

# Éducation aux médias

## eMedia



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

eMedia (MEdia literacy and DIgital citizenship for All)  
est un projet du programme Erasmus+ (2018-1-FR01-KA201-048117)



## Contributrices et contributeurs :

Martina AGNOLETTI  
Arci

Daniele BIANCHINI  
Arci

Linda DANIELA  
University of Latvia

Santa DREIMANE  
University of Latvia

Aurélie GAUDIN  
Ligue de l'enseignement

Pia GROENEWOLT  
ALL DIGITAL

Shandra LOURIDO  
SOS Racismo Arrazakeria

Loira MANZANI  
SOS Racismo Arrazakeria

Emanuele MICHELI  
Scuola di Robotica

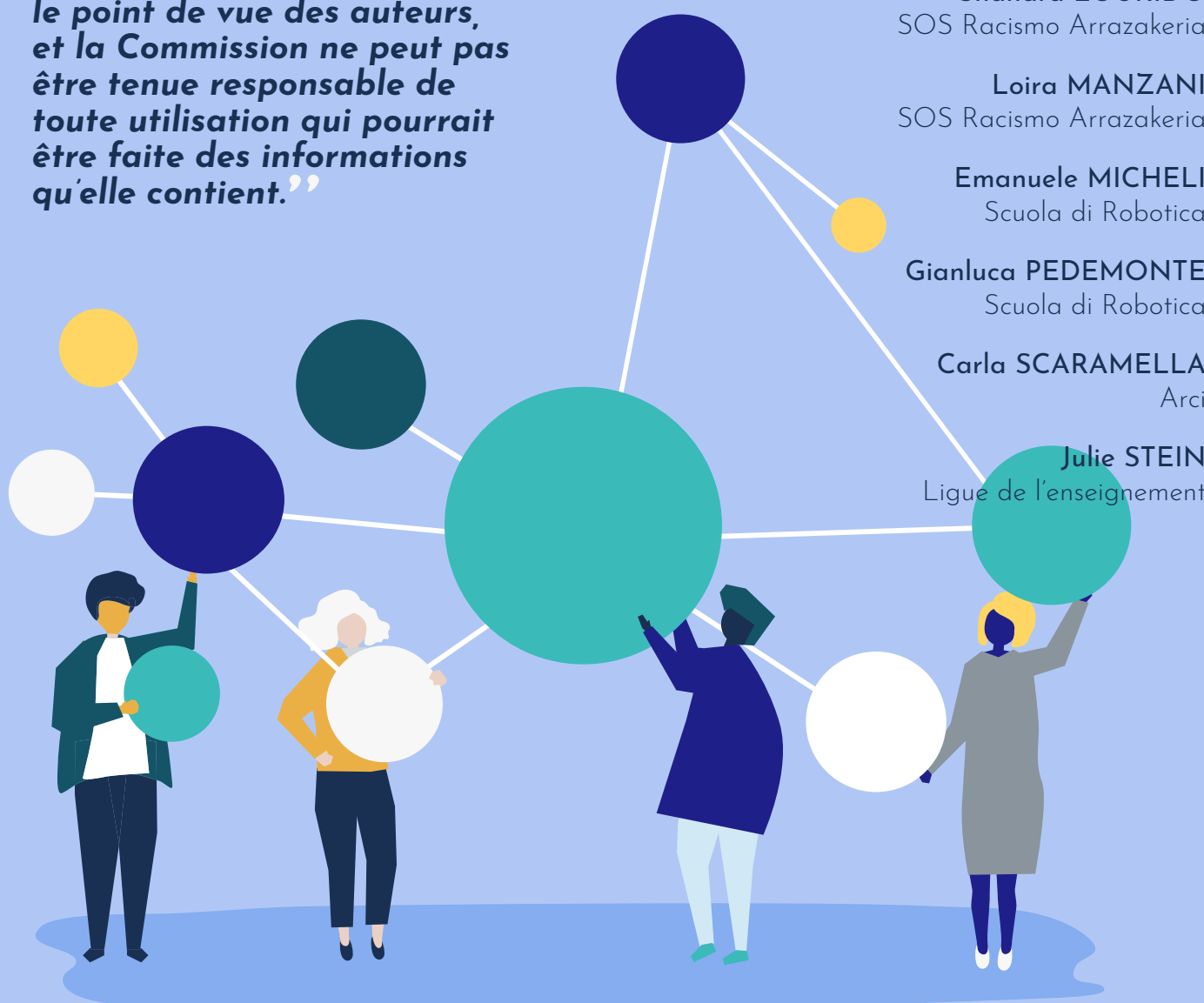
Gianluca PEDEMONTE  
Scuola di Robotica

Carla SCARAMELLA  
Arci

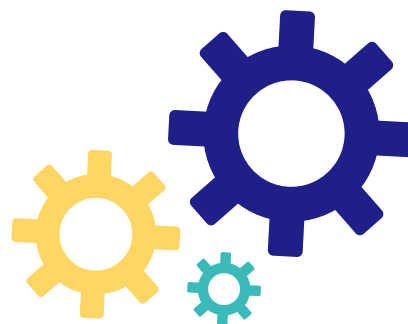
Julie STEIN  
Ligue de l'enseignement

“

**Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.”**



# TABLE DES MATIÈRES



<b>INTRODUCTION</b>	<b>4</b>
<b>L'INFLUENCE DES MÉDIAS SUR LE DÉVELOPPEMENT DES JEUNES</b>	<b>5</b>
L'influence des médias sur les jeunes : développement cognitif, psychologique et moral d'un individu	5
Esprit critique	7
<b>ÉDUCATION AUX MÉDIAS</b>	<b>12</b>
De quoi s'agit-il ?	12
Infox, théories du complot et ère de la post-vérité	14
Rôle des nouvelles technologies dans la déformation de la réalité	16
Vérification des faits	18
Opinion critique des médias	19
<b>LE CADRE LÉGISLATIF</b>	<b>20</b>
Licences et propriété des médias	20
<b>EXEMPLES PRATIQUES D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS À RÉALISER EN CLASSE</b>	<b>22</b>
Activité 1 • Lecture critique	24
Activité 2 • ChronoCards relatives aux médias	25
Activité 3 • Allons faire un sondage !	26
Activité 4 • Le jeu du profileur de l'info	28
Activité 5 • Le jeu du comploteur	29
Activité 6 • Les images sur les réseaux sociaux	31
Activité 7 • La publicité	32
Activité 8 • Presse	33
Activité 9 • Chansons ou clips vidéo	34
Activité 10 • L'atelier du recadrage	35
<b>QUELQUES BONNES PRATIQUES EUROPÉENNES</b>	<b>36</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>39</b>
Références	40

# INTRODUCTION

Depuis le 21<sup>e</sup> siècle, le flux grandissant d'informations et de canaux d'information a changé la manière dont nous communiquons. Nous utilisons de plus en plus fréquemment la technologie pour communiquer entre nous. De nos jours, les médias sociaux sont l'un des moyens préférés des jeunes, mais aussi des adultes, pour partager des informations, communiquer, se rencontrer, s'amuser et passer du temps libre. Internet et les médias sociaux sont devenus la nouvelle « sphère publique ».

Les organisations des médias d'information ont également évolué rapidement et éprouvent maintenant de grandes difficultés à trouver de nouveaux modèles économiques et modes de distribution adaptés aux environnements médias numériques (Notley, Dezuanni, 2019). Les environnements des médias numériques constituent une source clé de flux vers les sites Internet des principales organisations des médias d'information. Ils reçoivent donc une part significative des revenus publicitaires que les organisations des médias d'information auraient autrefois perçus (Notley, Dezuanni, 2019). Ce nouvel écosystème génère un secteur des médias hautement concurrentiel, dans lequel de nombreux médias prennent en compte la notion de profit lorsqu'ils préparent du contenu d'actualités, parfois au détriment des aspects éthiques du journalisme. Alors que la priorité donnée à l'intégrité des médias et le besoin de faire confiance à leurs contenus ont progressivement augmenté ces dernières années, les infox en ligne sont désormais considérées comme un problème majeur (Watkins, al., 2017). L'ère du numérique et les médias sociaux ont complexifié la vérification des faits et remis en question la confiance dans les contenus d'actualités diffusés (Notley, Dezuanni, 2019). Apprendre à différencier les nouvelles fiables des infox est devenu un enjeu éducatif majeur.

L'exposition des enfants et des jeunes à des contenus non appropriés (violences, pornographie,...) lors de leur usage du numérique (internet et réseaux

sociaux) est une réalité qui appelle des réponses, en matière de protection mais aussi d'accompagnement, d'éducation, et ce dans le cadre scolaire et non scolaire.

Au 19<sup>e</sup> siècle, la définition du terme « éducation » recouvrait la maîtrise de compétences de base, nécessaires à cette époque, comme la lecture, l'écriture et l'arithmétique (Pereira, Moura, 2019). Aujourd'hui, l'ère numérique et les usages qui en découlent appellent une éducation qui permette aux personnes d'acquérir une confiance en leur capacité à utiliser les technologies de l'internet et des médias sociaux. Les médias en ligne constituent un des éléments de cet apprentissage du et par le numérique.

L'objectif du projet « **eMedia : éducation aux médias et citoyenneté numérique pour toutes et tous** » est de contribuer à l'acquisition de ces compétences et ce par l'élaboration d'outils pédagogiques relatifs aux pratiques numériques, et prenant la forme de trois guides. Ils prennent appui sur des méthodes actives issues de l'éducation populaire. Trois aspects des compétences numériques y sont abordés :

- 1) **La robotique éducative** : pour développer la pensée computationnelle au travers d'activités pratiques ;
- 2) **L'éducation aux médias** : pour comprendre la puissance et les risques liés aux médias en ligne ;
- 3) **L'expression en ligne** : pour promouvoir une utilisation plus raisonnée des réseaux sociaux, blogs, web-radios et web-télévisions.

Ce manuel est destiné aux enseignants qui souhaitent développer leurs compétences professionnelles en matière d'éducation aux médias et intervenir auprès de leurs élèves, afin de renforcer leur esprit critique, d'améliorer leur compréhension des infox et de leur fournir des exemples concrets d'éducation aux médias à utiliser en classe.

# L'INFLUENCE DES MÉDIAS SUR LE DÉVELOPPEMENT DES JEUNES

## Influence des médias sur les jeunes : développement cognitif, psychologique et moral d'un individu

La personnalité, le sens des valeurs et la conscience morale d'un individu continuent de se former durant sa préadolescence et son adolescence, de même qu'il poursuit ses autres apprentissages. C'est une période sur laquelle influe son environnement social : familles, pairs, éducateurs..., ainsi que les médias.

Les technologies et les médias sociaux constituent une partie importante de la vie des jeunes alors que leur esprit critique est en cours de construction. Ils sont de fait exposés à des contenus au travers desquels leurs créateurs peuvent délibérément chercher à les influencer.

Pour évaluer le contenu des médias en ligne, les jeunes peuvent prendre appui sur leur propre expérience, leur niveau de connaissance et de leur sens moral. Il est déterminant que les parents, les enseignants, les éducateurs aient des connaissances sur le développement cognitif, psychologique et moral des enfants et des adolescents, afin de savoir comment développer leur éducation aux médias, renforcer leur esprit critique et les aider à améliorer leur compréhension des infos.

Pour Jean Piaget, le développement cognitif est l'une des fonctions fondamentales de la vie. Il considérait que les capacités cognitives humaines reposaient sur des aspects biologiques et psychologiques, que l'on peut classer en 4 périodes distinctes (Kivnick, Wells, 2013 ; Newman etc., 2007) :

- 1) la période sensorimotrice, de la naissance à deux ans ;
- 2) la période préopératoire, de deux à sept ans ;
- 3) la période des opérations concrètes, de sept à onze ans ;
- 4) la période des opérations formelles, à partir de douze ans, qui décrit une période durant laquelle, au fur et à mesure de sa croissance, l'état d'esprit d'une personne et la manière dont elle perçoit le monde évoluent. Les fondements logiques des divers processus sont perçus. L'individu élabore des hypothèses pour expliquer les choses et est capable de considérer les dimensions passées, présentes et futures. Le stage final comprend une augmentation du sens logique, la capacité à employer le raisonnement déductif et la compréhension des idées abstraites.

Bien qu'axée sur le développement psychosocial plutôt que psychosexuel, la théorie du développement psychosocial d'Erik Erikson a été influencée par le psychanalyste Sigmund Freud. Selon Erikson, le développement psychosocial est un processus prédictible et séquentiel, qui passe par huit stades au cours de la vie d'une personne. Chaque stade est caractérisé par l'interaction entre des processus de la personnalité, du développement et sociaux. La culture et le contexte peuvent influencer la manière dont les individus font face aux défis liés à chaque stade (Darling-Fisher, 2019 ; Chavez, 2016) :

- 1) de 0 à 18 mois - petite enfance ;
- 2) de 18 mois à 3 ans - enfance ;

- 3) de 3 à 5 ans - âge préscolaire ;
- 4) de 6 à 13 ans - âge scolaire ;
- 5) de 13 à 21 ans - adolescence. Ce stade est désigné « Identité vs confusion des rôles » et se caractérise par des changements physiques et psychosociaux rapides de l'enfant, ainsi que par la recherche d'un nouveau sens de régulation mutuelle. À ce stade, une personne cherche à trouver un « sens de soi » au moyen de l'introspection, ce qui peut la conduire à ressentir de l'insécurité à propos d'elle-même, à se sentir excessivement concernée par son apparence dans le regard des autres et à s'identifier à certains groupes ou certaines populations. À la fin de ce stade, les enfants ont atteint le niveau de développement d'un adulte et seuls l'esprit et la personnalité poursuivent leur développement. Un individu qui ne se développerait pas et ne renforcerait pas son identité durant ce stade est susceptible d'avoir des objectifs professionnels irréalistes et de souffrir de dépression. Les autres stades décrits par Erikson sont ceux du jeune adulte entre 22 et 39 ans, de l'âge adulte entre 40 et 65 ans et de la maturité au-delà de 65 ans.

