la cohérence d'un discours.
Repérer les tentatives de manipulation d'un discours.

EAM

Se questionner sur les représentations et la sensibilité qu'il souhaite transmettre par le contenu.
Écrire un contenu en produisant du sens.
Comprendre les infrastructures techniques utilisées pour diffuser le média et le donner à lire.
Examiner la variété des effets possibles de la lecture du média sur d'autres destinataires.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

PROCESSUS

Appliquer

- Identifier et expliciter les présupposés et les enjeux liés à la formulation d'une question.
- Reformuler la question et évaluer les effets sur les réponses.
- Déterminer les supports techniques nécessaires à la réalisation du micro-trottoir.
- Organiser/trier les interviews réalisées : sélectionner celles qui seront retenues pour le montage et déterminer l'ordre dans lequel elles seront montées en fonction du sens général que l'on souhaite donner au micro-trottoir.

Transférer

- Décrypter le message que tentent de délivrer une image, une caricature, une vidéo, une chanson.
- Repérer les intentions (informer, persuader, amuser...) ainsi que les éventuelles tentatives de modification ou de manipulation.
- Réaliser un montage avec une autre approche (autre thème, autre intention...) à partir des mêmes matériaux (rushes).
- S'interroger sur le rôle d'un micro-trottoir dans une séquence d'information.
 - Comparer l'usage du micro-trottoir dans différents médias.



Connaitre

- Identifier le contexte de production d'un micro-trottoir sur base des indices prélevés dans le choix des réponses sélectionnées, dans la structure choisie, dans le ton utilisé, du contexte de diffusion...
- Identifier des tendances dans la variété des opinions exprimées, formuler ces tendances et repérer les indices (formulation des questions, lieu du micro-trottoir ...) qui révéleraient une orientation recherchée par l'intervieweur ou par le montage.
- Identifier les indices de manipulation dans un discours ou une interview.

Ressources pédagogiques

- Qu'est-ce qu'un micro-trottoir ?
→ <http://www.24hdansuneredaction.com/radio/22-vox-pop-ou-micro-trottoir/>
- Exemples de micro-trottoir réalisés par des élèves :
→ <http://ww2.ac-poitiers.fr/clemi/spip.php?article181>
- Technique d'interview :
→ <http://www.24hdansuneredaction.com/presse/15-les-techniques-de-linterview/>
- La fiche du CSEM « *Élaborer un micro-trottoir radiophonique* » :
→ <http://www.csem.be/sites/default/files/files/Conseil%20des%20médias%20-%20complet%20final%20Web%20CTA.pdf>
- La liberté de la presse et la liberté d'expression :
→ <http://csem.be/sites/default/files/files/M1.docx>
- Pour s'entraîner à formuler des questions, retrouver la question à partir des réponses :
→ <https://savoirs.rfi.fr/fr/apprendre-enseigner/societe/micro-trottoir-retrouvez-les-questions>
- Pour s'exercer au montage :
→ <https://savoirs.rfi.fr/fr/apprendre-enseigner/societe/faites-le-montage-dun-micro-trottoir>
- L'information médiatique et ses critères de sélection :
→ <http://csem.be/sites/default/files/files/M5.docx>

Gérer son identité numérique

EPC

Justifier un comportement responsable par rapport aux NTIC.

EAM

- Interroger son identité de producteur de média.
- Gérer l'expression de ses intentions dans le message en fonction de l'identité du ou des destinataire(s) et du contexte de la communication.
- Organiser l'expression de son identité de manière adaptée aux destinataires ou au contexte de communication.
- Protéger son identité et ses données personnelles quand c'est nécessaire.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

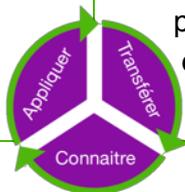
PROCESSUS

Appliquer

- Identifier l'impact des NTIC sur nos identités.
- Rechercher les informations sur soi-même, sur internet, afin d'identifier les contours de sa propre identité numérique.
- Repérer des propos qui qualifient mon identité numérique (se « googliser »).
- Dresser le profil numérique d'une personne (célébrité, homme politique, personnage historique,...).
- Définir les règles de confidentialité d'un document numérique.

