

MÉDIAS ET INFORMATION, ON APPREND !

ÉDITION
2017-2018



Le CLEMI et l'Éducation aux Médias et à l'Information

Le CLEMI est chargé de l'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) dans l'ensemble du système éducatif. Il a pour mission de former les enseignants et d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias, avec le concours actif des professionnels des médias.

Service de réseau CANOPÉ, opérateur du ministère de l'Éducation nationale, le CLEMI développe ses activités en ÉMI autour de plusieurs axes :

- la formation des enseignants des 1^{er} et 2nd degrés, de toutes disciplines ;
- la production et la diffusion de ressources pour accompagner les enseignants dans la mise en œuvre d'activités en classe ;
- l'accompagnement des productions médiatiques des élèves ;
- le conseil et l'expertise, en France et au-delà des frontières ;
- l'animation d'un réseau de coordonnateurs académiques sur tout le territoire.

Le CLEMI, intermédiaire de référence entre le monde de l'École et celui des médias, déploie son projet d'Éducation aux Médias et à l'Information résolument ouvert sur la société dans son ensemble et tourné vers un monde en pleine transition numérique.

Directeur de publication

Gilles Lasplacettes, directeur général
par intérim de Réseau CANOPÉ

Ce dossier a été coordonné par :

Isabelle Féroc Dumez (directrice scientifique et pédagogique du CLEMI) et Sébastien Rochat (responsable du pôle Studio du CLEMI)

Avec la collaboration de :

Marie Adam-Normand, Koffi Ahiaku-Sadia, Nathalie Barbéry, Faouzia Cherifi, Véronique Dijéau, Pascal Famery, Carole Helpiquet, Carole Hourt, Anne Lechaudel, Alexandra Maurer, Félicie Pasotti, Karen Prévost-Sorbe, François Rose, Elsie Russier, Virginie Sassoon, Éric Schweitzer

Ont contribué à ce numéro :

Mathieu Jeandron [directeur du numérique pour l'éducation, ministère de l'Éducation nationale], Rose-Marie Farinella [professeure des écoles], Éric Groué [conseiller pédagogique ASH], Valérie Legrand [coordonnatrice de dispositif ULIS], Estelle Magnanou [conseillère pédagogique ASH], Johanna Sy-Franzaroli [coordonnatrice de dispositif ULIS], Annie Tobaty [inspectrice générale de l'Éducation nationale], Didier Vin-Datiche [inspecteur général de l'Éducation nationale]

Coordination éditoriale

Catherine Douçot

Conception graphique

DES SIGNES studio Muchir et Desclouds

Mise en pages

Jean-Jacques Desuraune

Photos

Couverture : Les élèves du lycée Jean de La Fontaine (Paris 16^e) participent à un atelier « médiatisation des femmes sportives », organisé par le CLEMI et le Comité National Olympique et Sportif Français, en partenariat avec *L'Équipe*, durant la Semaine de la presse et des médias à l'école® 2017. © J. Cherifi / CLEMI
p. 14 : Réalisation d'une Une. Classe maternelle de l'école Constantin Pecqueur (Paris 18^e). © CLEMI

Édito

JEAN-MICHEL BLANQUER

Ministre de l'Éducation nationale



Sensibiliser les élèves à l'importance d'une information rigoureuse est un enjeu majeur.

C'est une exigence intellectuelle car la mission première de l'éducation est de combattre les obscurantismes, de lutter contre le mensonge et de faire triompher le vrai, établi sur des preuves. C'est aussi une exigence démocratique car la démocratie n'est pas autre chose qu'une communauté de citoyens informée qui échange, qui débat, qui délibère pour faire émerger une décision qui engage *in fine* la société dans son ensemble.

Internet a diversifié et massifié l'information. Jamais les moyens d'approfondir un sujet, de vérifier des propos et d'échanger des points de vue n'ont été aussi importants. Les médias connaissent une révolution sans précédent; on peut même dire une transition radicale. Le développement de la Toile a permis leur démocratisation et aujourd'hui le blog, le fil Twitter, le compte Instagram ou la chaîne YouTube de personnes aux intentions plus ou moins claires voisinent avec le site internet des grands quotidiens. Nous vivons à l'heure de la citoyenneté augmentée. Faisons en sorte de ne pas créer les conditions d'une citoyenneté dévaluée.

Les possibilités techniques permettent aujourd'hui la prolifération des fausses informations, des rumeurs infondées et des contre-vérités grossières qui diffament des personnes, subvertissent des hiérarchies et, pour tout dire, fragilisent l'équilibre de nos sociétés.

Dans ces conditions, l'École a plus que jamais un rôle à jouer dans l'apprentissage du sens critique et civique.

Le Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information (CLEMI), service du réseau CANOPÉ, est là pour vous accompagner dans cette démarche. Il forme les professeurs, produit des ressources pédagogiques, aide à la création des médias scolaires, organise des actions éducatives tout au long de l'année, au premier rang desquelles la « Semaine de la presse et des médias dans l'école » qui vivra, cette année 2018, sa 29^e édition.

La brochure annuelle *Médias et information, on apprend !* propose des pistes pédagogiques, donne des informations utiles pour appréhender les bonnes pratiques et mener des activités en classe ou hors de la classe.

Plus généralement, l'usage massif des supports numériques par les élèves est au cœur de la question qui est posée à l'être humain au ^{xxi}^e siècle : comment un monde de plus en plus technologique peut-il être un monde de plus en plus humain ? Et la réponse à cette question ne peut venir que de l'éducation.

Très vite, nous prendrons des initiatives importantes à l'échelle nationale et académique pour sensibiliser les professeurs aux avantages qu'ils peuvent tirer de ces nouvelles technologies sur le plan pédagogique et en même temps travailler avec eux sur le nécessaire discernement que ces nouvelles technologies exigent de nous tous.

En cette matière, comme dans les autres, c'est la pédagogie qui prime sur le reste : acquérir des savoirs, développer la réflexion, favoriser la transmission.

L'École doit s'inscrire dans cet équilibre, à la fois donner les moyens aux futurs citoyens de relever les défis du ^{xxi}^e siècle, leur permettre de faire des bouleversements du monde de formidables opportunités tout en leur donnant la bonne distance critique pour se prémunir de toute *hybris* technologique.

Édito

ISABELLE FÉROC DUMEZ, directrice scientifique et pédagogique du CLEMI
ET GILLES LASPLACETTES, directeur général par intérim de Réseau CANOPÉ

L'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) est indispensable à la formation citoyenne des élèves et au centre de la mission de l'École de la République. Elle est d'ailleurs inscrite en tant que droit pour l'enfant dans le Code de l'Éducation^(*). Elle est enseignée dans les temps de la scolarité, dans le cadre du Parcours citoyen, en ou hors la classe, en travail collectif, individuel ou en petits groupes. Elle a pour objectif d'aiguiser l'esprit critique des élèves face aux flux médiatiques et communicationnels, en leur apprenant à développer des compétences transversales de recherche et de traitement de l'information (vérifier-trier-créer-publier). Qui dit quoi, à qui, comment, pour quoi ? Autrement dit, répondre à la règle fondamentale des 5 W^(**). Impérative pour démêler le vrai du faux, cette exigence résonne avec force dans nos sociétés de l'information et de la communication, où les élèves sont sollicités en permanence. Cette réalité, et les pratiques informationnelles qui en découlent, doivent nous amener à nous questionner presque à chaque instant avant de recevoir une information et de la valider, en remontant à sa source pour en vérifier la véracité.

Ces messages, que les élèves aillent les quérir d'eux-mêmes, dans une démarche consciente et volontaire de recherche d'information, ou qu'ils viennent à eux à tout moment, dans leur vie personnelle ou scolaire, proposent parfois des contenus orientés, voire partisans, des données manipulées ou des formes de communications prônant des « faits alternatifs ». Les risques de développer un regard « pixellisé » sur le monde se trouvent ainsi démultipliés. L'ÉMI est une exigence pédagogique qui s'impose alors, pour doter de raison les pratiques informationnelles des élèves.

Soutenues par des partenariats durables avec les acteurs des médias et de l'information, des institutions, des associations d'éducation populaire et de parents d'élèves, les équipes de Réseau CANOPÉ et du CLEMI s'adressent à la communauté éducative dans son ensemble. La formation, la production des ressources et l'animation des dispositifs éducatifs et pédagogiques sont au centre de leur mission. L'approche collective et collaborative qui irrigue notre réseau est indispensable pour répondre aux enjeux de l'ÉMI, au niveau national et dans chaque académie : favoriser la réflexion et échanger les pratiques entre enseignants, chercheurs, animateurs, parents et les professionnels du monde des médias et de l'information.

Actualisée pour la rentrée 2017-18, la brochure *Médias & information, on apprend !* se présente comme un outil de formation que chaque enseignant peut exploiter, quels que soient sa discipline et le niveau dans lequel il exerce. Les pistes pédagogiques, les témoignages d'enseignants, les ressources documentaires et médiatiques proposés, ainsi que la présentation des actions et des dispositifs de valorisation de productions médiatiques scolaires portés par le CLEMI, permettront d'accompagner vos élèves dans des usages critiques des médias.

^(*) Voir page 11

^(**) En anglais : What ? Who ? Where ? When ? Why ? [Quoi ? Qui ? Où ? Quand ? Pourquoi ?]

L'ÉMI en mouvement : les accompagnements institutionnels

L'ÉMI : UNE DYNAMIQUE DE DÉVELOPPEMENT D'UNE CULTURE NUMÉRIQUE À L'ÉCOLE

Après avoir été inscrite dans la loi, l'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) a désormais trouvé sa place dans le socle commun et dans les programmes. La prise de conscience de sa pertinence est désormais incontestable. La mise en pratique, largement amorcée, est plus complexe du fait des transformations considérables induites par notre environnement numérique ; pour cela, il faut d'abord comprendre son épistémologie commune, « l'information » sous toutes ses formes (info-doc, info-médias, info-data), et les enjeux spécifiques qui lui sont désormais liés, notamment les enjeux éthiques.

Face à l'évolution de l'Internet, l'ÉMI doit être une réponse aux inquiétudes sociales et citoyennes. Il faut former des futurs citoyens qui sauront utiliser leurs données personnelles, protéger leur vie privée sur les réseaux sociaux ainsi qu'être capables d'évaluer leurs compétences numériques.

L'ÉMI est tout autant une démarche de formation des élèves qui valorise l'activité collaborative et

simultanément l'engagement renouvelé de chacun dans la société numérique.

La Direction du numérique pour l'éducation (DNE), particulièrement engagée au soutien de la mise en œuvre de l'ÉMI, fait le pari que celle-ci peut être un levier de changement et aider à transformer les manières d'apprendre et d'enseigner. La dernière Conférence nationale « Cultures numériques, Éducation aux Médias et à l'Information » (ENS Lyon, janvier 2017) a témoigné de cet impact sans précédent.

Par ses outils, sa veille, ses études et ses actions de formation inscrites au Plan national de formation, la DNE se veut en marche vers une dynamique de développement d'une culture numérique à l'école.

MATHIEU JEANDRON

Directeur du numérique pour l'éducation,
ministère de l'Éducation nationale

L'ÉMI : UN ENJEU PRIORITAIRE DANS LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION À PARTAGER !

L'introduction de l'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) dans les cursus scolaires représente une avancée pédagogique majeure de ces dernières années. L'enquête à caractère international, réalisée pour le colloque de Lyon en janvier 2017, a d'ailleurs révélé que la France était désormais bien placée dans ce domaine. Cette discipline représente, avec l'enseignement moral et civique, un des piliers principaux du Parcours citoyen de tous les élèves au cours de sa scolarité obligatoire.

Mais cette culture des médias et de l'information doit pouvoir se travailler à partir des pratiques réelles et/ou informelles des élèves – notamment numériques – et se mettre en action dans l'École mais aussi dans leurs pratiques sociales, pour les enrichir et les sécuriser. Il y a pour cela nécessité d'une vision cohérente entre tous ceux qui interviennent auprès des élèves et des jeunes

au sein de l'École (professeurs des disciplines, conseillers principaux d'éducation) et au-delà (associations complémentaires de l'École, partenaires divers tels que sont les organismes de presse ou les professionnels des bibliothèques).

Les établissements scolaires ont la chance de bénéficier des compétences des professeurs documentalistes, qui, en raison de leur spécialisation en sciences de l'information et de la communication, constituent des experts, dans le domaine des médias et de l'information, au service de la communauté éducative.

DIDIER VIN-DATICHE

Inspecteur général de l'Éducation nationale,
doyen du groupe Établissements et vie scolaire,
président du jury du CAPES externe de documentation

LE CLEMI, un acteur institutionnel clé de l'ÉMI

PAR ISABELLE FÉROC DUMEZ, directrice scientifique et pédagogique du CLEMI

L'ÉMI, ANCRÉE DANS UNE HISTOIRE NATIONALE ET INTERNATIONALE

Le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI), a été créé en 1983 sous l'impulsion du professeur Jacques Gonnet. Grâce à lui s'est développée en France une approche relativement partagée de l'Éducation Aux Médias (ÉAM), dont les fondements reposent sur les préconisations du ministre de l'Éducation nationale René Haby : « adjoindre à l'utilisation des instruments pédagogiques traditionnels celle de la presse, qu'elle se présente sous forme écrite ou qu'elle utilise les moyens audiovisuels », en raison de « l'intérêt que présente l'usage pédagogique de la presse dans les différentes disciplines »^[1].

En 1979, l'UNESCO précise que l'ÉAM rassemble : « toutes les manières d'étudier, d'apprendre et d'enseigner à tous les niveaux [...] et en toutes circonstances l'histoire, la création, l'utilisation et l'évaluation des médias en tant qu'arts pratiques et techniques, ainsi que la place qu'occupent les médias dans la société, leur impact social, les implications de la communication médiatisée, la participation, la modification du mode de perception qu'ils engendrent, le rôle du travail créateur et l'accès aux médias »^[2].

En août 2007, un rapport de l'Inspection générale pose dans le système éducatif français les bases de cette éducation qui vise à la fois la maîtrise des codes et des langages médiatiques et le développement de l'esprit critique dans une visée citoyenne :

« Toute démarche visant à permettre à l'élève de connaître, de lire, de comprendre et d'apprécier les représentations et les messages issus de différents types de médias auxquels il est quotidiennement confronté, de s'y orienter et d'utiliser de manière pertinente, critique et réfléchie ces grands supports de diffusion et les contenus qu'ils véhiculent »^[3].

LES SAVOIRS ET COMPÉTENCES EN ÉMI

Au regard des évolutions technologiques et sociales du début du xx^e siècle, qui ont transformé les moyens d'information, l'ÉAM se voit intégrée à une plus large Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) ; l'information, au-delà de sa dimension « actualité » (News via les dispositifs de presse), est envisagée sur d'autres niveaux : celui des connaissances liées au « document », en relation avec le savoir (*Knowledge*) et celui de la donnée (Data) ou trace numérique. L'information médiatique désormais « augmentée » par le document et le numérique exige de la part des citoyens des usages raisonnés, maîtrisés et autonomes. Les élèves doivent acquérir des compétences transmédiatiques complexes (plusieurs médias) à mettre en œuvre tout autant dans leurs activités de réception, que de production et de diffusion de l'information. Ces compétences transversales sont un enjeu majeur dans la vie scolaire et personnelle des élèves. À la convergence de différentes

« littératies » (médiatique, numérique, informationnelle, culturelle et sociale), l'ÉMI permet de développer des compétences opératoires d'organisation de l'information-document (savoir chercher, trier, évaluer et classer), de création et de traitement des données numériques (savoir produire, mixer et publier), et d'acquérir une culture de l'information critique à l'égard des médias et des supports de diffusion d'information et de communication.

Ainsi, à présent, « l'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) traite du rôle et de la fonction des médias et des autres diffuseurs d'information (comme Internet, les bibliothèques et les archives) dans nos vies personnelles et dans les sociétés démocratiques. Elle promeut les droits des individus à communiquer et à s'exprimer, et à rechercher, recevoir et diffuser des informations et des idées. Elle encourage l'évaluation des médias et des autres diffuseurs d'information en interrogeant leurs modes de production, les messages qu'ils diffusent et le public qu'ils ciblent »^[4].

LA DYNAMIQUE DU CLEMI

L'enjeu majeur est d'ancrer l'ÉMI plus fortement dans la formation initiale et continue des enseignants, en lien avec d'autres partenaires institutionnels et associatifs. Dans une société en mouvement, l'ÉMI se constitue comme un champ de pratiques professionnelles plurielles et distribuées, de savoir-faire formels et informels, qui restent à construire et à élever, à la croisée des mondes de l'École, des médias, de la culture et de la famille. Le CLEMI, service de Réseau CANOPÉ, opérateur du ministère de l'Éducation nationale, représente l'acteur institutionnel clé de l'ÉMI en France et demeure l'interlocuteur expert de l'École, lieu privilégié pour réussir la construction des connaissances et des compétences de pensée critique, au fondement de l'ÉMI, dans un continuum pédagogique de la maternelle au lycée.

Fort de son expertise et de ses partenariats solides dans tous les domaines médiatiques (presse papier, radio, télévision, Internet), et assurant une mission de conseil à la création et au soutien des médias scolaires au service de l'expression des élèves, le CLEMI national et le maillage territorial du réseau des coordonnateurs académiques apportent des réponses adaptées aux demandes de formation et aux besoins d'accompagnement pédagogique des enseignants, de 1^{er} et 2nd degrés, quelles que soient les disciplines.

Quelques repères

Les textes nationaux : Code de l'éducation (articles L.111-2 et L.131-1-1) – Loi d'Orientation et de Programmation pour la Refondation de l'École (Loi n°2013-595 du 8 juillet 2013) – Le Parcours citoyen : mesure 3 des Onze mesures pour une grande mobilisation de l'École pour les valeurs de la République (janvier 2015) **Les textes internationaux** : Déclaration de Grünwald (1982) – Déclaration de Prague (2003) – Proclamation d'Alexandrie (2005) – Agenda de Paris (12 recommandations pour l'ÉAM, 2007) – Recommandations de la Commission des Communautés européennes du 20 août 2009 Déclaration de Moscou (2012)

^[1] BO n° 38, 21/10/1976, ^[2] UNESCO [1984], ^[3] Rapport IGEN/IGAENR n° 2007-083, ^[4] UNESCO [2012]

Sommaire

1	ÉDITO DE JEAN-MICHEL BLANQUER Ministre de l'Éducation nationale		
2	ÉDITO D'ISABELLE FÉROC DUMEZ Directrice scientifique et pédagogique du CLEMI ET DE GILLES LASPLACETTES Directeur général par intérim du Réseau CANOPÉ		
3	L'ÉMI EN MOUVEMENT : LES ACCOMPAGNEMENTS INSTITUTIONNELS		
4	LE CLEMI, UN ACTEUR INSTITUTIONNEL CLÉ DE L'ÉMI		
5	SOMMAIRE		
	L'ÉMI EN PRATIQUE		
6	Socle commun et médias scolaires		
9	Les professeurs-documentalistes, « maîtres d'œuvre de l'ÉMI »		
10	Textes, images et sons pour la classe : des droits et des devoirs		
12	L'enjeu des nouvelles pratiques informationnelles		
	DISPOSITIFS ÉMI DU CLEMI		
13	Faire participer sa classe à la SPME		
15	Faire participer sa classe au concours Médiatiks		
16	Faire participer sa classe aux concours Arte-Reportage et Zéro cliché		
17	Faire participer sa classe au Wikiconcours		
18	Parcours citoyen et éducation aux médias dans l'établissement, au fil de l'année		
19	Le CLEMI à l'International		
20	Créer et publier un journal scolaire en classe ou au club journal		
	FOCUS : INFO /INTOX		
21	Les ateliers Déclic'Critique du CLEMI		
22	Info/intox : pour une approche critique des médias et de l'info au collège et au lycée		
24	Comment démêler l'info de l'intox en jouant, à l'école [cycle 3] ?		
		PISTES PÉDAGOGIQUES DU 1^{er} DEGRÉ	
		25	Feuilleter la presse
		26	Observer la Une d'un journal
		27	Décoder les images dans les médias
		28	Écrire pour informer
		29	Écrire pour informer sur le Web
		30	Rechercher une information sur Internet
		31	Devenir lecteur d'images en regardant la télévision
		32	Exercer son esprit critique face à la pub
		33	La radio, un média au service des apprentissages
			PISTES PÉDAGOGIQUES DU 2nd DEGRÉ
		34	S'informer : du média au transmédia
		35	S'informer : d'un écran à l'autre
		36	Vérifier les sources
		37	Construire une veille d'actualité
		38	Exploiter des données en classe
		39	Intégrer les réseaux sociaux numériques dans la classe
		40	Médias et économie
		41	Décrypter la pub dans les médias
			PISTE PÉDAGOGIQUE ULIS
		42	Échanger, communiquer, s'informer à travers les réseaux sociaux en ULIS
			ÉMI & INTERDISCIPLINARITÉ
		43	EPI « S'informer et informer »
		45	EPI « Élèves journalistes à la découverte d'un média numérique »
		47	RESSOURCES
		48	ÊTRE COORDONNATRICE CLEMI

Socle commun et médias scolaires : les textes^[*]

Décliné en cinq domaines, le SCCC invite les enseignants à la production de médias scolaires.

**Objectif de connaissances et de compétences
pour la maîtrise du socle commun**

Propositions de mise en activité ÉMI

DOMAINE 1 Les langages pour penser et communiquer

Comprendre, s'exprimer en utilisant la langue française à l'oral et à l'écrit

L'élève parle, communique, argumente à l'oral de façon claire et organisée ; il adapte son niveau de langue et son discours à la situation, il écoute et prend en compte ses interlocuteurs.

L'élève s'exprime à l'écrit pour raconter, décrire, expliquer ou argumenter de façon claire et organisée. Lorsque c'est nécessaire, il reprend ses écrits pour rechercher la formulation qui convient le mieux et préciser ses intentions et sa pensée.

Préparer une interview (écrit).

Poser des questions pertinentes pour faire une interview ou un débat.

Écouter, échanger, écrire pour une production médiatique maîtrisée, en prenant appui sur des faits, des entretiens, des communiqués de presse ou des dépêches d'agence.

DOMAINE 2 Les méthodes et outils pour apprendre

Organisation du travail personnel

L'élève se projette dans le temps, anticipe, planifie ses tâches. Il gère les étapes d'une production, écrite ou non, mémorise ce qui doit l'être.

L'élève sait se constituer des outils personnels grâce à des écrits de travail, y compris numériques : notamment prise de notes, brouillons, fiches, lexiques, nomenclatures, cartes mentales, plans, croquis, dont il peut se servir pour s'entraîner, réviser, mémoriser.

Participer à une équipe de rédaction : gérer un calendrier, établir un rétroplanning, gérer son temps, planifier des temps d'interview, de rédaction, de relecture.

Coopération et réalisation de projets

L'élève travaille en équipe, partage des tâches, s'engage dans un dialogue constructif, accepte la contradiction tout en défendant son point de vue, fait preuve de diplomatie, négocie et recherche un consensus.

Il apprend à gérer un projet, qu'il soit individuel ou collectif.

Il en planifie les tâches, en fixe les étapes et évalue l'atteinte des objectifs.

Participer aux conférences de rédaction : discussion argumentée à propos des choix, de la hiérarchie et du traitement des sujets. Débat-comportement civique.

Participer au média scolaire : planification des dates de publication ou d'édition, gestion du budget pour l'impression ou l'achat de matériel, respect des engagements pris et délais fixés, répartition des articles et durée d'écriture.

Médias, démarches de recherche et de traitement de l'information

L'élève connaît des éléments d'histoire de l'écrit et de ses différents supports. Il comprend les modes de production et le rôle de l'image.

Il sait utiliser de façon réfléchie des outils de recherche, notamment sur Internet. Il apprend à confronter différentes sources et à évaluer la validité des contenus. Il sait traiter les informations collectées, les organiser, les mémoriser sous des formats appropriés et les mettre en forme. Il les met en relation pour construire ses connaissances.

L'élève apprend à utiliser avec discernement les outils numériques de communication et d'information qu'il côtoie au quotidien, en respectant les règles sociales de leur usage et toutes leurs potentialités pour apprendre et travailler. Il accède à un usage sûr, légal et éthique pour produire, recevoir et diffuser de l'information. Il développe une culture numérique.

Il identifie les différents médias (presse écrite, audiovisuelle et web) et en connaît la nature. Il en comprend les enjeux et le fonctionnement général afin d'acquérir une distance critique et une autonomie suffisantes dans leur usage.

Choisir ou créer des iconographies illustratives ou informatives.

Créer un contenu médiatique à partir de recherches documentaires : savoir chercher, savoir vérifier, savoir organiser, savoir publier.

Utiliser des réseaux sociaux pour promouvoir le média, mettre en place une veille d'information.

Travail sur le respect du droit d'auteur, du droit à l'image et de la charte des jeunes journalistes : <http://www.jetsdencre.asso.fr/la-charte-des-journaliste-jeunes/>

Lire et comparer des documents médiatiques. Identifier les spécificités de chaque média.

[*] Socle commun de connaissances, de compétences et de culture 2016 : http://www.education.gouv.fr/pid25535/bulletin_officiel.html&cid_bo=87834#socle_commun

**Objectif de connaissances et de compétences
pour la maîtrise du socle commun**
Propositions de mise en activité ÉMI
Outils numériques pour échanger et communiquer

L'élève sait mobiliser différents outils numériques pour créer des documents intégrant divers médias et les publier ou les transmettre, afin qu'ils soient consultables et utilisables par d'autres. Il sait réutiliser des productions collaboratives pour enrichir ses propres réalisations, dans le respect des règles du droit d'auteur.

L'élève utilise les espaces collaboratifs et apprend à communiquer notamment par le biais des réseaux sociaux dans le respect de soi et des autres.

Il comprend la différence entre sphères publique et privée. Il sait ce qu'est une identité numérique et est attentif aux traces qu'il laisse.

Apprendre à publier en ligne.

Connaître le cadre légal.

Appréhender le transmédia.

Sensibiliser aux enjeux de l'acte de publication (identités, traces, droits et devoirs), y compris en ligne.

DOMAINE 3 La formation de la personne et du citoyen
Expression de la sensibilité et des opinions, respect des autres

L'élève apprend à résoudre les conflits sans agressivité, à éviter le recours à la violence grâce à sa maîtrise de moyens d'expression, de communication et d'argumentation.

Il respecte les opinions et la liberté d'autrui, identifie et rejette toute forme d'intimidation ou d'emprise.

Écouter et débattre, savoir argumenter.

Utiliser un vocabulaire approprié.

La règle et le droit

Il comprend comment, dans une société démocratique, des valeurs communes garantissent les libertés individuelles et collectives, trouvent force d'application dans des règles et dans le système du droit, que les citoyens peuvent faire évoluer selon des procédures organisées.

Connaître les grandes lois et leurs processus d'élaboration.

Liberté d'expression, Liberté de la presse.

Respect du droit d'auteur, du droit à l'image et de la charte des journalistes jeunes.

Réflexion et discernement

L'élève vérifie la validité d'une information et distingue ce qui est objectif et ce qui est subjectif. Il apprend à justifier ses choix et à confronter ses propres jugements avec ceux des autres.

Il sait remettre en cause ses jugements initiaux après un débat argumenté, il distingue son intérêt particulier de l'intérêt général.

Il met en application et respecte les grands principes républicains.

Créer un contenu médiatique à partir de recherches documentaires : savoir chercher, savoir vérifier, savoir organiser, savoir publier.

Apprendre à recouper les sources et à s'assurer de leur fiabilité.

Participer aux conférences de rédaction : discussion argumentée à propos des choix, de la hiérarchie et du traitement des sujets.

Responsabilité, sens de l'engagement et de l'initiative

L'élève coopère et fait preuve de responsabilité vis-à-vis d'autrui. Il respecte les engagements pris envers lui-même et envers les autres, il comprend l'importance du respect des contrats dans la vie civile. Il comprend en outre l'importance de s'impliquer dans la vie scolaire (actions et projets collectifs, instances), d'avoir recours aux outils de la démocratie (ordre du jour, compte rendu, votes notamment) et de s'engager aux côtés des autres dans les différents aspects de la vie collective et de l'environnement.