La théorie du développement cognitif de Jean Piaget a constitué une source d'inspiration pour le psychologue Lawrence Kohlberg. C'est en 1971 que Kohlberg a introduit la théorie du développement moral, qui explique le développement moral d'un individu en le divisant en trois niveaux : pré-conventionnel, conventionnel et post-conventionnel. Chaque niveau comprend deux stades. Le niveau pré-conventionnel explique que la moralité d'une personne est contrôlée par l'environnement extérieur et s'exprime sous la forme d'une obéissance et d'une mise en conformité avec des règles (petite enfance – orientation vers la punition et l'obéissance et âge préscolaire – caractérisée par l'égoïsme). Le niveau conventionnel élargit la moralité d'une personne aux relations interpersonnelles et sociales et la personne respecte les règles afin de garantir des relations positives et le bien collectif (âge scolaire – conformisme et stade

d'harmonisation interpersonnel et âge scolaire – orientation vers l'autorité et l'ordre). Dans le niveau post-conventionnel, la moralité d'une personne est fondée sur des principes, des valeurs et sur la conviction que certaines règles sont injustes (adolescence – stade du contrat social au cours duquel l'individu apprend que « moralement » et « légalement » correct ne sont pas similaire et respect des règles et des conventions sociales en tant qu'adulte).

De nos jours, dans cette ère des technologies de l'information et de la communication, il est essentiel de réfléchir à la manière dont le cyberspace influence le comportement en ligne des jeunes. En d'autres termes, les approches théoriques du développement doivent être interprétées dans le contexte en ligne, qui détermine de nouvelles façons de nous définir, de communiquer et de nous identifier aux autres. En ce sens, les interactions sur Internet n'impliquent généralement pas d'interactions « physiques » avec une autre personne (c'est-à-dire de conversations en face à face), et peuvent donc facilement amener les utilisateurs à se sentir libres d'agir différemment en ligne, ainsi qu'à ne pas faire preuve de civilité et à minimiser l'autorité, etc.

Les personnes socialement anxieuses sont plus susceptibles de recourir à la communication électronique comme seul moyen de communication, ce qui peut les conduire à divulguer en ligne, à des inconnus, des informations personnelles qu'elles ne divulgueraient normalement pas en face à face. Ce phénomène est une cause probable de la prévalence du cyber harcèlement, en particulier chez les enfants qui ne maîtrisent pas « l'étiquette des réseaux sociaux ».

L'anonymat d'Internet peut également entraîner une désinhibition de ses utilisateurs, qui font et disent des choses en ligne qu'ils ne feraient ou ne diraient normalement pas en personne.

# Esprit critique

Être capable d'esprit critique est une compétence que tout citoyen doit être capable de mobiliser afin de prendre part à une société démocratique et pluraliste. La société actuelle, caractérisée par un accès généralisé à l'information via Internet et par un bombardement constant de données, d'opinions et de mots d'ordre, requiert de nouvelles compétences. Parmi celles-ci, nous en choisissons une, qui concerne la capacité à penser de manière critique et de comprendre tout type de texte auquel une personne a accès et qui est lié aux thèmes d'intérêt (Oliveras, Sanmartí, 2013).

Le développement de l'esprit critique, décrit comme la capacité d'analyser et d'évaluer de manière critique dans le but de s'améliorer et de s'engager dans une réflexion indépendante est une part intégrante du succès de l'éducation aux médias.

Selon la définition de l'UNESCO, la pensée critique est un processus qui implique de poser des questions adéquates, de rassembler et de trier de manière créative les informations pertinentes, de mettre en relation les nouvelles informations avec les connaissances existantes, de réexaminer les croyances et les hypothèses, de raisonner logiquement et de tirer des conclusions fiables et dignes de confiance. Faire preuve d'esprit critique exige un effort persistant pour appliquer des modèles théoriques afin de comprendre le problème, d'examiner les preuves et d'évaluer les méthodes ou les techniques afin de parvenir à un jugement. Les aptitudes cognitives d'analyse, d'interprétation, de déduction, d'explication, d'évaluation, de contrôle et de correction de son propre raisonnement sont au cœur de l'esprit critique (Seel, 2012). Des traits tels que la curiosité, la flexibilité et une attitude de questionnement sont





étroitement liés à l'esprit critique, qui est de plus en plus souvent désigné comme une compétence-clé et une aptitude du 21<sup>e</sup> siècle.

Nous vivons dans une société démocratique complexe où la qualité de notre vie et celle de ce que nous produisons, fabriquons ou construisons dépendent précisément de la qualité de notre pensée. Vivre dans une société démocratique et y participer requiert des citoyens qu'ils puissent faire preuve d'esprit critique au sujet des questions sociales, politiques et économiques afin de mieux comprendre ce qui se passe autour d'eux, de tenir compte du point de vue des autres et de participer à un débat démocratique et public sur les questions qui les concernent ainsi que toute la société.

En fait, l'esprit critique nous permet de réduire l'effet de notre vision égocentrique, sociocentrique et ethnocentrique sur nos réflexions et nos actions, qui sont souvent biaisées, déformées, subjectives, non informées ou basées sur des préjugés.

Il contribue à notre propre processus de développement personnel et nous permet une participation en toute liberté et autonomie à la société démocratique.

Lorsque notre cerveau traite des informations internes et externes, son activité est influencée par des biais cognitifs, un effet psychologique qui conduit à des erreurs dans les réflexions et les actions. Ce terme, inventé par Daniel Kahneman et Amos Tversky en 1972, désigne une manière rapide et intuitive de juger ou de prendre des décisions et donc moins

laborieuse qu'un raisonnement analytique prenant en considération toutes les informations pertinentes. En fait, les biais cognitifs produisent une déviation du traitement mental qui entraîne une distorsion, des jugements incorrects et des interprétations illogiques basées sur des réflexions incomplètes ou illogiques. Ce biais constitue une zone de confort qui nous permet d'essayer de dépenser le moins d'énergie possible et nous épargne l'effort d'une réflexion complexe. Il résulte du besoin évolutif de pouvoir émettre des jugements immédiats afin d'adopter une position rapide en réponse à certains problèmes ou situations, en raison de notre incapacité à traiter de manière sélective et subjective toutes les informations qui sont filtrées. C'est la raison pour laquelle l'énorme augmentation de la quantité d'informations sur Internet et les réseaux sociaux a renforcé les biais cognitifs. Le biais cognitif nous conduit par exemple à surestimer la valeur d'une information lorsqu'elle correspond à nos idées et à nos croyances et d'autre part à sous-estimer et même ignorer les informations qui ne correspondent pas à ce que nous pensons ou croyons. C'est un filtre à travers lequel nous percevons une réalité qui correspond à nos attentes. Cela nous amène à nous abonner aux pages de certaines personnes, à lire des journaux et à regarder des programmes qui correspondent à nos idées et à ignorer le reste. L'influence de ces tendances est démultipliée dans le monde numérique, puisque les algorithmes fonctionnent comme un biais cognitif, calquant même nos préjugés hors ligne dans le monde en ligne. Les publicités et les fils d'actualités proposent un contenu personnalisé en harmonie avec nos données, recommandant un contenu qui nous correspond.



En effet, au plus il nous correspond, au plus nous cliquerons dessus et prendrons le temps de le lire.

Outre le biais cognitif, le biais social guide notre sélection d'amis et affecte indirectement les informations que nous allons voir et gérer. Les réseaux sociaux se révèlent efficaces dans la diffusion d'informations lorsqu'ils peuvent polariser et rassembler en même temps.

À la lumière de la post-vérité et de la manipulation qui règnent au sein des réseaux sociaux, l'une des fonctions essentielles, tant de l'éducation formelle que non formelle, est d'apprendre à déchiffrer le monde dans lequel nous vivons. Les médias sont des outils stratégiques capables de favoriser les conflits ou la coexistence. Même si la pratique quotidienne montre qu'ils vont dans la direction opposée à celle souhaitée, ils peuvent se révéler une magnifique ressource en notre faveur. Il est donc essentiel de promouvoir l'éducation aux médias par l'intermédiaire de l'esprit critique afin de prémunir les élèves contre les éventuels préjugés et la méprise entre faits et opinions.

Sachant que l'objectif ultime doit être la transformation sociale, nous identifions six niveaux dans le processus de pensée critique :

- 1) Identification du thème.** C'est la capacité de soulever des questions essentielles et/ou de cerner un problème.
- 2) Pensée informative.** Rechercher des preuves, des faits ou des connaissances en identifiant les sources pertinentes et en recueillant des données objectives, subjectives, historiques et actuelles au sein de ces sources.
- 3) Analyse.** Identifier et comprendre les différents arguments existants relatifs à une question spécifique et tous les éléments d'une revendication ou d'un problème, en analysant et en évaluant les différents points de vue.
- 4) Raisonnement logique (j'en déduis que...).** Fournir une corroboration et un raisonnement structurés à un argument que l'on soutient, tout en surmontant les préjugés que l'on peut avoir sur la question traitée.
- 5) Conclusion.** Parvenir à une conclusion, qui permet d'aboutir à la solution d'un problème ou de se forger une conviction sur la base d'arguments raisonnés et de préparer une action.

**6) Transformation sociale.** Les compétences démontrées par l'esprit critique et les productions actives des penseurs critiques devraient jouer un rôle important dans la réalisation d'actions de transformation sociale en ce qui concerne les droits humains.

Il est important de se rappeler qu'**aucune personne ne fait preuve d'esprit critique en permanence.** En effet, cela demande du temps et de l'énergie et notre esprit, pour économiser son énergie, a inventé des centaines de « raccourcis », appelés « biais cognitifs ». L'important est de prendre conscience du fait que nous pensons généralement de manière simplifiée et quelque peu « rudimentaire ». Nous devons consciemment « activer » notre esprit critique à chaque moment où une réflexion correcte est essentielle, pour nous ou pour envisager les effets possibles de nos actions.

Mobiliser notre esprit critique c'est : **nous poser des questions et chercher des réponses, sans rien tenir pour acquis.** Aucune question, même la plus élémentaire, ne doit être négligée ; nous devons apprendre à y répondre et à **développer notre propre mode de réflexion.** La pensée critique est une réflexion avec un haut degré d'originalité. Il ne s'agit pas uniquement de comparer des sources, mais aussi de parvenir à une conclusion personnelle, qui nous convainc et qui est enrichie de nos idées (ces dernières étant bien entendu étayées par des sources).

Compte tenu de l'importance du développement de l'esprit critique, le domaine pédagogique est un environnement privilégié pour encourager cet objectif.

Actuellement, de nombreux systèmes scolaires reposent sur un programme d'enseignement fermé, standardisé et imposé, basé sur une forte séparation et une classification hiérarchique des matières et des domaines de connaissance, ainsi que sur des examens finaux. Cette pédagogie traditionnelle, apparue à l'ère industrielle, est basée sur le paradigme de la linéarité et de la certitude, sur la mémorisation et la sélection de la bonne réponse, laissant peu de place à la créativité et qui, de nos jours, est assez éloignée de la réalité et des expériences personnelles complexes des élèves.

Nous vivons dans un monde chaotique, en évolution constante, qui remet sans cesse en question les connaissances existantes. Dans ce contexte, la pédagogie traditionnelle, unidirectionnelle, hiérarchique et autoritaire n'aide pas à comprendre ce monde. Le monde numérique, ses nouvelles pratiques de communication, d'information et de construction du savoir, exige une plus grande créativité, ce qu'une pédagogie innovante, qui promeut les compétences numériques et médiatiques peut apporter.

Les professionnels de l'éducation formelle et informelle doivent contribuer à faire acquérir aux élèves les compétences et les ressources nécessaires au développement d'un esprit critique et en faire une base de l'apprentissage. Nous devons faire des élèves des citoyens critiques, autonomes et libres dans une société démocratique. Pour cela, il est essentiel de leur apprendre à se pencher sur des questions dont les réponses sont complexes, peuvent être multiples, afin de les amener à réfléchir non seulement à la **nature** du problème, mais aussi à sa **raison d'être** et à la **manière** dont ils peuvent le résoudre. Freire (1970) présente la problématisation comme une technique ou une stratégie de développement d'une conscience critique, permettant aux élèves d'analyser et de critiquer les vérités établies.

Il est important de partir de la réalité proche des élèves et de les aider à porter un regard critique sur la réalité qui les entoure, et ce sans croire tout ce qu'on leur dit.

En outre, promouvoir une éducation aux médias basée sur l'esprit critique présente l'intérêt d'utiliser une méthodologie polyvalente qui peut être appliquée ou combinée avec de nombreuses autres méthodes actives telles que l'apprentissage par projet, le travail collaboratif ou la pédagogie inversée/la classe inversée. C'est donc une méthodologie

qui s'adapte à différentes manières d'enseigner, d'apprendre et d'organiser la salle de classe, en favorisant l'apprentissage actif, dans lequel les élèves doivent construire leurs connaissances, ce qui est beaucoup plus motivant et efficace, et leur permet d'acquérir des connaissances plus profondes et plus significatives.

Cette méthode facilite non seulement la compréhension et l'assimilation des contenus par les élèves, mais leur apprend également à penser, les incite à la réflexion et les encourage à dialoguer et à exprimer leurs points de vue en collaboration. Lors de ce processus, ils mettent en œuvre différentes stratégies et acquièrent une multitude de compétences et de capacités de réflexion qui leur seront utiles tout au long de leur parcours scolaire, professionnel et personnel, telles que :

- La recherche, le traitement, l'analyse, la classification et l'évaluation de l'information,
- La créativité, la curiosité et la capacité d'innover,
- La résolution et l'approche des problèmes,
- La prise de décision,
- Le goût de l'effort, la persévérance et capacité à surmonter les erreurs ou les difficultés,
- La recherche de l'exactitude, de la véracité et de la précision,
- L'autonomie et la capacité de collaborer,
- L'écoute, la compréhension et l'empathie,
- Des compétences d'expression orale et écrite.

