MÉDIAS & INFORMATION, ON APPREND !

ÉDITION
2015-2016

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

CLEMI

CANOPÉ ÉDITIONS
AGIR

En cette rentrée scolaire 2015, le souvenir est encore très vif du choc des attentats de janvier dernier qui a secoué nos consciences républicaines. L'atteinte portée à la liberté d'expression et les réactions très diverses exprimées par les jeunes à cette occasion ont jeté une lumière crue sur la manière dont le travail des médias est parfois perçu et sur l'inégalité des Français face à l'information.

Ces événements ont montré l'impératif pour chaque jeune aujourd'hui de maîtriser la lecture de l'information et le décryptage de l'image, dans les médias, sur Internet et les réseaux sociaux, de manière à ce qu'il puisse aiguiser son esprit critique et se forger une opinion, compétences essentielles à l'exercice d'une citoyenneté éclairée et responsable en démocratie.

C'est là la mission centrale de l'éducation aux médias et à l'information dont j'ai souhaité que la place dans notre système éducatif soit confortée.

Cette éducation est au cœur du parcours citoyen qui, mis en place dès cette rentrée dans toutes les classes de l'école élémentaire à la classe de terminale, vise à donner à l'élève des repères dans sa formation de futur citoyen et à promouvoir les valeurs républicaines et laïques. Un renforcement des contenus de l'éducation aux médias et à l'information dans les programmes de l'école élémentaire et du collège est prévu. La pratique de l'argumentation et du débat dans les classes sera développée dès l'école élémentaire.

Dans ce même cadre du parcours citoyen, il est souhaitable qu'un média – une radio, un journal, un blog ou une plateforme collaborative en ligne – soit développé dans chaque collège et dans chaque lycée. C'est en effet en engageant les élèves eux-mêmes dans des activités de production et de diffusion de contenus qu'ils prendront le mieux conscience des enjeux attachés à la fiabilité des sources, à l'interprétation des informations et à la représentation de soi en ligne.

Enfin, il n'est pas d'éducation aux médias ancrée dans la réalité d'aujourd'hui sans que les médias eux-mêmes en soient les partenaires. Il est donc important que des acteurs issus du monde de la presse et des médias soient mobilisés dans la coproduction de ressources sur leurs activités et encouragés à venir les partager dans les établissements, en particulier par l'entremise du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (Clemi) et à l'occasion, notamment, de la Semaine de la presse et des médias dans l'école.

Afin que l'éducation aux médias et à l'information prenne dès à présent ce nouvel élan grâce aux initiatives que vous allez conduire, la brochure *Médias & information, on apprend !*, éditée chaque année par le Clemi, est mise à votre disposition pour vous permettre de comprendre les enjeux de l'EMI et vous aider à entreprendre projets et activités dans vos classes et vos établissements. Je vous invite à vous saisir de l'ensemble de ces outils, qui contribueront à transmettre et à faire vivre les valeurs de la République dans l'École.

NAJAT VALLAUD-BELKACEM
Ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Droit de s'exprimer

Sommaire

4 **ÉDUQUER AUX MÉDIAS À L'HEURE DU NUMÉRIQUE**

5 **LES MÉDIAS ET MOI**

6 **LES JEUNES ET LES MÉDIAS**

8 **L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION À L'ÉCOLE PRIMAIRE**

9 Bain de presse

10 Écrire pour informer

11 La Une et la page d'accueil, « images » du journal

12 Internet, une info, des infos

13 Des images dans les médias

14 Filles et garçons dans les médias

15 Écoute, écoute…

16 Télé, mode d'emploi

17 Une page de pub

18 **CRÉER, PUBLIER**

18 Jeunes rédactions

20 Enquêtes d'images

22 L'info près de chez soi

24 La webradio, paroles d'élèves

26 L'info sur un plateau

28 Des réseaux pour s'exprimer

30 **L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION AU COLLÈGE ET AU LYCÉE**