L'élève sait prendre des initiatives, entreprendre et mettre en œuvre des projets, après avoir évalué les conséquences de son action ; il prépare ainsi son orientation future et sa vie d'adulte.

S'engager dans un média scolaire : partager, échanger, communiquer.

Agir au service d'un engagement citoyen.

Participer activement à un climat scolaire bienveillant.

**Objectif de connaissances et de compétences
pour la maîtrise du socle commun**

Propositions de mise en activité ÉMI

DOMAINE 4 Les systèmes naturels et les systèmes techniques

Démarches scientifiques

L'élève sait mener une démarche d'investigation. Pour cela, il décrit et questionne ses observations ; il prélève, organise et traite l'information utile ; il formule des hypothèses, les teste et les éprouve ; il manipule, explore plusieurs pistes, procède par essais et erreurs ; il modélise pour représenter une situation ; il analyse, argumente, mène différents types de raisonnements (par analogie, déduction logique...) ; il rend compte de sa démarche. Il exploite et communique les résultats de mesures ou de recherches en utilisant les langages scientifiques à bon escient.

Établir une démarche d'enquête à partir du recueil de faits et d'observations de terrain.

Apprendre à croiser les sources et être vigilant au respect du pluralisme.

Manier le vocabulaire adapté et/ou ciblé, de type scientifique.

Apprendre à rendre compte de son action ou de son travail en utilisant les outils et les langages adaptés.

DOMAINE 5 Les représentations du monde et de l'activité humaine

L'espace et le temps

L'élève identifie ainsi les grandes questions et les principaux enjeux du développement humain, il est capable d'appréhender les causes et les conséquences des inégalités, les sources de conflits et les solidarités, ou encore les problématiques mondiales concernant l'environnement, les ressources, les échanges, l'énergie, la démographie et le climat.

Participer activement à un débat (curiosité intellectuelle, arguments, opinions, échanges).

Transcrire sous un format choisi ses idées, ses arguments, ses démonstrations, en lien avec une production médiatique.

Composer un corpus de vocabulaire pertinent.

L'élève se repère dans l'espace à différentes échelles, il comprend les grands espaces physiques et humains et les principales caractéristiques géographiques de la Terre, du continent européen et du territoire national : organisation et localisations, ensembles régionaux, outre-mer.

Il sait situer un lieu ou un ensemble géographique en utilisant des cartes, en les comparant et en produisant lui-même des représentations graphiques.

Transcrire des données sous forme de représentations visuelles (datavisualisations) : carte, ligne de temps, infographie.

Organisations et représentations du monde

Il exprime à l'écrit et à l'oral ce qu'il ressent face à une œuvre littéraire ou artistique ; il étaye ses analyses et les jugements qu'il porte sur l'œuvre ; il formule des hypothèses sur ses significations et en propose une interprétation en s'appuyant notamment sur ses aspects formels et esthétiques. Il justifie ses intentions et ses choix expressifs, en s'appuyant sur quelques notions d'analyse des œuvres.

Créer un contenu médiatique en lien avec l'étude d'une œuvre artistique : article critique (critique littéraire, compte rendu de visite, synthèse de spectacle vivant).

Invention, élaboration, production

L'élève imagine, conçoit et réalise des productions de natures diverses, y compris littéraires et artistiques. Pour cela, il met en œuvre des principes de conception et de fabrication d'objets ou les démarches et les techniques de création. Il tient compte des contraintes des matériaux et des processus de production en respectant l'environnement. Il mobilise son imagination et sa créativité au service d'un projet personnel ou collectif. Il développe son jugement, son goût, sa sensibilité, ses émotions esthétiques.

Organiser, mettre en page et concevoir la charte graphique du média.

DES DISPOSITIFS CLEMI POUR PROLONGER LES ACTIVITÉS ÉMI

Ces dispositifs (voir page 13) sont tous inscrits aux actions éducatives du ministère de l'Éducation nationale. Ils valorisent la prise d'initiatives, la créativité, l'engagement et l'entrée concrète dans une activité médiatique, seul ou en groupe. Par ces activités de production médiatique dans le cadre scolaire, les élèves, accompagnés de leurs enseignants, apprennent en faisant (*learning by doing*). Ils rencontrent tous les enjeux liés au numérique notamment et exercent diverses compétences essentielles telles que : savoir chercher, savoir vérifier, savoir publier.

Les professeurs-documentalistes, « maîtres d'œuvre de l'ÉMI »

PAR ALEXANDRA MAURER

Professeure-documentaliste et coordonnatrice CLEMI, La Réunion

Intégrée de manière transversale dans tous les champs du savoir, l'Éducation aux Médias et à l'Information est portée par tous les enseignants et notamment par les professeurs-documentalistes qui sont les « enseignants et maîtres d'œuvre de l'acquisition par tous les élèves d'une culture de l'information et des médias^[1] ». Un rôle majeur confirmé par la nouvelle circulaire de mission des professeurs-documentalistes du 28 mars 2017^[2].

UN ENJEU CITOYEN

Savoir chercher une information, apprendre à identifier des sources fiables et pertinentes, comprendre les mécanismes de fabrication de l'information, connaître les processus de production et de diffusion de l'information... autant de compétences bien connues des professeurs-documentalistes. Or, dans une société de l'information et de la communication dans laquelle le numérique impacte chacune des étapes de la construction de l'information – sources, production, validation, diffusion, modèle économique... – toutes ces activités sont aussi des enjeux majeurs pour l'exercice d'une citoyenneté en action. C'est pourquoi l'Éducation aux Médias et à l'Information est devenue une priorité dans la mobilisation de l'École pour les valeurs de la République^[3].

UNE ENTRÉE DANS LES PROGRAMMES

Avec l'article 53 de la loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'École de la République^[4], l'ÉMI fait son entrée dans les programmes du cycle 4 à la rentrée 2016. « Il s'agit de faire accéder les élèves à une compréhension des médias, des réseaux et des phénomènes informationnels dans toutes leurs dimensions : économique, sociétale, technique, éthique »^[5], en travaillant les 27 compétences regroupées en 4 grands domaines : utiliser les médias et les informations de manière autonome ; exploiter l'information de manière raisonnée ; utiliser les médias de manière responsable ; produire, communiquer, partager des informations.

La démarche pédagogique est partagée puisque tous les enseignements sont sollicités. Pour autant la collaboration du professeur-documentaliste est primordiale dans la mesure où il « apporte son expertise et ses compétences »^[6], anime des séances pédagogiques, permet un continuum des apprentissages, met à disposition des ressources, et participe activement à de nombreux projets ÉMI qui, depuis la rentrée 2016, ont pris, au collège, la forme d'EPI (enseignements pratiques interdisciplinaires).

UNE IMPLICATION PÉDAGOGIQUE TRÈS VARIÉE

- Animation ou coanimation de séances intégrées dans une progression des apprentissages.
- Ingénierie pédagogique à l'échelle académique dans le cadre des travaux académiques mutualisés appelés TraAM (par exemple la « matrice ÉMI : mise à jour février 2016^[7] » ayant pour objectif de faciliter la mise en œuvre de séances pédagogiques) ou dans le cadre d'un établissement (par la conception collaborative des EPI, notamment celui intitulé « Information communication, citoyenneté »).
- Incitation et accompagnement à la production puisque la création de médias scolaires (journal papier ou numérique, blog, webRadio...) est largement promue.
- Gestion de projets ÉMI, notamment lors de la Semaine de la presse et des médias dans l'école®, action phare annuelle proposée par le CLEMI et souvent associée à des concours.

Par leurs compétences spécifiques, leur rôle dans l'établissement et leur mission pédagogique, les professeurs-documentalistes contribuent donc activement, aux côtés de leurs collègues disciplinaires et de l'ensemble de la communauté éducative, à la mise en œuvre et au déploiement de l'Éducation aux Médias et à l'Information, enjeu majeur de citoyenneté.

^[1] http://www.education.gouv.fr/cid73215/lereferentieldecompetencesdesenseignantsaubou5juillet2013.html#Competences_specifiques_aux_professeurs_documentalistes

^[2] http://www.education.gouv.fr/pid285/bulletin_officiel.html?cid_bo=114733

^[3] <http://www.education.gouv.fr/cid85644/onzemesurespourungrandemobilisationdelecolepourlesvaleursdelarepublique.html>

^[4] <http://eduscol.education.fr/cid83623/lemidanslaloiderefondationdelecole.html>

^[5] http://www.education.gouv.fr/pid285/bulletin_officiel.html?cid_bo=94717

^[6] http://www.education.gouv.fr/pid285/bulletin_officiel.html?cid_bo=100720

^[7] <http://docs.actoulouse.fr/wp/?p=4682>

Textes, images et sons pour la classe : des droits et des devoirs

Grâce à l'« exception pédagogique » prévue aux articles L. 122-5, 3^e et L. 211-3, 3^o du Code de la propriété intellectuelle et à des accords sectoriels conclus avec des sociétés de gestion collective, les enseignants peuvent utiliser plus librement des textes, des images et des sons dans le cadre scolaire. Mais ils doivent demeurer vigilants, dans le respect d'autres droits concernant la protection de la vie privée et l'expression médiatique des élèves.

QUE SONT LES ACCORDS SECTORIELS ?

Ces accords sont conclus entre, d'une part, le ministère de l'Éducation nationale et, d'autre part, les sociétés qui représentent les ayants droit. Renégociés tous les trois ans ou reconduits tacitement, ils précisent les conditions de mise en œuvre de l'exception pédagogique. Ils permettent, en outre, certains usages des œuvres, conçues à des fins pédagogiques (OCFP), publiées sur support papier et des partitions de musique, en principe exclues du champ de l'exception pédagogique. Ils autorisent ainsi l'utilisation pédagogique d'œuvres protégées par le droit d'auteur, comme les livres, les périodiques, les images fixes ou animées, la musique imprimée ou enregistrée, sous des formes autres que la photocopie. Ce sont là autant de ressources utiles pour l'éducation aux médias. Désormais, il est parfaitement légal, sous certaines conditions, de reproduire [faire une copie numérique] et de représenter [montrer, diffuser] en classe des œuvres dont la loi, très restrictive, ne permettait pas naguère la reproduction et la représentation, à moins d'en avoir acquis les droits. Dans certains cas, les œuvres concernées sont uniquement celles relevant du répertoire des sociétés de gestion collective, signataires de ces accords sectoriels.

DANS QUEL CADRE PEUT-ON REPRODUIRE ET MONTRER DES TEXTES, IMAGES ET SONS PROTÉGÉS PAR LE DROIT D'AUTEUR ?

L'utilisation pédagogique n'est possible que dans le cadre d'une « activité d'enseignement et de recherche », pour un public « composé majoritairement d'élèves, d'étudiants, d'enseignants ou de chercheurs ».

Autrement dit, les œuvres peuvent être incluses dans un cours, un TP, un exposé, un mémoire, un sujet d'examen ou de concours, une conférence dans un cadre scolaire ou universitaire, une formation. Mais, en aucun cas, elles ne peuvent être employées lors d'un cours particulier, de la fête de l'école, ou d'une séance récréative. On mentionnera, comme il se doit, le titre, l'auteur et l'éditeur de l'œuvre lors de son utilisation, ainsi que les artistes-interprètes, dans le cas des œuvres musicales.

En outre, les documentalistes ne peuvent pas conserver durablement au CDI les œuvres reproduites (photocopies, fichiers numériques, CD, DVD...) : tout au plus le temps d'une année scolaire. En aucun cas, les œuvres ne feront

l'objet d'une indexation dans une banque de données, d'une distribution aux élèves et, à plus forte raison, d'une exploitation commerciale.

PEUT-ON UTILISER DES ŒUVRES ENTIÈRES OU SEULEMENT DES EXTRAITS ?

Cela dépend, en fait, de la nature de l'œuvre elle-même et des dispositions des accords sectoriels.

Un livre. Sa reproduction en totalité n'est pas autorisée dans un travail pédagogique, mais seulement une « partie ou fragment d'une œuvre d'ampleur raisonnable et non substituable à la création dans son ensemble ». L'utilisation des livres édités à des fins pédagogiques ne peut excéder quatre pages consécutives d'un même ouvrage, dans la limite de 10 % de la pagination de l'ouvrage, par travail pédagogique ou de recherche.

Un article de journal. Sa reproduction en totalité est autorisée. Cependant, les publications périodiques, éditées à des fins pédagogiques, peuvent être utilisées, à condition que l'extrait n'excède pas deux articles d'une même parution, dans la limite de 10 % de la pagination, par travail pédagogique ou de recherche.

Une image fixe [œuvres des arts visuels]. La notion d'extrait est ici inopérante. On utilisera donc l'image entière mais sous sa forme numérique. Sa définition sera limitée à 400 x 400 pixels et sa résolution à 72 DPI. La limite est fixée à 20 œuvres par travail pédagogique ou de recherche.

Une œuvre musicale enregistrée. Son écoute en intégralité dans la classe est autorisée.

Une œuvre musicale éditée. On ne pourra utiliser plus de trois pages consécutives, dans la limite de 10 % de l'œuvre concernée [parole et/ou musique], par travail pédagogique ou de recherche.

Une œuvre audiovisuelle [film, émission]. Sa diffusion en intégralité dans la classe est autorisée, à condition que le film provienne d'un service de communication non payant [chaîne de télévision gratuite]. On ne pourra en utiliser que des extraits inférieurs à 6 minutes si le film provient d'un DVD édité dans le commerce, ou d'un service de communication payant [Canal+, chaînes du câble et du satellite, chaînes de télévision sur Internet, services VOD], à moins d'avoir obtenu les droits de diffusion éducatifs.

PEUT-ON METTRE EN LIGNE CES ŒUVRES ?

Les travaux pédagogiques comprenant des œuvres ou des extraits d'œuvres ne peuvent être mis en ligne que sur l'intranet ou l'extranet de l'établissement (dans des ENT, par exemple). Seule la mise en ligne de thèses universitaires est admise sur le réseau internet, sous certaines conditions. Si le travail pédagogique mis en ligne comporte des œuvres visuelles, on veillera à ce qu'il n'y en ait pas plus de vingt. S'il comporte des œuvres musicales enregistrées, celles-ci ne pourront être reproduites que dans la limite de 30 secondes par œuvre, et 10 % de la durée totale de l'œuvre.

Si le travail pédagogique comporte des œuvres audiovisuelles, ce ne peut être que sous forme d'extraits inférieurs à 6 minutes.

Qu'il s'agisse d'œuvres musicales enregistrées ou d'œuvres audiovisuelles, en cas d'utilisation de plusieurs extraits d'une même œuvre, la durée totale des extraits ne peut dépasser 15 % de la durée totale de l'œuvre.

Enfin, toute mise en ligne de travaux pédagogiques intégrant certaines œuvres ou extraits d'œuvres doit faire l'objet d'une déclaration auprès des représentants des ayants droit^(*).

D'AUTRES DROITS SONT-ILS À CONNAÎTRE ?

La réalisation avec la classe de journaux, de blogs, de pages de médias sociaux et de médias audiovisuels suppose la maîtrise par les enseignants et les élèves de règles liées à la protection de la vie privée. Ainsi, le « droit à l'image » impose que toute personne donne son accord lors de la captation photographique ou filmique de son « image ». L'autorisation sera donnée par les représentants légaux de l'enfant si ce dernier est le sujet de la captation. D'une manière générale, toute divulgation d'informations d'ordre privé doit faire l'objet d'une réflexion collective avant publication.

Enfin, n'oublions pas que l'expression des élèves dans le cadre d'un média scolaire est soumise aux règles relatives au droit de la presse : l'injure, la diffamation, les propos racistes et négationnistes relèvent du régime général de la responsabilité délictuelle. Comme pour les journalistes professionnels...

Quant aux productions des élèves, elles aussi bénéficient du droit d'auteur. Mais, afin d'en faire profiter le plus grand nombre, on se souviendra que les licences libres (les Creative Commons, par exemple) offrent un cadre favorable à leur diffusion et leur réutilisation (<http://creativecommons.fr/>).

Avec la collaboration de VÉRONIQUE DIJEAU et de KOFFI AHIAKU-SADIA

Division des Affaires juridiques, Canopé

NB : Il est recommandé de se reporter systématiquement aux différents accords sectoriels pour vérifier leur durée de validité et les utilisations pédagogiques autorisées.

Le Protocole d'accord sur l'utilisation et la reproduction des livres, des œuvres musicales éditées, des publications périodiques et des œuvres des arts visuels à des fins d'illustration des activités d'enseignement et de recherche, conclu le 22 juillet 2016, autorise l'utilisation des œuvres conçues à des fins pédagogiques (OCFP) publiées sur support papier. Certaines OCFP éditées sur support numérique peuvent néanmoins être utilisées dans le cadre du protocole précité, à condition de figurer dans une base de données consultable sur le site du Centre français d'exploitation du droit de Copie (CFC) à l'adresse : www.cfcopies.com/copie-pedagogique/repertoire-œuvres.

POUR EN SAVOIR PLUS

- Portail Internet responsable. Des outils pour favoriser les usages responsables d'Internet : <http://eduscol.education.fr/internet-responsable/>
- Toutes les informations sur les droits d'auteurs et les modèles d'autorisations : <http://eduscol.education.fr/internet-responsable/ressources/boite-a-outils.html>
Source : Portail Internet Responsable Eduscol

^(*) Cette déclaration consiste à compléter le formulaire mis en ligne à l'adresse suivante : www.cfcopies.com

LE CODE DE L'ÉDUCATION ET L'ÉMI

Le Code de l'Éducation (articles L. 111-2 et L.131-1) affirme que tout enfant a droit à une formation scolaire qui intègre une pratique raisonnée des outils d'information, de communication et l'exercice de sa citoyenneté. L'article L.321-3 (enseignements en primaire) rappelle que l'esprit critique est un instrument fondamental de la connaissance et que la compréhension, ainsi que l'usage autonome et responsable des médias, sont indispensables. L'article L.332-5 (collège) invite à aborder la question des médias numériques à la fois sous l'angle de la technologie et des enjeux sociétaux qui en découlent.

L'enjeu des nouvelles pratiques informationnelles

PAR VIRGINIE SASSOON

Responsable du pôle Labo, CLEMI

PLUS DE 70 % DES FRANÇAIS SONT HYPERCONNECTÉS DU SOIR AU MATIN

Un dernier passage en revue des fils d'actualité Facebook et Twitter avant de se coucher, une actualisation des mails dès la première gorgée de café. Avant de partir travailler, panique à bord : où est passé le chargeur du smartphone ? Cette petite description n'est pas si caricaturale lorsque l'on sait que 78 % de Français se connectent à Internet avant de s'endormir et que 75 % se reconnectent aussitôt réveillés. Comment, dès lors, raisonner les enfants qui, de 1 à 6 ans, passent en moyenne 4 heures 10 minutes par semaine sur le Web, sans parler des 13-19 ans qui dépassent les 14 heures⁽¹⁾ ?

RÉSEAUX SOCIAUX ET BULLES INFORMATIONNELLES

L'explosion des pratiques numériques a profondément modifié le rapport et l'accès à l'information. 85,2 % des collégiens ont un téléphone portable dans leur chambre. Aujourd'hui, les jeunes s'informent majoritairement via les réseaux sociaux. 92 % des 15-17 ans ont un profil Facebook, 42 % des 13-19 ans utilisent Snapchat⁽²⁾. Exposés à un flux permanent, via de multiples canaux et sur divers supports – le téléphone mobile représenterait 26 % de la consommation média en 2019⁽³⁾ –, l'infobésité complique l'apprentissage du tri entre info et intox.

Guettant constamment la prochaine notification, assoiffés d'interactions virtuelles, près de 60 % des internautes partagent des liens sur Twitter sans les avoir lus⁽⁴⁾. Les algorithmes façonnent des « bulles informationnelles »⁽⁵⁾ qui ont tendance à enfermer dans un entre-soi numérique, donnant une sur-visibilité aux personnes qui partagent les mêmes opinions.

DES JEUNES EN QUÊTE DE REPÈRES, DANS UN CONTEXTE DE DÉFIANCE VIS-À-VIS DES MÉDIAS TRADITIONNELS

Loin du mythe des « digitaux natives »⁽⁶⁾, qui seraient naturellement compétents pour utiliser les nouvelles technologies, les jeunes ont en réalité besoin de toute la communauté éducative pour les aider à construire leurs repères médiatiques, une identité numérique maîtrisée et à développer leur esprit critique.

Dans un contexte où la défiance vis-à-vis des médias traditionnels n'a jamais été aussi forte et où les théories du complot rencontrent un succès sans précédent dès l'école primaire, la question de l'évaluation des sources de l'information constitue une priorité éducative majeure pour lutter contre la manipulation et la désinformation.

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION : L'AFFAIRE DE TOUS

Une enquête de terrain, menée par le CLEMI en octobre et novembre 2016, a révélé une attente extrêmement forte de la part des parents en terme d'accompagnement **puisque 78 % des parents sondés souhaitent des cours d'éducation aux médias en classe pour leurs enfants** et 83 % d'entre eux réclament aux organismes publics une sensibilisation aux dangers d'Internet.

De cette enquête de terrain est né *Le Guide pratique de la famille Tout-Écran*, qui a pour vocation de fournir des éclairages utiles et des conseils pratiques à tous les acteurs éducatifs concernés par ces questions. Comment apprendre aux enfants à s'informer ? Comment réagir face aux théories du complot ? Comment conseiller les jeunes sur l'usage des réseaux sociaux ? Comment maîtriser le temps dédié aux écrans ? Comment protéger les enfants des images violentes ? Ce guide propose une diversité de réponses et de conseils pratiques pour que l'Éducation aux Médias et à l'Information devienne l'affaire de tous.

POUR ALLER PLUS LOIN

Télécharger *Le Guide pratique de la famille Tout-Écran*, CLEMI, 2017 : www.clemi.fr/?id=165

⁽¹⁾ Chiffres cités dans « Familles connectées », *Réalités familiales*, Unaf, n° 114-115, 2016

⁽²⁾ Ibidem

⁽³⁾ Rapport Media Consumption Forecasts publié par Zenith (Publicis Media) : <http://www.offremedia.com/26-de-la-consommation-media-se-fera-sur-mobile-en-2019-selon-zenith>

⁽⁴⁾ <http://www.slate.fr/story/119811/reseaux-sociaux-lisent-titre>

⁽⁵⁾ Voir la conférence d'Eli Pariser sur les « bulles de filtres » : https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=fr

⁽⁶⁾ Expression popularisée par le chercheur Marc Prensky. Un *digital native* (enfant du numérique) est une personne qui a grandi dans un environnement numérique.

Faire participer sa classe à la SPME

PAR ANNE LECHAUDEL

Professeure des écoles, coordonnatrice du CLEMI, académie de Paris (1^{er} degré)

PRÉSENTATION DU PROJET

L'activité consiste à comparer comment une même information est relatée et traitée dans différents journaux.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Se familiariser avec la lecture des journaux.
- Développer les capacités à rechercher l'information, à la partager et à l'analyser.
- Acquérir un esprit critique, débattre, échanger, respecter la parole de l'autre.

COMPÉTENCES MOBILISÉES

- Lire et comprendre un texte, en extraire des informations.
- Participer à un travail en groupe, écouter et respecter la parole des autres.
- Justifier ses réponses de façon rationnelle, exercer un jugement, argumenter.

MATÉRIEL ET BUDGET

La Semaine de la presse et des médias dans l'école® offre l'opportunité de recevoir un vaste panel de journaux gratuitement (format papier ou numérique). Je conseille de commander un panel le plus large possible, y compris des journaux ou des magazines qui ne sont pas destinés directement aux enfants, le but étant de montrer le pluralisme. Par exemple, on ne lira pas un journal satirique en détail avec eux mais on pourra leur montrer à quoi cela ressemble (les questions sont souvent nombreuses depuis l'attentat contre *Charlie Hebdo*).

Matériel: journaux (nationaux, régionaux, gratuits, journaux pour enfants) – fiche questionnaire – feutres ou surligneurs – aimants pour l'affichage.

DURÉE DU PROJET

La séquence avec les élèves dure 2 heures. La préparation a une durée équivalente car choisir les articles prend du temps.

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

Travail en groupe (désigner un élève rapporteur pour chaque groupe). Chaque groupe reçoit un journal afin de constituer une revue de presse écrite sur une, voire deux, information(s): sujet exceptionnel, fait divers, sortie d'un film, événement sportif... le choix est vaste, mais veiller à choisir des articles faciles à lire et à comprendre et sur des sujets proches des préoccupations des enfants.

- 1 Retrouver les articles dans le journal (on pourra s'affranchir de cette étape pour gagner du temps et distribuer directement les articles plutôt que le journal).
- 2 Chaque groupe reçoit une fiche à remplir : titre du journal, nom de la rubrique, titre de l'article consacré au sujet, inter-titres, longueur de l'article, nombre de colonnes, nature des illustrations (photos, dessins, infographies...), légendes qui les accompagnent...
- 3 Analyse de l'article : demander aux élèves de surligner ou souligner de différentes couleurs les termes répondant aux questions qui, quoi, quand, où, comment, pourquoi? Il apparaîtra que beaucoup plus de mots sont soulignés en début d'article que dans la seconde partie, c'est ce que l'on appelle la pyramide inversée (informations principales au début, descriptif ensuite).

TRAVAIL COLLECTIF : RASSEMBLEMENT-DISCUSSION

Afficher au tableau l'ensemble des articles. Y a-t-il des choses qui sautent immédiatement aux yeux (mêmes titres, mêmes mots, mêmes images, longueur des articles...)? puis réaliser des comparaisons :

SUR LE TEXTE

- Tous les articles apparaissent-ils dans les mêmes rubriques (question intéressante pour un fait divers) ?
- Tous les articles ont-ils à peu près la même longueur ?
- Tous les articles répondent-ils aux questions Qui, Quoi, Quand, Où, Comment, Pourquoi? Les réponses sont-elles les mêmes ?
- Y a-t-il des informations différentes? Si oui, lesquelles? Des informations supplémentaires apportées par certains articles? Quelles sont les sources citées? Sont-elles identiques? Y a-t-il des mots comme : selon, d'après; des témoignages... ?



Une dernière étape consiste à engager le débat mais il faut veiller à ne pas trop se laisser déborder. Par expérience, les questions risquent d'être nombreuses...

Quel est le rôle d'un journaliste? A-t-il le droit de donner son avis? Peut-on se contenter de lire un seul journal? Est-ce que je dois/peux croire ce qui est dit?...

En fin de séance, faire un bilan de ce qui doit être retenu en rapport avec les objectifs visés : le travail des journalistes consiste à communiquer les informations après les avoir vérifiées. Son article doit répondre à cinq questions fondamentales; il peut ou non donner son avis. Il est important de lire différents journaux pour pouvoir avoir plusieurs avis. Chaque média présente l'information comme il le souhaite en fonction du public visé et du message qu'il veut faire passer. On a le droit de ne pas être d'accord avec ce qui est dit mais on doit aussi respecter la parole des autres.

PROLONGEMENT : étudier comment est traitée cette info dans un autre média [télévision ou radio].

SUR L'IMPLICATION PERSONNELLE DU JOURNALISTE : DEUX CAS DE FIGURE SE PRÉSENTENT

- Le journaliste respecte une véritable neutralité. Son interprétation des faits n'apparaît pas ou très peu. La lecture est neutre.
- Le journaliste a utilisé plusieurs termes qui traduisent son point de vue personnel sur les faits.

Le journaliste donne-t-il son avis? Souhaite-t-il nous informer, nous convaincre, nous faire rire, nous faire réagir, nous sensibiliser, nous séduire...? Son article est-il convaincant?

SUR LES ILLUSTRATIONS

- Tous les articles sont-ils accompagnés d'images?
- Sont-elles identiques? Si oui, comment se fait-il que l'on retrouve les mêmes photos dans des journaux différents?
- D'où viennent les informations et les images relatées par les journalistes [rôle des agences de presse et des photographes de presse]?