Comme mentionnée ci-dessus, l'une des méthodes d'apprentissage permettant de promouvoir l'esprit critique est l'apprentissage coopératif. **L'apprentissage coopératif** est une pratique collective qui s'appuie sur la réflexion de tous les membres de l'équipe et favorise en même temps le développement de la pensée critique, mais aussi créative. Ce type d'apprentissage requiert de l'interaction, de la pratique et de la réflexion et encourage les élèves





à être autonomes, à s'exprimer, à mûrir socialement et à apprendre à partir de résultats construits par un processus de recherche sociale (Barkley, 2005).

Trois dimensions essentielles de l'apprentissage coopératif peuvent être identifiées :

- 1) La capacité à faire preuve d'esprit critique dans des situations complexes. L'ouverture d'esprit est indispensable pour apporter des contributions significatives à l'équipe ;
- 2) La nécessité d'une action innovante et coordonnée, où la pensée créative est appliquée avec de nouvelles idées ;
- 3) La communication entre les équipes, qui encourage la pensée réflexive et la tolérance pour partager les points de vue.

L'apprentissage coopératif se base sur :

- Le débat ouvert et le dialogue participatif sur différents sujets ;
- L'analyse de l'actualité ;
- Le travail en équipe ;
- Les exposés interactifs ;
- Le développement dynamique des activités. Les explications théoriques sont introduites par des dynamiques et des techniques participatives et sont complétées par des travaux pratiques en groupe ;
- Des réflexions guidées afin que les élèves réfléchissent, analysent, pensent et aboutissent à leurs

propres conclusions, avant de raconter leur propre histoire d'un point de vue autonome et critique ;

- La subjectivité comme partie intégrante de la compréhension, de la transformation de la réalité et de la promotion de sa propre expression émotionnelle (et de celle des autres) ;
- La médiation constructive des éventuels conflits et divergences d'opinions durant le débat.

Cette méthodologie favorise donc le développement de l'esprit critique, car elle permet d'apprendre les uns des autres, de prendre position sur une question et d'en débattre de manière raisonnée. En outre, elle encourage le respect mutuel, l'écoute active, l'empathie et la liberté d'expression. Des compétences essentielles à l'éducation aux médias.

Comme méthodologie pour favoriser l'éducation aux médias par l'intermédiaire de la coopération entre les élèves, Neus SanMartí propose la **lecture coopérative**. La classe est organisée en groupes de 4 élèves, le travail et la réflexion individuelle sont combinés avec le partage au sein du petit groupe et ensuite avec le groupe plus grand. Les élèves comprennent mieux un texte et en retiennent mieux l'information lorsqu'il est analysé en groupe plutôt que travaillé individuellement (Dansereau, 1987 ; Colomer, 2002).



# ÉDUCATION AUX MÉDIAS

## De quoi s'agit-il ?

Pour l'UNESCO, l'éducation aux médias et à l'information « [...] permet aux citoyens de comprendre les rôles des médias et des autres fournisseurs d'information, d'évaluer de manière critique leur contenu et de prendre des décisions éclairées en tant qu'utilisateurs et producteurs d'informations et de contenus médiatiques. » Elle inclut en outre la capacité de reconnaître comment les informations ont été produites, de comprendre les codes et les langages d'un message, d'avoir la capacité d'interpréter une histoire et d'identifier les valeurs et les points de vue d'un message et la construction de la réalité. Il s'agit de transformer l'information en connaissance.

Par conséquent, **l'éducation aux médias** peut être définie comme un ensemble de connaissances, d'attitudes et une somme de compétences utiles pour déterminer le besoin de disposer d'une information ; où et comment obtenir cette information ; comment l'évaluer de manière critique et l'organiser une fois obtenue ; et comment l'utiliser de manière éthique. L'éducation aux médias est essentielle pour penser la

société et son environnement, comprendre les phénomènes politiques, sociaux, scientifiques, culturels, etc.

Aujourd'hui, le monde numérique et virtuel nous offre la possibilité de participer activement, de diffuser et de créer du contenu. **L'éducation aux médias numériques** recouvre l'éducation aux médias appliquée à la sphère numérique et aux technologies de l'information et de la communication (TIC). Compte tenu de la réalité virtuelle, **ces compétences médiatiques numériques** recouvrent des dimensions distinctes :

- La dimension instrumentale : savoir comment accéder à l'information et la rechercher dans divers types de médias et en s'appuyant sur différentes technologies.
- La dimension cognitive : savoir comment transformer l'information en connaissance.
- La dimension de communication : savoir comment s'exprimer et communiquer par divers langages et moyens technologiques.
- La dimension éthique : savoir comment se servir de



l'information d'une manière éthique et démocratique.

- La dimension émotionnelle : développer une empathie dans l'espace numérique. Une personne formée aux médias est une personne qui comprend le sens des messages qu'elle rencontre dans le contexte numérique et qui est également capable de diffuser et de créer un contenu de qualité et de le distribuer de diverses manières pour participer à un dialogue plus large avec la société.

Les compétences suivantes sont essentielles à l'éducation numérique et aux médias (Chu, Lau, Chu, Lee, Chan, 2014) :

- 1) Accès** : il s'agit de trouver et d'utiliser intelligemment les médias et les outils technologiques et de partager avec d'autres des informations appropriées et pertinentes.
- 2) Analyser et évaluer** : il s'agit du processus de compréhension des messages au cours duquel un utilisateur analyse de manière critique leur qualité, leur véracité, leur crédibilité et leur point de vue. Cela se fait en tenant compte des incidences ou des conséquences potentielles des messages.
- 3) Créer** : il s'agit de composer ou de générer du contenu en faisant preuve de créativité et de confiance en soi, tout en gardant à l'esprit l'objectif, les destinataires et les techniques de composition.
- 4) Réfléchir** : il s'agit d'appliquer la responsabilité sociale et les principes éthiques à sa propre identité

et à son expérience vécue, à son comportement et à sa conduite en matière de communication.

- 5) Agir** : il s'agit du travail individuel et collaboratif d'une personne dans le but de partager des connaissances, résoudre des problèmes et contribuer à la communauté. Les problèmes à résoudre peuvent se situer dans le contexte familial, professionnel ou plus large, de la société ; la contribution à la collectivité peut se faire au niveau local, régional, national et international.

À l'ère de la post-vérité et des infox, nous vivons dans un contexte d'infobésité<sup>1</sup>. C'est pourquoi il est primordial de comprendre comment et pourquoi les médias peuvent exercer un effet sur nous. Le comprendre constitue la première moitié du processus. L'autre moitié provient de l'esprit critique et de l'affirmation de nos propres pensées, opinions et curiosités sur la manière d'envisager la responsabilité des médias.

Par conséquent, dans le secteur éducatif, nous devons tenir compte de l'importance de former les jeunes à lire des textes numériques et à utiliser les réseaux sociaux et les informations reçues et produites de manière éthique, responsable et critique.

1. Il s'agit de l'excès d'informations auquel nous sommes soumis qui rend difficile ou impossible la prise de décision ou le fait de rester informé sur un sujet particulier, en raison de la quantité infinitésimale de données et de contenus présents sur Internet (Alfons Cornellá).

# Infox, théories du complot et ère de la post-vérité

Les infox, les théories du complot et les faits qui deviennent des opinions compliquent les approches de l'éducation aux médias. Les tentatives de manipulation ont toujours existé, mais de nos jours, la manipulation de la vérité peut se faire facilement et toucher davantage de personnes, grâce au pouvoir de diffusion d'Internet et des réseaux sociaux.

Les **infox** sont de fausses informations partagées de manière massive pour rendre le contenu viral et propager la désinformation. Elles peuvent être créées à dessein ou par la diffusion d'informations qui n'ont pas été vérifiées auparavant.

Les réseaux sociaux permettent aux internautes d'être à la fois producteurs et consommateurs de contenu, et facilitent la diffusion de contenus manipulateurs. Les infox peuvent ainsi être partagées des milliers de fois, en quelques secondes.

Les **théories du complot** sont des explications d'un événement ou d'une situation qui impliquent une conspiration d'acteurs sinistres et puissants, souvent avec des motifs politiques. Elles sont souvent utilisées dans un contexte où d'autres explications sont plus viables. L'expression a une connotation péjorative, impliquant que le recours à un complot est basé sur des préjugés ou des preuves insuffisantes. Les théories du complot résistent à la falsification et sont renforcées par un raisonnement circulaire : tant les preuves contre le complot que l'absence de preuves en sa faveur sont réinterprétées comme des preuves de sa véracité, le complot devenant ainsi une question de foi plutôt que quelque chose pouvant être prouvé ou réfuté.

L'une des technologies utilisées pour promouvoir les fausses informations est la **technique de l'apprentissage en profondeur** apparue en 2016 : une intelligence artificielle qui permet de créer des « hypertrucages » (des infox vidéo, soit de fausses vidéos mettant en scène des personnages célèbres). En utilisant une multitude de photos et de vidéos d'une célébrité, il est possible de réaliser une vidéo dans laquelle la célébrité dit des choses qu'elle n'a jamais dites, ou agit d'une manière irréaliste.

Les auteurs d'infox exploitent différents facteurs pour diffuser celles-ci et manipuler l'opinion publique, en tenant compte des mécanismes cognitifs et émotionnels et en se servant des outils offerts par les nouvelles technologies.

Selon Posner, Russell et Peterson, (2008), toutes les émotions peuvent être classées selon deux axes : à quel point elles nous poussent à agir et quelle réaction elles produisent. La **colère**, tout comme l'excitation, est l'une des émotions qui nous incitent le plus à agir. Les infox sont souvent basées sur les centres d'intérêt des gens. Leurs créateurs sélectionnent souvent des thèmes populaires et les manipulent afin que le lecteur soit tenté de cliquer, lire et commenter : ils incitent le lecteur à agir. Les actions des lecteurs génèrent de l'argent pour les créateurs de ces actualités.

Une dimension sociale et émotionnelle intervient également dans la construction de nos croyances et de nos représentations. Nous adhérons, ou nous prétendons souvent adhérer à des discours complotistes parce qu'ils sont partagés par nos proches (famille,

amis...). L'environnement social dans lequel évolue un individu influence considérablement sa vision du monde et la manière dont il pense devoir se positionner sur le plan idéologique et social. En fonction de son parcours, et ce quel que soit son niveau social, culturel ou éducatif, tout individu peut adhérer à une théorie du complot. La nature émotionnelle et affective d'une théorie du complot ou de la désinformation influence également nos convictions. **Une théorie du complot qui fait appel à la sensibilité ou à l'imagination d'un individu a plus de chances d'être crue.**

En plus de la dimension sociale et émotionnelle, les infox et les théories du complot font appel à des mécanismes de pensée comme les **biais cognitifs**. Les biais cognitifs (également appelés biais psychologiques) sont des modes de pensée qui s'écartent de la pensée logique ou rationnelle et qui ont tendance à être systématiquement utilisées dans diverses situations. Ce sont des façons rapides et intuitives de porter des jugements ou de prendre des décisions, et qui requièrent moins d'efforts que le raisonnement analytique, qui tiendrait compte toutes les informations pertinentes (définition du site Psychomédia). L'augmentation massive de la quantité d'informations produites sur Internet a renforcé l'expression des biais cognitifs. Chaque personne possède sa propre vision du monde, en fonction des croyances auxquelles elle adhère.

Cette réalité numérique aggrave un processus mental déjà complexe basé sur divers biais cognitifs, comme le biais de confirmation, qui nous conduit à ne prendre en considération que les informations qui

s'accordent avec nos idées et confirment nos idées ou hypothèses préconçues. Il nous amène également à accorder moins de crédit aux hypothèses et aux informations qui vont à l'encontre de nos idées. Les infox exploitent ces biais présents chez nous et notre cerveau utilise des raccourcis mentaux pour économiser l'énergie et simplifier la prise de décision.

Nous vivons à l'ère de la **post-vérité**, un terme élu, en 2016, « mot de l'année » par l'Oxford dictionary, qui fait référence à des informations faisant appel aux émotions, aux croyances ou aux désirs des gens plutôt qu'à des faits objectifs.

Les compétences médiatiques et numériques peuvent aider à vérifier les informations reçues, évitant ainsi que les émotions et les manipulations ne finissent par dominer la vérité.





# Rôle des nouvelles technologies dans la déformation de la réalité

De nombreuses personnes se disent submergées par les informations trouvées dans le paysage médiatique actuel : infox, médias alternatifs, vérité, propagande. De nombreux termes sont allègrement échangés et il est de plus en plus complexe pour les utilisateurs d'apprendre à considérer les médias d'un point de vue responsable et réfléchi. Comprendre comment les titres sont rédigés, reconnaître qu'ils sont conçus pour induire certains sentiments. Analyser les réactions que leur lecture suscite peut aider à comprendre comment aborder le paysage des médias et des médias sociaux de façon responsable. Mais comment s'y prendre ?

Divers termes tels que chambre d'écho, bulle de filtre et algorithme seront définis et expliqués afin que les utilisateurs puissent se faire une idée de la manière dont les articles de presse peuvent influencer nos émotions, nos perspectives et nos pensées.

## Bulles de filtre

Eli Pariser fut le premier à proposer le concept de « bulles de filtre », en soutenant que ces bulles de filtres créent des expériences personnalisées pour les internautes en leur suggérant des contenus qui reflètent leurs propres centres d'intérêt et opinions, les empêchant ainsi d'interagir avec des contenus qui seraient nouveaux pour eux. Ce concept fait référence à l'état d'isolement intellectuel causé par l'algorithme d'un site Web qui, à partir d'informations concernant un internaute, telles que sa localisation, son comportement antérieur en matière de clics et son historique de recherche, devine sélectivement les informations que ce dernier apprécierait de voir. En conséquence, les utilisateurs sont tenus à l'écart des informations qui ne correspondent pas à leurs points de vue, ce qui a pour effet de les isoler au sein de leurs propres bulles culturelles ou idéologiques. S'il peut être utile qu'une expérience en ligne soit adaptée aux besoins et aux centres d'intérêt des utilisateurs, cela ne reflète néanmoins pas la pluralité de la vie quotidienne et la multitude des points de vue auxquels nous sommes généralement confrontés.