Transférer

- Gérer son e-réputation (par exemple : en faisant rectifier ou supprimer des informations).
- Assurer son identité numérique en choisissant les outils de diffusion les plus appropriés.
- Modifier les paramètres de visibilité en fonction des contenus diffusés et de la confidentialité choisie.
- Estimer les effets d'une communication numérique sur son identité.
- Réaliser une capsule vidéo, un blog présentant les principaux éléments qui contribuent à la gestion de son identité numérique.



Connaitre

- Expliciter la notion d'identité(s) numérique(s) et l'illustrer par un exemple.
- Expliciter la notion de perdurabilité de l'information en ligne et l'illustrer par un exemple.
- Comprendre la spécificité des contextes numériques de communication (effondrement de contexte c'est-à-dire décloisonnement des contextes familiaux, professionnels, amicaux,...).
- Repérer les outils de paramétrage d'un réseau social
- Différencier la façon dont les différents réseaux sociaux organisent les profils de leurs membres
- Connaitre ses droits en matière de protection des données privées et le droit à l'oubli.

Ressources pédagogiques

- Fiche du CSEM : « *Qui suis-je sur le web ? Construire son identité numérique.* » Collection Repères, CSEM 2018. Dossiers et ressources en ligne :
→ <http://www.csem.be/reperesidentitenumérique>
- COLLARD Yves, « *Mes identités numériques* » in « *Éduquer aux Réseaux sociaux* », Média-Animation 2017, pages 26-27
→ https://media-animation.be/IMG/pdf/reseaux-sociaux_light.pdf
- Le site belge de l'autorité de la protection des données :
→ <https://www.jedecide.be/>

Décoder les stéréotypes de genre dans la publicité

EPC

Questionner les stéréotypes et préjugés qui orientent nos modes de vie et nos choix de vie.

EAM

Distinguer les médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent.

Détecter/repérer/déceler des intentions implicites, détournées ou masquées en fonction de l'identité du destinataire et du contexte de la communication.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

PROCESSUS

Appliquer

- Classer des publicités selon les stéréotypes de genre qu'elles véhiculent.
- Identifier et nommer les stéréotypes de genre principalement véhiculés dans les publicités observées.
- Appréhender et lister les effets des stéréotypes de genre principalement présents dans les publicités observées.
- Rédiger un texte prenant position sur la présence des stéréotype de genre dans la publicité.

Transférer

- Ajuster/réaliser une publicité pour qu'elle représente de manière égalitaire les femmes et les hommes.
- Identifier et analyser d'autres stéréotypes (ethnique, générationnel...) dans le cinéma, dans les jeux vidéo...
- S'interroger en quoi la présence d'un stéréotype dans une publicité peut orienter un choix, une opinion, un comportement.



Connaitre

- Définir et expliciter les notions de stéréotype, de préjugé, de discrimination (dont le sexisme).
- Connaitre la problématique de genre et les stéréotypes qu'elle génère.
- Énoncer les principaux types de stéréotypes de genre et les illustrer au travers d'un exemple.

Ressources pédagogiques

- Pop Modèle – les stéréotypes de genre dans la publicité :
→ <http://popmodeles.be/2017/06/30/les-stereotypes-de-genre-dans-la-publicite/>
- « Comprendre la publicité - éducation critique » - fiche 12 : « Vous avez dit égalité ? Décoder la représentation des femmes et des hommes dans la publicité. »
→ <http://www.csem.be/sites/default/files/files/Fiche12.pdf>

Interroger les représentations cinématographiques de l'Autre

EPC

Questionner les stéréotypes et préjugés qui orientent nos modes de vie et nos choix de vie.

EAM

Confronter les représentations véhiculées par le média dans sa propre perception du monde.

Distinguer les médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent.

Détecter/repérer/décèler des intentions implicites, détournées ou masquées en fonction de l'identité du destinataire et du contexte de la communication.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

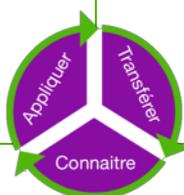
PROCESSUS

Appliquer

- Classer des films de cinéma selon les représentations de l'étranger qu'elles véhiculent.
- Identifier et nommer les différents types de représentation de l'étranger véhiculés dans les films de cinéma observés et les stéréotypes qui y sont associés.
- Appréhender et lister les effets des stéréotypes utilisés dans le cadre de la représentation de l'étranger principalement véhiculés dans les films observés.
- Rédiger un texte prenant position sur la présence des stéréotypes liés à la représentation de l'étranger au cinéma.