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

LEVIERS : la motivation des élèves : cette activité permet une démarche participative, éloignée des enseignements traditionnels, plus proche de la réalité et du vécu des élèves. On s'intéresse à l'actualité, comme les adultes. On a le droit de donner son avis, d'être critique...

FREINS : le manque de temps aussi bien pour la préparation que pour l'activité en elle-même. Travailler en groupe demande de l'organisation [penser à faire des groupes équilibrés]. Comme pour toute activité, ce seront souvent les mêmes qui interviendront.

Une séance préalable est nécessaire afin d'expliquer ce que sont les médias et d'explicitier un certain nombre de termes : Une, intertitre, rubrique... Certains articles peuvent être un peu difficiles à comprendre, d'où l'importance des choix initiaux. Il ne faut pas oublier que l'actualité n'est pas prévisible, il faudra donc faire en fonction des informations du moment et s'adapter...

MON CONSEIL

Ne pas se montrer trop ambitieux, faire des choses simples mais surtout autour d'un thème et d'un média qui nous plaît et nous intéresse nous-mêmes.

La Semaine de la presse et des médias dans l'école® ne doit pas se limiter à une semaine. On peut très bien s'inscrire afin de recevoir les journaux et les exploiter plus tard... Les journaux et magazines peuvent être utilisés de multiples façons et dans différentes matières. L'Éducation aux Médias et à l'Information est avant tout un enseignement transversal.

Faire participer sa classe au concours Médiatiks

PAR NATHALIE BARBERY

Professeure de Sciences Économiques et Sociales en lycée général, coordonnatrice académique du CLEMI de Dijon

PRÉSENTATION DU PROJET

Médiatiks en tant que concours de presse est un formidable dispositif pour inciter les élèves, engagés dans un club journal ou dans un projet média, à produire de l'information en s'interrogeant sur la pertinence des sujets à traiter, l'angle à adopter...

Les conditions du concours et de l'évaluation des journaux permettent de tendre vers plus de rigueur et valorisent la découverte de la pratique de l'écriture journalistique de reportages et interviews. Voir règlement du concours et calendrier sur clemi.fr

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Les objectifs pédagogiques sont multiples : enrichir la culture générale des élèves par la recherche et le traitement d'information, favoriser l'expression écrite et orale, développer la confiance en soi, faire acquérir un esprit critique, apprendre à travailler en groupe, devenir des citoyens avertis et éclairés.

COMPÉTENCES MOBILISÉES

Savoir s'intéresser à l'actualité et savoir chercher, trier et analyser l'information, travailler en équipe, savoir communiquer (exprimer oralement son opinion, débattre, interviewer...), développer un esprit critique, savoir rédiger, savoir utiliser les outils numériques (traitement de texte, outils de veille...).

DURÉE DU PROJET

Pour être efficace, il faut fédérer une équipe de rédacteurs dès le début de l'année de façon à les former et les rendre opérationnels rapidement, les dates limites de remise des journaux participant au concours étant souvent fixées une semaine ou quinze jours avant la date du jury, c'est à dire début mars. Le projet dure donc six mois, vacances comprises! Pour éviter stress et angoisse, il vaut mieux anticiper!

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

Création d'un club journal qui se réunit le plus régulièrement possible (une fois tous les quinze jours), conférences de rédaction hebdomadaires (pour le choix des sujets et des angles). Les reportages ont lieu soit au sein de l'établissement soit à l'extérieur, ce qui favorise l'ouverture des élèves aux réalités socioculturelles, économiques ...

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

LEVIERS : la reconnaissance de l'investissement des élèves par des personnes extérieures au groupe (chef d'établissement, autres collègues, presse..).

FREINS : chercher des infos, les trier, les analyser, partir en reportage, réaliser des interviews, rédiger... demandent temps, disponibilité et compatibilité des emplois du temps des élèves... Parfois, le groupe manque de cohésion.

MON CONSEIL

Produire un média, quel que soit le support et le temps, demande beaucoup d'énergie et de persévérance. Il faut essayer de créer une dynamique de groupe, repérer les motivations des élèves pour leur donner des responsabilités adaptées [rédacteur en chef, recherche iconographique, chiffres clés...] et ne pas trop miser sur l'autonomie des élèves (qui seuls, peuvent très vite abandonner).

Inciter les élèves à réaliser des reportages de terrain, des interviews (bien préparées)... plutôt que réaliser de la paraphrase d'articles déjà écrits et surtout, s'engager à plusieurs dans un esprit d'aventure, même sur un projet plus modeste, demeure l'objectif premier!

Faire participer sa classe aux concours Arte-Reportage et Zéro cliché

ARTE REPORTAGE

PAR ÉRIC SCHWEITZER, formateur CLEMI

LE PRINCIPE

Le CLEMI et Arte organisent chaque année depuis 13 ans un concours de reportage vidéo à destination des lycéens et des collégiens de 3^e. Le principe en est simple. Les participants montent seuls ou en groupe un reportage de trois minutes maximum en utilisant les « rushes » qui ont été utilisés pour la réalisation d'un sujet diffusé dans Arte Journal. Ces images sont gracieusement mises à disposition des participants par Arte. Chaque année un prix collégien et trois prix lycéens sont attribués.

Outre le fait qu'il permet de découvrir les coulisses de la réalisation d'un reportage, ce travail est un excellent moyen de découvrir et d'approfondir des notions journalistiques telles que le point de vue, l'angle...

Par la réalisation, les élèves prennent conscience qu'informer c'est aussi choisir, et qu'avec les mêmes images il est possible de produire des reportages très différents.

CONCRÈTEMENT COMMENT ÇA SE PASSE ?

Les enseignants inscrivent leurs élèves en ligne entre le 1^{er} septembre et le 15 octobre.

À la clôture des inscriptions, ils reçoivent les identifiants leur permettant d'accéder à la plateforme de téléchargement des rushes. Les reportages, accompagnés d'une fiche technique et d'une note d'intention, sont déposés sur une plateforme de téléversement avant la mi-mars.

Un jury de sélection, composé de professionnels des médias et de formateurs du CLEMI (national et académique), se réunit à Paris pour désigner les trois équipes lycéennes et l'équipe collégienne lauréates.

Ces équipes sont invitées chez Arte à Strasbourg en mai où un jury composé de journalistes de la rédaction remet les premier, deuxième et troisième prix des lycéens ainsi que le prix collégien.

<http://www.clemi.fr/fr/evenements/concours/arte-reportage.html>

ZÉRO CLICHÉ, POUR L'ÉGALITÉ FILLES-GARÇONS

PAR VIRGINIE SASSOON, responsable du Pôle Labo, CLEMI

LE PRINCIPE

Initié par le CLEMI et labellisé « Sexisme, pas notre genre! », le concours Zéro Cliché pour l'égalité filles-garçons invite les écoliers, collégiens et lycéens à déconstruire les stéréotypes sexistes dans les médias, le sport, la mode, l'école, la famille... Il est organisé en collaboration avec le magazine *Causerie*, le site Les Nouvelles News, l'émission Les terriennes - TV5 MONDE et le Défenseur des Droits.

Le jury récompense les meilleures productions d'élèves, qui sont également publiées sur les sites des médias partenaires.

En 2017, le concours s'est ouvert aux productions audiovisuelles. Tous les genres journalistiques sont acceptés (article, billet d'humeur, interview, portrait, reportage, édito, dessin de presse, chronique...).

UN APPRENTISSAGE À L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE ET UN ENCOURAGEMENT À LA CRÉATIVITÉ

Pour leurs productions, individuelles ou collectives, les élèves ont pour consignes :

- de respecter l'écriture journalistique (règle des 5 W : Who? What? Where? When? Why? / Qui? Quoi? Où? Quand? Pourquoi?).
- de concevoir de textes entre 3000 et 4000 signes (espaces comprises) avec un titre, un sous-titre, un chapô, une signature (prénom, nom de l'auteur, niveau de la classe, nom de l'établissement, ville).
- de ne pas dépasser 5 minutes pour les formats audiovisuels.
- Le jury est également attentif à la créativité des modes de traitement et l'originalité des angles choisis.

POUR ALLER PLUS LOIN

<http://www.clemi.fr/fr/evenements/concours/arte-reportage.html>

<http://www.clemi.fr/fr/evenements/concours/concours-zero-cliche-egalitefillesgarcons/plus-dinfo-sur-le-concours.html>

Faire participer sa classe au Wikiconcours

PAR KAREN PRÉVOST-SORBE

Coordonnatrice CLEMI, académie d'Orléans-Tours

PRÉSENTATION DU PROJET

Cette action pédagogique permet aux enseignants de travailler en mode projet, dans le cadre d'un enseignement d'exploration, de l'accompagnement personnalisé ou de leur enseignement disciplinaire. Ce fut le cas dans mon établissement scolaire. Ce projet a concerné une classe de Seconde. L'aide du professeur – documentaliste a été très précieuse dans le déroulé du projet.

Les bénéfices attendus étaient multiples :

- Initiation à un dispositif de travail collaboratif particulièrement démocratique, élaboré de manière participative par les membres de la communauté Wikipédia, impliquant le respect des règles et une réflexion approfondie sur l'acte de publication ;
- Connaissance fine des sujets traités (analyse approfondie puis synthèse) et développement des capacités rédactionnelles ;
- Participation à un projet encyclopédique, emblématique de l'intelligence collective du web.

Les possibilités de contribution sont variées, de la plus modeste à la plus complexe :

- Améliorer un article existant considéré à l'état d'ébauche ;
- Créer un article, en ayant vérifié sa pertinence encyclopédique.

Après de nombreux échanges, il a été décidé avec les élèves de créer la page du lycée. La classe a vérifié que le sujet répondait aux critères d'admissibilité de Wikipédia. Aidés par le professeur-documentaliste, les élèves ont recherché des sources secondaires pour se lancer dans leur projet. Ils ont collecté, trié et retenu des sources fiables et faisant référence telles que des livres d'experts, des articles de la presse nationale et des sources académiques.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

En s'appuyant sur Wikipédia et son mode de fonctionnement, on peut développer chez les élèves, des compétences informationnelles et disciplinaires et travailler sur la maîtrise des technologies de l'information et de la communication.

DURÉE DU PROJET

Ce projet nécessite plusieurs séances réparties sur l'année scolaire. On peut évaluer le travail à une dizaine de séances (10 heures). L'enseignant peut encourager l'autonomie et l'initiative des élèves en les incitant à contribuer hors du temps scolaire.

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

Les enseignants des équipes engagées sont accompagnés par des wikipédiens experts sur une page de discussion dédiée. Dans l'académie d'Orléans-Tours, deux enseignants wikipédiens ont été identifiés, ce qui permet d'apporter une réponse personnalisée et de proximité aux enseignants. Cet accompagnement est particulièrement rassurant.

Les interactions avec la communauté Wikipédia sont primordiales pour mener à bien ce projet. Les échanges permettent aux élèves de mieux appréhender le fonctionnement de Wikipédia et de prendre part de manière active à un projet universel et participatif, par l'écriture collaborative.

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

Wikipédia a mis en ligne un guide très pratique « Bienvenue sur Wikipédia » qui permet de commencer à contribuer. Le CLEMI accompagne les porteurs de projets par la mise à disposition de ressources, d'un calendrier et des rapports de jurys.

Sur Wikipédia, la création de comptes est limitée à 6 par adresse IP et par jour. Les enseignants peuvent demander le statut de créateur de comptes pour contrer cette difficulté. Un créateur de comptes utilisateurs peut créer des comptes sans aucune limite. Cet outil est précieux dans un établissement scolaire qui n'utilise qu'une seule adresse IP pour plusieurs ordinateurs. Il est préférable également de vérifier que l'adresse IP de l'établissement scolaire n'a pas été bloquée par Wikipédia suite à des actes de vandalisme.

MON CONSEIL

Veillez à bien organiser votre travail dans le temps en prenant en compte les contraintes du calendrier du concours. Il s'agit d'un projet au long cours qu'il ne faut pas hésiter à inscrire dans la durée.

Parcours citoyen et éducation aux médias dans l'établissement, au fil de l'année

QU'EST-CE QUE LE PARCOURS CITOYEN ?

PAR ANNIE TOBATY, inspectrice générale de l'Éducation nationale, Établissements et vie scolaire

DEVENIR « UN CITOYEN LIBRE, RESPONSABLE ET ENGAGÉ »

Le Parcours citoyen [circulaire 2016-092 du 26-6-2016] trace un cheminement progressif d'apprentissages, d'expérimentations, de rencontres qui doit permettre à tous les élèves, et à chacun d'entre eux, de devenir « un citoyen libre, responsable et engagé, habitant d'une planète commune ». Il est construit sur des connaissances, des rencontres et des engagements. Le parcours s'appuie ainsi sur tous les enseignements, sur des expériences vécues dans le cadre de la vie de l'établissement (conseils d'élèves, CVL, participation à des associations scolaires, etc.), ou hors établissement. Les programmes d'EMC et d'ÉMI en constituent le fil rouge, du CP à la terminale : ils aident à construire une progressivité et donnent de la cohérence au parcours, entre les enseignements, entre les lieux d'apprentissage et d'expérimentation.

UNE ACTION COLLABORATIVE RETRACÉE DANS LA CARTE DU PARCOURS CITOYEN

Tous les acteurs des écoles et des établissements sont concernés par la mise en œuvre du Parcours citoyen. Une « carte collaborative du Parcours citoyen » [qui indique les activités d'enseignements liées aux valeurs de citoyenneté, les événements, les projets citoyens d'un établissement] permet de montrer aux élèves les étapes du chemin, de façon explicite, et devrait être communiquée aux familles.

Une « trace » du Parcours [activité en cours, document, récit d'expérience, de visite, de rencontre] doit pouvoir être construite par les élèves. L'outil FOLIOS le permet.

Des temps pendant lesquels les élèves reviennent sur les étapes de leur Parcours citoyen devraient peu à peu être installés, animés par les enseignants, les CPE, les professeurs documentalistes afin de rendre explicite pour chaque élève cet apprentissage.

COMMENT INSCRIRE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION DANS LA VIE DE L'ÉTABLISSEMENT ?

Éduquer aux médias et à l'information n'est pas que l'affaire de l'enseignant dans sa classe ou au CDI. À l'échelle de l'établissement, le chef d'établissement, le conseiller principal d'éducation et d'autres acteurs de la vie du collège et du lycée peuvent se mobiliser, à différents moments de l'année scolaire, dans des activités d'ÉMI.

PÉRIODE DE RENTRÉE SCOLAIRE (1^{er} TRIMESTRE)

Pour préparer l'accueil des nouveaux venus [rentrée ou Portes ouvertes], associer les élèves à l'élaboration de supports [vidéo, affiches...], afin de développer des compétences de communication. Lors des élections des délégués, faire participer les élèves aux actions de sensibilisation et de formation : par exemple, apprentissage de la prise de parole par l'usage de la vidéo [caméscopes, smartphones].

Former une équipe afin d'initier [ou relancer] un média scolaire [journal papier ou numérique, webRadio, webTV, site de l'établissement, blog] au sein d'un club presse [en liaison avec le CDI].

Ces publications sont l'occasion de bien identifier les fonctions d'information et de communication vers les publics-cibles [élèves de l'établissement ou autres] et de soutenir l'expression des élèves. Lancer [ou relancer] le foyer socio-éducatif [FSE] ou la Maison des lycéens, lieux où sera favorisée l'expression des élèves, à travers un média scolaire ou d'autres actions.

LES TRIMESTRES SUIVANTS

Mettre en place la Semaine de la presse et des médias dans l'école® [inscription en janvier auprès du CLEMI] et organiser la mutualisation des moyens mis en œuvre afin que l'ensemble de

la communauté éducative et des élèves soit impliqué. Définir des projets pédagogiques en ÉMI pour l'année scolaire à venir, à inscrire à l'ordre du jour du conseil pédagogique. Dans ce cadre, le chef d'établissement doit être un facilitateur des initiatives, voire même un initiateur quand l'établissement est vierge de projets d'ÉMI.

TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

– Encourager les organisateurs de voyages scolaires à installer les élèves dans des situations réelles de production d'information à destination des parents et des camarades : blog de voyage, page Facebook, avec reportages et chroniques [textes, vidéos, podcasts].

– Entretenir avec des élèves motivés le site de l'établissement, y ménageant des entrées suscitant leur fibre journalistique [compte-rendu de sorties ou voyages, annonces d'événements, rédaction ou réalisation vidéo de portraits d'acteurs de la vie de l'établissement...].

– Proposer des débats sur ou avec des médias, des séances d'information sur les usages responsables des médias scolaires [notamment numériques], des journées à thèmes... Organiser des rencontres avec des professionnels des médias, en prenant conseil auprès du coordonnateur académique du CLEMI ou en s'informant auprès de la Réserve citoyenne de l'Éducation nationale [<http://bit.ly/1cOKiCn>].

– Saisir l'occasion de commémorations pour envisager des actions en ÉMI : par exemple, organiser une exposition sur la censure pour le centenaire de la Grande Guerre ou travailler sur la vulgarisation scientifique dans les médias lors de la Fête de la Science.

Le CLEMI à l'International

PAR CAROLE HELPIQUET, chargée de mission à l'International

À l'International, le CLEMI mène un travail de réflexion et d'identification des compétences en Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI). À l'ère de la mobilité, du flux de l'information, de la vitesse et de la viralité (cybersphère, médiasphère et réseaux sociaux), l'Éducation aux Médias et à l'Information est une nécessité éducative et sociétale. « Savoir chercher, savoir vérifier, savoir publier » sont trois compétences fondamentales à maîtriser dès le plus jeune âge.

Le travail mené sous l'égide de l'UNESCO aide à saisir les nouveaux enjeux, les nouvelles approches et les nouveaux outils pour agir ; une base de réflexion incontournable dans l'identification de compétences vitales et la construction de référentiels en ÉMI, à destination des enseignants et des élèves.

POUR UN RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES EN ÉMI ⁽¹⁾

THÉMATIQUES	COMPÉTENCES ÉMI
Reconnaître la demande d'informations et de contenus médiatiques	<ul style="list-style-type: none"> - Pluralité de ressources et définition de la nature, du rôle et de la portée des informations - Repérage et « localisation » des informations et contenus médiatiques - Accès aux informations et contenus médiatiques souhaités ainsi qu'aux médias et fournisseurs d'informations avec efficacité, efficience et éthique
Rechercher des informations et des contenus médiatiques, y accéder et les consulter	<ul style="list-style-type: none"> - Sélection et capture des informations et contenus médiatiques avec méthode et outils variés - Savoir organiser une veille d'informations
Comprendre et évaluer les informations et les contenus médiatiques	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre l'importance et la nécessité de l'existence des médias et des fournisseurs d'accès dans et pour la société - Évaluer l'information, les sources, les médias et les fournisseurs d'informations (analyser et comparer) - Authentifier les informations et les contenus médiatiques, leurs sources, les médias et les fournisseurs d'informations - Synthétiser, organiser les informations et les contenus médiatiques - Créer et produire des informations, des contenus médiatiques ou des savoirs inédits avec un objectif précis, de façon novatrice et éthique
Créer et utiliser les informations et les contenus médiatiques	<ul style="list-style-type: none"> - Communiquer des informations, des contenus médiatiques et des savoirs de façon légale, efficace et éthique, avec des moyens et outils adaptés - Promouvoir, avec les médias et les fournisseurs d'informations, l'expression personnelle, le dialogue interculturel et la participation démocratique, à l'aide de moyens divers et de façon éthique, efficace et efficiente - Déterminer l'influence des informations, des contenus médiatiques et des savoirs produits et diffusés - Savoir utiliser les médias et les fournisseurs d'information

LE CLEMI INTERVIENT À L'INTERNATIONAL

Atelier de la Prévention de l'Extrême Violence par l'Éducation [Dakar, UNESCO – OIF, mai 2017]

Le CLEMI intervient exclusivement sur le versant « Prévention » par l'Éducation aux Médias et à l'Information.

Projet européen E-MEL [programme Erasmus + ; fin du projet – août 2017] ⁽²⁾

Il a pour objectif d'encourager la création de scénarios pédagogiques en ÉMI, tout en traitant des grands enjeux. Il est piloté par Média – Animation (Belgique) dont le CLEMI est partenaire.

Congrès annuel de l'IFLA ⁽³⁾ [août 2017]

Échanges de pratiques et mutualisations d'expériences pédagogiques et éducatives.

Conférence mondiale des Humanités à Liège [UNESCO, août 2017]

Présentation d'un symposium intitulé « L'ÉMI, un enjeu éducatif et sociétal du XXI^e siècle ».

La communication est structurée en cinq axes :

- Actualité / information
- Langages et écritures contemporaines
- Productions médiatiques
- Liberté d'expression / pluralisme des médias
- Accompagnement des acteurs de l'ÉMI et partenariats

⁽¹⁾ Source : Global media and information literacy assessment Framework, country readiness and competencies, UNESCO, 2013

⁽²⁾ <http://e-mediaeducationlab.eu/fr>

⁽³⁾ The International Federation of Library Associations and Institutions

Créer et publier un journal scolaire en classe ou au club journal

PAR PASCAL FAMERY, formateur CLEMI

RÉALISER UN MÉDIA AUTHENTIQUE

Le média scolaire ne doit pas être instrumentalisé à des fins disciplinaires, même s'il permet d'améliorer les compétences générales des élèves : lire, écrire, compter, s'exprimer, débattre, argumenter, synthétiser, organiser, etc. Il doit être avant tout un vrai média, destiné à des lecteurs avec lesquels dialoguer et qui repose sur le fonctionnement collectif d'une équipe de rédaction.

La ligne éditoriale est définie par les élèves, selon leur goût et leurs centres d'intérêt. Parallèlement à la production de contenus, les élèves observeront les médias professionnels, (graphisme, ligne éditoriale, rubriques, genres journalistiques, iconographie, etc.), et découvriront leur fonctionnement (conférence de rédaction, métiers, notion de responsabilité, etc.).

Avec le journal en ligne, ils réfléchiront à leurs usages sur la Toile et à l'écriture numérique : liens hypertextes, fonctionnalités sociales (les commentaires, etc.), infographies, narrations multimédias.

À L'ÉCOLE : CONCEVOIR UN JOURNAL

Plusieurs séances seront nécessaires pour cerner le média à créer et pour que chacun y trouve une place. L'analyse de la presse professionnelle (imprimée et/ou numérique) servira à établir une typologie des contenus sous forme de tableau.

Identifier : signatures, colonnes, encadrés, couleurs, titres, sous-titres, photographies, dessins, schémas, etc. Noter ce que les élèves disent sur le tableau ; introduire quelques mots du lexique journalistique.

Mener des recherches sur les métiers exercés (cartographie de l'Observatoire des métiers de la presse ou des ressources de l'Onisep). Proposer aux élèves de choisir leurs rôles dans le journal : rédacteur en chef, reporter, rédacteur ou photographe, illustrateur, secrétaire de rédaction, maquettiste, animateur de communauté, etc. Prévoir un changement de rôles pour que chacun expérimente une place différente.

Définir les rubriques du journal : les élèves feront part des sujets qu'ils souhaitent aborder lors d'une discussion collective.

Mettre en place une conférence de rédaction. Ce rendez-vous régulier, propice aux débats, accentuera la tonalité collective du journal. L'ouvrir à des intervenants extérieurs, journalistes ou lecteurs.

AU COLLÈGE : JOURNAL ET RÉSEAUX

Créer un blog, complémentaire du journal papier, permet de diversifier les contenus et d'offrir une plus large diffusion au journal.

Communiquer et étendre la diffusion du média : les réseaux (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) contribuent à élargir le cercle des lecteurs. C'est l'occasion de travailler sur l'image du journal, de faciliter

les interactions avec le public. L'animation de communauté fera l'objet d'un travail de groupe. Publier des contenus sur des plateformes de partage, puis les intégrer sur son média : du son avec SoundCloud, de la vidéo sur YouTube, Dailymotion ou autres. Inciter les élèves à proposer une utilisation pertinente de ces réseaux. En intégrant ces contenus sur le blog, rédiger un texte d'introduction, voire un article de présentation : résumé, sitographie, durée du module, date, contexte de réalisation, complément d'écriture, etc. Organiser une veille en relation avec les contenus du journal et la diffuser sur le média : documenter les sujets selon le principe de la curation de contenu (sélectionner, éditer et partager les contenus du Web pertinents sur un sujet). L'enrichissement du média par ce biais permettra à certains élèves de valoriser leur intérêt pour un thème (sport, jeux, mode, cuisine...) et d'accroître leur expertise du domaine. L'utilisation de services de curation comme Scoop.it ou Pinterest – dédié aux images –, ou de partage de marque-pages comme Diigo ou Delicious, permettra l'acquisition de nouvelles compétences pour traiter et organiser l'information.

AU LYCÉE : LA RESPONSABILITÉ DE PUBLICATION

Les journaux lycéens disposent d'une réglementation spécifique qui permet aux lycéens, même mineurs, d'exercer la responsabilité de publication^[*]. Les nouveaux programmes du lycée incitent fortement les lycéens à s'exercer à la prise de parole publique, en profitant des moyens médiatiques dont ils disposent. Les enseignants ont un rôle essentiel à jouer dans cette expérience pour amener les élèves à assurer la responsabilité de publication dans leurs médias. Quel que soit le projet de journal, le désir d'expression des élèves devra rencontrer le besoin d'information de leur public. Réfléchir aux liens entre les qualités journalistiques nécessaires et le rôle informatif du média ; proposer aux élèves d'observer puis d'appliquer les principes et techniques journalistiques ; les inviter à dépasser le « premier jet », à « creuser » leurs idées de sujet, à choisir un angle, à identifier des sources d'informations pertinentes ; les inciter à s'éloigner de l'écriture scolaire. Tout retour des lecteurs sera une occasion d'éducation pour toute la rédaction. L'enseignant encouragera les élèves à prendre en compte les réactions tant positives que négatives ; le débat impliquera toute la rédaction ; la déontologie sera interrogée, de même que la conformité des contenus du journal avec les lois sur la presse. Au fil des situations rencontrées, l'équipe de rédaction pourra élaborer une charte des droits et devoirs des journalistes lycéens. Elle s'appuiera sur les chartes professionnelles existantes et sur la charte des journalistes jeunes de l'association Jets d'Encre.

POUR ALLER PLUS LOIN

Le site [clemi.fr](http://www.clemi.fr) : onglet médias scolaires
<http://www.clemi.fr/fr/medias-scolaires.html>

[*] Depuis janvier 2017, la loi « Égalité et citoyenneté » permet à tous les jeunes de plus de 16 ans d'être directeurs de publication.

Les ateliers Déclic'Critique du CLEMI

PAR SÉBASTIEN ROCHAT, responsable du pôle Studio du CLEMI
ET FRANÇOIS ROSE, chargé de production au CLEMI

PRÉSENTATION ET OBJECTIFS

Le CLEMI intervient dans les classes et propose des ateliers Déclic'Critique dans le premier et le second degré. Objectif ? Aider les élèves à décoder les médias et l'information. Pour cette première année, le CLEMI a travaillé sur la thématique « Info/intox ».

Chaque atelier dure environ 1h et sensibilise les élèves aux problématiques du numérique. Intox, sources, fact-checking, protection des données : comment les élèves réagissent-ils à ces sujets ? Comment démêler le vrai du faux, identifier un site web, démasquer la publicité cachée ? Quelles activités peut-on proposer en classe pour que les élèves acquièrent des réflexes de vérification ? Déclencher un déclic pour développer leur esprit critique, tel est le sens des ateliers Déclic'Critique du CLEMI.

Ces ateliers sont filmés et font ensuite l'objet d'un montage vidéo d'environ 6 minutes illustrant des cas concrets d'éducation aux médias et à l'information. Ces modules vidéos, diffusés sur la chaîne YouTube du CLEMI, sont accompagnés d'un kit téléchargeable comprenant les notions clés et les ressources utilisées (vidéo, images, questionnaire), afin que les enseignants puissent mettre en œuvre cette activité en classe.