Les réseaux sociaux ne sont ni une source ni un producteur d'informations. Ils se contentent de diffuser des contenus créés par des acteurs qui s'occupent d'informations (institutions, organismes publics, organes de presse, etc.) ou d'autres types d'acteurs (utilisateurs, sociétés commerciales, personnalités, etc.).

C'est pour cette raison que l'on tombe sur des informations « par hasard », sans avoir réellement effectué de recherches en ce sens. D'autre part, les réseaux sociaux incitent les internautes à interagir directement avec l'information et à prendre position en la « likant », en la partageant ou en la commentant. C'est grâce à ces interactions que les algorithmes identifient les contenus auxquels l'internaute réagit. C'est pourquoi, au fur et à mesure de sa navigation, l'**algorithme** va lui suggérer à l'internaute des contenus similaires. Ce sont donc nos interactions, nos données et les informations que nous fournissons aux réseaux sociaux et aux moteurs de recherche sur Internet qui créent notre « bulle de filtre ».

Généralement, les espaces où l'information peut être trouvée et produite sur Internet sont souvent perçus comme des espaces de liberté et d'information objective, loin des influences et des lobbies dont seraient victimes les médias. En fait, rien ne permet de garantir qu'une objectivité totale règne sur Internet, ni par ailleurs dans les autres médias, en ce qui concerne le traitement de l'information : l'utilisation d'algorithmes par les médias numériques influence la manière dont nous nous forgeons une opinion et laisse peu de place pour l'ouverture à d'autres points de vue.

## Chambres d'écho

Les échos sont la répétition d'ondes sonores. L'expression « chambres d'écho » est une métaphore désignant une situation où les opinions ou croyances existantes sont renforcées parce qu'elles sont exprimées ou existent en vase clos. L'un des avantages





d'Internet et du paysage médiatique actuel est la possibilité inédite qu'ils offrent à tous d'entendre, de voir et de lire un ensemble de points de vue de tous bords. Le risque existe toutefois que cela représente surtout l'occasion pour de nombreuses personnes et utilisateurs de trouver davantage de sources abouissant à conforter et renforcer leurs opinions. Le phénomène des chambres d'écho s'explique en partie par la manière dont les identités en ligne sont créées, les comptes étant liés à l'adresse IP et à l'historique des recherches. De plus, les biais cognitifs contribuent à ce que nous construisons notre propre « chambre d'écho ». Nous avons en effet tendance à suivre des personnes, à lire des journaux et à regarder des émissions qui correspondent à nos idées et à ignorer le reste.

De nombreuses personnes se sentent à l'aise dans les chambres d'écho, car il leur est facile de se rallier aux opinions et aux perspectives présentées. Ces chambres d'écho sont cependant néfastes, car elles réduisent l'exposition à des points de vue opposés, à des opinions et à des perspectives divergentes ainsi qu'aux personnes d'avis différent qui les contesteraient certainement. Les chambres d'écho peuvent réduire la capacité des individus à comprendre les raisons pour lesquelles d'autres peuvent avoir une opinion contraire ou même éprouver de l'empa-

thie pour ceux qui les ont, renforçant de ce fait la **mentalité du « nous contre eux »**. Cette expression « nous contre eux » est utilisée assez souvent, même inconsciemment. De nombreuses personnes peuvent finir par essayer d'évoquer leur groupe ou de s'y référer en tant que « nous ». Tout en comprenant l'intérêt d'une définition du « nous » en ce qui concerne la construction de nos identités et à la création d'un récit commun, il ne faut pas oublier le côté plus problématique de cette dichotomie. Le « nous contre eux » est clivant. Il divise le monde en groupes stéréotypés et perçus soit négativement (eux) ou positivement (nous). Les divisions peuvent être fondées sur un large éventail de caractéristiques identitaires comme la race, la religion, le genre, la classe sociale, la nationalité et les opinions politiques. Les groupes peuvent également se former autour du sport, des préférences musicales, des modes de transport ou des préférences alimentaires. Il est facile de désigner des boucs émissaires et d'étiqueter les autres derrière un écran d'ordinateur, depuis un lieu où les opinions et les convictions personnelles peuvent être renforcées par des chambres d'écho et des bulles de filtres, plutôt que d'être remises en question et contredites. Il est important d'en tenir compte lorsque l'on contribue à des forums ou à des groupes en ligne, ou lorsque on « like » certaines pages.

# Vérification des faits

Les infox et les faux médias engendrent une confusion importante chez les utilisateurs. Ils contribuent au développement d'une culture de la désinformation en manipulant les décisions personnelles et en interférant avec le droit des personnes de chercher et d'accéder à une information fiable. Ils mettent en danger la démocratie, notamment en augmentant l'hostilité et la haine envers des groupes vulnérables de la société.

En tant que citoyens, nous devons être conscients que les infox affectent l'intégrité démocratique et qu'elles doivent être abordées dans leur dimension politique, sociale et culturelle.

C'est la raison pour laquelle il est important de détecter la désinformation et les faux contenus.

## Comment pouvons-nous les détecter ?

**La signature.** Il ne faut pas se fier aux actualités qui ne sont pas signées ou associées à un auteur. Les infox sont généralement anonymes.

**L'origine.** Il est important de vérifier les sources que mentionne l'article, d'analyser la section « à propos » de la page qui diffuse l'information, de comparer les liens et les citations mentionnés et d'effectuer une recherche inversée des images (aussi appelée recherche d'image par le contenu), pour vérifier qu'aucune utilisation hors contexte de photos n'a été faite.

**La présence de « l'information » sur un seul média :** si aucun autre média ne rapporte la nouvelle, elle est peut-être fausse.

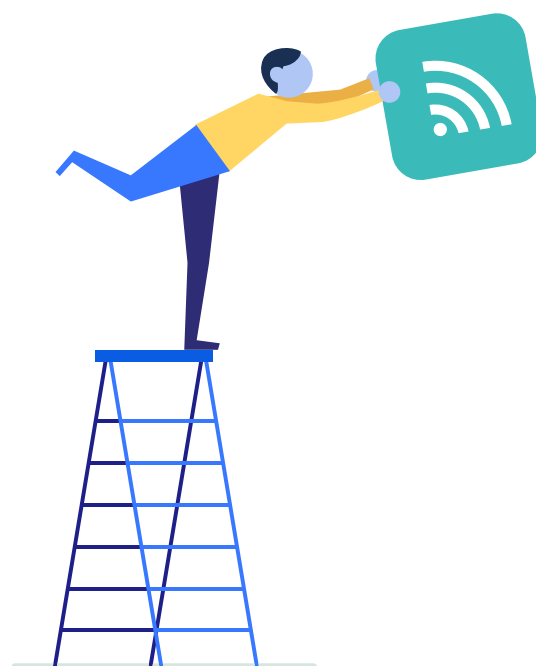
**Les erreurs.** Des nouvelles qui comportent des fautes d'orthographe ou de grammaire peuvent aussi être fausses.

**Le format.** Il faut se méfier des formats inhabituels et des titres en majuscules ou en gros caractères, conçus pour susciter l'émotion et attirer l'attention.

**La date.** Une véritable nouvelle est publiée immédiatement après un événement, tandis que les infox sont écrites quelques jours plus tard, ne portent pas de date ou sont intemporelles. Il n'est pas rare de partager des actualités datant de plusieurs mois ou années, en pensant qu'elles sont nouvelles ou récentes.

**L'URL.** Vérifiez l'adresse Internet et comparez-la avec celle d'autres médias. Il ne faut pas se fier aux URL similaires à ceux de sites connus, car les sites d'infox imitent souvent l'URL sites Internet ou média bien identifiés ou populaires. Il s'agit d'une stratégie utilisée par les sites Internet qui diffusent des infox pour induire la confusion chez le lecteur.

**Les ressources audiovisuelles.** Les infox peuvent contenir des images ou des vidéos manipulées ou sorties de leur contexte. Les technologies actuelles facilitent la manipulation des images et des vidéos (hyper-trucage). Une photo ou une vidéo ne constitue pas nécessairement une preuve, c'est pourquoi il faut s'interroger sur sa source et son processus de création. L'angle sous lequel une photo est prise peut également lui conférer une signification ou une interprétation différente. Donc, même si une photo est vraie, elle peut être manipulée et servir à soutenir un discours spécifique.



# Opinion critique des médias

Faire preuve d'esprit critique dans notre relation aux médias vise à se prémunir de toute manipulation en accédant à une information vérifiée, ce qui implique de s'interroger sur les questions qui suivent.

## Qui ?

**Qui a créé ce message ?** Les messages médiatiques sont toujours produits par quelqu'un.

Qui est l'auteur du document ? Qui est à l'origine de l'information (site Internet, blog...) ? Cette personne est-elle identifiée ? Peut-elle être contactée ? Est-elle un spécialiste du domaine ? S'exprime-t-elle au nom d'une institution ? S'agit-il d'un point de vue personnel/individuel ?

## Quoi ?

**Quel est le message ?** Les messages des médias ne sont pas le reflet de la réalité, ce sont toujours des constructions de celle-ci. Lorsqu'une personne communique quelque chose, son message laisse entendre ce qu'elle pense, croit, ressent. De façon similaire, les messages reflètent les intérêts des médias, souvent de manière peu claire. C'est pourquoi il est essentiel d'identifier les points de vue, les valeurs, les jugements et les idées qui sont reflétés dans ce message.

Quel est le sens du message ? Est-il différent ou semblable à d'autres messages traitant de la même question ? Quelles sont les différences et les similitudes ? Le message apporte-t-il un élément neuf ?

Quelles valeurs ou idées communique-t-il ?

Quelles opinions et quels points de vue sont apparents ? Lesquels ont été omis ?

## Comment ?

**Quelles sont les techniques créatives utilisées pour attirer mon attention ?** Les messages sont élaborés avec un langage créatif qui a ses propres règles. Afin de déchiffrer le message, il est nécessaire de comprendre comment les créateurs de contenu tentent de capter l'attention.

**Message textuel.** Il faut observer la taille de la police : que cherchent-ils à mettre en évidence et comment (caractères gras ou majuscules, photo jointe) ?

**Image ou vidéo.** Il faut s'intéresser aux couleurs, à la forme, aux sons, au cadrage de la caméra.

**Comment l'histoire est-elle racontée ?** Quels éléments les créateurs de contenu emploient-ils pour nous convaincre de l'histoire qu'ils nous racontent ?

Essaient-ils de nous persuader de quelque chose ? Ont-ils pour intention de provoquer une émotion, positive ou négative ?

## Pourquoi ?

**Pourquoi ce message a-t-il été envoyé ?**

La plupart des messages médiatiques sont construits dans le but d'acquérir du pouvoir. C'est pourquoi il est important de se demander :

Qu'est-ce qui est exprimé par ce message ?

Vise-t-il à nous convaincre de quelque chose ?

Que sommes-nous censés comprendre ? À qui cela profite-t-il ? (individus, institutions, intérêts privés, citoyens) Qui contrôle la production et le partage du message ?

## Chez qui ?

**Quel est le public cible ?** Différentes personnes peuvent comprendre et percevoir un même message différemment, selon leurs connaissances, leurs valeurs, leurs idées, leurs centres d'intérêt, leur âge, leur genre, leur statut social et économique ou leur éducation. En fait, nous consommons les messages qui réaffirment nos idées et rejetons ce qui les remet en question. Nous avons un rôle central à jouer dans l'interprétation des contenus médiatiques et ne devons pas nous contenter d'être de simples consommateurs passifs. Est-ce que je vois ce que l'autre voit ?

## Quand ?

**Quand l'information a-t-elle été produite et publiée ?** Dans quel contexte ? Il est important de comprendre et d'analyser dans quel contexte l'information est produite et partagée.

L'information est-elle datée ? Quelle en est la date ?

Le document nécessite-t-il une mise à jour ?

À cette fin, un questionnaire basé sur l'acronyme « **C.R.I.T.I.C** » adapté de Bartz (2002) peut s'avérer utile. Ce questionnaire tente de promouvoir la capacité des étudiants à identifier les principales affirmations de l'exposé, les intérêts qui ont conduit l'auteur à le créer et le point de vue qu'il adopte. En outre, les élèves peuvent évaluer la solidité, la fiabilité et la validité des preuves et des arguments fournis et détecter les incohérences, les inexactitudes, les erreurs ou les contradictions afin de réaliser une lecture significative et critique (Oliveras, Sanmarti, 2009).

# LE CADRE LÉGISLATIF

## Licences et propriété des médias

Dans quelle mesure êtes-vous autorisé à partager des contenus avec vos élèves et comment pouvez-vous les aider à utiliser des matériaux en citant correctement les sources ?

Pourquoi les enseignants et les élèves devraient-ils se préoccuper du droit d'auteur ?

Le droit d'auteur est un droit qu'un créateur acquiert lors de la création d'un produit. Toute personne qui crée un document, qu'elle soit élève ou enseignant obtient le droit de le posséder et d'en tirer profit. À condition que l'œuvre créée soit originale, aucune procédure d'enregistrement formelle n'est nécessaire pour obtenir un droit d'auteur. Légalement, l'originalité est établie lorsqu'une chose est créée en ayant recours à ses compétences, à son travail et à son jugement. Il existe des services payants d'enregistrement des droits d'auteur, mais qui s'avèrent de moins en moins souvent nécessaires de nos jours.

Cependant il est souvent nécessaire de partager et de collaborer dans le domaine de l'enseignement et pour de nombreux projets. Les enseignants se basent souvent sur des sources existantes ou historiques, ou sur de nouvelles ressources éducatives libres (REL) et il est important de savoir comment exploiter des contenus issus de différentes sources en classe. De même, les élèves doivent également savoir comment trouver, adapter et modifier des sources de manière légale afin de pouvoir les utiliser en classe.