Transférer

- Ajuster/réaliser un scénario audiovisuel pour qu'il représente de manière égalitaire les étrangers dans la narration.
- Identifier et analyser d'autres stéréotypes (ethnique, générationnel...) dans la publicité, dans les jeux vidéo...
- S'interroger en quoi la présence d'un stéréotype au cinéma peut orienter un choix, une opinion, un comportement.



Connaitre

- Définir et expliciter les notions de stéréotype, de préjugé, de discrimination (dont le racisme).
- Connaitre la problématique du racisme et les stéréotypes qu'elle génère.
- Énoncer les principaux types de stéréotypes de représentation de l'étranger et les illustrer au travers d'un exemple.

Ressources pédagogiques

- Pop Modèle – A quoi sert l'étranger au cinéma ?
→ <https://media-animation.be/Pop-Modeles-A-quoi-sert-l-etranger-au-cinema.html>
- Les stéréotypes au cinéma
→ <https://media-animation.be/Qu-est-ce-que-le-stereotype.html>
- Stéréotypes, clichés, préjugés
→ <https://media-animation.be/Stereotypes-cliches-prejuges.html>

Participer de manière démocratique sur les réseaux sociaux

EPC

Participer à la vie de la classe dans l'égalité de droits.

EAM

Comprendre les enjeux sociétaux qui peuvent être liés aux choix des techniques d'interaction choisies.

Reconnaître la diversité des acteurs qui peuvent intervenir dans le dispositif médiatique, et la variété de leurs intentions.

Se soucier d'autrui en adressant le message.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

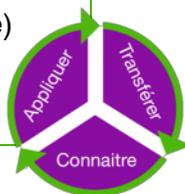
PROCESSUS

Appliquer

- Observer les réseaux sociaux et les commentaires des médias d'informations en ligne.
- Choisir le réseau social le plus adéquat au projet de la vie de la classe (blog, forum, plateformes...).
- Analyser les chartes d'usage (règlement, règles de bonne conduite...) propres à chaque média et relever les points communs.
- Tenir compte du cadre légal et institutionnel de la liberté d'expression (de la D.U.D.H. au R.O.I. de l'école) avant de s'exprimer sur les réseaux sociaux.

Transférer

- Créer une charte d'usage qui définit les règles du débat démocratique en tenant compte du cadre légal institutionnel de la liberté d'expression.
- Imaginer, expérimenter le processus de modération en ligne défini en classe.



Connaitre

- Connaitre les modes de modération des contenus en ligne.
- Connaitre le cadre légal de la liberté d'expression sur les réseaux sociaux.
- Connaitre les différents types de réseaux sociaux.
- Connaitre les conditions nécessaires pour garantir un débat constructif sur les réseaux sociaux.
- Connaitre les spécificités respectives des chartes d'usage, des conditions d'utilisation...

Ressources pédagogiques

- Collection Repères « *S'exprimer sur internet dans le respect d'autrui et de façon responsable – La liberté d'expression et ses limites* » :
→ <http://csem.be/repereslibertedexpression>
- Règles pour la publication de commentaires sur le site info de la RTBF :
→ https://www.static.rtf.be/rtbf/www/docs/Charte_des_commentaires.pdf
- Comment les sites d'information modèrent-ils leurs commentaires ?
→ <https://www.inaglobal.fr/presse/article/comment-les-sites-d-information-moderent-ils-leurs-commentaires-8463>
- La modération des fils de discussion dans la presse en ligne :
→ http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/22_23/04_DEGAND_SIMONSON.pdf
- LECOMTE Julien, « *Modération et « trolls » – comment gérer les commentaires indésirables ?* », 11 juillet 2018
→ <http://www.philomedia.be/moderation-et-trolls-comment-gerer-les-commentaires-indesirables/>
- *Éducation aux médias en réseaux*, CSEM, 2013
→ [http://www.csem.be/sites/default/files/files/brochure%20complete\(3\).pdf](http://www.csem.be/sites/default/files/files/brochure%20complete(3).pdf)
- Activités pédagogiques :
→ https://www.coe.int/t/dg4/education/pestalozzi/Source/Documentation/TU/TU_SOCMED_Colin_FR.pdf
→ https://www.coe.int/t/dg4/education/pestalozzi/Source/Documentation/TU/TU_SOCMED_Cheynut_FR.pdf
- Fiche UAA 314 – « *S'exprimer sur les réseaux sociaux et dans les médias en vue de sensibiliser* ».
- Atelier de la RTBF : la liberté d'expression sur les réseaux sociaux :
→ https://www.rtf.be/entreprise/contact-et-question/detail_visites-guidees-et-ateliers/detail_oser-la-paix-sur-les-rs?id=9326019