DÉROULÉ D'UNE SÉANCE TYPE

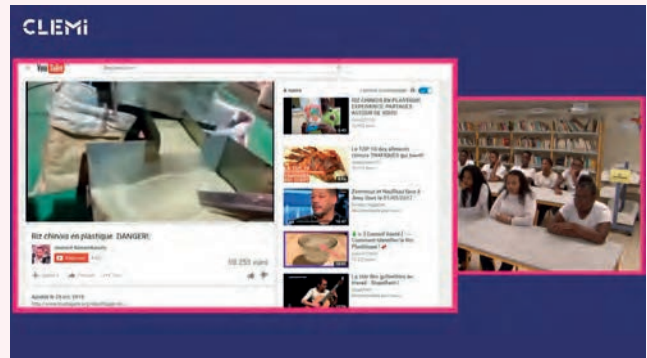
THÈME : Comment identifier l'authenticité d'une vidéo ? L'intox du riz en plastique.

OBJECTIFS : Identifier la source d'une vidéo, vérifier et recouper ses sources d'information.

CONTEXTE : Sur les réseaux sociaux, des vidéos contenant de fausses informations circulent et sont parfois relayées par les élèves. C'est le cas par exemple de vidéos affirmant que des individus fabriquent du riz en plastique pour le vendre.

QUESTIONS : Après avoir montré la vidéo circulant sur Facebook, il faut inciter les élèves à s'interroger sur la source et la manière dont ils pourraient vérifier l'authenticité de cette vidéo.

- Qui a posté cette vidéo ?
- Comment peut-on identifier l'auteur ?
- Comment vérifier si le riz en plastique existe ?
- Quels mots clés utiliser sur un moteur de recherche ?
- Comment s'assurer de la fiabilité d'une source ?
- Pourquoi est-il nécessaire de recouper l'information ?



Cette étude de cas est intéressante car elle permet d'aborder plusieurs notions clés :

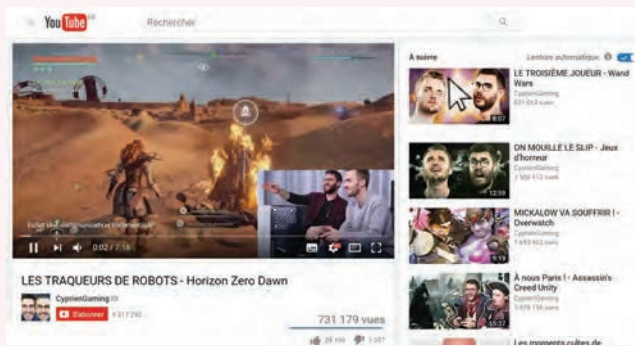
- L'importance d'un titre qui modifie le sens des images. Sur ces vidéos, on voit simplement des usines de recyclage de plastique, seul le titre « Riz en plastique made in China » sous-entend qu'il s'agit de faux riz.
- Fiabilité et viralité d'une vidéo : le nombre de vues ne garantit pas l'authenticité d'une vidéo. Selon une étude de l'université de Columbia et l'Institut National Français^[*], 59% des articles partagés sur Twitter ne sont pas lus par celui qui les partage. Pour s'assurer de l'authenticité d'une vidéo, il faut d'abord vérifier la source et ensuite recouper l'information en consultant d'autres sites d'informations reconnus.
- La différence entre une fake news (fausse information destinée à tromper le lecteur) et une erreur journalistique (marquée par l'absence d'intentionnalité).
Le site de France Info a donné du crédit à cette intox en évoquant la saisie de riz en plastique au Nigeria, sur la base d'un seul témoignage de douanier. Or, dix jours après cette saisie, des tests en laboratoire ont révélé qu'il s'agissait simplement de riz avarié. Mais l'article de France info n'a pas été mis à jour par son auteur.

[*] Lien vers l'étude de l'université de Columbia et de l'Institut National Français : <https://hal.inria.fr/hal-01281190>
Cette étude est relayée par Slate en juin 2016 : <http://www.slate.fr/story/119811/reseaux-sociaux-lisent-titre>

Par ailleurs, il faut insister également sur la déontologie des journalistes : tout journaliste professionnel s'engage à respecter la charte d'éthique professionnelle des journalistes qui comprend un certain nombre de devoirs et insiste sur le fait que « le journalisme consiste à rechercher, vérifier, situer dans son contexte, hiérarchiser, mettre en forme, commenter et publier une information de qualité ».

N I V E A U 3

LES MESSAGES INFLUENCÉS PAR LE MODÈLE ÉCONOMIQUE



Le modèle économique de n'importe quel support médiatique (site d'information, vidéos YouTube, presse magazine) a des conséquences sur le contenu éditorial. On peut distinguer deux types d'influence : celui de la publicité, et celui des actionnaires.

LE CAS DE LA PUBLICITÉ CACHÉE

De nombreux YouTubeurs, comme Cyprien par exemple, publient des vidéos financées par des annonceurs (éditeurs de jeux ou marques). Ce sont des publicités cachées dans la mesure où elles sont mal siglées. Les YouTubeurs se contentent le plus souvent d'indiquer en bas de page « en partenariat avec » ou affichent un mini-bandeau « inclut une communication commerciale ». À la différence de la télévision, qui affiche des bandeaux explicites entre les programmes, le terme de publicité n'apparaît pas. Or, à partir du moment où on ne vous dit pas que c'est de la publicité, où la nature réelle du message est caché, c'est une forme de désinformation. (voir l'épisode *Déclic'Critique* sur Cyprien).

L'INFLUENCE IMPLICITE DES ACTIONNAIRES

Les actionnaires peuvent également intervenir sur le contenu éditorial. Si les cas de censure sont assez rares (comme par exemple la déprogrammation sur Canal+ d'une enquête sur le Crédit mutuel à la demande de l'actionnaire principal, Vincent Bolloré), les cas d'autocensure des journalistes, par définition

difficiles à prouver, sont plus pernicious. Par exemple, les affaires judiciaires sont peu traitées dans les journaux qui appartiennent à des actionnaires mis en cause.

N I V E A U 4

DISPOSITIFS MÉDIATIQUES ET BIAIS IDÉOLOGIQUES

Le format d'une émission, d'un débat, d'une interview ou d'une conférence de presse a forcément une influence sur le contenu. Étudier les dispositifs médiatiques permet de mieux comprendre comment se fabrique l'information et comment celle-ci peut être « tordue » d'une certaine manière. Par exemple, étudier le dispositif d'une conférence de presse permet d'analyser l'influence de la communication sur l'information : si un journaliste ne peut pas faire de relance (poser une deuxième fois la même question ou demander une précision), l'exercice s'avère alors plus facile pour la personne interviewée. Étudier le questionnement journalistique, s'intéresser à la sociologie des journalistes permet également de déceler certains biais dans la manière de traiter des sujets.

Certaines émissions, dites familiales, comme Fort Boyard (France2) peuvent véhiculer des stéréotypes sexistes. Les épreuves de force sont très souvent réservées aux hommes et les épreuves d'agilité plutôt aux femmes. Une des épreuves phares est notamment l'épreuve dite du cylindre, apparue dans le jeu en 1993 : un candidat doit se hisser sur des cylindres rotatifs pour essayer d'atteindre la fameuse clé. D'après *Le Figaro*, « au départ mixte - six hommes y ont participé - l'épreuve est devenue essentiellement féminine pour des évidentes raisons esthétiques ». Derrière cet argument d'esthétisme se cache en réalité une vision stéréotypée des candidates féminines : les plans insistent lourdement sur la plastique des candidates.

**RETROUVEZ TOUS LES
ATELIERS DECLIC'CRITIQUE
À CETTE ADRESSE**

www.clemi.fr/declic

Comment démêler l'info de l'intox en jouant, à l'école [cycle 3] ?

PAR ROSE-MARIE FARINELLA

Professeure des écoles, académie de Grenoble

À l'ère cybérliste, les élèves, dès leur plus jeune âge, ont besoin d'acquérir de nouvelles connaissances et compétences pour se repérer dans le dédale de la Toile. Aiguiser leur esprit critique pour aborder les informations, les vérifier, les trier est devenu indispensable.

Donner des clés aux élèves pour faire la différence entre l'info et l'intox sur le web, tel est l'enjeu de ce projet pédagogique ludique conçu pour le cycle 3 et organisé en 8 séances d'1 h 30 ou 16 séances de 45 minutes.

En fin d'année scolaire, un diplôme « d'apprenti hoaxbuster » leur est décerné lors d'une cérémonie, au cours de laquelle ils prêtent serment sur la tête de la souris de leur ordinateur : « Avant d'utiliser ou de transmettre une information, toujours, je la vérifierai ».

OBJECTIFS

Forger l'esprit critique des élèves pour les aider à devenir des cyber-citoyens moins manipulables et capables de faire barrage aux idées racistes, xénophobes et complotistes.

DÉROULEMENT

QU'EST-CE QU'UNE VRAIE INFO ?

Pour reconnaître un hoax, il faut d'abord comprendre ce qu'est une vraie info. Observer la différence entre publicité et rédactionnel, explorer les différents médias et le métier de journaliste. Pour saisir la difficulté de retranscrire la réalité qui est complexe, les élèves appréhendent les notions d'objectivité et de subjectivité avec des improvisations. Ces jeux de rôles leur permettent de découvrir l'importance de recueillir les différents points de vue des protagonistes impliqués dans un événement qui apportent des éclairages complémentaires et parfois contradictoires – et de faire la différence entre opinion et faits prouvés. Distanciation et esprit critique sont nécessaires pour aborder une information et se forger sa propre opinion. Un esprit critique qui doit être d'autant plus aiguisé pour se repérer sur la toile, où n'importe qui peut écrire et publier n'importe quoi, sans être soumis à aucune règle déontologique.

INFO OU INFAUX ?

Dans une deuxième étape, on apprend à discerner l'info de l'infoux. Pour mener leurs investigations, les élèves se transforment en petits détectives, découvrent le fonctionnement des moteurs de recherche, dissèquent les informations et remontent jusqu'à leurs sources en identifiant l'auteur, la date de leur diffusion et le site. Ce site est-il fiable ? Est-il sérieux, parodique ou plus ou moins douteux, voire coutumier des hoaxes ? Puis, ils découvrent une stratégie : croiser les informations sur plusieurs médias fiables et écarter celles en provenance de sites non fiables. Autre élément déterminant : l'importance de la contextualisation des textes et des iconographies. Une photographie peut être

manipulée de mille et une manières. On peut la modifier grâce à la technique avec des logiciels comme Photoshop, mais également par le choix du cadrage qui peut changer le message. On peut mentir sur la légende d'une photo, mentir sur l'histoire d'une image : où, quand, comment, pourquoi a-t-elle été prise ? D'où l'intérêt de savoir analyser les détails d'une image, d'utiliser des applis comme Google Maps et Street View pour identifier le lieu où a été prise la photo ; mais aussi des applis comme Google image et Tineye pour retracer son origine et son parcours sur la Toile.

Des pistes de réflexion : Pour chaque hoax repéré, se demander pourquoi il a été diffusé sur la Toile. Par négligence ? Pour faire rire ? Pour faire des clics ? Pour convaincre ? Pour nuire ? Comment réagir aux contenus haineux, racistes, xénophobes et complotistes ? Que signifie la cyber-citoyenneté ? Comment concilier cyber-citoyenneté et liberté d'expression ?

INTÉRÊT PÉDAGOGIQUE DU PROJET

Ce projet permet aux élèves de débattre comme des grands, d'argumenter, de décrypter textes et images, de créer des contenus (dessins, exposition virtuelle de posters, articles, capsules vidéos dans lesquelles ils expliquent avec leurs mots comment repérer ou « debunker » des hoaxes) et de s'exprimer librement sur tout ce qu'ils trouvent sur Internet aussi bien à l'école qu'à la maison. Susciter des questionnements et affûter le regard des enfants pour appréhender la complexité du réel avec des mots simples, donner des outils d'autodéfense intellectuelle semble indispensable pour qu'ils ne soient pas tentés par des discours réducteurs et séducteurs des manipulateurs en tout genre.

POUR ALLER PLUS LOIN

La séquence pédagogique est disponible : www.ac-grenoble.fr/ien.cluses/spip.php?article583

Quelques vidéos présentent ce projet sur la chaîne YouTube « Hygiène Mentale » :

www.youtube.com/watch?v=__DVwg9oiuu www.youtube.com/watch?v=miJ2obMs-l4

FEUILLETER LA PRESSE

La découverte de différents titres de presse est une activité d'initiation qui permet de se familiariser avec des modes d'information qui parlent de la vie de tous les jours. Le feuilletage apporte un premier éclairage sur le rôle de la presse écrite et ses particularités.

CYCLE 1

MANIPULER L'OBJET JOURNAL ET EN RECONNAÎTRE QUELQUES ÉCRITS

Laisser les enfants manipuler librement les journaux puis donner des consignes : plier le journal, le déchirer, le découper, coller les morceaux sur une feuille, empiler les journaux...

Proposer aux enfants de faire un tri entre journaux et magazines. Relever avec eux les indices qui leur permettent de les différencier (qualité du papier, présence de photos).

Demander de découper, trier et coller des photos, des dessins, des cartes, des textes, des lettres. À partir des écrits, faire colorier les textes qui se ressemblent, qui sont de même taille...

Faire rechercher les pages qu'ils savent « lire » : Pourquoi peuvent-ils le faire ? Proposer de retrouver les programmes de télévision, la météo, les jeux...

CYCLE 2

MONTRER LE PLURALISME DE LA PRESSE

Après feuillage et lecture, proposer aux élèves d'établir des tris entre magazines et quotidiens d'information pour adultes et pour enfants. Relever les indices qui permettent de les différencier. Montrer que la presse s'adresse à un public ciblé.

Travail sur le temps

Faire comprendre que le journal n'est pas un objet unique mais qu'il paraît de façon périodique : relever la date de parution du journal ou du magazine.

Introduire le vocabulaire : quotidien, hebdomadaire, mensuel...

RENTRE DANS LA LECTURE D'ÉCRITS DE PRESSE

Faire rechercher dans les pages intérieures du journal des images ou des articles qui parlent de sport, de la météo... Faire observer aux élèves les écrits qui figurent en haut de la page : le nom des rubriques. Les lister par écrit et les définir.

Faire lire dans le journal ou le magazine de leur choix ce qui les intéresse ; leur demander de justifier leur choix, d'explicitier ce qu'ils ont lu et retenu, de préciser les indices qui ont permis de repérer ces articles (rubriques, titres, illustrations...)

CYCLE 3

COMPRENDRE L'ORGANISATION D'UN JOURNAL

Travail sur les Unes

Observer différentes Unes d'un même journal et retrouver, en les coloriant, les éléments communs à toutes. Mettre en évidence les invariants : nom du journal, logo, date, prix, format, gros titre et introduire la notion de maquette.

Relever les titres de la Une et retrouver dans le journal les articles correspondants.

Travail sur les rubriques

Distribuer différents articles. De quelles rubriques du journal sont-ils issus ?

Travail sur les articles

Retrouver les éléments constitutifs d'un article : titre, chapô, intertitres, signature, illustration, légende, crédit photo.

Dans l'article, relever, en les soulignant, les éléments essentiels pour faire repérer les questions de référence : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? Comment ?

Quelles informations les éléments non soulignés apportent-ils ? Le commentaire du journaliste ? Le point de vue de témoins ? Des informations complémentaires sur les lieux ? Les personnages ?

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Premier domaine d'apprentissage

Découvrir la nature et la fonction langagière de ces tracés réalisés par quelqu'un pour quelqu'un.

Troisième domaine d'apprentissage⁽¹⁾

Caractériser les différentes images et leurs fonctions.

CYCLE 2

Français⁽²⁾

- Découvrir et comprendre un texte ; identifier les informations clés et les relier ; identifier les liens logiques et chronologiques ; affronter des mots inconnus ; formuler des hypothèses.
- Apprendre à écrire des textes de genres divers.
- Informer via le journal ou le blog de l'école.

Questionner le monde

- Commencer à s'appropriier un environnement numérique.
- Situer des événements les uns par rapport aux autres.

Arts plastiques

- Explorer dans les médias les liens entre récit et images.

CYCLE 3

Français⁽²⁾

- Comprendre des textes, des documents et des images et les interpréter.
- Identification, hiérarchisation et mise en relation des informations.

Arts plastiques⁽²⁾

Les différentes catégories d'images, leurs procédés de fabrication, leurs transformations.

Sciences et technologie⁽²⁾

Repérer et comprendre la communication et la gestion de l'information.

Enseignement moral et civique⁽³⁾

Éducation aux médias, dont la participation à la SPME.

Sources :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

[3] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

<http://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/les-cles-des-medias/le-pluralisme-des-medias.html>

OBSERVER LA UNE D'UN JOURNAL

La « Une » se présente comme une « vitrine ». Vue avant d'être lue, elle doit attirer le regard des lecteurs, leur donner envie de lire et les aider à se repérer dans le journal.

CYCLE 1

METTRE EN ÉVIDENCE LES INVARIANTS DES UNES

Mettre à la disposition des élèves plusieurs numéros du même journal pour qu'ils observent les différentes Unes et essaient de trouver en les coloriant ou en les entourant, des éléments qui leur sont communs. Après la prise en compte de toutes les remarques, mettre en évidence au tableau les invariants : nom du journal, logo, date, prix... et leur emplacement dans la page.

Observer les images : photos, dessins, publicités qui sont le plus souvent placés aux mêmes endroits et en même nombre.

Observer le nom du quotidien (couleur, taille, ordre). Dans une grille, préparée par l'enseignant, les enfants découpent et recomposent le nom du journal.

Prolongement. Installer un kiosque. Le « vendeur » a pour consigne de « vendre » le journal inscrit sur la fiche du « client ».

CYCLE 2

RECONSTITUER UNE UNE

Chaque élève reçoit une Une vierge et une page avec les éléments constitutifs d'une Une dans le désordre (logo, titre, date, images...). Ils découpent ces éléments et les collent au bon endroit sur la Une vierge. Les Unes reconstituées sont affichées et commentées.

Travail sur le nom des journaux

Lister différents noms : Lesquels connaissent-ils ? Selon eux, quel est le contenu et le public visé ?

CYCLE 3

COMPARER LA UNE PAPIER D'UN JOURNAL ET SA PAGE D'ACCUEIL

Distribuer plusieurs Unes. S'interroger sur :

- La fonction de l'utilisation de différents caractères (titres, légendes, accroche...).
- Le choix des images.

Observer la page d'accueil d'un des journaux que l'on vient d'étudier (par exemple : un journal pour enfants, 1 Jour, 1 actu ou le JDE).

- Dégager les similitudes : logotype (souvent avec ajout du .fr), marques de l'identité visuelle (couleurs, typographie...), date, devise, annonce de rubriques...
- Dégager les différences : rubriques remplacées par des onglets présentés le plus souvent horizontalement, présence plus importante de photos, infographies, voire de vidéos, de dossiers, un archivage des articles sur le site...
- Observer le changement de lecture. La Une est une « image » figée de l'actualité ; la page d'accueil du site fait l'objet d'une mise à jour permanente. Elle se consulte en scrollant puis en cliquant sur l'article choisi pour le lire en entier.

Comparer les trois plus gros titres de différents journaux d'un même jour. Sont-ils informatifs, incitatifs, accompagnés d'articles, de photos... ?

Dans quelles rubriques sont-ils développés ? S'agit-il des mêmes, d'un journal à l'autre ?

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Premier domaine d'apprentissage^[1]

Découvrir la fonction de l'écrit en utilisant différents supports.

CYCLE 2^[2]

Français

- Découvrir et comprendre un texte : parcourir le texte de manière rigoureuse et ordonnée ; identifier les informations clés et les relier ; identifier les liens logiques et chronologiques ; affronter des mots inconnus ; formuler des hypothèses...
- Écrire des textes de genres divers.
- Informer via le journal ou le blog de l'école.

Questionner le monde

Commencer à s'approprier un environnement numérique.

Arts plastiques

Explorer dans les médias les liens entre récit et images.

CYCLE 3

Français^[2]

- Comprendre des textes, des documents et des images et les interpréter.
- Identification, hiérarchisation des informations et mise en relation des informations.

Arts plastiques^[2]

Les différentes catégories d'images, leurs procédés de fabrication, leurs transformations.

Sciences et technologie^[2]

Repérer et comprendre la communication et la gestion de l'information.

Enseignement moral et civique^[3]

Éducation aux médias, dont la participation à la SPME.

Sources :

[1] BO spécial n° 2 du 26/03/2015.

[2] BO spécial n° 11 du 26/11/2015.

[3] BO spécial n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Salles [Daniel], Dufaut [Olivier], *Du papier à l'Internet : Les Unes des quotidiens*, SCÉRÉN, CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2010.

<http://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-vidéos/les-cles-des-médias/la-hiérarchie-de-linfo.html>

DÉCODER LES IMAGES DANS LES MÉDIAS^[*]

Fixes ou animées les images sont omniprésentes et constituent l'un des premiers contacts des enfants avec le monde des médias. D'une approche apparemment facile et immédiate, elles nécessitent pourtant des outils de lecture pour en permettre une utilisation réfléchie et critique.

CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

Constituer un corpus d'images trouvées dans la presse et d'images apportées par les enfants. Demander aux élèves de repérer les différences essentielles entre les images (couleur ou N/B, format, sujet, support...) puis de les classer selon différents genres : BD, dessins, infographies, cartes, photos, images publicitaires, photos de vacances, portraits de camarades. Constituer un « coin images » dans la classe.

Visionner une vidéo composée d'extraits de programmes télévisés connus des enfants. Leur proposer de retrouver : une publicité, la météo, un dessin animé, un documentaire animalier, un journal télévisé... Leur demander de justifier leur réponse.

Lire une actualité et demander aux élèves de l'illustrer.

CYCLE 2

ANALYSER UNE IMAGE

Distribuer et/ou projeter des photographies de presse. Questionner les élèves :

- Où était le photographe ? À quelle distance ? Introduire le vocabulaire : gros plan, plongée, contre-plongée...
- Que voyez-vous ? Que comprenez-vous ? Que ressentez-vous ? Faire prendre conscience que chacun donne un sens différent à une image (polysémie de l'image).

UNE PHOTOGRAPHIE NE REPRÉSENTE PAS LA RÉALITÉ, ELLE PEUT ÊTRE RETOUCHÉE, MISE EN SCÈNE

Distribuer une photographie à certains, des versions recadrées à d'autres et des versions retouchées aux derniers (suppression d'éléments, modification des couleurs...). Demander à chacun d'écrire une phrase pour décrire leur image. Comparer. Dévoiler qu'il s'agit de la même photographie initiale. Conclure en montrant que l'on peut faire dire des choses bien différentes à une même photographie.

CYCLE 3

ABORDER LA NOTION DE POINT DE VUE OU D'ANGLE

Choisir une photo d'actualité. La scanner et la recadrer avec un logiciel. Demander aux enfants d'imaginer et de décrire en quelques lignes le hors-champ. Lire les différents textes et comparer avec la photo initiale. Faire expliciter la notion de champ et de hors-champ et la notion de point de vue du photographe. Quelles étaient ses intentions : informer, illustrer, émouvoir... ?

DÉCOUVRIR LA RELATION TEXTE/IMAGE

Proposer à l'ensemble des élèves une photographie sans légende. Demander à chacun d'écrire une légende qui lui paraisse adaptée à cette image. Les élèves ont-ils perçu la même chose ? À partir de quels indices se sont constituées ressemblances et différences ?

Distribuer des articles, des légendes et des images découpés dans un journal. Faire retrouver l'article et/ou la légende associé à chaque image. Qu'apporte la photographie par rapport au texte (redondance, complémentarité, écart) ?

Visionner un extrait de reportage sur un sujet relatif au programme de géographie par exemple. Comparer les informations apportées par les images et celles apportées par le commentaire.

SOULIGNER L'IMPORTANCE DU DROIT D'AUTEUR

Faire repérer toutes les images publiées dans un journal. Demander ensuite d'entourer ou de surligner le crédit photo qui accompagne les photographies de presse et qui permet d'identifier le nom du photographe et, le cas échéant, celui de l'agence photographique pour laquelle il travaille. Rappeler que toute photographie appartient à celui qui l'a prise (voir p. 10 et 11).

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

Troisième domaine d'apprentissage

Caractériser les images, fixes ou animées, et leurs fonctions, distinguer le réel de sa représentation, afin d'avoir à terme un regard critique.

CYCLE 2⁽²⁾

Développer l'esprit critique

Français

- Produire des énoncés clairs en fonction des différentes situations de communication.
- Attendus de fin de cycle : écrire à partir de supports variés, poursuivre le début d'un texte, le détourner, légénder des photos.

Arts plastiques

- La représentation du monde : observer des productions plastiques et les mettre en relation avec les images du quotidien.
- Raconter et témoigner par les images.
- Découvrir le fonctionnement des images, en détourner le sens.
- Explorer dans les médias les liens entre récit et images.

CYCLE 3⁽²⁾

Français

- Observer et analyser des documents iconographiques.

Histoire et géographie

- Réaliser ou compléter des productions graphiques.
- Utiliser des cartes analogiques et numériques à différentes échelles, des photographies de paysages ou de lieux.

Arts plastiques

- Les différentes catégories d'images (artistiques, scientifiques ou documentaires, dessinées, peintes, photographiées, filmées) et leur transformation.
- Intégrer l'usage des outils informatiques au service de la pratique plastique.

Sources :

(1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

(2) *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Groison [David], Schouler [Pierangélique], *Prises de vue : décrypter la photo d'actu*, Actes Sud junior, 2012.

Mondzain [Marie-José], *Qu'est-ce que tu vois ?*, Gallimard Jeunesse, 2008.

Saint-Mars [Dominique de], Bloch, [Serge], *Max et Lili ont peur des images violentes*, Calligram, 2015.

[*] Voir aussi :

<http://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/les-cles-des-medias/peut-on-tout-montrer-dans-les-medias.html>

<http://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/les-cles-des-medias/les-journalistes-sont-ils-objectifs.html>

ÉCRIRE POUR INFORMER^[*]

Au regard d'autres types de textes, l'article de presse est original et répond à des codes précis. À chaque niveau de l'école primaire il est possible de faire écrire un texte informatif par des élèves. Cette activité s'inscrit dans une démarche citoyenne qui leur permettra d'exercer leur liberté d'expression.

CYCLE 1

S'EXPRIMER À PARTIR D'UNE IMAGE D'INFORMATION

Mettre à disposition des élèves des articles de journaux et de magazines. Leur demander ce qu'ils comprennent grâce aux images. Leur faire prendre conscience que ce que l'on y voit donne des informations sur ce qui est dit.

Faire écrire, sous forme de dictée à l'adulte, des hypothèses sur un événement : confirmer celles-ci en lisant l'article correspondant aux élèves.

Distribuer des photos prises par les élèves lors d'une activité de classe et leur demander d'en choisir chacun une. Sous forme de dictée à l'adulte, écrire ce que l'élève exprime à partir de la photo. Une fois tous les textes rédigés, réaliser un affichage des textes créés et des photos.

Prolongement. Réaliser un photo reportage (sur le thème du quartier par exemple) à l'aide du logiciel Photorécit qui permet d'intégrer très facilement du son. Les légendes pourront ainsi être dites et enregistrées par les enfants eux-mêmes.

CYCLE 2

ÉCRIRE POUR INFORMER : LA NOTION DE MESSAGE ESSENTIEL

À la suite de la découverte des journaux imprimés ou au moment de la création d'un journal d'école, proposer aux élèves de rédiger en groupe de courts articles qui informent sur des événements proches d'eux (travaux réalisés en classe, sorties, événements de la classe, de l'école, nouvelles du quartier...).

Leur demander de raconter un fait, en répondant aux questions suivantes : De qui s'agit-il ? De quoi s'agit-il ? Quand a-t-il eu lieu ? Où ? Et éventuellement : Comment ce fait s'est-il passé ? Pourquoi cela a-t-il eu lieu ? Il est important que chaque article soit accompagné d'une illustration (photo ou dessin) apportant des informations qui seront utiles lors de la phase de rédaction.

CYCLE 3

ÉCRIRE COMME UN JOURNALISTE

Après avoir lu des articles de presse et en avoir dégagé les invariants (titre, chapô, intertitres, signature, illustration, légende...), proposer aux élèves d'écrire à leur tour des textes pour informer.