Il existe des œuvres culturelles qui peuvent être utilisées librement sans se soucier des droits d'auteur, à condition que leur auteur ou propriétaire initial soit décédé depuis plus de 70 ans. La logique étant que ces œuvres sont considérées comme faisant partie du domaine public. Il existe également des licences de type « Creative Commons ». Ces licences per-

mettent de distribuer librement des œuvres, à condition d'en attribuer la genèse au créateur. Il est possible de rechercher des œuvres sous licence Creative Commons dans Google. YouTube dispose également d'un filtre de recherche qui permet d'identifier les vidéos pouvant être redistribuées. En outre, il existe des sites Internet comme pixabay et europeanana, qui permettent d'accéder à des collections de ressources utilisables.

### **Qu'en est-il de la création de contenu destiné à être partagé ?**

Les licences sont souvent utilisées pour protéger la propriété intellectuelle. Les développeurs de logiciels, les auteurs et les enseignants peuvent souvent protéger leurs œuvres en sollicitant une licence de droit d'auteur. Toutefois, si l'utilisation du droit d'auteur permet au créateur de tirer profit de son travail, la charge de l'amélioration de l'œuvre repose souvent sur les créateurs et le détenteur du droit d'auteur ou de la licence. Certains créateurs choisissent d'utiliser des licences de libre diffusion (ou licences ouvertes) lorsqu'ils partagent leur travail dans l'intention d'améliorer ce qu'ils ont créé grâce à une collaboration ouverte.

Les licences fournissent de nombreux renseignements utiles à la compréhension des fondements des logiciels libres. L'une des raisons qui poussent à choisir des logiciels libres est la liberté de les utiliser conformément à ses souhaits, et non comme les propriétaires des droits d'auteur le souhaitent. Des exemples permettant d'illustrer ce phénomène sont les problèmes de formatage et de compatibilité lors de l'envoi d'un document d'un appareil Windows vers un Mac, ou la disponibilité limitée à certains appareils de certains programmes dans certaines boutiques d'applications en ligne. Une licence est une permission ou un permis officiel de faire, d'utiliser ou de posséder quelque chose. Le droit d'auteur est

un droit légal qui accorde au créateur d'une œuvre originale des droits exclusifs en ce qui concerne son utilisation et sa distribution, tandis que le libre de droits (le copyleft) est une stratégie d'utilisation des lois sur le droit d'auteur pour poursuivre l'objectif politique de favoriser et d'encourager le droit égal et inaliénable de copier, partager, modifier et améliorer les œuvres créatives des auteurs.

Les logiciels libres utilisent dans la mesure du possible le libre de droits, les licences Creative Commons Attribution et Share Alike ainsi que la licence publique générale GNU. Les utilisateurs peuvent utiliser les 4 libertés :

- Liberté 0 : la liberté d'exécuter le programme, quel que soit l'usage.

- Liberté 1 : la liberté d'étudier le fonctionnement du programme et de le modifier pour l'adapter à ses besoins.

- Liberté 2 : la liberté de faire des copies et de redistribuer afin d'aider son voisin.

- Liberté 3 : la liberté d'améliorer le programme et de distribuer ces améliorations (et les versions modifiées de manière générale) au public, afin d'en faire profiter l'ensemble de la communauté.

Ces libertés et les licences qui les accordent constituent les fondements de la liberté logicielle, qui n'est pas forcément synonyme de gratuité.



# EXEMPLES PRATIQUES D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS À RÉALISER EN CLASSE

En ce qui concerne l'éducation aux médias, l'éducateur alterne entre un rôle d'enseignant, de gestionnaire de projet et de modérateur afin d'aider les élèves à organiser leur travail et à rester concentrés sur l'objectif du projet. L'éducateur guidera les élèves dans le processus d'apprentissage, dont il tirera également profit.

Aujourd'hui, l'activité « Lire » dépasse les seuls supports écrits. Ainsi, elle s'applique aussi à des images, des vidéos et des diagrammes virtuels ; de plus certains textes auxquels nous avons accès sont issus de n'importe quel endroit de la planète. Tous ces changements soulignent l'importance de donner à l'enseignement de la lecture une dimension plus sociale et critique, en apprenant non seulement à comprendre un texte, mais aussi à l'interpréter.

Interpréter un texte, c'est être conscient du genre dans lequel il s'inscrit, de la façon dont il est utilisé, des effets qu'il provoque sur les gens, du statut qu'il confère à son auteur, des opinions et des attitudes qu'il génère chez ceux et celles qui le lisent, etc.

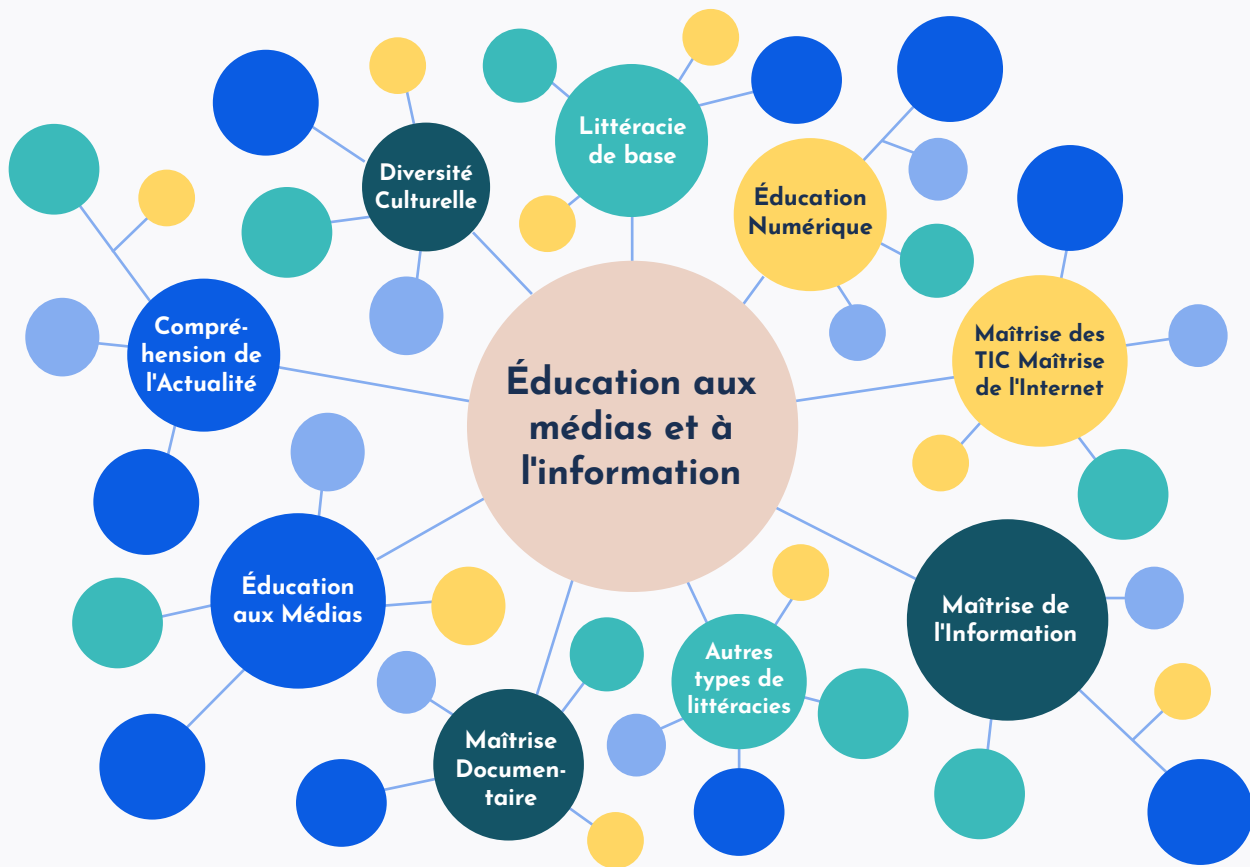
Daniel Cassany propose dix lignes directrices simples et illustrées par des exemples que les enseignants peuvent utiliser pour favoriser la pratique et l'enseignement de la lecture sur la base d'une dimension plus critique, en encourageant une interprétation contextualisée.

- 1) Travaillez l'interprétation au moyen de tous types de textes.** Afin de comprendre le point de vue de l'auteur et de se former sa propre opinion sur le sujet.
- 2) Utilisez des textes authentiques,** issus de l'environnement d'apprentissage ou des centres d'intérêt potentiel des élèves.
- 3) Utilisez des textes parallèles, opposés ou apparentés sur le même sujet,** afin que les élèves les comparent, se rendent compte des liens entre eux, de leurs similitudes et différences, et qu'ils puissent ressentir les effets sociaux du langage.

- 4) Incluez des textes multimodaux.**
- 5) Tirez parti des anciennes pratiques vernaculaires.** Ces pratiques dites « vernaculaires » (pour les distinguer de celles qui sont académiques) peuvent servir à relier la classe au monde extérieur et à promouvoir un enseignement plus complet et plus utile.
- 6) Évitez les réponses uniques ou les corrections convergentes.** Les travaux de lecture qui poursuivent une réponse ou une correction unique ou encore préétablie par l'enseignant (la tradition du recueil de textes ou des canons) ruinent toute interprétation personnelle et propagent l'idée que le texte recèle un sens unique, que nous lisons tous de la même manière et qu'une personne qui fournit une autre interprétation a « mal » lu.
- 7) Encouragez le dialogue entre les élèves,** par l'échange des points de vue pendant la lecture.
- 8) Posez des questions sur le but et le point de vue de l'auteur.**
- 9) Encouragez la relecture et l'analyse des points pertinents.**
- 10) Aidez les élèves à faire le lien entre ce qu'ils lisent et leur univers.**

Ce chapitre présente 10 activités permettant de travailler l'éducation aux médias en classe. Dix heures d'activités afin d'amener les élèves à réfléchir sur l'information et les médias. Les activités sont proposées dans un ordre progressif, qui suit les contenus théoriques développés dans ce manuel.

En classe, chaque solution proposée par les élèves doit être évaluée positivement. L'objectif principal reste le développement de l'esprit critique et des compétences relatives aux médias numériques.



Selon le cadre d'évaluation de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) de l'UNESCO, les activités proposées ci-dessous permettront aux élèves de développer des compétences telles que :



### Domaine 1 de l'EMI Accéder

Identifier les besoins en matière d'information, être capable de rechercher, d'accéder et de récupérer une information et un contenu médiatique.



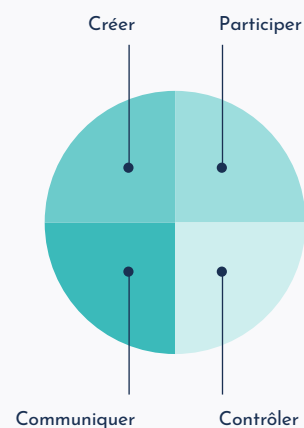
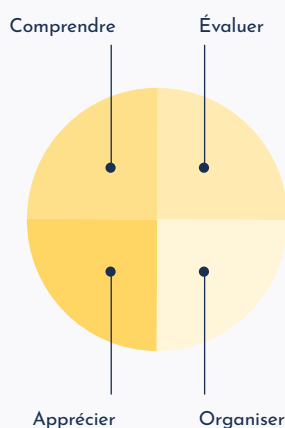
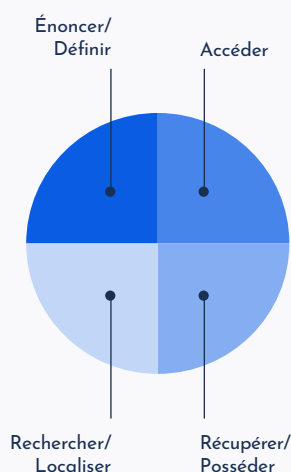
### Domaine 2 de l'EMI Évaluer

Comprendre, apprécier et évaluer l'information et les médias.



### Domaine 3 de l'EMI Créer

Créer, utiliser et contrôler l'information et le contenu des médias..



# Activité 1

## Lecture critique

### Durée de l'activité

1 heure

### De quoi avez-vous besoin ?

- D'un ordinateur ou de tout autre appareil connecté à Internet,
- ou :
- D'informations imprimées fournies par l'enseignant

### Introduction

La lecture critique est l'un des moyens d'encourager l'esprit critique. En effet, il ne suffit pas de lire et de comprendre un texte, mais il faut aussi être capable de le lire de manière critique et d'interpréter, par exemple, la crédibilité des données et des arguments qu'il contient. Vu sous cet angle, lire signifie admettre que le texte est un instrument culturel, doté de valeurs et ancré dans une période historique. En d'autres termes que son auteur n'est pas neutre, mais possède des connaissances, une culture et des intentions qui se reflètent dans le texte et que le lecteur doit interpréter. Il est donc nécessaire d'identifier l'idéologie, le statut et le degré de certitude des arguments scientifiques présents dans un texte, en distinguant affirmations, hypothèses, spéculations, prédictions... (Cassany, 2006).

Cette activité a pour objectifs :

- De développer la lecture et l'esprit critique ;
- De comparer différentes positions et arguments sur un même sujet ;
- D'amener les élèves à se forger leur propre opinion sur le sujet.

### Déroulement de l'activité

L'enseignant doit choisir un sujet de discussion (par exemple le recyclage). Il doit ensuite rechercher au minimum 2 positions différentes sur ce sujet, par exemple :

- Des articles sur ce même sujet issus de sources différentes. Il peut s'agir de journaux différents ou de sources de registres différents (un journal et un blog ou un journal et une publication sur Facebook) ;
- Une émission de radio sur le sujet à laquelle participent différentes personnes...

**L'enseignant, tout en se servant de la méthodologie de la lecture coopérative, doit guider les élèves dans l'analyse des textes en suivant les outils fournis dans ce livret (3.5) :**

- Qui est l'auteur de chaque article ? Où le texte a-t-il été publié ?
- Pouvez-vous deviner l'intention de l'auteur ? (alarmiste, pessimiste, sensationnel, informatif...). Pourquoi ?
- Quels arguments fournit-il pour défendre sa position ? S'agit-il d'arguments scientifiques ou de simples opinions ?
- Pensez à d'autres arguments que ceux de l'auteur.
- Quelle est votre opinion sur ce sujet ? Fournissez des arguments et discutez du sujet avec vos camarades de classe.