Analyser divers types de discours médiatiques

EPC

Distinguer différents discours sur le monde et les types de vérité qui peuvent leur être associés.
Questionner les possibilités d'articuler différents discours sur le monde.
Distinguer savoir et croire.

EAM

Identifier les codes et les signes des langages utilisés dans le message.
Analyser les intentions de l'auteur du média en observant les démarches que celui-ci met en œuvre.
Apprécier le degré de véracité du contenu transmis.
Appréhender le média en fonction des typologies médiatiques courantes.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

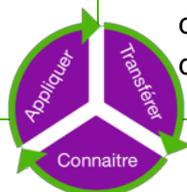
PROCESSUS

Appliquer

- Appréhender la diversité des discours médiatiques en fonction d'un ensemble de paramètres (contenu et traitement, intentions de leur auteur, public-cible, support, format, genre médiatique, contexte de production, de diffusion et de réception, etc.).
- S'interroger sur ces paramètres et essayer de hiérarchiser leurs effets sur le récepteur.
- Sélectionner un ensemble contrasté de textes médiatiques sur des thématiques exemplatives telles que : l'éducation à la santé (spot pub, vulgarisation scientifique, discours religieux, ...), les conflits (discours politique, affiche, BD, BD du réel, ...).

Transférer

- Repérer les confusions entre ces types de discours et identifier les possibles raisons d'une ambiguïté voulue ou fortuite.
- Mettre en place dans la classe un questionnaire individuel/collectif sur les raisons de croire ou non à une argumentation, à de prétendues preuves, à un buzz sur les réseaux sociaux, aux preuves photographiques, etc.
- Évaluer l'importance pour un texte médiatique d'appartenir à un genre reconnu, à une catégorie, à une source,...
- S'interroger sur le rôle et la nécessité de la vulgarisation scientifique, sur ses limites, sur ses ambitions.
- Percevoir que la désinformation et la mésinformation, avec leur cortège de rumeurs, « *fake news* », théories du complot et autres, peuvent trouver leur origine dans la grande diversité des discours médiatiques et dans leur porosité.



Connaitre

- Expliciter les concepts et notions de : contexte de production et de réception, effets d'un texte médiatique, public-cible/tout public, genre médiatique et son hétérogénéité, pluralisme des points de vue, propagande, stratégie publicitaire, contenu sponsorisé, publi-reportage,...
- Distinguer l'expression médiatique d'une vérité/réalité et son traitement en fonction d'un engagement politique, d'un prosélytisme religieux, d'une « intime conviction »,...

- Définir la posture critique face à un texte médiatique, ses fondements, ses stratégies de mise en œuvre.
- Débattre sur les types de vérité que les médias peuvent diffuser.
- Justifier une forme de méfiance actuelle à l'égard des journalistes et de la presse professionnelle.

Estimant les enjeux suffisamment importants, nous n'avons pas voulu aborder ici une phase de réalisation. Mais il est évident qu'elle peut s'envisager dans la foulée de l'analyse et que des élèves trouveront un intérêt certain à évoquer une même thématique en diversifiant les médias utilisés, leur public-ciblé et surtout leur intention éditoriale.