Avant de se lancer, rappeler les règles suivantes :

- Définir le sujet de l'article, se demander en quoi il va intéresser les lecteurs puis choisir un angle (par exemple, si le sujet est les JO, différents angles seront possibles : le sport féminin, le dopage, les retombées pour le pays organisateur...).
- Chercher l'information, vérifier et recouper les sources (au moins trois sources différentes qui disent la même chose).
- Être concis, précis, faire des phrases courtes.
- Penser à illustrer (ne pas oublier légende et crédit) et signer son article.

Pour la phase de rédaction, veiller à répondre dès le début aux questions essentielles : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? (règle de la pyramide inversée)

L'écriture du titre se fera à la fin (informatif ou incitatif, ou les deux).

Qui ? Quoi ? Quand ?
Où ?
Comment ?
Pourquoi ?
Précisions
Détails

LA RÉDACTION : RÈGLE DE LA PYRAMIDE INVERSÉE

Les informations essentielles sont données dès le début de l'article pour capter et renseigner le lecteur.

Le premier paragraphe doit répondre aux quatre questions :

Qui ? Quoi ? Quand ? Où ?

Viennent ensuite les réponses aux questions : Comment ? et Pourquoi ?

Puis, on rédige les explications, les précisions éventuelles, les détails.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1^[1]

Mobiliser le langage dans toutes ses dimensions (oral et écrit).

CYCLE 2^[2]

Français

- Produire des énoncés clairs en tenant compte de l'objet du propos et des interlocuteurs.
- Rédiger un texte cohérent [1/2 page environ].

Questionner le monde

- Commencer à s'approprier un environnement numérique.
- Se familiariser avec le traitement de texte.

CYCLE 3

Français

- Produire des écrits variés.
- Écrire avec un clavier rapidement et efficacement.

Sciences et technologie

Repérer et comprendre la communication et la gestion de l'information.

Sources :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Castéran (Claude), *Aux sources de l'info, l'Agence France-Presse*, Actes-Sud junior, 2012.

Combres (Elisabeth), Thinard (Florence), *Les 1000 mots de l'info : pour décrypter l'actualité*, Gallimard Jeunesse, 2010.

Famery (Pascal), Leroy (Philippe), *Réaliser un journal d'information*, Milan, coll. « Les Essentiels », 2007.

Gazsi (Mélina), Vielcanet (Florence), *Les Dessous de l'info*, La Martinière Jeunesse, 2010.

[*] Voir aussi :

<http://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/les-cles-des-medias/cest-quoi-une-information.html>

<http://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/les-cles-des-medias/quest-ce-quune-source.html>

ÉCRIRE POUR INFORMER SUR LE WEB

Plus courte, plus interactive, l'écriture d'un article pour le web répond à des règles différentes de celles d'un journal papier. À l'heure où le numérique et les médias sociaux envahissent notre quotidien, apprendre ces règles aux enfants est primordial. Dans tous les cas, on aura créé au préalable un compte Twitter pour la classe.

CYCLE 1

APPRENDRE À TWEETER

Rédiger avec des élèves des tweets (140 caractères maxi) pour décrire ce qui est fait en classe ou établir une correspondance scolaire. Décider collectivement des phrases à écrire qui sont rédigées sous forme de dictée à l'adulte sur une ardoise. Les élèves sont ensuite répartis en binôme afin de rédiger les phrases sur Twitter en recopiant l'écrit de l'ardoise. Les élèves appellent l'enseignant afin qu'il puisse corriger les erreurs, si nécessaire, et donner sa validation pour tweeter.

CYCLE 2

FAIRE RÉALISER UN STORIFY (*) À PARTIR DE TWEETS RELATANT UN ÉVÉNEMENT DANS LA CLASSE OU DÉCRIVANT UN PROJET

Créer au préalable un compte Storify pour la classe. L'objectif est de travailler la chronologie, le tri des tweets et la rédaction de titres introductifs, afin de réaliser un descriptif de l'action et produire ainsi une information triée et hiérarchisée.

METTRE EN PLACE UN PROJET D'ÉCRITURE COLLABORATIVE SUR WIKIPÉDIA

Créer au préalable un compte pour la classe. Contribuer à l'enrichissement de l'article de Wikipédia sur sa commune, par exemple. Ce projet permettra d'aborder les notions essentielles à la recherche documentaire, notamment sur Internet, à l'écriture collaborative et au développement de l'esprit critique.

CYCLE 3

RESPECTER LES 5 W EN TWITTANT

En utilisant le réseau social Twitter, comparer des tweets de l'AFP, de quotidiens régionaux ou nationaux à propos de la même information. Dans le travail de comparaison utiliser la règle des 5 W (Qui? Quoi? Quand? Où? Pourquoi?). Les élèves produisent ensuite un tweet de 140 caractères décrivant un événement de l'école, en appliquant les règles journalistiques étudiées précédemment.

PUBLIER DES ARTICLES SUR UN BLOG

Les blogs sont des sites web simplifiés qui permettent de publier facilement des articles. On pourra demander la création d'un blog d'école (en passant par le service informatique de l'académie) ou utiliser la plateforme Tumblr.com qui permet de poster très facilement textes, images, photos, vidéos.

ALERTER SUR LES DANGERS DES RÉSEAUX SOCIAUX

Insister sur le fait qu'un réseau social n'est pas un journal. Être journaliste est un métier. Un journaliste a le devoir de vérifier une information avant de la diffuser. En revanche, sur les réseaux sociaux, n'importe qui a la possibilité de diffuser n'importe quoi, même de fausses informations... D'où l'importance de chercher à démêler le vrai du faux et de ne pas tout croire.

[*] Storify est un outil de curation sur le web.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

Mobiliser le langage dans toutes ses dimensions [oral et écrit].

CYCLE 2⁽²⁾

Français

- Produire des énoncés clairs en tenant compte de l'objet du propos et des interlocuteurs.
- Rédiger un texte cohérent [1/2 page environ].

Questionner le monde

- Commencer à s'approprier un environnement numérique.
- Se familiariser avec le traitement de texte.

CYCLE 3

Français

- Produire des écrits variés.
- Écrire avec un clavier rapidement et efficacement.

Sciences et technologie

Repérer et comprendre la communication et la gestion de l'information.

Sources :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Attention, certains propos [racistes, calomnieux, homophobes] font courir des risques pénaux à leurs auteurs ou leurs parents s'ils sont mineurs. Voir *Le Guide de la famille Tout-Écran*, CLEMI, Paris, 2017.

Acou-Bouaziz (Katrin), Acou (Alexandre), *Internet à l'école, lancez-vous!*, Retz, 2015.

ÉcriTech, Un colloque annuel sur l'utilisation des technologies numériques mobiles à l'école. www.ecriture-technologie.com

RECHERCHER UNE INFORMATION SUR INTERNET

Naviguer sur Internet pour rechercher, sélectionner, vérifier l'information en ligne nécessite un apprentissage.

CYCLE 1

DÉCOUVRIR UN SUPPORT MULTIMÉDIA

Laisser les enfants explorer ce qu'ils peuvent faire avec un ordinateur : jouer, écrire, regarder un DVD... Avec Internet : rechercher une histoire, un jeu, une vidéo, un horaire de train, une recette de cuisine, une information, écrire à quelqu'un...

Leur proposer de rechercher sur Internet, par le biais d'un moteur de recherche, des documents absents de la BCD : par exemple, un conte africain, des informations sur les dinosaures... Leur faire repérer les textes, les images, les liens hypertextes.

CYCLE 2

S'INITIER À LA RECHERCHE SUR INTERNET AVEC QWANT JUNIOR^(*)

Rechercher des informations et des images sur un thème (vie animale, habitats...) pour alimenter ou illustrer un projet d'écriture :

- Sélectionner avec les élèves les mots-clés à utiliser pour leur recherche.
- Leur faire repérer, à partir des codes couleurs et typographiques, les trois niveaux d'information proposés pour chacun des sites sélectionnés. Les nommer : le nom du site, son adresse URL et son texte de présentation avec les mots-clés en gras.
- Leur demander de proposer des hypothèses sur le contenu de chacun des sites.
- Vérifier avec eux leurs hypothèses en les accompagnant dans la lecture et la découverte des sites.
- Rechercher avec eux, à l'aide du moteur de recherche, des images correspondant à leur sujet.

CYCLE 3

RECHERCHER SUR INTERNET PAR L'APPRENTISSAGE D'UNE PRATIQUE RAISONNÉE

L'exercice a pour objectif de mettre en évidence la complémentarité des supports. Les élèves ont à leur disposition un quotidien régional, un quotidien national, un magazine d'information spécialisée et un accès à des sites Internet. À la suite de questions débattues dans le cadre du programme de géographie, demander aux élèves, répartis par groupes, de rechercher successivement :

- Une information sur leur commune ou leur arrondissement, s'ils habitent une très grande ville.
- Les prévisions météorologiques d'une capitale européenne.
- Une information politique sur un pays étranger.
- Les résultats d'un match de football récent...

Les élèves effectuent leurs recherches sur les différents supports à leur disposition. Lors de la mise en commun, ils donnent les résultats de leur travail, s'interrogent sur leurs échecs éventuels et formulent des avantages et des inconvénients pour chacun des supports utilisés (pertinence et fiabilité de l'information : précision, actualisation, identification de l'auteur, contextualisation, illustration, etc.).

^(*) Qwant junior est un site de recherche sécurisé pour enfants.
Poussière d'étoiles est un autre moteur de recherche à destination des 8-13 ans.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

Cinquième domaine d'apprentissage

- Rechercher des informations sur des sites internet, grâce à la médiation du maître.
- Effectuer des recherches ciblées, via les réseaux internet, avec le maître.

CYCLE 2⁽²⁾

Questionner le monde

Pratiquer des langages

Extraire d'un texte ou d'une ressource documentaire une information qui répond à un besoin, une question.

Modéliser des outils numériques

Découvrir des outils numériques pour dessiner, communiquer, rechercher et restituer des informations simples.

CYCLE 3⁽³⁾

EMC

- Penser par soi-même et avec les autres.
- Prendre conscience des enjeux civiques de l'usage de l'informatique et de l'Internet et adopter une attitude critique face aux résultats obtenus.

Sources :

- [1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.
[3] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Gifford (Clive), *Histoire de la révolution numérique*, Gallimard Jeunesse, 2012.

Quignaux (Jean-Pierre), *Internet, nos enfants et nous!*, Bayard Jeunesse, 2008.

Saint-Mars de (Dominique), Bloch (Serge), *Lili se fait piéger sur Internet*, Calligram, coll. « Ainsi va la vie » (à partir de 6 ans), 2006.

Mattatia (Fabrice), *Expliquer Internet et la loi en milieu scolaire*, Canopé éditions et éditions Eyrolle, 2015.

Site : Internet Responsable, MENESR (DGESCO), <http://eduscol.education.fr/internet-responsable>

DEVENIR LECTEUR D'IMAGES EN REGARDANT LA TÉLÉVISION

Bien avant de savoir lire, les enfants sont exposés à l'abondance et à la diversité des images télévisuelles. Leur permettre de percevoir la variété de ces images dans leur forme, leur statut et leur mode de production, c'est les aider à se dégager de leur emprise émotionnelle et à devenir des lecteurs avisés et critiques.

CYCLE 1

Avant de lancer des activités sur les images télévisuelles, il est intéressant d'interroger les élèves sur la façon dont ils regardent habituellement la télévision : Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ? Quoi ?

SÉRIER LES DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

Enregistrer une série d'extraits de programmes télévisés connus des enfants, les visionner dans le cadre de la classe et proposer de retrouver : une publicité, la météo, un dessin animé, un documentaire animalier, un journal télévisé... Leur demander de justifier leur réponse.

À partir de l'adaptation télévisée d'un livre ou d'un album :

- Isoler à l'écran une image en pause et la faire retrouver dans l'album. Inversement, chercher une image de l'album et la repérer au cours d'un visionnage.
- Rechercher si toutes les planches ou images de l'album sont reprises à l'écran. Faire constater les différences et les similitudes au niveau des personnages, du décor...
- Travailler sur la bande-son. Qu'est-ce qui permet de mieux différencier les personnages par rapport à l'album ? Y a-t-il d'autres voix que celles des personnages ? Qu'apporte la musique ?

CYCLE 2

PRENDRE CONSCIENCE DE L'ACTIVITÉ DE TÉLÉSPECTATEUR ET DE LA DIVERSITÉ DES ÉMISSIONS

Enregistrer au préalable 15 minutes d'extraits d'émissions très diverses, supposées connues des enfants (dessin animé, journal télévisé, match de football, jeu, publicité, série, documentaire, émission de divertissement, de télé-réalité...).

Les élèves regardent en continu les extraits (durée moyenne de 2 minutes) : ont-ils reconnu des émissions ? Si oui, lesquelles ? Qu'ont-ils reconnu : la musique, les images, les personnages, le présentateur ? Parmi les émissions qu'ils reconnaissent, lesquelles regardent-ils le plus souvent ? À qui s'adressent-elles : aux adultes, aux enfants ?

À partir d'un extrait déjà visionné, demander aux élèves de décrire les indices visuels et sonores sur lesquels ils s'appuient pour identifier le genre de l'extrait.

CYCLE 3

REPÉRER LA SPÉCIFICITÉ DE L'INFORMATION À LA TÉLÉVISION

Visionner avec les élèves un JT pour enfant (Arte Junior, LCI le Petit JT) sans consigne préalable.

Leur demander ensuite de résumer oralement ou par écrit les sujets qu'ils ont retenus.

Effectuer un deuxième visionnage et dresser au tableau la liste des sujets traités dans l'ordre de leur apparition. Comptabiliser le nombre de sujets. Comparer avec le résumé des élèves : Quels sont les sujets oubliés ? Pourquoi : trop difficile, trop loin de leurs préoccupations ?

Faire distinguer dans un tableau à double colonne : « l'info chaude » (actualité très récente) de « l'info froide » (information qui pourrait être diffusée un autre jour sans perte de sens). Introduire la notion de temps et de choix de l'info.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

Troisième domaine d'apprentissage

Caractériser les différentes images, fixes ou animées, et leurs fonctions, distinguer le réel de sa représentation, afin d'avoir à terme un regard critique.

CYCLE 2⁽²⁾

L'ÉMI permet de préparer l'exercice du jugement et de développer l'esprit critique

Français⁽²⁾

- Produire des énoncés clairs en fonction de différentes situations de communication.
- Rédiger un texte cohérent (1/2 page).

Arts plastiques⁽²⁾

- La représentation du monde : observer des productions plastiques et les mettre en relation avec les images issues de la publicité.
- Raconter et témoigner par les images.
- Explorer dans les médias les liens entre récit et images.

Éducation musicale⁽²⁾

Décrire et comparer des éléments sonores.

Enseignement moral et civique⁽³⁾

Exprimer et justifier un point de vue dans une argumentation courte.

CYCLE 3⁽²⁾

L'ÉMI développe l'esprit critique

Arts plastiques⁽²⁾

Les différentes catégories d'images (artistiques, scientifiques, documentaires, dessinées, peintes, photographiées, filmées...) et leur transformation.

Enseignement moral et civique⁽³⁾

Entraînement à l'argumentation et au débat argumenté.

Sources :

(1) BO spécial n° 2 du 26/03/2015.

(2) BO spécial n° 11 du 26/11/2015.

(3) BO spécial n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Bachmann (Sophie), Barreyre (Christophe), Casalta (Jean-Emmanuel), Mocik (Jean-Claude), *La Télévision à petits pas*, Actes Sud Junior, INA, 2008.

Arte Journal Junior, le JT pour les 8-12 ans :

info.arte.tv/fr/revoir-arte-journal-junior
<http://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/les-cles-des-medias/info-en-continu-comment-faire-le-tri.html>
<http://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/les-cles-des-medias/les-chaines-sur-internet>

EXERCER SON ESPRIT CRITIQUE FACE À LA PUB

Les messages publicitaires sont de plus en plus intrusifs dans la vie des enfants. Il est essentiel de leur faire prendre conscience, dès leur plus jeune âge, qu'ils sont des cibles publicitaires. Leur proposer de devenir, à leur tour, créateurs de messages publicitaires contribuera à en faire des consommateurs avertis.

CYCLE 1

APPRENDRE À REPÉRER LES PUBLICITÉS DANS LES MÉDIAS

Proposer aux élèves de faire un tri parmi différents types d'images trouvées dans la presse. À quoi reconnaît-on une publicité? À quoi sert-elle? Les non-lecteurs peuvent-ils les comprendre? Certaines publicités sont-elles déjà connues des élèves?

Afficher au tableau dix publicités à observer pendant plusieurs minutes. Par groupe, les enfants doivent ensuite essayer de les retrouver parmi un choix d'une quinzaine de publicités. Faire retrouver aux élèves une publicité pour un produit alimentaire, une voiture, un jouet...

Enregistrer au préalable un extrait de dessin animé et de publicités diffusées avant, après et pendant ce dessin animé. Visionner et demander aux enfants ce qu'ils ont vu? Ont-ils repéré la publicité? Comment? À quoi sert-elle?... L'objectif est de les sensibiliser au fait qu'ils sont des cibles privilégiées.

CYCLE 2

LIRE DES MESSAGES PUBLICITAIRES ET EXERCER UN REGARD CRITIQUE

Lister tous les endroits où l'on peut trouver de la publicité pour faire prendre conscience qu'elle est partout, et pas uniquement dans les médias (dans la rue, les transports en commun, les stades...). Distribuer des journaux et magazines. Faire repérer l'emplacement des publicités et demander d'identifier les produits. Montrer que la publicité cible un public précis (images différentes si magazine féminin, journal ou magazine pour enfants). Proposer à chaque élève de choisir une publicité qui lui a particulièrement plu (ou déplu) et de discuter les raisons de son choix.

Suite à plusieurs visionnages d'un spot publicitaire, analyser :

- Le produit : De quoi s'agit-il? À qui est-il destiné? Quand et combien de fois prononce-t-on son nom? Le produit apparaît-il tel qu'il est en réalité?
- Le son : Qui parle, pour dire quoi? Y a-t-il une voix off (masculine, féminine, enfantine)? Y a-t-il de la musique (connue : jingle)? À quel moment?
- Les personnages : Qui sont-ils (connus)? Pourquoi ont-ils été choisis? Comment sont-ils?
- La mise en scène : L'environnement est-il réel/imaginaire? Quel rapport peut-on établir entre le décor et le produit? Ce que l'on voit à l'écran est-il possible ou crédible dans la réalité?

En fin de séance, visionner un autre spot, sans faire de commentaires. Le lendemain, demander si les élèves se souviennent de la publicité vue la veille. Qu'ont-ils retenu de ce que disait la publicité?

CYCLE 3

RÉALISER UNE PUBLICITÉ

Afficher quelques publicités au tableau et effectuer une première comparaison. Repérer les constituants : slogan, produit, marque, logo, image...

- Analyser les slogans : jeux de mots, rimes... Le nom du produit apparaît-il?

Prolongement : Proposer une liste de slogans, sans image et demander d'effectuer un tri. Discuter des critères de tri. Faire associer slogan et produit et/ou à sa marque. Est-ce toujours possible?

- Analyser les images : Comparer image du produit et produit réel. Attirer l'attention sur le fait que les images ne reflètent pas toujours la réalité pour donner envie d'acheter.

- Faire créer par l'élève (ou en groupe) sa propre publicité pour un produit d'une marque inventée : slogan, visuel, logo. Mettre en valeur les productions des élèves : Internet, exposition.

- Visionner des publicités télévisées ou écouter des publicités radiophoniques : de quelles publicités se souviennent-ils? Pourquoi? Qu'ont-ils retenu? Quels messages a-t-on voulu faire passer? Différence télévision/radio (rôle du son, du choix des mots, de la voix, de la musique...) : est-il facile de donner envie sans image? Proposer de faire l'exercice à la maison en famille.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

Premier domaine d'apprentissage
Découvrir la fonction de l'écrit.

Troisième domaine d'apprentissage

- Observer, comprendre et transformer des images.
- Caractériser les différentes images, fixes ou animées, et leurs fonctions ; distinguer le réel de sa représentation, afin d'avoir à terme un regard critique sur la multitude des images.

CYCLE 2⁽²⁾

L'ÉMI permet de préparer l'exercice du jugement et de développer l'esprit critique

Français

- Attendus de fin de cycle :
- Produire des énoncés clairs en fonction des situations de communication.
 - Rédiger un texte cohérent (1/2 page environ).

Arts plastiques

- La représentation du monde : observer des productions plastiques et les mettre en relation avec les images de l'environnement des élèves et les images issues de la publicité.
- Raconter et témoigner par les images.
- Intervenir sur une image existante, découvrir son fonctionnement, en détourner le sens.
- Explorer dans les médias les liens entre récit et images.

CYCLE 3⁽²⁾

Histoire et géographie

- Écrire pour structurer sa pensée et son savoir, pour argumenter et écrire pour communiquer et échanger.
- Utiliser les outils numériques en vue de réalisations collectives.

Arts plastiques

Intégrer l'usage des outils informatiques dans la pratique plastique [travail de l'image et de recherche d'information].

Sources :

- (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
- (2) *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Le Monde d'aujourd'hui expliqué aux enfants : la publicité, Gallimard jeunesse, 2012.

« Comment être pubmalin », site d'éducation à la publicité et aux médias : www.pubmalin.fr

<http://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/les-cles-des-medias/la-publicite-dans-les-medias.html>

LA RADIO, UN MÉDIA AU SERVICE DES APPRENTISSAGES

Les outils numériques et Internet rendent accessibles à tous la réalisation et la diffusion de contenus audio. L'occasion d'un travail approfondi de la langue et de notions essentielles de l'ÉMI, dans une situation de communication authentique.

CYCLE 1

RACONTER UNE HISTOIRE À LA RADIO. METTRE EN VOIX ET EN SONS UN ALBUM

Travailler la compréhension et la mémorisation d'un album :

- Identifier les différents personnages, les lieux, les temps.
- Que se passe-t-il dans cette histoire ? Qui parle ?

Apprendre à raconter pour être écouté par d'autres enfants :

- Comprendre un texte lu, le mémoriser, l'enregistrer.

Associer des images et des sons :

- Proposer aux élèves des sons prélevés dans des banques de sons. Choisir ceux qui évoquent les lieux ou les personnages et qui seront utilisés dans l'histoire. Enregistrer des onomatopées.

Travailler la chronologie à l'aide d'un logiciel de montage (Audacity) :

- Importer « en vrac » des éléments sonores (voix et sons).
- Les remettre dans l'ordre.

Découvrir la séquence pédagogique proposée par Michelle Merit (CPC – CLEMI Nantes) :

<https://www.ozp.fr/spip.php?article19766>

CYCLE 2

RÉALISER DES BULLETINS MÉTÉOS RADIOPHONIQUES

- Rechercher des exemples de bulletins météo dans différents médias ou sur le site de météo France (locaux, nationaux ou internationaux).
- Dans la presse, sur Internet, à la télévision, identifier et lire les symboles. Repérer les différentes informations (météo, éphéméride...). Caractériser le ton.
- Comparer des météo radios, et des météo en images (TV ou presse).
- Faire écrire et enregistrer son propre bulletin météo pour la radio.^(*)

CYCLE 3

RÉALISER UNE REVUE DE PRESSE RADIOPHONIQUE

- Demander aux élèves de sélectionner des articles dans les journaux pour enfants.^(**)
- Leur faire compléter leurs informations avec les sources documentaires à leur disposition.
- Leur faire rédiger pour la radio leurs propres articles.

Règle du jeu pour les jeunes journalistes : *tu ne dois pas utiliser les phrases du document que tu as choisi. Tu dois comprendre ce document puis créer ton propre texte.*

- Organiser l'enregistrement à l'aide d'un conducteur.

Grâce à cette activité les élèves comprennent qu'avant l'élaboration d'un article, s'est tenue une conférence de rédaction, lors de laquelle une information a été sélectionnée, puis confiée à un journaliste qui a choisi un angle pour la traiter.

Sources : <http://www.ac-rouen.fr/espaces-pedagogiques/numerique-educatif/le-podcast-un-outil-au-service-de-l-enseignement-16404.kjsp>

Un exemple sonore : <http://podcast.ac-rouen.fr/recherche.php?id=555>

Intérêt pédagogique : À la radio les paroles restent !

L'enregistrement offre la possibilité à l'élève de s'évaluer et de travailler en autonomie ou en petit groupe la mise en voix de sa lecture, loin de la pression de la classe. Cela permet aussi à l'enseignant d'avoir une trace objective. En apprenant à reconnaître les groupes de sens, les groupes de souffle, à préparer son texte, en le bâtonnant comme le font certains professionnels, un élève motivé par la perspective du passage à la radio peut améliorer de façon significative ses compétences dans ce domaine.

[*] Ce travail peut être aussi réalisé en langue étrangère.

[**] Tels : *Mon Quotidien* (www.playbac.fr), *Le Journal des Enfants* (www.jde.fr), *Un jour une actu* (<http://www.1jour1actu.com>)...

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

Mobiliser le langage (oral et écrit)

- Oser entrer en communication.
- Comprendre et apprendre.
- Échanger et réfléchir avec les autres.
- Écouter de l'écrit et le comprendre.

Découvrir la fonction de l'écrit

CYCLE 2⁽²⁾

Produire des écrits en s'appropriant une démarche

- Lire à voix haute (lien avec le langage oral).
- Mobilisation des compétences de décodage et de compréhension d'un texte.
- Identification et prise en compte des marques de ponctuation.
- Recherche d'effets à produire sur l'auditoire en lien avec la compréhension (expressivité).

Se repérer dans l'espace

- Situer un lieu sur une carte, sur un globe ou sur un écran informatique.

Se repérer dans le temps

CYCLE 3

Comprendre des documents et les interpréter

- Identifier, hiérarchiser et mettre en relation des informations.

Produire des écrits variés

- Écrire pour structurer sa pensée et son savoir, argumenter, communiquer et échanger.

Utiliser les outils numériques en vue de réalisations collectives

ÉMI

Sources :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

<https://blogpeda.ac-bordeaux.fr/clemibordeaux/>

<http://www.clemi.fr/fr/medias-scolaires/creer-une-webradio.html>

<http://eduscol.education.fr/numerique/dossier/archives/baladodiffusion/usages-enseignement-primaire/radios-scolaires>

http://web.ac-reims.fr/dsden52/ercom/documents/maitrise_des_tuic/160713_documents_groupe_da_tice/160713_web_radio_doc_ecole.pdf

S'INFORMER : DU MÉDIA AU TRANSMÉDIA

Les médias se réinventent avec leurs sites d'information en ligne. L'Internet conditionne des stratégies nouvelles de présentation et de contenu, qui visent autant à affirmer leur présence en ligne qu'à bâtir des communautés d'utilisateurs et les séduire par une information transmédia.

COLLÈGE

DÉCOUVRIR UN MÉDIA EN LIGNE

Observer la page d'accueil d'un site d'informations national ou régional, comprendre son projet éditorial, identifier ses choix numériques.

Analyser au préalable la page des résultats présentés par le moteur de recherche utilisé pour accéder au titre : description du média, accès à certaines rubriques, actualités du média, autres entrées possibles du média (page Facebook, etc.), de même que les « recherches associées ».

Recueillir les premières impressions. Sur la page d'accueil, observer, pour comprendre l'idée de communauté, la dimension sociale du média. Recenser les propositions adressées à l'internaute pour engager la conversation : s'inscrire à un club, à une lettre d'information, pour commenter, garder le contact via les réseaux sociaux, contribuer sur un forum, fournir des photos, des informations, répondre à des sondages, etc.

Dégager le modèle économique du média en remarquant les mentions relatives aux abonnements ; et plus généralement tout ce qui relève du marketing (autres supports, ventes d'espaces, etc.) et de la publicité (éventuellement le publi-rédactionnel).

Recenser les offres d'informations qui se réfèrent à l'actualité « instantanée » et les caractériser : dépêches AFP, fils Twitter, classement des informations, diaporamas, rubriques spéciales, vidéos, etc.