# Activité 2

## ChronoCards relatives aux médias

### Durée de l'activité

30 minutes

### De quoi avez-vous besoin ?

- D'une ligne du temps (frise chronologique) avec des dates clés par groupe d'élèves
- De papier et de quoi écrire

### Introduction

Être capable de s'informer implique de savoir s'orienter dans le domaine des médias. Dans un premier temps, l'enseignant peut échanger avec les élèves, définir avec eux ce qu'est un média et leur demander quels sont ceux qu'ils utilisent pour s'informer ou se divertir. Il peut ensuite les interroger sur l'évolution des pratiques de consommation de l'information, en demandant par exemple, comment se passaient les choses du temps de leurs parents ? Du temps de leurs grands-parents ? Ces habitudes ont-elles changé et si oui, comment ?

Cette activité a pour objectifs :

- D'apprendre à identifier différents médias ;
- De découvrir l'évolution de l'histoire de la presse et des médias.

### Déroulement de l'activité

L'enseignant dispose d'une ligne du temps (assez longue) où sont inscrites les dates clés du jeu (en bleu). Il forme ensuite des groupes de 4 élèves. Chaque groupe doit, aussi rapidement que possible, placer les cartes dans l'ordre chronologique. Une fois l'activité terminée, l'enseignant lance une discussion avec les jeunes, afin qu'ils puissent justifier leurs choix. Il communique ensuite les réponses. Il peut à cette occasion fournir de plus amples explications sur certains de ces faits historiques (par exemple,

pourquoi les speakerines ne sont-elles apparues à la télévision que bien plus tard que les hommes ?) et mettre en perspective l'évolution rapide du développement des médias et des modes de consommation de l'information.

- Invention de l'imprimerie : 1450 (Gutenberg)
- Première illustration dans un journal : 1843
- Invention du téléphone : 1876
- Invention du cinéma : 1895
- Invention de la radio : 1895
- Première diffusion radio pour le public : 1914
- Première utilisation de la radio dans une campagne électorale : 1925
- Invention de la télévision : 1926
- Invention de la télévision couleur : 1928
- Premier studio de télévision et début des diffusions : 1928
- Premier reportage télévisé : 1937
- Premier jeu vidéo : 1947
- Premier journal télévisé : 1949
- Première allocution présidentielle
- Première femme présentant un journal télévisé en Europe : 1961
- Début du réseau de l'Eurovision : 1964
- Création de l'Arpanet (ancêtre de l'Internet) : 1968
- Lancement des ordinateurs personnels : 1970
- Première émission musicale avec des clips vidéo : 1974
- Création du premier blog : 1994
- Création du premier moteur de recherche : 1990 (Netscape)
- Création de Wikipédia : 2001
- Naissance du Web social (Web 2.0) : 2004
- Création de Facebook : 2004
- Création de YouTube : 2005
- Création de Twitter : 2006
- Création de la rediffusion : 2006
- Création de Netflix : 2007
- Création d'Instagram : 2010
- Création de Snapchat : 2011
- Création de TikTok : 2017

# Activité 3

## Allons faire un sondage ! (1/2)

### Durée de l'activité

45 minutes + le temps nécessaire aux élèves pour réaliser le sondage hors de l'école

### De quoi avez-vous besoin ?

- Du questionnaire ou d'un ordinateur connecté
- Des feuilles de papier et de quoi écrire

### Introduction

Cette activité a pour objectifs :

- Découvrir les avantages et les inconvénients des nouveaux médias.
- Prendre conscience de l'importance d'une bonne utilisation des nouvelles technologies.
- Introduire le concept d'« éducation aux médias ».

L'objectif de l'activité est prendre conscience qu'il existe divers moyens d'obtenir des informations, de raconter, de communiquer et que chacun d'entre eux possède ses propres avantages et inconvénients. L'enjeu n'est pas de définir de la meilleure ou de la pire option mais d'identifier la façon la plus pertinente de les utiliser.

### Déroulement de l'activité

**Étape 1 :** Divisez la classe en groupes de 3 à 4 élèves. Demandez à chaque groupe de remplir la feuille de sondage. Pour ce faire, ils devront réaliser un court sondage auprès de leurs amis, parents, voisins...

Si cela est possible, il pourrait s'avérer intéressant de créer un sondage en ligne au départ du modèle présenté ici. Les élèves le diffuseraient ensuite auprès de leurs contacts, en tenant compte des tranches d'âge qui présentent un intérêt (p. [27](#)).

**Étape 2 :** Comparez les listes et débattrez des différences existantes entre les différents groupes d'âge.

Quels sont les avantages et les inconvénients des différents moyens/médias ? Pourquoi ? Quel est leur impact sur la vie sociale, économique et politique des usagers ?

### Quelques liens utiles :

[www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com)

[www.google.com/forms/about](http://www.google.com/forms/about)

# Activité 3

## Allons faire un sondage ! (2/2)

Recherchez des personnes appartenant aux différentes tranches d'âge présentées ci-dessous et prenez note de leurs réponses.

	10-14	15-20	21-30	31-45	46-60	61-75
Qu'utilisez-vous pour vous réveiller ?						
Sur quel support regardez-vous ou lisez-vous les actualités ?						
Comment contactez-vous vos amis ?						
Comment réservez-vous un voyage ?						
Comment payez-vous vos achats ?						
Utilisez-vous une liseuse ou des livres traditionnels ?						
Quel est votre réseau social préféré ?						
Quel est votre jeu préféré ?						
Où notez-vous vos activités à venir ou vos rendez-vous ?						

# Activité 4

## Le jeu du profileur de l'info

### Durée de l'activité

Une heure et demie

### De quoi avez-vous besoin ?

- 1 animateur
- Idéal pour 4 groupes (jusqu'à 5 élèves et 2 documents par groupe).
- Des ensembles de documents imprimés (1 ensemble de documents + 1 questionnaire par personne).
- Pour la phase d'enquête : Des ordinateurs connectés/l'utilisation de la recherche d'images inversées Google.
- Pour la phase de restitution, à la fin de l'activité : d'un projecteur vidéo ou, si vous utilisez des posters, de la colle ou des aimants.

### Introduction

Cette activité permet aux jeunes de se rendre compte que, face à une information, l'intuition seule n'est pas suffisante, et peut même, parfois, nous induire en erreur. Le jeu invite les jeunes à enquêter et à déconstruire certaines informations tirées de publications en se mettant dans la peau de journalistes nouvellement recrutés par un site Web qui diffuse des informations inhabituelles et anecdotiques.

Cette activité a pour objectifs :

- D'apprendre distinguer le vrai du vraisemblable ;
- De prendre conscience des différentes façons dont une image ou une photographie peut être transformée à des fins de désinformation ;
- De rechercher l'identification des sources pour confirmer ou infirmer une intuition ;
- D'acquérir le réflexe de vérifier, de recouper les informations avec différentes sources à partir d'un moteur de recherche ;
- De se questionner sur les infox et notre propension à les croire ?

### Déroulement de l'activité

Les jeunes sont répartis en 4 groupes (composés d'un maximum de 5 élèves chacun) qui devront évaluer si l'information est vraie ou fausse. Les documents distribués contiennent des informations provenant principalement de sites Internet et de réseaux sociaux comme Twitter. Chaque groupe dispose d'une feuille de

papier sur laquelle il doit indiquer ses choix : publier ou ne pas publier (et expliquer pourquoi !).

Les contenus proposés présentent des informations étonnantes, dramatiques, scandaleuses ou insolites, qui peuvent susciter l'incrédulité ou l'envie d'y croire. Cette sélection de contenus vise à privilégier le caractère émotionnel ou divertissant de l'information plutôt que son potentiel informatif. Ce genre d'articles est donc susceptible d'être immensément populaire et largement partagé sur les réseaux sociaux. L'information est livrée sous forme brute, sans publicité ni autre élément, et comprend uniquement le titre, l'image et le texte. En ce qui concerne les tweets, le profil de l'auteur de la publication est indiqué.

#### Étape 1 : Nos intuitions (5 minutes)

Chaque groupe dispose de deux documents. Le premier est un véritable article de presse ou un faux ; le second est un tweet contenant de fausses informations.

Au cours de cette étape, aucun média numérique n'est utilisé, les participants discutent des documents afin de décider s'ils contiennent des informations vraies ou fausses. L'enseignant passe de groupe en groupe pour se familiariser avec les échanges et les débats. Il n'intervient pas et laisse les élèves parvenir à un consensus. Lorsque les membres d'un groupe parviennent à un accord, ils indiquent dans la colonne « Premier choix » s'ils veulent publier l'information ou non et pourquoi ils ont pris cette décision.

**Étape 2 :** Lors de cette seconde étape de l'enquête (30 minutes), les documents sont échangés entre les groupes. Les règles du jeu changent. Chaque groupe dispose d'une tablette ou d'un ordinateur connecté à Internet. Chaque groupe a 30 minutes pour son enquête en ligne. L'enseignant passe de groupe en groupe pour évaluer la dynamique de la recherche. Il peut leur faire découvrir des sites de recherche d'images inversées (par exemple, Google Image reverse) et leur indiquer des sites spécialisés dans la vérification des sources. À la fin des 30 minutes, chaque groupe indique le résultat de sa recherche dans la colonne « Deuxième choix » et les raisons de ce choix.

#### Étape 3 : Restitution (25 minutes)

Pour cette étape de restitution, les documents sont tous affichés ou projetés via un vidéoprojecteur. Pour chaque document, les groupes qui ne l'ont pas vu auparavant donnent leur impression basée sur l'intuition. Ensuite, les groupes qui ont enquêté sur cette information présentent les résultats de leurs recherches.

# Activité 5

## Le jeu du complot (1/2)

### Durée de l'activité

1h 30 minutes

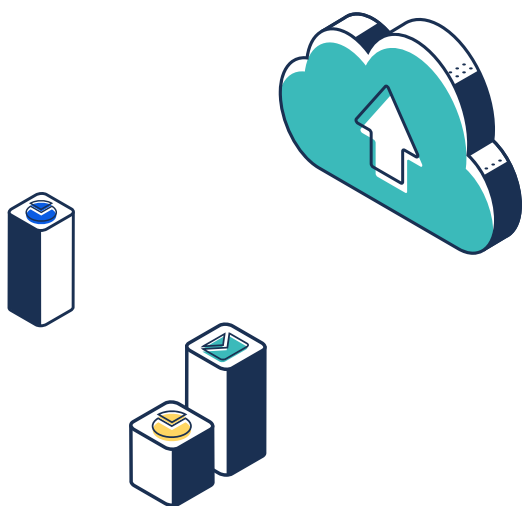
### De quoi avez-vous besoin ?

- D'un tableau ou d'un tableau à bloc papier
- De tables
- De papier
- De quoi écrire
- De ciseaux

### Introduction

La théorie du complot présentée dans cette activité est conçue à des fins humoristiques et ne doit pas viser une catégorie spécifique de la population. Cette activité doit respecter scrupuleusement les règles de respect définies par la loi (pas d'incitation à la haine raciale, pas d'apologie de crimes de guerre, etc.)

Cette séance se déroule sous la forme d'un jeu de rôle et d'un débat. Ses objectifs sont de faire prendre conscience aux élèves de la difficulté de discuter sérieusement avec des personnes qui se laissent facilement manipuler, ne respectent pas le principe de la recherche éthique du vrai et se laissent induire en erreur par des biais cognitifs. Cette activité démontre que nos modes de pensée jouent un rôle fondamental lorsqu'il s'agit de confiance et de convictions.



### Déroulement de l'activité

**Étape 1 :** Les élèves élaborent une théorie du complot. Chaque participant identifie un groupe d'auteurs en l'inscrivant sur une feuille de papier. Il utilise le même processus pour désigner une ou plusieurs victimes et un motif. Les morceaux de papier sont ensuite rassemblés selon trois catégories, auteurs, victimes et motifs.

Au moyen de plusieurs tirages au sort, l'enseignant forme des associations entre trois éléments. Ces associations de mots constituent des bases de complot, le plus souvent absurdes (p. ex., les nains de jardin complotent pour nuire à George Clooney). En concertation avec les participants, l'enseignant choisit les meilleures associations. Il faut être attentif au potentiel de création d'un récit surréaliste des associations choisies. Des groupes de 5 élèves sont ensuite formés afin de créer chacun une histoire de complot. Une seule condition : ils doivent tenter de justifier avec conviction leur histoire injustifiable ! Au sein de chaque groupe, un rapporteur désigné est chargé d'écrire l'histoire. L'enseignant passe d'un groupe à l'autre pour stimuler les imaginations des élèves si cela s'avère nécessaire. Son rôle essentiel dans cette première phase est d'encourager les jeunes à trouver le moyen d'étayer leurs histoires. Pendant les 15 dernières minutes, chaque rapporteur partage l'histoire créée par son groupe en adoptant un ton déterminé et sans la moindre trace de doute. Ensuite, chaque groupe vote pour l'intrigue qui lui semble la plus drôle, la plus élaborée et la mieux construite.

**Étape 2 :** Le groupe est divisé en deux équipes : les comploteurs et les journalistes. Elles vont devoir travailler et débattre selon des règles différentes. Avant que les élèves ne préparent le débat, l'enseignant leur présente un par un les biais cognitifs qui pourraient s'avérer utiles : renversement de la charge de la preuve, biais de confirmation, négligence de la taille de l'échantillon, etc. Des biais qui rendront compliqué pour les journalistes de trouver des arguments solides pour réfuter la théorie défendue par l'autre groupe. >>>

# Activité 5

## Le jeu du complotteur (2/2)



Les « défenseurs » de la théorie du complot doivent rassembler le plus de « preuves » et d'arguments possibles sur Internet. Ils ont le droit de mentir, d'utiliser de faux arguments et de manipuler des photos. Leur objectif est de construire un millefeuille argumentatif et de persuader les « indécis » (incarnés par l'enseignant) de la vraisemblance de leur théorie. Les journalistes, quant à eux, doivent anticiper les arguments des complotteurs, rassembler un maximum d'arguments afin de les contrer et utiliser des sources fiables et un raisonnement logique. Vient ensuite le moment du débat (10 minutes maximum). Chaque groupe doit convaincre les enseignants indécis.