Ressources pédagogiques

- MOATTI A., « *Alterscience. Postures, dogmes, idéologies* », éd. Odile Jacob, coll. « Sciences », 2013.
- BERNARD O., « *Le pharmacien : différencier le vrai du n'importe quoi en santé !* », éd. Kennes, 2015.
- D. CUNNINGHAM, « *Fables scientifiques* », éd. Ça et là, 2012.
- « *Les discours médiatiques* », revue TDC n°1104, 2016 :
→ <https://www.reseau-canope.fr/tdc/>
- *Science & pseudo-sciences*, revue n°323, 2008.
- Une boîte à outils pour trier le vrai du faux et résister aux tentatives de manipulation :
→ www.penser-critique.be
→ <https://lecdj.be/codededeontologiejournalistique/>
- Sur le thème des migrants :
articles de la presse quotidienne, magazine, JT, films... tels que :
MANDEL L., BOUAGGA Y., « *Les nouvelles de la jungle de Calais* », BD du réel, 2017 ;
GABEL I., « *Je n'aime plus la mer* », 2018 ;
ROSI G., « *Fuocoammare : par-delà Lampedusa* », 2016.
- Sur le thème de Jeanne d'Arc :
« (...) de l'album pour enfants de la petite bergère Jeanne qui entend les voix du Seigneur aux discours nationalistes et tracts haineux du FN, de l'imagerie hollywoodienne de Fleming à cette tragédie de l'oppression qu'est la « Jeanne d'Arc » de Dreyer, de la pièce de Jean Anouilh « L'alouette » à l'article de l'Obs : *Pourquoi les politiques se disputent le mythe de Jeanne d'Arc.* »
→ <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/228850-pourquoi-les-politiques-se-disputent-le-mythe-de-jeanne-d-arc-depuis-des-siecles.html>

Analyser et réaliser des productions médiatiques d'information

EPC

Questionner la transmission de l'information et la construction de la réalité par les médias et les réseaux sociaux.

EAM

Comprendre la nature hétérogène constitutive du média (sons, images fixes ou animées, textes, hyperliens, code source...).

Tenir compte de la diversité des approches possibles d'un même message médiatique et de leurs effets sur sa perception de son contenu.

Comprendre le contexte dans lequel le message est adressé ainsi que les usages et les enjeux qui y sont liés.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

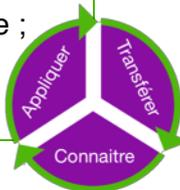
PROCESSUS

Appliquer

- Analyser des productions médiatiques diversifiées (supports, publics-cibles, finalités) en évaluant :
 - l'impact d'un traitement médiatique sur le récepteur ;
 - l'importance comparée du rédactionnel et des espaces publicitaires ;
 - la complémentarité des supports d'information ;
 - les représentations, stéréotypes, préjugés ;
 - le pluralisme des points de vue ;
 - le transmédia et textes composites...

Transférer

- Réaliser :
 - un blog de classe avec textes informatifs, promotionnels, fictionnels, illustrations, photos et vidéos ;
 - une publicité (spot tv, affiche, flyer,...) ;
 - une séquence fictionnelle ou documentaire (au départ d'une analyse filmique créative) ;
 - Un reportage vidéo sur un débat en classe à propos des réseaux sociaux...



Connaitre

- Expliciter le schéma de la communication.
- Présenter une typologie des médias.
- Identifier les composantes (ou dimensions) médiatiques (langages, technologies, représentations, typologies, productions, publics + interactivité, impact médiatique).
- Débattre des fonctions des médias (connaissance, lien social, contre-pouvoir,...).
- Comprendre les règles auxquelles les journalistes sont soumis : éthique professionnelle et code de déontologie.
- Définir la fonction et les paramètres d'une information.
- Distinguer ligne éditoriale et information horizontale.
- Différencier information et communication.
- Définir les concepts et pratiques de la désinformation (publicité, propagande, rumeur, complotisme, « fake news », photos et vidéos détournées,...).

Ressources pédagogiques

- EAM/EPC - même combat :
→ http://csem.be/outils/ressources/eamepc_meme_combat
- Une boîte à outils pour trier le vrai du faux et résister aux tentatives de manipulation :
→ www.penser-critique.be
- « *Les discours médiatiques* », Textes et documents pour la classe, 2016
→ <https://www.reseau-canope.fr/tdc/>
- Autres médias à explorer :
 - la BD du réel (Rolling Blackouts, S. GLIDDEN, 2017) ;
 - des photos de presse (100 photos de l'Agence VII pour la liberté de la presse, Reporters sans frontières, 2014 <https://blog.lagalerievirtuelle.com/100-photos-lagence-vii-liberte-presse/>) ;
 - des séquences de film sur la transmission de l'information (Pentagon Papers, S. SPIELBERG, 2017 ; Citizen Kane, O. WELLES, 1940) :
→ <https://lecdj.be/codededeontologiejournalistique/>

S'engager sur les réseaux sociaux et dans les médias en vue de sensibiliser

EPC Problématiser les concepts de responsabilités et de libertés comme conditions de possibilité de l'engagement individuel et collectif.