Étudier la navigation dans les contenus à partir des menus, sous-menus et rubriques ; remarquer que les sites peuvent abriter plusieurs autres sites correspondant à des suppléments imprimés ou pas ; faire remarquer la place spécifique de la vidéo sur les sites d'information des grands médias « traditionnels » : chaîne TV du Figaro.fr, du Télégramme.fr..., complémentarité des médias autour de L'Équipe (un magazine, une chaîne de la TNT, un site).

Comparer le site d'information d'un journal avec son édition imprimée du jour. Recenser les éléments absents de la version papier et faire découvrir leurs raisons d'être : liens hypertextes, boutons de partage et de recommandation, commentaires, forums, blogs, archives, revues du Web, classements des articles, diaporama, vidéos. À l'inverse, noter ce que la version numérique ne propose pas (BD, jeux, articles phares, petites annonces, etc.).

LYCÉE

DÉCOUVRIR UN WEBDOCUMENTAIRE

Visionner un webdocumentaire (Lemonde.fr, Arte.tv, France5.fr) pour repérer la spécificité éditoriale de ce nouveau mode narratif : le récit n'est plus linéaire mais se construit par unité de sens. L'élève revient à sa guise à n'importe quel point du documentaire ou visionne l'intégralité.

Discuter des spécificités du webdocumentaire et comparer la diversité des modes de lecture selon les supports (livre, film, encyclopédie en ligne...)

Rechercher les ressources intégrées au webdocumentaire (photos, textes, illustrations, vidéos, bande-son) et analyser l'usage des nouvelles fonctionnalités (liens hypertextes, partage, interactivité).

Recueillir le sentiment des élèves sur ce dispositif. Comment l'information circule-t-elle dans un webdocumentaire ? On le qualifie parfois de « nouvel horizon du journalisme » : qu'en pensez-vous ?

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français

Cycle 3 - Comprendre des textes, des documents et des images et les interpréter.^[1]

Cycle 4 - Lire des images, des documents composites (y compris numériques) et des textes non littéraires.^[1]

Culture littéraire et artistique

Cycle 4 - Découvrir des articles, des reportages, des images d'information sur des supports et dans des formats divers, se rapportant à un même événement, à une question de société ou à une thématique commune.^[1]

Histoire et géographie

Cycles 3 et 4 - S'informer dans le monde du numérique ; Analyser et comprendre un document.^[1]

Sciences et technologies

Cycle 3 - Mobiliser des outils numériques.^[1]

ÉMI

Cycle 4 - Utiliser les médias et les informations de manière autonome : Se familiariser avec les différents modes d'expression des médias en utilisant leurs canaux de diffusion ; Exploiter les modes d'organisation de l'information dans un corpus documentaire.^[1]

EMC

Cycle 3 - Prendre conscience des enjeux civiques de l'usage de l'informatique et de l'Internet et adopter une attitude critique.^[2]

LYCÉE

Français

2nde Bac Pro - Distinguer information, commentaire, prise de position, s'interroger sur le contexte de production d'une information.^[3]

Littérature et société

2nde Générale - Donner aux élèves les moyens d'utiliser la presse et les nouveaux médias.^[4]

EMC

1^{er} - Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information.^[2]

Sources :

- [1] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.
- [2] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.
- [3] *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.
- [4] *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

Le Guide des sites web d'information, Développement Presse Médias, 2011.

Charon (Jean-Marie), Le Floch (Patrick), *La Presse en ligne*, La Découverte, coll. « Repères », 2011.

S'INFORMER : D'UN ÉCRAN À L'AUTRE

À l'époque où le téléspectateur se dote de multiples écrans, l'information télévisée se réinvente. Le sacro-saint « journal de 20 heures » n'est sans doute pas en passe de disparaître, mais il lui faut dorénavant de l'interaction, du partage, des réactions, des échanges, via le « second écran » et la télévision connectée.

COLLÈGE

DÉCOUVRIR UN JOURNAL TÉLÉVISÉ DANS TOUTES SES DIMENSIONS

Sachant que le générique du début d'un journal télévisé s'efforce d'illustrer la conception qu'une chaîne se fait de l'information, comparer les génériques de plusieurs JT : types d'images, de sons, enchaînements et couleurs... En dégager les intentions des concepteurs.

Dégager les différents rôles tenus par le présentateur : informateur, médiateur par rapport aux téléspectateurs, animateur du plateau, porte-parole de la rédaction, annonceur de la suite des programmes... Dans les différents cas, relever les changements, parfois infimes, dans la manière de se tenir et de s'exprimer ; caractériser son style, plus particulièrement sa tenue, sa gestuelle, son ton, son registre de langue, ses intonations, son débit, ses mimiques, sa façon de prendre position face aux informations... Rechercher dans un JT des exemples dans lesquels le présentateur tente de respecter le double contrat de la communication médiatique : le contrat de sérieux (assurer la crédibilité de l'information) et le contrat de plaisir (capter le plus grand nombre de téléspectateurs).

Travailler la structure du journal télévisé : choix, hiérarchisation. Visionner des journaux d'une même journée sur des chaînes différentes. Repérer les sujets et leur ordre d'apparition. Sont-ils les mêmes sur toutes les chaînes ? Noter les différences ou similitudes.

Étudier la structure d'un reportage. Visionner un reportage sans la bande-son. Repérer les indices qui permettent d'identifier les événements, les faits. Émettre des hypothèses. Visionner le reportage avec le son. Quel est son rôle : informations supplémentaires, émotion, dramatisation... ? Définir le rôle des images : donnent-elles plus de réalité, de compréhension, de crédibilité aux faits ? Jouent-elles un rôle émotionnel ou ne sont-elles que des redondances ou de simples illustrations ?

AU LYCÉE

ABORDER LES AUTRES FORMES DE L'INFORMATION TÉLÉVISÉE

Étudier le mode de fonctionnement des chaînes d'information en continu et opposer leurs inconvénients (une simplification caricaturale des faits, une accélération des informations, un manque de profondeur d'analyse ou de vérifications factuelles élémentaires...) et leurs avantages (une réactivité à l'événement, une mise en débat permanent sur des sujets problématiques, un lien social utile et une vitalisation du pluralisme de l'information...).

Recenser les formes sous lesquelles un reportage d'un journal télévisé peut être revu et développé, au-delà de sa programmation dans le flux télévisuel à 13 heures ou 20 heures : comment apparaît-il enrichi sur Internet, sur un smartphone, sur une tablette ? Observer notamment les sites d'informations de TF1 (MyTF1News) et France 2 (FranceTVinfo) : comment fonctionne le « live » qui réactualise l'information en permanence ? Quel est le rôle des réseaux sociaux, et notamment de Twitter, dans cet enrichissement de l'information télévisée ? Comment invite-t-on le téléspectateur-internaute à participer au développement de l'information en ligne et à contribuer au partage de cette information ?

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français

Cycle 3 - Comprendre des textes, des documents et des images et les interpréter.^[1]

Arts plastiques

Cycle 4 - La narration visuelle.^[2]

ÉMI

Cycle 4 - Utiliser les différents médias et les informations de manière autonome en utilisant leurs canaux de diffusion.^[3]

EMC

Cycle 4 - Penser par soi-même et avec les autres. Le jugement critique.^[4]

LYCÉE

Littérature et société

2^{de} Générale - Le journal télévisé : quelle écriture de l'actualité ?^[5]

LVE

Bac Pro - Comprendre les grandes lignes d'un JT.^[6]

Français

Bac Pro 2^{de} - S'intéresser à l'actualité, lire la presse, regarder un journal télévisé...^[7]

Enseignement scientifique

1^{re} L et ES - Utiliser des arguments scientifiques pour confirmer ou infirmer certaines affirmations véhiculées dans les médias.^[8]

Histoire-géographie

Terminale (séries L et ES) - Médias et opinions publiques.^[9]

EMC

1^{re} - Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information : spécificité et rôle des différents médias et éléments de méthode permettant la compréhension critique des informations dont ils sont porteurs.^[10]

Sources :

- [1] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.
- [2] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.
- [3] *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.
- [4] *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.
- [5] *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010.
- [6] *BO* n° 42 du 14/11/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

Lancien (Thierry), *Le Journal télévisé : de l'événement à sa représentation*, Presses universitaires de Bordeaux, 2011.

Lochard (Guy), *L'Information télévisée : mutations professionnelles et enjeux citoyens*, Vuibert/ INA/ CLEMI, 2005.

Les dates de l'histoire des médias : <http://www.inaglobal.fr/chronologies-medias>

Méta_media, le blog collectif de France Télévisions : <http://meta-media.fr/>

VÉRIFIER LES SOURCES

Avant de publier une information, de réaliser un reportage télévisé ou radiophonique, le journaliste se doit de vérifier et recouper ses informations. Mais il est parfois difficile d'apprécier exactement la crédibilité de certaines sources : certains informateurs ne souhaitent pas être cités et la référence explicite de l'origine de l'information n'est pas toujours donnée. Sur Internet, l'abondance des informations diffusées et la multiplicité des émetteurs rendent le repérage et l'origine de ces sources d'autant plus nécessaires.

COLLÈGE

REPÉRER LA MISE EN SCÈNE ET LA CIRCULATION DE LA PAROLE AU SEIN DES MÉDIAS

Repérer dans des médias écrits, télévisuels ou en ligne, si les articles, les reportages ou contributions sont signés : peut-on identifier de qui il s'agit (journalistes, correspondants, agences, autres)? Au sein des articles ou reportages, peut-on retrouver les origines des informations : associations, gouvernements, institutions, entreprises... Observer les chiffres, les statistiques : quelles en sont les sources? Les modes de représentation graphique choisis (cartes, schémas...) :

Peut-on établir leur degré de fiabilité? Noter les personnes éventuellement citées, d'où tirent-elles leurs propos (déclarations, communiqués, conférences de presse, interviews)?

Dresser un tableau des différentes sources repérées : les officielles, non officielles, témoignages, rumeurs, etc. Le journaliste fait-il usage des prépositions « selon », « d'après »? Les verbes sont-ils au conditionnel? Quelles sont les sources des photos (photojournalistes, agences, montages, témoins...)? Dans les reportages télévisés, noter la source des images (reporter d'images, agence spécialisée, témoin de l'événement...).

PRENDRE CONSCIENCE DES SOURCES DES DOCUMENTS DIFFUSÉS SUR INTERNET

Repérer l'origine du document : le site, l'adresse, la source des images^(*). Isoler le ou les suffixes du nom de domaine (.fr, .com, .net, etc.). Émettre des hypothèses sur la nature des documents, sur la nature de l'émetteur (entreprise, association, gouvernement...), sur ses intentions (vendre, communiquer, informer, aider, militer...), sur le pays d'implantation du site. Vérifier avec le service « whois » le propriétaire du nom de domaine. Y a-t-il dans les documents rencontrés des éléments qui permettent de connaître la qualité des auteurs (journaliste, chercheur, témoin...)? Quelles conclusions tirer sur la fiabilité des sources?

LYCÉE

PRENDRE CONSCIENCE DE LA DIVERSITÉ DES SOURCES SUR UN MÊME ÉVÉNEMENT

Constituer un dossier de presse imprimé ou en ligne sur un événement.

Noter les sources : le titre du journal, la date, le nom de la rubrique, le ou les titres des articles consacrés au sujet dans chacun des journaux. Quelles sont les sources citées dans le corps du texte? Sont-elles identiques?

Analyser chaque article à partir des questions : Qui? Quoi? Quand? Où? Comment? Pourquoi? Y a-t-il des informations divergentes? Trouve-t-on des informations supplémentaires apportées par certains articles? Montrer éventuellement comment la diversité des sources peut jouer sur la perception de l'événement.

Analyser les informations diffusées sur les réseaux sociaux.

À propos d'un même événement qui vient d'avoir lieu, collecter de nombreuses informations sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...) via leur moteur de recherche ; observer la manière dont ces informations sont reprises, voire altérées. S'interroger sur la nature de ces informations : sont-elles diffusées avec les mêmes précautions et dans les mêmes règles d'usage que les dépêches dont se servent les médias d'information? Constater que les sujets les plus diffusés en ligne ne sont pas ceux qui font la une des médias traditionnels; observer la part des informations locales diffusées, tous les réseaux sociaux ne parlent pas de la même chose. Opposer et critiquer les avantages et les inconvénients de ce type d'informations « immédiates ». Chaque citoyen usager de ces réseaux sociaux peut-il être un « journaliste collaboratif »?

(*) Par exemple, via Google images.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Culture littéraire et artistique

Cycle 4 - Vérification et recoupement des sources. Fait brut et information.^[1]

Histoire et géographie

Cycle 3 - Identifier un document et savoir pourquoi il doit être identifié.^[1]

Cycle 4 - Vérifier la source des informations. Exercer son esprit critique sur les données numériques.^[1]

Sciences et technologies

Cycle 3 - Identifier des sources d'information fiables.^[1]

ÉMI

Cycle 4 - Distinguer les sources d'information, s'interroger sur la validité et sur la fiabilité d'une information, sa pertinence.^[1]

EMC

Cycle 3 - Prendre conscience des enjeux civiques de l'usage de l'informatique et de l'Internet et adopter une attitude critique.^[2]

LYCÉE

Droit et grands enjeux du monde contemporain

Terminale - Internet et le droit.^[3]

Français

2^{de} Bac Pro - S'interroger sur le contexte de production d'une information, identifier les sources.^[4]

Histoire et géographie

2^{de} Générale - Réflexion critique sur les sources de nature différente.^[5]

Littérature et société

2^{de} Générale - Les messages médiatiques (circulation de l'information et réseaux sociaux).^[5]

LVE

1^{re}, Terminale - Synthétiser des informations de sources diverses.^[6]

EMC

1^{re} - Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information : réalisation, avec le professeur documentaliste, d'un dossier relatif à un événement et à son exploitation médiatique (EPI souhaitable).^[2]

Sources : [1] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

[2] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

[3] *BO* n° 8 du 13/10/2011.

[4] *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.

[5] *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.

[6] *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

Antheaume [Alice], *Le Journalisme numérique*, Les Presses de Sciences Po, 2013.

Casteran [Claude], *Aux sources de l'info*, Actes Sud Junior/AFP, 2013.

CONSTRUIRE UNE VEILLE D'ACTUALITÉ

Suivre une actualité en ligne est une occasion, pour la classe, de mettre en oeuvre des méthodes de curation et de partage d'informations et, pour l'enseignant, de développer avec ses élèves des compétences numériques aujourd'hui nécessaires dans le cadre de l'éducation aux médias et à l'information.

COLLÈGE

UTILISER DES SERVICES DE CURATION POUR RECHERCHER, ORGANISER ET PUBLIER SES INFORMATIONS

La curation vise à sélectionner, indexer et présenter des informations collectées sur le Web. Avant d'initier ses élèves, se familiariser avec les plateformes de curation les plus conviviales en s'y créant un compte, puis en y suivant d'autres curateurs et/ou en y élaborant sa propre veille. Scoop-It permet de réaliser d'élégantes revues de presse numériques; Pearltrees permet de construire des dossiers documentaires.

Choisir un thème d'actualité : un événement – limité dans sa durée – ou un thème plus large – déroulé sur plusieurs mois ou l'année scolaire. Explorer les ressources déjà indexées sur les plateformes citées par les internautes, lors de recherches documentaires, à l'aide de leurs moteurs de recherche internes (et de la recherche par mots-clés sur Scoop.it). Que remarque-t-on ? Quelles sont leurs sources ? Comparer avec les résultats proposés par les moteurs de recherche en ligne (Google, Bing...). Et, bien sûr, collecter soi-même les informations sur Internet.

Présenter et partager les résultats des recherches en veillant toujours à s'interroger sur :

- la pertinence des mots-clés des scoops choisis (dans Scoop.it) ;
- la fonctionnalité de la structuration d'ensemble envisagée (dans Pearltrees) ;
- l'efficacité des modalités de partage (récupération de scoops, arbre collaboratif de Pearltrees).

LYCÉE

CONSTRUIRE UNE VEILLE SUR MESURE EN FAISANT VENIR L'INFORMATION À SOI

Au lycée, on poursuivra le même objectif qu'au collège, mais en s'appuyant sur un dispositif de veille numérique plus pointu mais très facile à prendre en main.

Initier les élèves à l'usage des agrégateurs de flux RSS qui permettent de disposer des mises à jour des sites et des blogs suivis. Constituer un corpus de blogs et de sites susceptibles de procurer les informations attendues ; s'abonner à leurs flux RSS via un agrégateur de flux comme Netvibes, Feedly ou autres. Indexer les ressources numériques sélectionnées sur des sites de marque-pages sociaux (comme Diigo ou Delicious) en les « taguant » avec des mots-clés qui serviront à les retrouver. Se constituer en réseau pour échanger les ressources au sein du groupe, mais également à l'extérieur. Le service Diigo offre la possibilité d'annoter et de commenter les ressources : une plus-value pédagogique appréciable, qui permet de s'interroger à chaque fois sur la pertinence de l'indexation, du commentaire et du répertoire de termes ainsi constitué.

Utiliser les réseaux sociaux généralistes des élèves (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram) comme points d'entrée complémentaires à la veille d'actualité réalisée en classe, en s'abonnant aux comptes de médias ou de journalistes et en constituant son fil de presse. En classe, suivre le sujet ou l'événement choisi via Twitter et un mot-clé (#Obama, #municipales...). Avec une classe plus expérimentée, se doter d'outils de publication automatisée (News.me, Paper.li, Flipboard) qui filtrent les flux du réseau à partir de mots-clés, et créer son propre magazine (y compris sur tablette) en sauvegardant les contenus collectés et en les organisant par centres d'intérêt.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français

Cycle 3 – Activités nécessitant la mise en relation d'informations à partir de supports variés dans différents enseignements.

Cycle 4 – Culture littéraire et artistique : découvrir des articles, des reportages, des images d'information sur des supports et dans des formats divers.^[1]

Histoire et géographie

Cycles 3 et 4 – S'informer dans le monde du numérique.^[1]

ÉMI

Cycle 4 – Produire, communiquer, partager des informations. Distinguer les sources d'information, s'interroger sur leur validité. Comment l'information est-elle indexée et hiérarchisée.^[1]

B2i

Domaine 4 : S'informer, se documenter.^[2]

LYCÉE

Littérature et société

2^{de} – Travailler sur les messages médiatiques. Par exemple, la circulation de l'information et les réseaux sociaux.^[3]

Informatique et création numérique

2^{de} – La recherche d'informations et la veille informationnelle.^[4]

Sciences de gestion

1^{re} STMG – Notions « Applications et usages des Tic dans les organisations : e-communication, partage de l'information, collaboration, communautés en ligne et réseaux sociaux ». ^[5]

Sciences économiques et sociales

1^{re} ES – Les réseaux sociaux comme forme spécifique de sociabilité. ^[6]

B2i^[2]

Domaine 4 : Organiser la recherche d'informations avec alertes, fils RSS, abonnements, podcasts...^[7]

Sources :

- [1] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.
- [2] *B2i Collège*, référentiel, 12/2011.
- [3] *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.
- [4] *BO* n° 31 du 27/08/2015.
- [5] *BO* n° 12 du 22/03/2012.
- [6] *BO* n° 21 du 23/05/2013.
- [7] *B2i Lycée*, référentiel, 07/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

Serres [Alexandre], *Dans le labyrinthe : Évaluer l'information sur Internet*, C&G Éditions, 2012.

Tutoriels de veille et de curation : <http://cursus.edu/institutions-formation-ressources/technologie/23657/veille-curation-videos/#.V2FGUKLiNa4>

EXPLOITER DES DONNÉES EN CLASSE

Nous sommes entourés de données. Les *data* sont devenues des sources courantes du journalisme d'aujourd'hui. Elles sont aussi des ressources passionnantes à traiter en classe. Leur collecte, leur tri, leur croisement, leur interprétation et leur présentation développent chez les élèves des compétences multiples et une prise de conscience de la nouveauté de leurs usages dans la vie quotidienne.

COLLÈGE

DÉCOUVRIR LE DATAJOURNALISME

Explorer quelques sites d'information de référence, généralistes ou spécialisés, et faire apparaître les caractéristiques de leurs mises en forme graphiques d'information : interactivité, personnalisation, accès aux sources, types et nombres de sources, type de narration, design, etc. Répertoire les genres les plus utilisés et les thèmes auxquels ils s'appliquent : bases de données interactives, cartes interactives, graphiques, visualisations originales, time-line, animation, etc. Commenter l'attractivité et la clarté des réalisations observées. Comparer sur un même sujet, un traitement classique de l'information et une réalisation de datajournalisme.

Remarquer qu'il ne s'agit pas seulement pour les journalistes de diffuser des données ou de rendre compte de l'actualité mais aussi de faire parler des informations en les contextualisant, en les comparant, en les reliant à d'autres.

Faire réaliser aux élèves une visualisation d'informations simple, à partir de la recherche effectuée en créant un nuage de mots-clés ; ou encore une affiche, à partir d'une application d'écriture numérique (Piktochart, par exemple). Cette visualisation peut partir d'une collecte d'informations sur les sites observés, portant sur la page d'accueil, ou sur les articles les plus lus ou les plus commentés...

AU LYCÉE

ABORDER EN JOURNALISTE LES DONNÉES OUVERTES ET LES MÉTADONNÉES

Proposer aux élèves de rechercher sur des sites d'informations en ligne des réalisations de datajournalisme prenant appui sur l'exploitation de données ouvertes, disponibles et utilisables. Rappeler l'importance de la citation des sources et de l'interrogation sur le statut des données : publiques, privées, associatives, commerciales, etc. De nombreuses réalisations sont accompagnées de « making-of » rendant compréhensibles les démarches et méthodes empruntées par les datajournalistes, dont l'effort de « transparence » est à souligner.

S'il est difficile de proposer aux élèves de s'emparer du traitement de données ouvertes, il est néanmoins possible d'observer en fonction des disciplines l'évolution de certains thèmes et statistiques, régulièrement traités que l'on pourra comparer au sein d'un même média ou d'un média à l'autre. Compléter par la fabrication d'une frise chronologique, d'une carte ou d'une image interactive (affiche animée, par exemple).

Mener un projet collaboratif mettant en synergie la fabrication d'objets connectés (via des capteurs) et le traitement des informations captées, de manière à comprendre la puissance et le volume de données générées. Ces capteurs pourraient par exemple enregistrer les mouvements à un point donné de l'établissement, à l'entrée de la cantine, du CDI, du foyer, etc.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Sciences et technologie

Cycle 3 - Utiliser différents modes de représentation formalisés (schéma, dessin, croquis, tableau, graphique, texte).^[1]

Mathématiques

Cycle 3 - Utiliser des outils pour représenter un problème: dessins, schémas...

Cycle 4 - Vérifier la validité d'une information et distinguer ce qui est objectif et ce qui est subjectif ; lire, interpréter, commenter, produire des tableaux, des graphiques, des diagrammes.^[2]

ÉMI

Cycle 4 - Distinguer une information scientifique vulgarisée d'une information pseudo-scientifique.^[3]

LYCÉE

Littérature et société

2^{de} - Images et langage : donner à voir. Les différents statuts de l'image, les différents types de relations entre textes et images.^[4]

Histoire-géographie

1^{er} - Critiquer les documents de différents types (textes, images, cartes, graphes, etc.).^[5]

SES

1^{er} et Terminale ES - Calcul et lecture (interprétation) des résultats.^[6]

Sciences de gestion

1^{er} et terminale STMG - « Repérer l'origine d'une information et les étapes de sa transformation, de la donnée à l'information, de l'information à la connaissance et à sa transmission ». ^[6]

EMC

1^{er} - Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information : questions éthiques majeures posées par l'usage individuel et collectif du numérique. Quels principes juridiques encadrant cet usage. ^[2]

Sources :

- [1] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.
- [2] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.
- [3] *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.
- [4] *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010.
- [5] *BO* n° 21 du 23/05/2013.
- [6] *BO* n° 12 du 22/03/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

Guide du datajournalisme, Eyrolles, 2014 :

<http://jplusplus.github.io/guide-du-datajournalisme/>

L'École des Données, version française d'un projet de l'Open Knowledge Foundation :

<http://ecoledesdonnees.org>

Datavisualisation et cyberscitoyenneté :

<http://www.ac-bordeaux.fr/cid81300/projet-datavisualisation-et-cyber-citoyennete.html>

INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES DANS LA CLASSE

En France, plus de 30 millions de comptes Facebook ont été créés, plus de 6 millions de profils Twitter et 6 millions de comptes Instagram, pour ne citer que les trois principaux réseaux sociaux numériques (RSN). Véritables carrefours de l'information, les réseaux sociaux sont désormais considérés comme des éléments incontournables de l'éducation aux médias et à l'information. Ils doivent faire l'objet d'une initiation et d'une analyse critique dans la classe.

COLLÈGE

C'EST QUOI UN RÉSEAU SOCIAL ? (initiation sous la forme d'un jeu mené à l'oral)

Le jeu proposé a pour but de faire comprendre à tous les élèves (y compris ceux qui n'ont pas de profil Facebook, les moins de treize ans ou les autres), comment fonctionne un réseau social, comment s'y propage l'information ou l'intox. Il fait réfléchir aux modalités de communication et à la distinction entre expression publique et privée. Il peut enfin être développé dans la classe en introduction à une réflexion sur les RSN... en cas de panne de connexion internet ou en cas de filtre sur le serveur de l'établissement interdisant l'accès à Facebook.

Voir la séquence entière :

<http://www.pearltrees.com/clemibx/reseaux-sociaux/id8196928/item178314884#l242>

COLLÈGE LYCÉE

ORGANISER UN DÉBAT AU SEIN DE LA CLASSE

Le débat contradictoire ou argumenté mené dans la classe va permettre d'amener élèves et enseignants à confronter leurs représentations des réseaux sociaux, à les faire évoluer ou à les approfondir.

Choisir un sujet assez large (atouts/faiblesses des RSN dans la société contemporaine, par exemple) ou partir d'un sujet d'actualité.

Constituer en ligne une banque de ressources documentaires contradictoires (formats multimédia variés). Exemple de corpus :

<http://www.pearltrees.com/clemibx/supports-debattre-classe/id15464505>

Constituer des groupes, faire lister et classer les arguments. Faire repérer les exemples, en ajouter si besoin. Imaginer un format de restitution simple (présentation orale, production diaporama) ou plus recherché (vidéo ou image interactive via Thinkling qui intègre témoignages, billets d'humeur, extraits de captation audio, vidéo). Ce dernier support introduira un travail sur les droits liés à la publication.

On peut imaginer (dans le cadre d'un EPI au collège, du CESC au lycée, d'AP ou d'enseignement d'exploration) un défi inter-classes durant lequel les groupes confronteront leurs travaux (voir ci-dessous).

LYCÉE

MOBILISER UNE ÉQUIPE INTERCATÉGORIELLE ET PROMOUVOIR LE TUTORAT ENTRE ÉLÈVES

Au lycée Palissy d'Agen (académie de Bordeaux), le projet « La classe la plus net » est mené depuis quatre ans dans le cadre du CESC. Les étudiants de BTS communication forment et sensibilisent durant l'année scolaire les élèves de seconde à la protection de leurs données personnelles, sous le regard expert des personnels.

Présentation sur :

http://webetab.acbordeaux.fr/Etablissement/BPalissy/docs/Communique_de_presse_Palissy_recherche_classe_la_plus_net.pdf

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Socle commun⁽¹⁾

Domaine 2 : mobiliser différents outils numériques pour créer des documents intégrant divers médias et les publier ou les transmettre.

Utiliser les espaces collaboratifs et communiquer par le biais des réseaux sociaux dans le respect de soi et des autres. Faire la différence entre sphères publique et privée. Qu'est-ce qu'une identité numérique.

ÉMI et nouveaux programmes⁽²⁾

Domaine 3 : [...] ÉMI initie aux notions d'identité et de trace numériques. [...] ÉMI oblige à questionner les enjeux démocratiques liés à l'information et aux réseaux sociaux.

Sources :

(1) Décret n° 2015-372 du 31 mars 2015.

BO n° 17 du 23/04/15.

(2) ÉMI et nouveaux programmes (cycle 4).

BO spécial n° 11 du 26 novembre 2015.