L'équipe des complotteurs est la première à présenter un argument, que les « journalistes » doivent ensuite contrer. L'enseignant adopte une position neutre. Lorsqu'un argument complotiste lui fait une forte impression, il peut se tourner vers le groupe de journalistes et demander leur avis. De même, lorsque les journalistes démontrent très clairement l'invalidité d'un argument complotiste, il peut se tourner vers les « défenseurs » et leur demander de réagir. L'enseignant doit adopter une posture subtile. Il joue aussi le

rôle de modérateur et veille à ce que la parole circule (la mauvaise foi des complotteurs face à la probable frustration des journalistes !)

Le débat s'arrête lorsque tous les arguments ont été exprimés et débattus par les deux camps. Un dernier temps d'échange permet de tirer un bilan collectif de cette expérience et de l'ensemble du parcours (10 minutes). À cette occasion, l'enseignant peut expliquer plusieurs biais cognitifs utilisés par les élèves au cours du débat (inversion de la charge de la preuve, biais de confirmation, millefeuille argumentatif, paréidolie...). Bien qu'il soit souvent drôle, ce débat est fréquemment frustrant pour les « journalistes ». En effet, comment argumenter face à des personnes dont l'objectif de manipulation a pris le pas sur les preuves sérieuses ? Au départ du bilan et du ressenti collectif des jeunes, l'enseignant peut confirmer le caractère essentiel d'une éthique de l'information lorsqu'il s'agit de construire la compréhension du monde qui nous entoure.



# Activité 6

## Les images sur les réseaux sociaux

### Durée de l'activité

45 minutes

### De quoi avez-vous besoin ?

- D'un ordinateur connecté
- D'un vidéo projecteur

### Introduction

Des images fausses, retouchées, manipulées ou interprétées de manière erronée sont fréquemment diffusées sur les réseaux sociaux et dans les médias en général. Sorties de leur contexte, les images peuvent être mal interprétées.

Chaque personne, en fonction de sa subjectivité et de ses propres intérêts, est susceptible d'interpréter différemment une image et ensuite de la commenter et de la partager sur les réseaux sociaux sur base de cette subjectivité et de ses objectifs propres.

Il est donc essentiel d'aller au-delà de l'image elle-même et de trouver de véritables sources pour la comprendre.

Cette activité a pour objectifs :

- D'encourager une lecture critique des images diffusées sur les réseaux sociaux ;
- De promouvoir une utilisation responsable des images sur les réseaux sociaux.

### Déroulement de l'activité

**Étape 1 :** L'enseignant recherche sur Internet une image apparue sur les réseaux sociaux après les attaques terroristes de Londres (2017). Cette image montrant une femme voilée qui passe à côté d'une personne blessée après l'attentat de Londres a été la source de nombreux conflits sur le réseau social Twitter. Beaucoup de personnes ont porté un jugement sur la jeune fille qui y apparaît en formulant une généralisation dévalorisante au sujet des personnes musulmanes.

En particulier, le tweeteur américain « Texas Lone Star » a partagé cette photo dans deux tweets différents. L'un contenait le message « cette femme est passée tranquillement en regardant son téléphone à côté d'un homme en train de mourir », tandis qu'il utilisait un montage avec deux photos dans l'autre pour comparer « leur » attitude par rapport à « la nôtre ». Ces deux tweets ont été partagés environ 3 000 fois en moins de 24 heures par des personnes qui ont également ajouté d'autres commentaires islamophobes.

L'enseignant invite les élèves à analyser la photo et à répondre aux questions posées.

- 1) Que voyons-nous sur cette photo ?
- 2) Que pensez-vous qu'il se passe ?
- 3) Que pensez-vous lorsque vous voyez la photo ?
- 4) Que ressentez-vous ?

**Étape 2 :** L'enseignant invite les élèves à rechercher sur Internet d'autres images semblables des attentats terroristes de Londres, qui montrent une ou plusieurs personnes non racialisées, debout ou en marche et dont le cadrage est différent de la première photo discutée.

- 1) Que voyez-vous sur cette photo ?
- 2) Que pensez-vous lorsque vous voyez la photo ?
- 3) Quelle émotion cette image suscite-t-elle chez vous ?
- 4) Est-ce différent de la photo précédente ?

**Étape 3 :** L'enseignant invite les élèves à comparer les deux images analysées.

- 1) Les deux photos analysées vous transmettent-elles le même message ?
- 2) Avez-vous eu des réactions différentes ?
- 3) Pourquoi la première photo a-t-elle été publiée et pas l'autre ?
- 4) Existe-t-il une intention de diffuser la photo de la fille voilée et pas l'autre ?
- 5) Pensez-vous qu'il existait une intention de manipuler les sentiments des personnes qui sont sur les réseaux sociaux ?
- 6) Quelle a été l'attitude des personnes qui ont commenté la première photo ? Et la seconde ?
- 7) Analysez et comparez le cadrage des deux images.

# Activité 7

## La publicité

### Durée de l'activité

30 minutes

### De quoi avez-vous besoin ?

- D'un vidéo projecteur
- D'ordinateurs connectés à Internet

### Introduction

La publicité est une forme de communication qui tente d'augmenter la consommation d'un produit, de faire connaître une marque, d'améliorer une image (de marque) ou de susciter une opinion au sujet d'une chose. Ces divers objectifs sont atteints par le biais de campagnes publicitaires diffusées par différents médias et auxquelles nous sommes exposés quotidiennement à la télévision, à la radio, dans les bus, sur les réseaux sociaux, dans les rues, etc.

La publicité est un processus de représentation, capable de générer des images, des récits et des discours au sujet de la société dans laquelle nous vivons.

La publicité capte les significations existantes dans l'imaginaire collectif et les adapte aux produits disponibles sur le marché de la consommation. Dans le même temps, elle transmet des idées, des valeurs et renforce les stéréotypes, parvenant ainsi à manipuler nos opinions et nos pensées.

Cette activité a pour objectifs :

- De développer une lecture critique des propositions publicitaires ;
- De promouvoir la compréhension et l'analyse des messages et des images transmis par la publicité.

### Déroulement de l'activité

L'enseignant invite les élèves à rechercher des publicités racistes ou sexistes sur Internet. Les exemples ne manquent pas, surtout dans les publicités pour les parfums ou les spots publicitaires pour les vêtements.

- 1) Que pouvons-nous voir dans cette publicité ?
- 2) Y a-t-il quelque chose qui attire notre attention ?  
Quoi ?
- 3) Quel est le message ou l'idée transmise ? Pensez-vous que ce message renforce les stéréotypes ? Pourquoi ?





# Activité 8

## Presse

### Durée de l'activité

60 minutes

### De quoi avez-vous besoin ?

- De journaux ou d'un projecteur et d'un ordinateur connecté pour rechercher des éditions en ligne de journaux.
- Un scénario d'analyse.
- Un projecteur pour partager et débattre.

### Introduction

Le nouvel écosystème numérique de l'information et de la communication dans lequel nous vivons multiplie la portée et l'impact des médias traditionnels (radio, télévision et journaux). Par conséquent, les actualités et les informations sont à présent plus massivement disponibles qu'elles ne l'ont jamais été par le passé. Dans ce contexte, les journalistes doivent arriver à comprendre une grande quantité d'informations et réfléchir à la manière de les organiser et de les présenter de façon compréhensible à un public dont le niveau de compréhension des événements retranscrits diffère fortement d'une personne à l'autre. Inévitablement, la forme de la présentation reflétera l'expérience et le point de vue des journalistes eux-mêmes. Il est donc important que les membres du public comprennent ces cadrages et y réfléchissent de manière critique. Cela afin de faciliter leur participation en tant que citoyens à la bonne gouvernance et à une société ouverte, démocratique et stable.

Cette activité a pour objectifs :

- D'analyser l'importance des nouvelles ou la valeur des événements, des personnes et des idées ;
- De connaître et de comprendre les principes de base utilisés pour porter un jugement sur l'actualité ou pour la façonner ;
- D'évaluer de manière critique les nombreuses sources.

### Déroulement de l'activité

**Étape 1 :** L'enseignant demande aux groupes d'élèves d'analyser la valeur médiatique de chacun des articles de la première page de certains grands journaux (ou de leur édition en ligne).

Ils examineront d'abord la valeur informative d'un article en tenant compte des facteurs suivants :

- Temporalité
- Impact et importance
- Notoriété
- Proximité
- Conflit
- Caractère insolite/intérêt humain
- Popularité actuelle
- Besoin

**Étape 2 :** Dans un deuxième temps, les élèves analysent les articles en se basant sur les facteurs à prendre en compte pour porter un jugement sur l'actualité ou pour la façonner. Il s'agit de :

- La véracité : exactitude (les faits sont corrects) et cohérence (les faits ont un sens),
- La loyauté envers l'intérêt public,
- Le souhait d'informer le public plutôt que de le manipuler,
- Le caractère complet/exhaustif,
- La diversité (inclusion de nouvelles issues de toutes les communautés, et pas uniquement des publics ciblés).

Il convient également de prêter attention à l'emplacement des articles, aux titres, aux tailles de police utilisées, aux photographies et aux légendes incluses.

Une deuxième option consiste à donner aux élèves deux articles différents sur le même sujet et à leur demander d'expliquer lequel est le plus informatif et comment l'autre article pourrait être amélioré (pour les critères à utiliser, se référer aux facteurs présentés ci-dessus).

# Activité 9

## Chansons ou clips vidéo

### Durée de l'activité

120 minutes

### De quoi avez-vous besoin ?

- De paroles de chansons
- De papier, de stylos à bille et de crayons
- Version numérique : si c'est possible, les élèves peuvent se servir d'outils numériques pour réaliser le scénario. Pour ce faire, ils auront besoin d'un ordinateur avec une connexion Internet par groupe.

### Introduction

Les chansons sont des médias culturels qui prennent la forme de messages porteurs de valeurs, normes, croyances, attitudes ou idéologies du contexte socio-culturel dans lequel elles sont créées. Elles constituent un élément essentiel de la vie des êtres humains, car elles nous accompagnent dans les moments importants, influencent notre état d'esprit ou représentent un signe d'identité. En outre, elles agissent comme un médiateur, favorisant les relations sociales, la compréhension du monde.

De nos jours, le clip vidéo, qui mêle la musique et l'image, représente l'un des principaux moyens de transmission et de diffusion musicale. Ils sont majoritairement dirigés vers un public jeune, qui représente la majorité des consommateurs de clips vidéo. C'est la raison qui explique le besoin d'éduquer la population à une consommation responsable et critique des valeurs qui lui sont transmises par le biais de ce moyen de communication et de transmission culturelle.

Le but de cette activité est de réfléchir à l'importance des messages qui sont reçus quotidiennement et à la manière dont cela peut affecter la perception de la réalité.

### Déroulement de l'activité

Les élèves sont répartis en groupes. L'enseignant choisit des paroles de chansons et chaque groupe d'élèves prépare un scénario de clip musical original qui transmettra le message des paroles. Il leur faudra réfléchir soigneusement aux images qui représenteront les paroles de la chanson. De plus, ils devront identifier et sélectionner les éléments techniques qui amélioreront cette représentation.

Une fois le scénario terminé, si un clip vidéo existe déjà pour cette chanson, comparez les deux et notez les différences et les similitudes.

### Quelques liens utiles :

[www.storyboardthat.com/storyboard-creator](http://www.storyboardthat.com/storyboard-creator)

[www.pixton.com](http://www.pixton.com)

# Activité 10

## L'atelier du recadrage

### Durée de l'activité

30 minutes

### De quoi avez-vous besoin ?

- Photothèque
- Caméra (ou téléphone portable, tablette...)
- Photographies provenant de la presse ou Cartes de la Fraternité
- Ciseaux et colle OU ordinateur et logiciel de création d'images (GIMP).

### Introduction

Les images recèlent parfois un pouvoir inattendu. En effet, elles peuvent transmettre à la personne qui les regarde un message qui peut être faux si le contexte réel ne lui est pas fourni.

Cette activité a pour objectifs :

- De réfléchir à l'importance et au pouvoir de la manipulation des images.
- D'examiner les différents types d'informations que nous recevons.

### Déroulement de l'activité

L'enseignant propose aux jeunes de recadrer et de donner une nouvelle légende à une photographie issue de la presse ou prise par les élèves eux-mêmes. L'enseignant prend ensuite un moment pour discuter des images qu'ils ont créées : quel est le résultat du nouveau cadrage ? La photo a-t-elle la même signification ? Les médias sont-ils capables de nous manipuler de la sorte ? Il peut également introduire la notion de « hors-champ ». Le hors-champ est constitué de tous les éléments qui n'apparaissent pas dans une image (dans le champ de ce que nous voyons), mais qui ont néanmoins une importance. En effet, les éléments qui se trouvent hors du champ de l'image peuvent complètement modifier son contexte.



# QUELQUES BONNES PRATIQUES EUROPÉENNES

## Ersilia

### France

Créée par LE BAL, Ersilia est une plateforme numérique d'éducation à l'image et à la citoyenneté destinée aux jeunes, aux enseignants, aux éducateurs, aux bibliothécaires, aux artistes, aux journalistes... Son objectif principal est de penser un monde d'images en images, d'établir des liens entre différents types d'images (art, presse, science, publicité, etc.) issues de différents contextes (presse, Internet, musée, salle de projection, espace public, etc.). ERSI-LIA place les jeunes et les adultes sur un pied d'égalité et offre de nouvelles ressources afin de saisir les défis et les profonds bouleversements qui traversent notre société. Pourquoi, pour qui, dans quels contextes les images sont-elles produites ? Comment sont-elles diffusées et reçues ? Comment changent-elles notre façon de voir le monde ?