EAM Choisir en connaissance de cause les messages les plus pertinents ou les mieux adaptés à ses besoins ou à ses centres d'intérêt.
 Situer le média dans les typologies médiatiques courantes, en emprunter les usages ou s'écarter des normes en toute connaissance de cause.
 Anticiper les attentes des destinataires.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

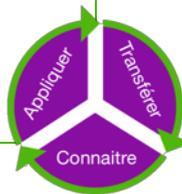
PROCESSUS

Appliquer

- Observer et comprendre les réseaux sociaux.
- Repérer les points communs des campagnes de sensibilisation quant à la manière de communiquer dans les médias (texte, son et image).
- Adapter les propos, le discours en fonction du destinataire.
- Créer une charte d'usage du média (réseau social) en vue de pouvoir modérer efficacement.
- Déterminer le système de modération à mettre en œuvre (dans une situation donnée).
- Relever les dérives de l'engagement dans les commentaires publiés.

Transférer

- Élaborer et justifier une campagne de sensibilisation dans les médias sur un thème donné.
- Choisir le(s) médias le(s) plus adapté(s) au public cible.
- Choisir le(s) médias le(s) plus adapté(s) pour une large diffusion.
- Créer les supports les plus adaptés au média choisi (texte, son, images).
- Anticiper les réactions (culturelles, sociales, juridiques...).
- Modérer en tenant compte du cadre légal et de la charte d'usage.



Connaitre

- Comprendre le schéma de la communication.
- Identifier les implications socio-économiques des médias (privés et institutionnels).
- Déterminer un mode de fonctionnement d'un réseau social pour être efficace dans la diffusion d'un message de sensibilisation (création d'un événement, inviter les « amis »...).
- Connaitre le cadre légal de la liberté d'expression (de la D.U.D.H. au R.O.I. de l'école).
- Distinguer les différents systèmes de modération sur les réseaux sociaux.
- Situer les réseaux sociaux dans les médias (définir les médias et leur(s) rôle(s)).

Ressources pédagogiques

- Atelier de la RTBF : La liberté d'expression sur les réseaux sociaux :
→ https://www.rtb.be/entreprise/contact-et-question/detail_visites-guidees-et-ateliers/detail_oser-la-paix-sur-les-rs?id=9326019
- Vivre ensemble dans un monde médiatisé :
→ <http://www.csem.be/vivreensemble>
- Collection Repères « *S'exprimer sur internet dans le respect d'autrui et de façon responsable – La liberté d'expression et ses limites* » :
→ <http://csem.be/repereslibertedexpression>
- Caricatures extraites de Cartooning for Peace :
→ <http://www.cartooningforpeace.org/>

Participer de manière démocratique sur les réseaux sociaux

EPC

Participer à la vie de la classe dans l'égalité des droits.

EAM

Reconnaître la diversité des acteurs qui peuvent intervenir dans le dispositif médiatique et la variété de leurs intentions.

Se soucier d'autrui en adressant le message.

Ecrire en étant attentif à la variété des interprétations et des jugements de valeur auxquels le message pourrait être soumis.

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

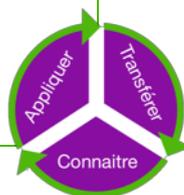
PROCESSUS

Appliquer

- Analyser les chartes d'usage (règlement, règles de bonne conduite...) propres à chaque média (à ne pas confondre avec les conditions d'utilisation du réseau social) et relever les points communs.
- Identifier des commentaires sur les médias d'information qui vont à l'encontre de leur charte d'usage.
- Identifier des commentaires qui vont à l'encontre de la charte d'usage du projet de débat démocratique en ligne créé par la classe ou l'école.

Transférer

- Adapter la charte d'usage du projet de la classe et/ou de l'école en fonction des situations nouvelles et/ou des dérives observées.
- Évaluer et redéfinir le processus de modération au sein de la classe.



Connaitre

- Connaitre les modes de modération.
- Connaitre le cadre légal de la liberté d'expression sur les réseaux sociaux.