LYCÉE

EMC

CAP et 1^{er} - Organisation de débats portant sur les atteintes réelles ou possibles à la liberté et à la dignité de la personne par certains types d'usages du numérique, en privilégiant la question des réseaux sociaux.⁽³⁾

Enseignements d'exploration 2nde

- Informatique et création numérique, la gestion et la protection des identités numériques.⁽⁴⁾
- Littérature et société - Médias, information et communication : enjeux et perspectives : circulation de l'information et réseaux sociaux.

Sciences de gestion

Terminale (séries STMG) - Identité numérique et image sur les réseaux.⁽⁵⁾

B2i

Domaine 1 - Construire des entités adaptées aux différents contextes (public, privé, professionnel).⁽⁶⁾

Sources : (1) BO spécial n° 6 du 25/06/2015.

(2) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.

(3) BO n° 31 du 27 août 2015.

(4) BO n° 12 du 22/03/2012.

(5) BO n° 31 du 29/08/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

Fiche Jeu « Créer un réseau social dans la classe » :

<http://www.pearltrees.com/clemibx/reseaux-sociaux/id8196928#l243>

Ertzscheid (Olivier), Diaporama : <http://fr.slideshare.net/olivier/internet-et-le-web> (mai 2016)

12 réseaux sociaux en fiches : <http://www.netpublic.fr/2015/01/12-reseaux-sociaux-en-fiches-pratiques-pour-une-utilisation-pedagogique/>

MÉDIAS ET ÉCONOMIE

La démocratie repose sur une presse libre et pluraliste, mais pour ce faire, il est nécessaire que la presse et les médias aient un modèle économique viable (recettes supérieures aux coûts), ce qui pour beaucoup de quotidiens français n'est plus le cas. La crise de la presse est un sujet régulièrement médiatisé lors des rachats de journaux par de grands industriels.

À LA DÉCOUVERTE DES GRATUITS : LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES GRATUITS D'INFORMATION

Rechercher le nom des différents Gratuits distribués en France.

Le poids de la publicité

Par groupe, feuilleter un journal gratuit, compter le nombre de publicités; puis chaque groupe choisit une page différente et calcule la surface totale des publicités en cm² et en pourcentage de la page. Mettre en commun. En déduire la place du rédactionnel.

Le prix de la publicité

Retrouver sur tarifspresse.com le montant du prix des publicités payé par les annonceurs, en fonction de la taille de la publicité et du titre.

Débat

Quel est l'intérêt de la presse gratuite d'information ?

Activité

Créer une page de journal avec des articles et des publicités réalisés par les élèves.

LYCÉE

LA CRISE DE LA PRESSE : CAUSES ET ENJEUX

Crise de la presse

Par groupe, retrouver sur Internet des données statistiques caractérisant la crise de la presse qui touche les grands quotidiens français (disparition de titres, baisse du lectorat, du chiffre d'affaires, pertes, dettes...)

Réaliser un document de synthèse (tableau, padlet) qui présente vos résultats.

Les recettes de la presse

Le poids de la publicité

– À l'aide d'une carte heuristique, recenser les différentes recettes (chiffre d'affaires) et dépenses (coûts) de la presse écrite.

– En groupe, feuilleter les grands quotidiens, évaluer le poids de la publicité (nombre, proportion par rapport au rédactionnel) et lister le nom des annonceurs.

– Retrouver sur Internet le poids de la publicité et son évolution dans les recettes.

Les aides de l'État

Retrouver le montant total et par numéros des aides de l'État à la presse.

Sources : droit-finances.commentcamarche.net/faq/33224-presse-subsidiee-les-20-journaux-les-plus-aides-par-l-etat#aujourd-hui-en-france

Réflexion

Les déterminants de l'achat d'information : une baisse du prix des journaux pourrait-elle relancer la vente aux numéros ou les abonnements ?

Débat

Avantages et limites de la publicité dans la presse (pour le lecteur, le journal).

Les propriétaires des médias

Trouver la première date de publication des grands quotidiens nationaux, le nom et le statut (métier...) de leurs propriétaires actuels.

Réaliser un document de synthèse (carte heuristique, tableau...) qui présente vos résultats.

Source : monde-diplomatique.fr/cartes/ppa (médias français : qui possède quoi)

Réflexion

La liberté de la presse est-elle menacée par le mouvement de concentration des médias et leur rachat par des hommes d'affaires ?

Organiser des rencontres avec des journalistes pour en débattre.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE (*)

CYCLE 3

Français

Comprendre des textes, des documents et des images et les interpréter.

EMC

Le débat argumenté.

ÉMI

Mettre en place des démarches de recherche d'information pertinentes et efficaces.

CYCLE 4

Mathématiques

Calculer des effectifs et des fréquences ; résoudre des problèmes de pourcentage.

EMC

Reconnaître les grandes caractéristiques d'un État démocratique (rôle et place des médias).

ÉMI

– Exploiter l'information de manière raisonnée.

– Utiliser les médias et les informations de façon autonome.

– Connaissance critique de l'environnement informationnel et documentaire du XXI^e siècle.

LYCÉE

Sciences économiques et sociales

2^{de} - Marché et prix.

EMC

1^{re} - Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information : spécificité et rôle des différents médias et éléments de méthode permettant la compréhension critique des informations dont ils sont porteurs et des réactions qu'ils suscitent.

Sources :

(*) *BO spécial* n°11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

observatoiredesmedias.com

acpm.fr/Chiffres-clésacpm.fr

csmf.fr/Menu/

La-presse-en-chiffres

monde-diplomatique.fr/cartes/ppa (médias français : qui possède quoi)

cfactuel.fr/sujets/-quelle-independance-des-medias-aujourd'hui-entre-droits-des-journalistes-et-dependance-economique.html

Direction des médias et industries culturelles

Lire aussi le dossier 5 du *Dossier pédagogique de la Semaine de la presse 2017 : D'où vient l'info ?*

Cagé (Julia), *Sauver les médias*, Le Seuil, 2015.

Rieffel (Rémy), *Mythologie de la presse gratuite*, Le Cavalier bleu, 2010.

Mauduit (Laurent), *Main basse sur l'information*, 2016.

DÉCRYPTER LA PUB DANS LES MÉDIAS

La publicité représente une part importante du financement des médias. Si la presse écrite et la télévision se partagent encore largement les recettes publicitaires, Internet attire désormais plus d'annonceurs que l'affichage et la radio en termes de parts de marché, selon France Pub.

COLLÈGE

APPRÉHENDER LE RÔLE ÉCONOMIQUE DE LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS ET LA FAÇON DONT ELLE S'ADRESSE AU CONSOMMATEUR

Les aspects économiques. Mettre en évidence la part occupée par la publicité au sein d'un média en particulier sur Internet (espace, place, apparitions fortuites de produits), les nouvelles stratégies des annonceurs pour faire connaître leurs marques (films courts, placements de produits...). Étudier la notion de cible en fonction des publics visés par les annonceurs ainsi que les tranches horaires de diffusion choisies. À partir de trois ou quatre magazines situés dans des segments différents (presse jeunes, presse féminine, hebdo d'information), relever le nombre de publicités et les types de produits ou de services proposés. Déterminer le type de consommateur visé : sexe, âge, milieu socioculturel, pouvoir d'achat et le lectorat supposé de ces journaux.

Les aspects du discours. À partir d'une série de spots TV diffusés en prime time ou captés sur Internet, étudier les différents types de récits et les ressorts utilisés pour capter l'attention du public : humour, provocation, utilisation de citations... Aborder la notion de slogan, en étudiant les accroches, le choix des mots, mais aussi les types de narration sur lesquels ils s'appuient.

LYCÉE

MONTRER COMMENT DES TECHNIQUES VISUELLES ET SONORES SOUTIENNENT UN MESSAGE PUBLICITAIRE

Les aspects sociologiques. S'intéresser aux différents modèles proposés par la publicité : les jeunes, les femmes... À partir de publicités mettant en scène des jeunes, prélevées dans différents journaux ou à la télévision, pointer les situations dans lesquelles ils sont présentés, les rôles qui leur sont attribués, leurs styles. Vous semblent-ils stéréotypés ? Y a-t-il des exceptions ? Pour quels types de produits sont-ils utilisés ?

Les aspects plastiques. À partir de publicités télévisées, observer les images, les sons, le montage. Y a-t-il des harmonies ou des dissonances dans le choix des couleurs, des images, des sons, du texte ? Dans quel but ? Certaines publicités vous paraissent-elles s'appuyer particulièrement sur des musiques ?

Les aspects historiques. À partir de corpus trouvés sur Internet, établir des comparaisons : depuis la réclame jusqu'aux publicités d'aujourd'hui concernant les modèles sociaux représentés et l'évolution des comportements.

DÉBATTRE DES TECHNIQUES RÉCENTES EMPLOYÉES EN MATIÈRE PUBLICITAIRE

En s'appuyant sur des exemples relevés dans les médias, engager une discussion sur les enjeux et les limites morales et déontologiques des nouvelles techniques de marketing :

- la confusion pages rédactionnelles / espaces publicitaires, qui brouille les repères de lecture (notamment dans une certaine presse magazine) et favorise le publimage où un titre de presse se met au service d'un annonceur ;
- le placement de produit, qui autorise une marque à intégrer discrètement mais efficacement un de ses produits dans le cours d'un récit audiovisuel ;
- le marketing viral, par lequel les consommateurs, comme dans un phénomène de bouche-à-oreille, promeuvent une image de marque via les médias sociaux, le summum de la diffusion « virale » étant de créer un « buzz » ;
- la publicité contextuelle, qui utilise les données personnelles du consommateur sur Internet afin de lui adresser des messages « ciblés ».

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français

Cycle 3 - Observer et analyser des documents iconographiques ; recherche d'éléments de contextualisation ; formulation d'hypothèses d'interprétation.

Cycle 4 - Lire et comprendre des images fixes ou mobiles variées.^[1]

Histoire des arts

Cycle 4 - Arts décoratifs et appliqués,^[2]

Arts plastiques

Cycle 3 - Les différentes catégories d'images, leurs procédés de fabrication, leurs transformations.^[3]

LVER

Cycle 4 - Mobiliser des références culturelles pour interpréter un message, un texte, un document sonore.^[4]

ÉMI

Cycle 4 - L'influence des médias sur la consommation et la vie démocratique.^[5]

LYCÉE

Arts

Nombreuses mentions de la publicité dans les programmes.^[6]

Sciences de gestion

Terminale [séries STMG, spécialité : Mercatique] - Mercatique et consommateurs ; Mercatique et marchés ; Mercatique et société.^[7]

Arts appliqués et cultures artistiques

CAP^[8] - Design de communication : étude d'une campagne publicitaire.

Bac Pro^[9] - Connaître les composants plastiques et sémantiques de l'image.

Sciences économiques et sociales [enseignement d'exploration]

2^{de} - L'influence de la mode et de la publicité sur la consommation.^[10]

LVE

Bac Pro^[11] - Comprendre et réaliser un message publicitaire.

EMC

1^{re} - Questions éthiques majeures posées par l'usage individuel et collectif du numérique. Quelques principes juridiques.^[12]

Sources : [1] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.
[2] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.
[3] *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.
[4] *BO* n° 12 du 22/03/2012.
[5] *BO* n° 8 du 25/02/2010.
[6] *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.

POUR ALLER PLUS LOIN

Chollet [Mona], *Beauté fatale : les nouveaux visages d'une aliénation féminine*, Zones, 2012.

Lavanant [Didier], *Vices et vertus de la publicité*, Vuibert, 2007.

Media Smart Plus :
<http://www.mediasmartplus.fr/site/index.html>

Échanger, communiquer, s'informer à travers les réseaux sociaux en ULIS

PAR VALÉRIE LEGRAND, JOHANNA SY-FRANZAROLI

Coordonnatrices de dispositif ULIS

ESTELLE MAGNANOU, ÉRIC GROUE

Conseiller(e)s pédagogiques ASH, pour le groupe de travail de la circonscription de CERGY ASH [95]

PRÉSENTATION DU PROJET

L'éducation aux médias a toujours été au cœur des préoccupations des enseignants exerçant auprès d'élèves présentant des troubles des fonctions cognitives. Ces élèves, au regard de leurs troubles, ont très souvent des difficultés, plus ou moins importantes, pour analyser, faire des liens, conceptualiser, communiquer et prendre des décisions, ce qui souvent les rend vulnérables. Pour autant, ils utilisent les réseaux sociaux pour échanger et communiquer et consultent régulièrement des vidéos sur YouTube. Les attentats ont suscité chez eux un grand nombre de questions, et les images, diffusées en continu sur les chaînes de télévision ou relayées par les réseaux sociaux, ont souvent fragilisé leurs repères et généré des angoisses. Il nous semblait donc incontournable de mettre en place des actions pour apprendre aux élèves à utiliser avec discernement les outils numériques de communication et d'information et développer chez eux l'esprit critique.

AU PRÉALABLE, UNE ENQUÊTE SUR LES USAGES DES RÉSEAUX SOCIAUX DES ÉLÈVES EN ULIS

Ce travail mené tout au long de l'année a commencé par une enquête réalisée auprès des élèves bénéficiant du dispositif ULIS sur leurs usages des réseaux sociaux.

L'analyse des résultats a permis de mettre en lumière des pratiques : 62% des élèves du dispositif ULIS utilisent les réseaux sociaux plusieurs fois par jour, essentiellement pour regarder, jouer, poster des photos, communiquer. Au regard de ces constats, des priorités, en terme d'apprentissage, ont été dégagées à savoir :

- Identifier une information.
- Construire du sens à partir d'une image ou d'un court article.
- Vérifier la source et la fiabilité de l'information.
- Se questionner sur la transmission d'une information.

Souvent, les élèves bénéficient du dispositif ULIS pendant les quatre années que dure la scolarité du collège. Il est donc intéressant de penser une progression qui tient compte à la fois du développement de l'enfant durant ce parcours mais aussi du besoin de répétition, généré par son trouble. S'il est évident de poser l'ÉMI comme une priorité au regard des besoins des élèves, il est indispensable de penser cette discipline dans la durée et non comme un module ponctuel.

Par ailleurs, travailler l'ÉMI, c'est aussi travailler le dire, le lire, l'écrire et développer des habilités transférables dans toutes les disciplines permettant d'offrir un autre regard sur ces élèves.

DES INCONTOURNABLES ONT TRÈS VITE ÉMERGÉ

- Travailler au préalable à partir de supports qu'ils utilisent pour leur permettre de comprendre en quoi il est important de vérifier une information.
- Travailler à partir des réseaux sociaux qu'ils fréquentent pour faciliter le transfert de connaissances.
- Rendre les élèves acteurs pour éviter toute diabolisation d'un outil qui de toute évidence s'inscrit et/ou s'inscrira dans leur quotidien.
- Construire avec eux des outils favorisant leur autonomie.

L'hypothèse est faite que des activités poursuivies pendant quatre ans permettront de développer des savoir faire et des savoir être de manière pérenne, en faisant évoluer ces adolescents, parfois si vulnérables, en adolescents à l'esprit critique. Un véritable enjeu de société.

EPI⁽¹⁾ « S'informer et informer »

PAR ELSIE RUSSIER

Professeure-documentaliste, formatrice CLEMI

Hyper-socialisés et hyper-connectés, les élèves sont confrontés à une surabondance d'informations sur Internet, présentées sans hiérarchie ou analyse. Apprendre à exploiter l'information de manière raisonnée et développer son esprit critique face à l'information sont ainsi deux enjeux éducatifs majeurs essentiels à la formation du citoyen.

THÉMATIQUE INTERDISCIPLINAIRE

Information
Communication
Citoyenneté

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Opérationnel : apprendre à vérifier l'information sur Internet et produire un document médiatique à partir de données collectées et traitées

Développer son esprit critique face aux informations

Distinguer un fait d'une opinion

Connaître les méthodes et critères de validation d'une information (pertinence/fiabilité)

Comprendre les mécanismes de traitement et de communication de l'information

PRODUCTIONS ENVISAGÉES

Grille de validation des sites Internet
Guide pour déjouer les rumeurs
Sondage
Infographie

MEMBRES DE L'ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

Professeur-documentaliste
Professeurs d'histoire-géographie, de français, de mathématiques

NIVEAU(X), CLASSES OU GROUPES IMPLIQUÉS DANS LE PROJET

Classe de 4^e

DURÉE ENVISAGÉE

12 h 00

MODALITÉS D'ÉVALUATION OU D'APPRÉCIATION

Évaluation des différentes productions
Validation de compétences du Parcours citoyen

DÉROULEMENT

L'EPI « S'informer et informer » a été découpé en trois temps : s'informer sur Internet, reconnaître et déjouer les rumeurs et enfin réaliser un sondage et une infographie sur les pratiques numériques des élèves.

S'INFORMER SUR INTERNET > [3 séances]

Pour adopter une attitude critique face à l'information en ligne, les élèves doivent construire leurs propres réflexes et stratégies de vérification de l'information, à partir de critères de validation définis de façon collective. On s'attache ainsi plus à la démarche engagée qu'aux résultats de la recherche.

Dans un premier temps, les élèves vont, par groupe, vérifier la validité d'informations données. Pour cela, ils doivent mettre en place une démarche d'investigation, formuler des hypothèses de recherche et développer des stratégies de vérification de l'information.

Exemple de questionnement

Signeriez-vous la pétition contre la taxe sur les potagers qui doit entrer en vigueur en 2017 ?
<https://www.change.org/p/contre-la-taxe-sur-les-potagers-en-vigueur-d%C3%A8s-2017>

Décrivez vos hypothèses, votre démarche de recherche d'informations, les éléments du site qui ont orienté votre avis ainsi que les autres sites que vous avez consultés afin de vous assurer de votre choix.

Mise en commun

Quelle est l'origine de cette information ? Comment la vérifier ?

Une deuxième séance est consacrée aux images sur le même principe : les élèves doivent vérifier l'information, notamment en apprenant à retrouver l'origine d'une image⁽²⁾ grâce à la recherche inversée d'images (TinEye par exemple). Il s'agit ici de repérer les images manipulées ou détournées mais aussi de prendre en compte leur contexte de publication.

Exemple

Cette photographie vous montre la fuite d'une équipe de la chaîne National Geographic attaquée par un ours : est-elle fiable ?

https://www.reddit.com/r/funny/comments/1jhby4/wildlife_photography_gone_wrong/

Décrivez vos hypothèses, votre démarche de recherche d'informations, les éléments du site qui ont orienté votre avis, ainsi que les autres sites que vous avez consultés afin de vous assurer de votre choix.

Mise en commun

Comment vérifier la provenance des images ?

La dernière séance est consacrée à la mise en commun des méthodes, analyses et conclusions des séances précédentes, afin d'élaborer une grille commune d'évaluation de la qualité de l'information sur Internet sur le modèle des 5W.

⁽¹⁾ Enseignement pratique interdisciplinaire

⁽²⁾ Les Observateurs : « Comment vérifier les images sur les réseaux sociaux ? », France 24, 2015.

Disponible en ligne : <http://observers.france24.com/fr/20151106-comment-verifier-images-reseaux-sociaux>

DÉJOUER LES RUMEURS > [3 séances]

Apprendre à s'informer sur Internet, c'est aussi apprendre à ne pas reproduire ou diffuser de fausses informations : les élèves vont ainsi découvrir les mécanismes de la rumeur et réaliser un guide pour les déjouer.

Après un exercice de type bouche-à-oreille, les élèves répondent aux questions suivantes à partir du documentaire « Affaire classée »⁽²⁾ sur la rumeur d'Orléans :

Qu'est-ce qu'une rumeur ? Comment se propage-t-elle ? Quels peuvent-être l'intention ou l'objectif de celui qui propage la rumeur ?

La seconde partie s'attache aux rumeurs sur le web :

À partir d'une vidéo montrant la fabrication de riz en plastique en Chine⁽³⁾, les élèves réinvestissent leurs apprentissages : formulation d'hypothèses, démarche d'investigation et repérage des mécanismes de la propagation de la rumeur sur Internet.

Comment peut-on reconnaître et stopper les rumeurs ?

Mise en commun et rédaction d'un guide pour déjouer les rumeurs : stratégies, outils, bons réflexes.

SONDAGE ET INFOGRAPHIE > [6 séances]

La dernière partie de cette séquence place l'élève en situation de producteur d'information, sous la forme d'une infographie (présentation visuelle d'un ensemble de données autour d'une idée) : collecte de données, traitement et diffusion.

À partir d'une discussion autour de leurs propres habitudes, les élèves réalisent un sondage sur les pratiques numériques des élèves : choix des questions, création du formulaire, dépouillement et traitement statistique en mathématiques.

Après avoir étudié des exemples d'infographies, les élèves en donnent une définition, en relèvent les objectifs (donner une information synthétique, présenter une information de façon visuelle, faire comprendre une information plus facilement) et les éléments essentiels.

Accompagnés par un intervenant, spécialiste de ce type de document médiatique, les élèves réalisent ensuite une infographie à partir de leurs données.

L'ensemble des productions réalisées par les élèves sera ensuite publié sur le site Internet du collège.

DANS LES PROGRAMMES

SCCC^(*)

Domaine 2

- Médias, démarches de recherche et de traitement de l'information.
- Apprendre à confronter différentes sources et à évaluer la validité des contenus.
- Identifier les différents médias et en connaître la nature.
- En comprendre les enjeux et le fonctionnement afin d'acquérir distance critique et autonomie.

CYCLE 4

ÉMI

Distinguer les sources d'information, s'interroger sur la validité et sur la fiabilité d'une information, son degré de pertinence.

Français

Comprendre l'importance de la vérification et du recoupement des sources, la différence entre fait brut et information.

Histoire

Vérifier l'origine/la source des informations et leur pertinence.

Mathématiques

Vérifier la validité d'une information et distinguer ce qui est objectif et ce qui est subjectif : lire, interpréter, commenter, produire des tableaux, des graphiques, des diagrammes.

[*] Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture.

POUR ALLER PLUS LOIN

Serres (Alexandre), *Évaluation de l'information sur Internet*. Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 2005, n°6, p. 38-44. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2005-06-0038-006>

Kapferer (Jean-Noël), *Rumeurs : le plus vieux média du monde*. Points Essais, 2009.

Gray (Jonathan et al), *Guide du datajournalisme : collecter, analyser et visualiser les données*. Eyrolles, 2013. Disponible en ligne : <http://jplusplus.github.io/guide-du-datajournalisme/>

« Faut-il croire aux sondages ? ». *Le 1*, 19 octobre 2016, n° 126.

⁽²⁾ Dugowson, Maurice et Jacques. « Affaire classée ». Institut National Audiovisuel (INA), 1969. Disponible en ligne : <http://www.ina.fr/video/CPF08008341/affaire-classee-video.html>

⁽³⁾ Atelier « Déclic'Critique : comment vérifier l'authenticité d'une vidéo sur les réseaux sociaux ? ». CLEMI, 2017. Disponible en ligne : <http://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/declic-critique/comment-verifier-lauthenticite-dune-video-publiee-sur-les-reseaux-sociaux.html>

EPI « Élèves journalistes à la découverte d'un média numérique »

PAR MARIE ADAM-NORMAND

Professeure de lettres modernes, coordonnatrice CLEMI, académie de Besançon, chargée d'éducation aux médias et à l'information pour la DANE, formatrice

Cette séquence d'enseignement pratique interdisciplinaire (EPI) a été pensée pour combiner le numérique et l'Éducation aux Médias et à l'Information. Ce travail contribue également à la mise en œuvre du Parcours citoyen, en l'occurrence à former les citoyens responsables de demain. Le but étant que l'élève prenne conscience de la validité d'une information en la créant. Il devient ainsi acteur de sa formation et de son savoir (*learning by doing*).

THÉMATIQUE INTERDISCIPLINAIRE

Information
Communication
Citoyenneté

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Découvrir et pratiquer l'écriture journalistique
Apprendre à s'informer
Développer son esprit critique
Travailler en collaboration
Savoir s'exprimer et argumenter

LIENS AVEC LES AXES DE LA RÉFORME DU COLLÈGE

Renforcer l'acquisition des savoirs fondamentaux, en combinant des apprentissages théoriques et pratiques, par la création de contenus multimédias (article, vidéo, nouveaux outils numériques...), élaborés à destination d'un public jeune
Donner aux élèves de nouvelles compétences adaptées au monde actuel en les familiarisant avec les codes des médias et en les faisant collaborer à un projet collectif

MEMBRES DE L'ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

Professeurs de lettres, d'histoire-géographie et professeur documentaliste

NIVEAU

Cycle 4

DURÉE ENVISAGÉE

18 h 00

LIEUX

CDI, salle de réunion, locaux de maCommune.info, extérieur

INTERVENANTS EXTÉRIEURS

Journaliste, dessinateur de presse

DÉROULEMENT

PRÉSENTATION DU PROJET > [Séance 1 – 1h00]

Mise en place d'un partenariat privilégié entre une classe et maCommune.info⁽¹⁾ pour un travail tout au long de l'année portant sur l'actualité et permettant aux élèves de comprendre la validité d'une information, tout en la créant.

BAIN DE PRESSE > [Séance 2 – 2h00]

L'objectif est de faire découvrir aux élèves différents titres de presse écrite et des médias pure player. Les faire comparer un média traditionnel à un média numérique (distinction Une/page d'accueil, mise en évidence des informations importantes, vocabulaire spécifique).

DÉCOUVRIR LA PRESSE EN LIGNE ET SES SPÉCIFICITÉS

Le but est de mettre en évidence les spécificités propres aux médias numériques. Faire travailler les élèves à partir de deux pure players.

Qui écrit? Quelle est la spécificité du web 2.0? Ligne éditoriale? Qu'est-ce qu'un modérateur?

COMPRENDRE D'OÙ VIENT L'INFORMATION > [Séance 4 – 2h00]

Pouvons-nous tous être journalistes? Comment s'informent les journalistes? Qu'est-ce que la hiérarchie de l'information?

Travail à partir de trois infographies éditées par l'AFP en 2014⁽²⁾:

- les dépêches AFP
- le circuit de l'information
- d'où vient l'information?

ABORDER L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE POUR LE WEB

Quels éléments trouve-t-on dans une dépêche?

Définir la règle des 5 W (en français: Qui? Quoi? Quand? Où? Pourquoi ou Comment?).

Comparer une dépêche avec un article en ligne et un article « papier » traitant du même sujet.

Aborder la pyramide inversée, analyser le style. Voir page 28.

L'objectif est de dégager les points communs et les différences entre écrire pour le web et écrire pour le papier. Est-ce le même angle choisi?

⁽¹⁾ <http://www.maCommune.info>

⁽²⁾ Infographie AFP: « Le circuit de l'info ». www.afp.com/fr/lagence/le-circuit-de-linfo

PRÉPARER UNE INTERVIEW AVANT DE PARTIR EN REPORTAGE > [Séance 6 – 3h00]

Sélectionner des événements importants, en ciblant les personnes à interroger. Préparer les questions, la réalisation de l'interview.

Exemple

Mes élèves se sont rendus aux Mots Doubs, salon du livre ayant lieu à Besançon, et ont ainsi pu rencontrer deux auteurs de jeunesse^[3].

LA PLACE DE L'IMAGE ET SA FONCTION > [Séance 7 – 1h00]

Quelles images trouve-t-on dans un pure player? Sont-elles informatives ou illustratives?

Cette séance a pour objectif de montrer que l'image/la photographie a un rôle réel, que c'est l'aboutissement d'un vrai travail de journaliste qui peut, dans la majorité des cas, apporter une information et contribuer à développer l'esprit critique.

LE DESSIN DE PRESSE COMME MOYEN D'EXPRESSION > [Séance 8 – 2h00]

Pour cette séance, dans l'idéal, faire intervenir un dessinateur de presse pour qu'il présente son travail et explique comment le numérique l'a transformé. Aborder les notions de caricature et de censure.

Exemple

Le dessinateur de presse Rodho est venu au collège. Il a été interviewé par les élèves. Deux d'entre eux ont rédigé un article à partir de cette rencontre.

« NOUS AVONS RENCONTRÉ RODHO... »

À la suite des événements du 7 janvier 2015, nous avons reçu, au collège Lumière, le dessinateur de presse, Rodho.

Lors de sa visite, nous avons échangé autour de ses impressions face aux attentats et à l'atteinte à la liberté d'expression.