## #Komunikatu\_on

### Espagne

Il s'agit d'un projet interculturel et d'éducation à la communication basé sur l'utilisation des médias en classe, afin de promouvoir leur consommation critique et de remettre en question les stéréotypes, les préjugés et les fausses rumeurs relatives à la diversité. Il encourage la participation réflexive des jeunes, le dialogue interculturel dans une perspective de genre, de sensibilisation à la diversité dans notre environnement et de communication participative à des fins de transformation sociale.

[www.mugak.eu/menores-jovenes-y-educacion/educacion-antirracista/talleres-en-el-aula](http://www.mugak.eu/menores-jovenes-y-educacion/educacion-antirracista/talleres-en-el-aula)

## Ne soyez pas dupes !

### Espagne

« ¡Que no te la cuelen ! » (ne soyez pas dupes) est le slogan du principal projet espagnol de lutte contre la désinformation : [www.maldita.es](http://www.maldita.es) est une plateforme journalistique indépendante centrée sur le contrôle de la désinformation et du discours public par l'intermédiaire de méthodes de vérification des faits et de journalisme de données. C'est une association à but non lucratif dont les trois objectifs clés sont les suivants :

- Surveiller et contrôler le discours politique et promouvoir la transparence dans les institutions publiques et privées ;
- Vérifier et lutter contre la désinformation ;
- Promouvoir l'éducation aux médias et les outils technologiques afin de créer une communauté consciente qui puisse se défendre contre la désinformation et les mensonges dans tous les domaines.

## Détecter les infox

### Espagne

« Detectando bulos (détecter les mensonges) » est une proposition éducative de Manu Domenech qui a pour objectif de faire comprendre ce que sont les infox et d'apprendre à les détecter à travers différents exemples.

[view.genial.ly/5ea018446cd2cd0d8d8d5d09/presentation-los-bulos-que-son-y-como-detectarlos](http://view.genial.ly/5ea018446cd2cd0d8d8d5d09/presentation-los-bulos-que-son-y-como-detectarlos)

## Test vrai ou faux

### Espagne

Ce formulaire de questions du type « vrai ou faux » contient de fausses offres d'emploi, des annonces et des titres déroutants ainsi que des informations controversées. Une fois le formulaire complété, le participant reçoit un feedback. Cette activité a reçu un retour très positif de la part des utilisateurs. Ce formulaire a généré des résultats très intéressants au départ des réponses de 500 participants de la région : alors que plus de 80 % d'entre eux pensent que les infox peuvent avoir des conséquences majeures dans leur vie quotidienne, seuls 46 % utilisent des sites Internet de vérification des faits.

[docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdxlW-zaKgA5VVm5mHop5TOjT3HJBrFs5PRhk\\_I5\\_LOUSqrvq/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdxlW-zaKgA5VVm5mHop5TOjT3HJBrFs5PRhk_I5_LOUSqrvq/viewform)

## Re:Baltica

### Lettonie

Le Baltic Center for Investigative Journalism « Re:Baltica » est une association à but non lucratif qui produit des articles de journalisme d'investigation d'une importance capitale pour l'intérêt général. L'objectif de cette association est de promouvoir l'ouverture et le changement positif au sein de la société. « Re:Baltica » se concentre sur des enquêtes approfondies au sujet de questions socialement importantes dans la région balte, telles que la corruption, le crime, les finances, l'esprit d'entreprise, la santé, les droits humains et la désinformation. « Re:Baltica » enquête depuis des années sur les réseaux d'infox en Lettonie et a créé une « liste noire » où l'on trouve les pages et les profils les plus susceptibles de propager des infox.

[en.rebaltica.lv](http://en.rebaltica.lv)

## Parole Ostili

### Italie

Parole Ostili est un projet de sensibilisation sociale contre l'utilisation de propos hostiles. Il se base pour ce faire sur son « Manifeste de la communication non hostile », un engagement de responsabilité partagée dont l'objectif est de créer un cyberspace respectueux et civilisé qui nous représente et fait procure un sentiment de sécurité. Rédigé et adopté par une communauté de plus de 300 communicateurs, blogueurs et influenceurs, il s'agit d'une charte de 10 principes pratiques destinés à guider le comportement en ligne.

[paroleostili.it/manifesto/?lang=en](http://paroleostili.it/manifesto/?lang=en)

Traduit en diverses langues.

## Ted Talk sur « Comment améliorer la pensée critique »

Chaque jour, nous faisons face à une foule de décisions et il nous est impossible de faire le choix idéal à chaque fois. Mais il existe de nombreux moyens d'améliorer nos chances en la matière, et la pensée critique peut se révéler une technique particulièrement efficace. Samantha Agoos décrit un processus en cinq étapes susceptible de nous aider à résoudre un certain nombre de problèmes.

La transcription de la conférence est disponible en 32 langues.

[www.ted.com/talks/samantha\\_agoos\\_5\\_tips\\_to\\_improve\\_your\\_critical\\_thinking#t-232582](http://www.ted.com/talks/samantha_agoos_5_tips_to_improve_your_critical_thinking#t-232582)

## Be Internet Citizens

Fruit d'un partenariat entre Google, YouTube Creators for Change et l'Institute for Strategic Dialogue (ISD), ce projet est conçu pour enseigner aux jeunes de 13 à 15 ans l'éducation aux médias, la pensée critique et la citoyenneté numérique, en encourageant les jeunes à devenir des voix positives en ligne tout en augmentant leur résistance à la haine et à l'extrémisme. Par son approche implicite de la lutte contre l'extrémisme centrée sur la culture populaire et les questions sociales, le projet produit également des effets secondaires positifs, aidant les participants à devenir des citoyens mieux informés, des consommateurs critiques et des producteurs de contenus autonomes. Le contenu du site Internet peut être utilisé librement en classe par les éducateurs.

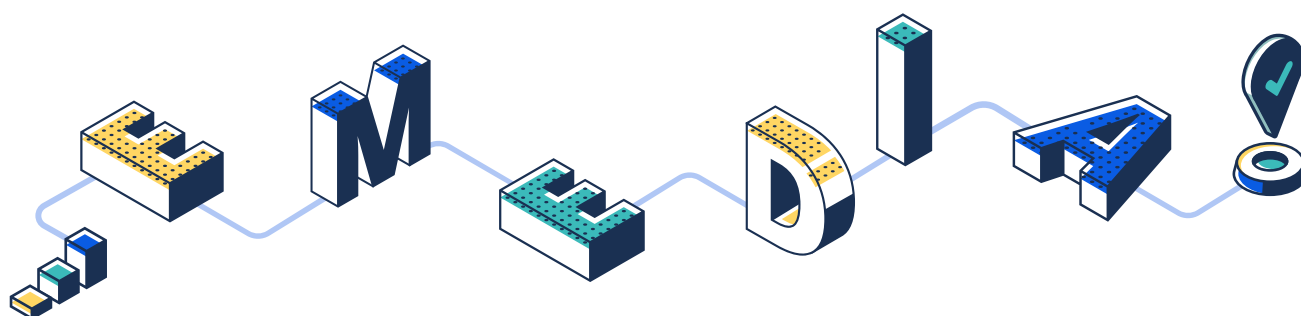
[internetcitizens.withyoutube.com](http://internetcitizens.withyoutube.com)

## Lie Detectors

### Belgique

Les « Lie Detectors (détecteurs de mensonges) » aident les adolescents, qui commencent à se forger leur propre vision du monde, à apprendre à repérer et à résister aux médias manipulateurs qui envahissent leurs comptes de médias sociaux. Cette association encourage les contacts positifs et apolitiques entre les jeunes et les journalistes en envoyant des journalistes animer des séances interactives dans les classes. Ces séances aident les jeunes à comprendre le fonctionnement des médias grand public et les sensibilisent à la désinformation.

[lie-detectors.org](http://lie-detectors.org)



# CONCLUSION

Une société démocratique requiert de ses citoyens une participation active aux activités sociales et politiques. Pour ce faire, les citoyens doivent être capables d'évaluer de manière critique les informations fournies par les médias sur les processus politiques, économiques et sociaux et de réagir en conséquence. L'ère numérique et ses développements technologiques requièrent un nouveau type de compréhension des médias. Les citoyens doivent s'adapter à cette littéracie du 21<sup>e</sup> siècle, qui ne se limite plus à savoir lire et à écrire. Ils doivent maîtriser l'utilisation des médias numériques ainsi que les médias sociaux, qui sont en voie de remplacer les médias traditionnels.

L'adolescence entraîne des changements émotionnels et physiques qui conduisent au développement de la cognition, des valeurs et de la personnalité. Il s'agit d'une période où un individu est encore aisément influencé par des figures d'autorité qui ne sont pas toujours ses parents ou ses enseignants. Les technologies ont changé la perception du monde des jeunes et ils peuvent être influencés, par exemple, par des célébrités qu'ils admirent. Les acteurs des médias sont conscients de cette influence. Internet et les médias sociaux se livrent une concurrence féroce entre eux, et les créateurs de contenus médiatiques utilisent toutes les méthodes à leur disposition pour renforcer leurs indices d'audience. Le recours à de telles stratégies influe sur la fiabilité des médias et c'est bien là tout l'enjeu de l'éducation aux médias : être capable de différencier un contenu médiatique authentique d'un faux.

Ce manuel devrait fournir un cadre théorique, mais aussi pratique, pour les enseignants qui voudraient développer l'éducation aux médias dans leur classe, l'esprit critique et la compréhension des infox par leurs élèves. Il constitue un guide sur la manière d'évaluer de manière critique le contenu des médias et d'identifier les infox, que ce soit dans les écrits, mais aussi dans les images présentes dans les contenus en ligne.

# Références

- 1) Aparici R., Comunicar y educar en el mundo que viene, Gedisa editorial (2017).
- 2) Bartz W.R., Teaching Skepticism via the CRITIC Acronym and the Skeptical Inquirer. *The Skeptical Inquirer*, 26, pp. 42-44 (2002).
- 3) Oliveras B., Sanmartí N., La lectura como medio para desarrollar el pensamiento crítico. Reading as a means to develop critical thinking. [www.elsevier.es/en-revista-educacion-quimica-78-articulo-la-lectura-como-medio-desarrollar-SO187893X18300582](http://www.elsevier.es/en-revista-educacion-quimica-78-articulo-la-lectura-como-medio-desarrollar-SO187893X18300582)
- 4) Cassany D., Navegar con timón crítico. [www.researchgate.net/publication/39214372\\_Navegar\\_con\\_timon\\_critico](http://www.researchgate.net/publication/39214372_Navegar_con_timon_critico)
- 5) Cassany D., 10 claves para enseñar a interpretar. [repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/24630/Cassany\\_LEERES\\_10claves\\_docentes.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/24630/Cassany_LEERES_10claves_docentes.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 6) Cassany D., Tras las líneas: sobre la lectura contemporánea. Anagrama, (2006).
- 7) Colomer T., La enseñanza y el aprendizaje de la comprensión lectora. El aprendizaje de la comunicación en las aulas, pp. 85-106. (2009).
- 8) Cornellá A., Infoxicación: buscando un orden en la información (2003).
- 9) Dansereau D., Transfer from cooperative to individual studying. *Journal of Reading*, 30, pp. 614-619. (1987)
- 10) Kaplún M., Una pedagogía de la comunicación (2002).
- 11) Manzoor A., (Bahria University, Pakistan), Media Literacy in the Digital Age: Literacy Projects and Organizations (2016), in Handbook of Research on Media Literacy in the Digital Age.
- 12) Notley T., Dezuanni M., Advancing children's news media literacy: learning from the practices and experiences of young Australians. (2019). *Media, Culture & Society*, 41(5) 689- 707.
- 13) Pereira S., Moura, P. (2019). Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people. *European Journal of Communication*, 34(1) 20-37.
- 14) Unesco (2011), Media and information literacy curriculum for teachers.
- 15) Unesco (2013), Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country readiness and competencies Unesco. [unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655.page=22](http://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655.page=22)



16) Watkins J., (2017) Digital News Report: Australia 2017. Canberra, ACT, Australia: University of Canberra.

17) [www.common sense media.org/news-and-media-literacy/what-is-media-literacy-and-why-is-it-important](http://www.common sense media.org/news-and-media-literacy/what-is-media-literacy-and-why-is-it-important)

18) [medialiteracynow.org/what-is-media-literacy](http://medialiteracynow.org/what-is-media-literacy)

19) Posner J., Russell James A., S.Peterson B., The circumplex model of affect: An integrative approach to affective neuroscience, cognitive development, and psychopathology (2008).

20) Chavez R., Psychosocial Development Factors Associated with Occupational and Vocational Identity Between Infancy and Adolescence. Adolescent Res Rev, 1, 307-327 (2016).

21) Chu S.K., Lau W.W., Chu D.S., Lee C.W., Chan L.L., Media awareness among Hong Kong primary students. Journal of Librarianship and Information Science. 48 (2014).

22) Kivnick H., Wells K.C., Untapped Richness in Erik H. Erikson's Rootstock. The Gerontologist, 54(1), 40-50 (2013).

23) Darling-Fisher C.S., Application of the Modified Erikson Psychosocial Stage Inventory: 25 Years in Review. Western Journal of Nursing Research, 41(3) 431-458 (2019).

24) Newman B., Newman M., P. R., Theories of Human Development. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates (2007).

25) Barkley E.F., Cross K.P., Major C.H., Collaborative Learning Techniques: A Handbook for College Faculty. San Francisco: Jossey-Bass (2005).

26) Unesco: [www.unesco.org/new/en/communication-and-information/access-to-knowledge/information-literacy](http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/access-to-knowledge/information-literacy)



# Éducation aux médias

## eMedia



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

eMedia (MEdia literacy and DIgital citizenship for All)  
est un projet du programme Erasmus+ (2018-1-FR01-KA201-048117)