Ressources pédagogiques

- Voir aussi fiche pédagogique liée à l'UAA 214 – « *Participer de manière démocratique sur les réseaux sociaux* ».
- Voir aussi fiche pédagogique liée à l'UAA 314 – « *S'exprimer sur les réseaux sociaux et dans les médias en vue de sensibiliser* ».
- Collection Repères « *S'exprimer sur internet dans le respect d'autrui et de façon responsable* » – « *La liberté d'expression et ses limites* » :
→ <http://csem.be/repereslibertedexpression>
- Atelier de la RTBF : « *La liberté d'expression sur les réseaux sociaux* » :
→ https://www.rtf.be/entreprise/contact-et-question/detail_visites-guidees-et-ateliers/detail_oser-la-paix-sur-les-rs?id=9326019
- L'information médiatique et ses critères de sélection :
→ <http://csem.be/sites/default/files/files/M5.docx>
- Caricatures extraites de Cartooning for Peace :
→ <http://www.cartooningforpeace.org/>

Interpréter des mythes, rites et symboles véhiculés par des discours politiques médiatisés

EPC

Questionner la fonction des mythes, des rites et des symboles comme pratiques structurant une collectivité.

Explorer et questionner le sens et les interprétations des mythes, des rites et des symboles.

EAM

Reconnaitre les méta-informations véhiculées par le message.

Utiliser les systèmes de signes pour tenter d'orienter l'interprétation du lecteur.

Organiser les informations en fonction des effets potentiels des dispositifs médiatiques (sur lui-même et sur autrui).

	I	T	S
L			
E			
N			
O			

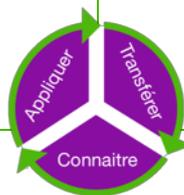
PROCESSUS

Appliquer

- Relever les mythes et symboles utilisés afin de véhiculer une idée ; les interpréter et les contextualiser dans leur époque à partir d'images de propagande et de tracts politiques.
- Identifier et comparer les figures de mythes modernes, les symboles et rituels employés dans les discours et événements politiques médiatisés.
- Expliciter, dans ces médias, ce qui peut relever du factuel, de l'explication, du fictionnel ; et ce qui peut relever de l'interprétation, du symbolique et du plurivoque.

Transférer

- Repérer les fonctions des mythes, des rites et des symboles dans les médias, comme moyens de structurer la pensée et les pratiques d'une collectivité.
- Savoir différencier le contenu et la forme d'un message et comment la forme peut modeler la signification d'un contenu.
- Rédiger et mettre en page un tract.



Connaitre

- Reconnaitre les utilisations communes de symboles, de mythes et de rituels dans les médias.
- Connaitre ce qui peut être sujet à l'interprétation et ce qui ne l'est pas dans un message médiatique.

Ressources pédagogiques

- Texte de Thierry MÉNISSIER sur les mythes modernes :
→ <http://www.tumultieordini.com/article-notre-epoque-face-a-ses-mythes-59872187.html>
- Novak ZVONIMIR, « *Agit-tracts, Un siècle d'actions politiques et militaires* », 2015:
→ <http://www.lechappee.org/collections/action-graphique/agit-tracts>
- Écrire un tract (de « *Textes et méthodes 4^e* », Nathan) :
→ <http://www.sculfort.fr/articles/ecrire/ecrireuntract.html>
- Article de presse, 2013 :
→ https://www.lemonde.fr/idees/article/2013/07/06/mythologie-du-discours-frontiste_3443681_3232.html
- Dossier pédagogique du Musée Royal de l'Armée et d'Histoire militaire sur les propagandes :
→ <https://www.klm-mra.be/D7t/sites/default/files/propagande-dossier.pdf>
- Discours de Présidents français :
→ <http://www.vie-publique.fr/discours/selection-discours/>

AUTRES PUBLICATIONS DU CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS (CSEM)

Le **Conseil supérieur de l'éducation aux médias** a édité un ensemble **d'outils et de brochures d'éducation aux médias**. Chaque outil peut être **téléchargé** ou **commandé** via le formulaire présent sur sa page de présentation en ligne.

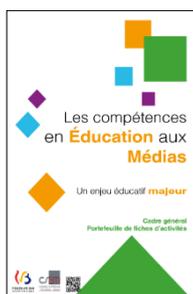


<http://www.csem.be/outils/brochures/csem>

Les compétences en éducation aux médias

Le **CSEM** a pour mission de **favoriser l'intégration de l'éducation aux médias sous toutes ses formes dans les programmes d'éducation et de formation initiale et continuée des enseignants**. Mais pour ce faire, il fallait d'abord déterminer les compétences clé en éducation aux médias.