Rodho nous a montré quelques unes de ses caricatures tout en donnant leurs significations. Tout au long de la séance, nous avons pu réagir avec lui, mais aussi avec les professeurs, sur ce que l'on appelle la liberté d'expression. Nous avons également appris de petites choses sur sa vie, son métier de dessinateur, son expérience...

Mais nous avons aussi abordé des sujets concernant les attentats de 2015.

Nous avons surtout appris qu'il faut continuer à sourire malgré les horreurs de la vie.

Dans le métier de dessinateur de presse, il faut continuer à faire de l'humour et ne pas laisser la peur reprendre le dessus.

Arisa et Mathilde
Classe de 3^eB

Cette séance s'est terminée par une réflexion à partir d'une question soulevée par les élèves « Peut-on rire de tout? ».

SÉANCE 9 > [Évaluation – 2h00]

Faire écrire un article à partir d'une dépêche de l'AFP (accès à ces dépêches pendant la Semaine de la presse et des médias dans l'école^[4]). Par binôme, les élèves sélectionnent une dépêche, rédigent un article, l'illustrent et le mettent en ligne sur le site du média numérique.

^[3] Arthur Ténor : « On ne naît pas écrivain, on le devient... ».

<http://www.macommune.info/article/arthur-tenor-on-ne-naît-pas-ecrivain-on-le-devient-129534>

Lorène et Eliott cherchent la petite bête aux Mots Doubs

<http://www.macommune.info/article/loren-et-elliott-cherchent-la-petite-bete-aux-mots-doubs-129519>

DANS LES PROGRAMMES

SCCC^[*]

Domaine 1 - Langages pour penser et communiquer

Comprendre, s'exprimer en utilisant la langue française à l'oral et à l'écrit.

Domaine 2 - Méthodes et outils pour apprendre

Coopération et réalisation de projets médias, démarches de recherche et de traitement de l'information.

Domaine 3 - Formation de la personne et du citoyen

Réflexion et discernement.

CYCLE 4

ÉMI

Participer à une production coopérative multimédia, en prenant en compte les destinataires.

Français

Découvrir des articles, des reportages, des images d'information sur un support numérique et dans des formats divers, se rapportant à un même événement ou à une thématique commune.

Histoire-Géographie

S'informer dans le monde du numérique. Exercer son esprit critique sur les données numériques, en apprenant à les comparer à celles qu'on peut tirer de documents de divers types.

[*] Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture.

POUR ALLER PLUS LOIN

Castéran (Claude), *Aux sources de l'info : Agence France Presse*. Actes Sud Junior, 2012.

Legay (Luc), *Techniques et bonnes pratiques pour écrire pour le Web*. 2010. Disponible en ligne : https://www.slideshare.net/slideshow/embed_code/2724610

Bertolini (Marco), *Écrire pour la presse web : le mythe du toujours plus court*. Formation 3.0, 2013. Disponible en ligne : <https://format30.com/2013/02/19/crire-pour-la-presse-web-le-mythe-du-toujours-plus-court/>

RESSOURCES

DES OUVRAGES ET DES REVUES

Balle (Francis), *Les Médias*, PUF, Que sais-je ?, 2014

Bach (Jean-François), Tisseron (Serge), Houdé (Olivier), Léna (Pierre), *L'Enfant et les écrans*, Le Pommier, 2012.

Bousquet (Aline), Carbillat (Marion), Mulot (Hélène), Nallathamby (Marie), *Éducation aux médias et à l'information : comprendre, critiquer, créer dans le monde numérique*, Génération 5, 2014.

Cagé (Julia), *Sauver les médias*, Seuil, 2015.

Cagé (Julia), Hervé (Nicolas), Viaud (Marie-Luce), *L'information à tout prix*, INA, mai 2017.

Charon (Jean-Marie), *Les Médias en France*, La Découverte, 2014.

Cordier (Anne), *Grandir connectés, les adolescents et la recherche d'information*, C&F éditions, 2015.

Corroy (Laurence), Jehel (Sophie), dir., *Stéréotypes, discriminations et éducation aux médias*, L'Harmattan, 2016.

Cornu (Daniel), *Tous connectés !*, Labor et Fides, 2013.

Davidenkoff (Emmanuel), *Le Tsunami numérique*, Stock, 2014.

Duclos (Solenn), *La Liberté de la presse en France : héritage et actualité*, SCÉREN-CNDP/ CLEMI.

Eveno (Patrick), *Guerre et médias : De la Grande Guerre à aujourd'hui*, Canopé/CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2014.

Frau-Meigs (Divina), *Socialisation des jeunes et éducation aux médias. Du bon usage des contenus et comportements à risque*, Ères, 2011

Gonnet (Jacques), *Éducation aux médias : les controverses fécondes*, Hachette Éducation, 2001

Jeanneney (Jean-Noël), *L'actualité au regard de l'histoire : De l'affaire Merah à l'élection du pape François*, Autrement, 2013.

Jost (François), *50 fiches pour comprendre les médias*, Bréal, 2009.

Le Crosnier (Hervé, coord.), *Culturenum : jeunesse, culture & éducation dans la vague numérique*, C&F éditions, 2013.

Lipani-Vaissade (Marie-Christine), *La Gratuité de l'information : un modèle économique introuvable ?*, SCÉREN-CNDP/CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2013.

Mattatia (Fabrice), *Expliquer Internet et la loi en milieu scolaire*, Canopé éditions/Eyrolles, 2015.

Mauduit (Laurent), *Main basse sur l'information*, Don Quichotte, 2016.

Rivet (Philippe), Patard (Dominique), Kislun (Patricia), *La Presse en classe : découverte de la presse quotidienne régionale*, SCÉREN, CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2012.

Trédez (Emmanuel), *Les réseaux sociaux, comment ça marche ?*, Fleurus, 2016.

Untersinger (Martin), *Anonymat sur Internet : comprendre pour protéger sa vie privée*, Eyrolles, 2013.

Animation & Éducation (revue de l'OCCE), Éduquer aux et par les médias et l'information, n°253-254, juillet-octobre 2016.

Cultures numériques, éducation aux médias et à l'information, colloque de l'École normale supérieure de Lyon (mai 2013), SCÉREN-CNDP, 2013.

<http://emiconf-2013.ens-lyon.fr/>

Cahiers pédagogiques n°528, *Mettre en œuvre les ÉPI*, CRAP, 2016.

Cahiers pédagogiques n°536, *Éduquer aux médias et à l'information*, CRAP, 2017.

TDC [Textes et documents pour la classe], CANOPÉ/CLEMI

Les discours médiatiques, n°1104 juin 2016.

<https://www.reseau-canope.fr/notice/tdc-n-1104-1er-juin-2016.html#content>

La Famille Tout-Écran, guide pratique, conseils en éducation aux médias et à l'information, CLEMI, 2017.

DES SITES*

PROGRAMMES SCOLAIRES

<http://eduscol.education.fr>

ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

www.cleml.fr

Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information.

<http://presse-ecole.blogs.ouest-france.fr>

La fabrication et le fonctionnement d'un journal (voir «Le journal en 10 questions»).

www.enjeuxmedias.org
Enjeux e-médias, un site autour de la question de l'éducation, des médias, de l'information et de la citoyenneté.

FranceTV : les Clés des médias.
<http://education.francetv.fr/matiere/education-aux-medias/cinquieme/article/les-cles-des-medias>

France TV : T'as Tout Compris.
<http://education.francetv.fr/emissions/t-as-tout-compris>

Eduscol
<http://eduscol.education.fr/cid83624/emi-et-pratiques-pedagogiques.html>

Enjeux e-medias (Ceméa, Francas, Fcpe...)
<http://www.enjeuxmedias.org/+Education-aux-medias>
www.educasources.education.fr

SE FORMER EN LIGNE

Le MOOC «DIY Education aux médias et à l'information» de l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3.

<https://hub5.ecolearning.eu/course/diy-do-it-yourself>

Le MOOC, ÉMI, ENS Cachan, Éric Bruillard, professeur à l'ENS Cachan.

<https://www.fun-mooc.fr/courses/ENSCachan/20008S02/session02/about>

RESSOURCES SUR LES MÉDIAS

www.arrestsurimages.net

Site de décryptage des médias.

www.dgmic.culture.gouv.fr
Direction générale des médias et des industries culturelles.

www.journalisme.com
Site des Assises internationales du journalisme et de l'information.

<http://fr.rsrf.org>
Reporters sans frontières.

www.onlinenewspapers.com
Pour accéder à la presse en ligne du monde entier.

www.24hdansuneredaction.com
Pour découvrir l'univers du journalisme.

<http://pressealecole.fr>
Site de l'ARPEJ (Association Régions Presse Enseignement Jeunesse).

INAGlobal, un trimestriel sur la vie des médias, édité par l'Institut National de l'Audiovisuel.

AUTOUR DE L'IMAGE

<http://portfolios.afp.com>
Portfolios des photographes de l'AFP.

<http://blogs.afp.com/makingof>
Making-of fait découvrir les coulisses des reportages de l'AFP.

www.decryptimages.net
Un portail d'éducation aux images coordonné par Laurent Gervereau.

<http://culturevisuelle.hypotheses.org>
Une plateforme de blogs de chercheurs et d'enseignants explore les dimensions visuelles de la culture.

www.latelierdesphotographes.com
L'Atelier des photographes (Rencontres d'Arles).

www.caricaturesetcaricature.com
Des ressources pour travailler sur le dessin de presse.

<http://mediapte.fr/parcours>
Sur le site d'APTE, des exercices de sensibilisation à l'image.

www.ciclic.fr
Vocabulaire de l'analyse filmique, par l'Agence régionale du Centre pour le livre, l'image et la culture numérique (Ciclic).

PUBLICITÉ

www.arpp-pub.org
L'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (autrefois BVP, Bureau de vérification de la publicité) affiche sur son site les recommandations, les règles déontologiques et les questions d'éthique liées à la publicité.

www.snptv.org
Syndicat national de la publicité.

www.leclubdesad.org
Le Club des directeurs artistiques propose 46 ans d'archives publicitaires.

SITES EN RAPPORT AVEC LA TÉLÉVISION ET L'AUDIOVISUEL

<http://education-medias.csa.fr>
Mis en place par le CSA, un site pour découvrir, comprendre et décrypter les médias audiovisuels et leurs pratiques.

www.ina.fr
Site de l'Institut national de l'audiovisuel.

<http://education.francetv.fr>
Site de FranceTV éducation.

À PROPOS DES USAGES D'INTERNET

<http://eduscol.education.fr/internet-responsable>
Un portail du ministère de l'Éducation nationale pour tout connaître des usages responsables d'Internet.

www.cnil.fr
Commission nationale de l'information et des libertés.

www.hoaxbuster.com
Site francophone recensant les hoaxes circulant sur le Web.

www.conspiracywatch.info
Observatoire du conspirationnisme et des théories du complot.

LES JEUNES ET LES MÉDIAS

www.mediaeducation.fr
Plateforme de l'éducation à l'information et à la liberté d'expression.

www.lapressejeunesse.fr
Portail de La Presse Jeunesse.

<http://www.education-aux-medias.ac-versailles.fr/panorama-de-la-presse-d-actualite-jeunesse>
Panorama de la presse d'actualité jeunesse (CLEMI académie de Versailles).

<http://www.jetsdencre.asso.fr/>
Jets d'encre (Association nationale pour la promotion et la défense de la presse d'initiative jeune).

DES RESSOURCES FRANCOPHONES

<http://jeunesetmedia.wix.com/jeunesetmedias>
Association française Le Centre d'études sur les jeunes et les médias.

<http://www.media-animation.be/>
Association belge Media Animation ASBL.

<http://www.habilomedias.ca/>
Association canadienne HabiloMedias.

<http://www.jeunesetmedias.ch/fr/accueil.html>
Programme national suisse.

—
* Sites consultés en juin 2017

Être coordonnatrice académique CLEMI...

PAR KAREN PRÉVOST-SORBE

Coordonnatrice CLEMI Tours-Orléans

« Coordonner (verbe transitif) = Ordonner des éléments séparés, combiner des actions, des activités distinctes... »

Dictionnaire Larousse

ÊTRE COORDONNATRICE AU QUOTIDIEN...

Le coordonnateur académique CLEMI assure la mise en œuvre des actions d'Éducation aux Médias et à l'Information dans son académie. Il met en relation les équipes éducatives et pédagogiques avec des professionnels des médias, notamment la presse locale, les stations de France Bleu et de France 3, les télévisions locales de service public, les radios associatives... Il organise des formations dans le cadre des priorités nationales et du projet académique défini par le recteur. Il accompagne les équipes pédagogiques, les écoles et les établissements scolaires pour mettre en œuvre un projet d'éducation aux médias et l'information. Son action s'inscrit sur un territoire donné avec ses contraintes et ses atouts. Il peut être épaulé dans sa mission par une équipe de formateurs et d'animateurs pédagogiques. Cette organisation est essentielle pour mailler correctement le territoire et apporter une réponse de proximité. Il travaille également avec les médias, les collectivités territoriales, les ateliers CANOPÉ et les différents services déconcentrés de l'Éducation nationale.

Enseignante en Histoire-Géographie-EMC, j'ai été nommée coordonnatrice académique CLEMI en 2007 par le recteur. Ma mission étant académique, l'enjeu est d'impulser, accompagner et suivre des projets d'ÉMI sur l'ensemble du territoire. Et cela peut s'avérer compliqué.

L'académie Orléans-Tours est très étendue. Elle occupe la 3^e position parmi les 30 académies françaises (après celles de Toulouse et de Bordeaux). Elle compte 6 départements (Cher, Eure-et-Loir, Indre, Indre-et-Loire, Loir-et-Cher et Loiret). Il s'agit d'un territoire à dominante rurale.

Mon activité principale est la formation des personnels de l'Éducation nationale. Chaque année, des orientations sont définies (avec des invariants tels que la valorisation de l'expression des jeunes, la création de médias scolaires et lycéens, la préparation de la Semaine de la presse et des médias dans l'école®...). Elles prennent en compte les objectifs fixés par le projet académique, le Plan de Formation Académique et les besoins identifiés « sur le terrain ». Le travail avec les corps d'inspection est également essentiel afin que l'ÉMI soit intégrée dans tous les enseignements, dans les 1^{er} et le 2nd degrés. Je suis aidée au quotidien par un référent académique 1^{er} degré et une petite équipe d'enseignants-formateurs.

Les attentats du mois de janvier 2015 m'ont montré que les orientations prises peuvent être révisées. Adaptabilité est le mot clef. L'actualité impose parfois de revoir ses champs de réflexion et de travail. Cela nécessite de s'auto-former et de travailler en réseau, en appui avec le CLEMI national.

Depuis 2007, ma mission de coordonnatrice académique a également considérablement évolué. La question du numérique est devenue incontournable. Les attentes sont fortes pour accompagner les élèves dans leurs pratiques médiatiques et numériques, les amener à mieux comprendre le monde qui les entoure et à développer un esprit critique. Ma mission s'inscrit plus que jamais dans l'éducation à la citoyenneté.

Les équipes académiques du CLEMI

ACADÉMIE D'AIX-MARSEILLE

Françoise Sarto
clemi@ac-aix-marseille.fr

ACADÉMIE D'AMIENS

Damien Cambay
clemi@ac-amiens.fr

ACADÉMIE DE BESANÇON

Marie Adam-Normand
coordination.clemi-fc@ac-besancon.fr

ACADÉMIE DE BORDEAUX

Isabelle Martin
isabelle.martin@ac-bordeaux.fr

ACADÉMIE DE CAEN

Emmanuelle Griffon
emmanuelle.griffon@ac-caen.fr
clemicaen@ac-caen.fr

ACADÉMIE DE CLERMONT-FERRAND

Nicole Pavoni
pavoni@ac-clermont.fr

ACADÉMIE DE CORSE

Marie Pieronne
clemi@ac-corse.fr

ACADÉMIE DE CRÉTEIL

Élodie Gautier
clemicreteil@ac-creteil.fr

ACADÉMIE DE DIJON

Nathalie Barbery
nathalie.barbery@ac-dijon.fr

ACADÉMIE DE GRENOBLE

Guy Cherqui
guy.cherqui@ac-grenoble.fr
clemi@ac-grenoble.fr
fmorel2@ac-grenoble.fr

ACADÉMIE DE GUADELOUPE

Patrick Pergent
ce.clemi@ac-guadeloupe.fr

ACADÉMIE DE GUYANE

Elfrida Delmer-Davigny
elfrida.davigny@reseau-canope.fr

ACADÉMIE DE LILLE

Jean-Christophe Planche
clemlille@ac-lille.fr

ACADÉMIE DE LIMOGES

Magali Martin
magali.martin@ac-limoges.fr

ACADÉMIE DE LYON

Edwige Jamin
edwige.jamin@ac-lyon.fr

ACADÉMIE DE MARTINIQUE

manuel.cesaire@ac-martinique.fr

ACADÉMIE DE MAYOTTE

Annie LE QUÉAU
direction.cdp@ac-mayotte.fr

ACADÉMIE DE MONTPELLIER

Alain PINOL
clemi@ac-montpellier.fr

ACADÉMIE DE NANCY-METZ

Philippe Spiegel
philippe.spiegel@ac-nancy-metz.fr

ACADÉMIE DE NANTES

Nicolas Quatrevaux
clemi@ac-nantes.fr

ACADÉMIE DE NICE

Lilia Parisot
lilia.parisot@ac-nice.fr

ACADÉMIE D'ORLEANS-TOURS

Karen Prévost-Sorbe
karen.prevast@ac-orleans-tours.fr

ACADÉMIE DE PARIS

Anne Lechaudel [primaire]
anne.lechaudel@ac-paris.fr
Marianne Acquaviva [2nd degré]
marianne.acquaviva@ac-paris.fr

ACADÉMIE DE POITIERS

Nicolas Billon
clemi@ac-poitiers.fr

ACADÉMIE DE REIMS

Jean-Pierre Benoît
jean-pierr.benoit@ac-reims.fr
Céline Harasiuk [assistante de
Jean-Pierre Benoît]
celine.harasiuk@ac-reims.fr

ACADÉMIE DE RENNES

Sylvie Patéa
clemi.bretagne@ac-rennes.fr

ACADÉMIE DE LA RÉUNION

Alexandra Maurer
alexandra.maurer@reseau-canope.fr

ACADÉMIE DE ROUEN

Édouard Bessière
edouard.bessiere@ac-rouen.fr

ACADÉMIE DE STRASBOURG

Sophie Philippi
sophie.philippi@ac-strasbourg.fr

ACADÉMIE DE TOULOUSE

Laurence Janin
clemi@ac-toulouse.fr

ACADÉMIE DE VERSAILLES

Sylvain Joseph
clemi@ac-versailles.fr

DANS LES TERRITOIRES D'OUTRE-MER

NOUVELLE-CALÉDONIE

Christian Lucien
dir.cdp@ac-noumea.nc
dir@cdp.nc

**AGIR
POUR VOUS
ACCOMPAGNER
AU QUOTIDIEN**

Nouveaux enseignants, cette brochure vous est particulièrement destinée. Elle vous propose des pistes pédagogiques, des idées d'activités en Éducation aux Médias et à l'Information qui font le lien avec les textes officiels et les dispositifs en vigueur. Alors, lancez-vous ! Le CLEMI vous accompagne dans vos initiatives.

Dans chaque académie une équipe du CLEMI peut conseiller les enseignants et les personnels d'éducation et les accompagner dans la mise en œuvre d'activités en Éducation aux Médias avec les élèves : voir leurs coordonnées page 3 de couverture et sur le site du CLEMI :

www.clemi.fr/fr/formation/se-former-en-academie.html

Suivre l'actualité du CLEMI et de l'Éducation aux Médias et à l'Information sur :

 clemi.fr

 @LeClemi – @LaSpme – @VeilleDuClemi – #ÉducMédiasInfo

 facebook.com/clemi.fr

 www.clemi.fr/newsletter

CLEMI

391 bis rue de Vaugirard - 75015 Paris

Tél. 01 53 68 71 00 – contact@clemi.fr

LA GMF, partenaire de la brochure *Médias et Information, on apprend !*



Les grands médias changent, s'adaptent, les réseaux sociaux modifient la production et la circulation de l'information, les connexions multiplient les possibilités donnant autant de nouveaux accès sur le monde. L'accompagnement de tous ces changements est aussi un enjeu pour la communauté éducative.

Fiches pédagogiques, pistes de réflexion collaborative pour les 1^{er} et 2nd degrés, références aux textes officiels et sources bibliographiques ou sitographiques font une fois de plus la richesse de l'édition 2017-2018 de la brochure *Médias et information, on apprend !*

Pour la GMF, il est essentiel d'accompagner les enseignants dans leur démarche éducative, de leur fournir des outils utiles pour transmettre les bonnes pratiques dans le domaine de l'ÉMI. Innovation, engagement, solidarité sont les valeurs qui animent la GMF, assureur des personnels de l'enseignement et partenaire du CLEMI depuis 2006.

ISSN 2425-9861
ISBN 978-2-240-04540-9
Ref. commerciale : W0003943



**Le centre pour l'éducation
aux médias et à l'information**

Missions

Le CLEMI, service de Réseau CANOPÉ, est chargé de l'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) dans l'ensemble du système éducatif français.

Depuis sa création en 1983, le CLEMI a pour mission de former les enseignants et d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias, favorisant ainsi une meilleure compréhension du monde qui les entoure et le développement de leur sens critique. Il atteint cet objectif en s'appuyant sur un réseau formé d'une équipe nationale, d'équipes académiques et en travaillant en partenariat avec les médias d'information pour déployer ses projets et ses actions au sein des écoles et des établissements scolaires.

Promouvoir la liberté d'expression, rechercher et évaluer l'information, forger l'esprit critique des élèves dans un monde dominé par la prolifération des images pour en faire des citoyens libres et avertis, c'est le rôle du CLEMI, au cœur du système éducatif français et des enjeux majeurs de la société.

Dans le cadre des priorités ministérielles, l'Éducation aux Médias et à l'Information est aujourd'hui intégrée de manière transversale dans les enseignements pratiques interdisciplinaires et redéfinie comme une exigence républicaine au cœur du Parcours citoyen. Elle est un enjeu éducatif et sociétal incontournable dans un environnement où le numérique est omniprésent et transforme radicalement l'accès à l'information, son usage et sa perception.

Objectifs



FORMER les enseignants et accompagner les élèves vers un usage autonome et réfléchi de leurs pratiques médiatiques



PRODUIRE ou co-produire des ressources et des outils pédagogiques en ÉMI



ACCOMPAGNER la création de médias scolaires



DÉVELOPPER des projets mettant en relation professionnels des médias et enseignants

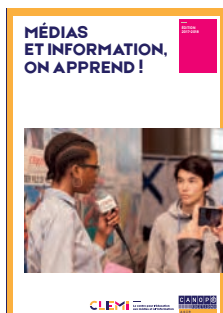
ACTIONS CLÉS



Le CLEMI, intermédiaire de référence entre le monde de l'École et celui des médias, déploie son projet d'Éducation aux Médias et à l'Information résolument ouvert sur la société dans son ensemble et tourné vers un monde en pleine transition numérique.

PRODUCTION de ressources de référence pour l'ÉMI

Le CLEMI conçoit, avec ses partenaires, des ressources d'accompagnement pour la communauté éducative. L'ouverture aux familles est par ailleurs un nouvel enjeu du CLEMI face aux problématiques posées par la circulation et l'usage de l'information sur internet, dans et hors l'École.



Sur son site, le CLEMI propose fiches pédagogiques, dossiers thématiques, kits webRadio et WebTV à destination des établissements scolaires. Il donne aussi à voir des modules vidéo réalisés dans les classes et illustrant des cas concrets de séquences en ÉMI.



FORMATION à l'Éducation aux Médias et à l'Information

Le CLEMI national, avec son maillage territorial du réseau académique, impulse des actions de formation (initiale et continue), d'animation-conseil en ÉMI ainsi que des stages et des séminaires en France et à l'étranger.

Plus de 20 000 enseignants formés chaque année sur des thématiques variées :

- Médias et circuits de l'information.
- Création de médias scolaires.
- Réseaux sociaux et problématiques citoyennes.
- Réagir face au complotisme.

ACCOMPAGNEMENT des productions médiatiques des élèves

Le CLEMI favorise, de la conception à la diffusion, les projets et la production de médias au sein des établissements scolaires. Dépositaire pédagogique de la presse scolaire, il référence, depuis 1980, les médias réalisés par les élèves.

CONTRIBUTION à la recherche scientifique

Le CLEMI travaille avec des chercheurs et participe à des projets de recherche nationaux et internationaux. Il se place à la croisée des sciences de l'information et de la communication et des sciences de l'éducation pour favoriser les savoirs, en lien avec les pratiques et usages pédagogiques en ÉMI.

OUVERTURE à l'International

L'action du CLEMI s'inscrit dans une perspective européenne et, au-delà, internationale, avec pour objectifs de faire avancer la problématique de l'ÉMI et de mettre en réseau les différentes structures existantes, notamment via sa participation à des colloques et des séminaires internationaux.

ACTIONS PHARES



Le CLEMI impulse des activités dans le cadre scolaire. Les élèves, accompagnés de leurs enseignants, se saisissent notamment de tous les enjeux liés au numérique et exercent diverses compétences essentielles telles que savoir chercher, savoir vérifier, savoir publier.

LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE®

Depuis 1990, la Semaine de la presse et des médias dans l'école®, opération emblématique du CLEMI, offre chaque année aux élèves l'opportunité de découvrir les médias d'actualité dans leur diversité et leur pluralisme et d'échanger avec les professionnels de l'information.

L'ÉDITION 2017 EN QUELQUES CHIFFRES

3 350 000
élèves



210 000
enseignants



17 000
établissements



1852
médias partenaires



LES CONCOURS

Initiés par le CLEMI, ces concours permettent de favoriser l'expression et la créativité des élèves. Ce sont ainsi des milliers de productions d'élèves, dans tous les genres journalistiques (articles, dessins de presse, reportages...) et sur tous les supports (papier, numérique, audio, vidéo) qui sont valorisées chaque année en mai et juin.

Médiatiks

Médias scolaires

Journaux, sites, blogs et productions audiovisuelles

Zéro Cliché

Egalité filles-garçons

Déconstruire les stéréotypes sexistes

Arte/CLEMI

Reportages

Réalisés à partir d'un sujet diffusé dans Arte Journal

Wikiconcours

Articles collaboratifs

Contribuer à l'encyclopédie libre Wikipédia

LA REVUE DE PRESSE DES JOURNAUX SCOLAIRES ET LYCÉENS

Publiée chaque année, cette revue de presse présente, en trois volumes (écoles, collèges, lycées), les meilleurs extraits des journaux d'élèves de toute la France : un panaché d'articles et de dessins qui reflètent le regard des jeunes sur l'actualité internationale, nationale et culturelle, mais aussi sur la vie des établissements et des élèves.





Un réseau académique

DES ÉQUIPES POUR VOUS ACCOMPAGNER

En synergie étroite avec l'équipe du CLEMI national, un réseau de coordonnateurs assure la mise en œuvre des actions d'Éducation aux Médias et à l'Information dans les académies. Ils s'appuient sur des équipes de formateurs pédagogiques au plus proche du terrain.

Contacts : www.clemi.fr/fr/formation/se-former-en-academie.html

Le Conseil d'Orientation et de Perfectionnement du CLEMI

INSTANCE DE RÉFLEXION ET DE PROPOSITION

Le Conseil d'Orientation et de Perfectionnement (COP) accompagne les actions stratégiques du CLEMI. Réuni deux fois par an, il est composé de membres des pouvoirs publics, d'acteurs du système éducatif et de professionnels des médias.

SUIVRE L'ACTUALITÉ DU CLEMI ET DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION



clemi.fr



facebook.com/clemi.fr



@LeCLEMI - @LaSpme
@VeilleduCLEMI
#ÉducMédiasInfo



www.clemi.fr/newsletter

CLEMI

391 BIS RUE DE VAUGIRARD 75015 PARIS

Tél. 01 53 68 71 00 - contact@clemi.fr