Le Conseil a confié l'exécution de cette mission à un **groupe de travail spécifique** occasionnellement renforcé par des **experts** extérieurs. La première étape de ce travail fut de constituer un cadre de référence commun autour duquel ces diverses propositions pourraient s'articuler de manière cohérente. C'est aujourd'hui chose faite ! Unique en son genre, le **cadre référentiel des compétences** s'adresse avant tout à un public déjà averti, auquel il appartiendra de le décliner et de l'assortir de pratiques pédagogiques concrètes en fonction de la variété des publics de l'éducation aux médias. La seconde fut d'ajouter au cadre de référence des compétences en éducation aux médias les illustrations de ce qui peut se faire concrètement sur le terrain. **Treize fiches** d'activités d'éducation aux médias détaillant les ancrages possibles du projet dans le cadre général de compétences, de manière à montrer comment ce cadre peut baliser les activités et fournir les repères nécessaires à l'évaluation des élèves.

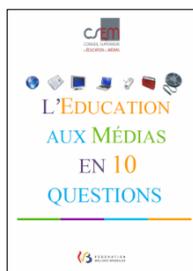


L'éducation aux médias en 10 questions

« Ce matin, impossible de susciter l'intérêt des élèves ? Ils dorment ! Evidemment, hier, ils ont encore regardé le film jusqu'à des heures impossibles ... Quelle distraction dans la classe. Que se passe-t-il ? Ah, évidemment, ce sont encore des revues qui circulent sous les bureaux ... De nouveaux gadgets font leur apparition dans l'école ... la publicité a encore frappé ! »

Des remarques de ce genre, on en entend chaque jour dans les salles des profs. Les médias seraient-ils les ennemis irréductibles du monde scolaire ? Pas du tout. Ils peuvent même devenir des alliés sûrs de l'enseignement. **Sources d'information particulièrement utiles à une pédagogie de citoyenneté active, ils peuvent contribuer à ouvrir des fenêtres sur le monde et sur les autres et à enrichir les connaissances.**

La brochure propose **10 pistes de réflexion** et **10 séquences d'activités pratiques**.



Comprendre la publicité

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

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

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



Balises pour un itinéraire en éducation aux médias

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



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

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

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

Vivre ensemble dans un monde médiatisé

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



Cet ouvrage collectif coordonné par Catherine Bouko et Odile Gilon, est le fruit de la collaboration d'un petit groupe de professeurs et chercheurs (U.L.B., U.C.L., ULg, Université de Cardiff), avec des spécialistes de l'éducation aux médias, des enseignants du secondaire et des étudiants qui ont décidé de rassembler leurs expertises pour réfléchir sur quelques-unes des notions fondamentales qui forment les piliers de nos sociétés démocratiques, et fournir les supports nécessaires pour conduire ces réflexions en classe : **liberté de pensée et de culte, liberté de la presse, laïcité, esprit critique, égalité de traitement des individus**.

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

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



Le Conseil a ainsi souhaité constituer un échantillon exemplatif de cette mise en œuvre en couvrant aussi largement que possible les quatre chapitres du référentiel de l'éducation à la philosophie et à la citoyenneté ici envisagé :

- construire une pensée autonome et critique ;
- se connaître et s'ouvrir à l'autre ;
- construire la citoyenneté dans l'égalité en droits et en dignité ;
- s'engager dans la vie sociale et l'espace démocratique.

Cet échantillon cherche à montrer à quel point l'éducation aux médias et l'éducation à la philosophie et à la citoyenneté trouvent des ancrages réciproques. (Référentiel « Compétences terminales » : fiches en cours de création)

Collection « Repères »

Comment prévenir le cyberharcèlement par l'éducation aux médias ?



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

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

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

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



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

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

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

La liberté d'expression et ses limites



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

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

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

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



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

Les ados sont surtout sur Facebook, Twitter et Instagram. Ils communiquent aussi via des messageries instantanées comme Facebook Messenger, Skype, Snapchat et WhatsApp... Il n'est pas toujours aisé de distinguer une information d'une opinion, une rumeur, une publicité... sur internet. Hiérarchiser ce flux continu d'informations demande une certaine prise de recul. Comment en effet déterminer quand une nouvelle, un post, est fiable, erroné, important ou futile?

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