31 Médias, bi-médias, multimédias…

32 Infos d'ailleurs

33 Aux sources de l'info

34 Sciences et médias

35 Les débats sont ouverts

36 L'info télévisée : d'un écran à l'autre

37 Des données à faire lire, à faire voir

38 De la pub dans les médias

39 Veille d'actualité

40 Moi sur la Toile

41 **TEXTES, IMAGES ET SONS POUR LA CLASSE : DES DROITS ET DES DEVOIRS**

42 **LES PROFESSEURS DOCUMENTALISTES ET L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION**

43 **L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION DANS LA VIE DE L'ÉTABLISSEMENT**

44 **PROPOSITIONS POUR UN RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION**

47 **PARTICIPER À DES OPÉRATIONS D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS**

48 **RESSOURCES**

LES ÉQUIPES ACADÉMIQUES DU CLÉMI

Éduquer aux médias à l'heure du numérique

CATHERINE BECCHETTI-BIZOT
Directrice du numérique pour l'éducation

L'éducation aux médias et à l'information, inscrite dans la loi d'orientation du 8 juillet 2013, constitue un des axes prioritaires de la refondation de l'École et s'inscrit désormais dans la stratégie mise en place par le ministre de l'Éducation nationale pour « faire entrer l'École dans l'ère du numérique ».

En effet, le déploiement des supports numériques comme moyens généralisés d'accès à l'information et surtout comme instruments d'écriture et de lecture définit l'horizon d'un changement technico-culturel profond qui nous oblige à repenser globalement la notion d'éducation aux médias et qui pose des questions essentielles aux pédagogues face à l'« inflation informationnelle », à l'explosion et à la diversification des pratiques et des usages du numérique.

Les attentats du mois de janvier ont mis en évidence, plus que jamais, l'importance d'appréhender la question du numérique – les usages, les pratiques et les comportements qu'il engendre sur l'Internet et les réseaux sociaux – non simplement comme une question de maîtrise des outils, mais d'abord et avant tout comme une question d'éducation.

Pour vivre en citoyens libres et responsables dans la société de l'information et de la communication, les jeunes doivent à la fois développer un esprit critique et distancié et être capables de collaborer avec les autres. Décrypter, évaluer et traiter l'information, en comprendre les circuits et l'organisation, s'exprimer et échanger sur les réseaux tout en connaissant et en respectant un certain nombre de droits et de règles liés à la pratique de l'Internet…, autant de compétences essentielles que les enfants doivent développer dès leur plus jeune âge en étant mis en situation de consulter, de produire et de publier eux-mêmes avec les outils numériques.

La concertation nationale sur le numérique pour l'éducation a révélé de fortes attentes vis-à-vis de l'École pour qu'elle accompagne les élèves dans leurs pratiques numériques, qu'elle leur apprenne les enjeux et l'ensemble des dimensions et des logiques qui régissent ces pratiques (techniques, économiques, culturelles). Les compétences « lire, écrire, compter » restent essentielles dans les objectifs définis pour l'École, mais de plus en plus de citoyens ont conscience que ces compétences sont renouvelées par le numérique qui transforme les modes de lecture et d'écriture, en diversifie les supports, les formes et les usages.

Il s'agit de faire en sorte que les médias ne soient pas des instruments de manipulation des esprits mais contribuent véritablement à l'enrichissement et à la formation des jeunes, et au développement de leur autonomie.

Le système scolaire, bien sûr, ne part pas de rien. Après que la presse à l'École fut introduite par René Haby dans les années 1970, le « Centre de liaison des moyens d'information », créé par Alain Savary en 1982, a assumé la mission d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias, ce qui signifie à la fois une lecture critique et distanciée des contenus et une initiation aux langages, aux formes et à la rhétorique médiatiques pour que les élèves possèdent les moyens d'exprimer librement leur opinion et de produire eux-mêmes de l'information. Mais cet enseignement est resté pendant longtemps « aux frontières » de l'École et il a mis du temps à toucher le cœur du système éducatif. Cela n'a pas empêché que de nombreuses initiatives innovantes se développent sur le terrain. L'éducation aux médias s'est faite toutefois de manière inégale sur le territoire sans véritablement pénétrer les enseignements et surtout sans qu'une stratégie globale soit visiblement mise en place.

L'institution scolaire a progressivement pris conscience de ces enjeux et elle vient de franchir une étape importante. Le nouveau Socle commun intègre désormais cette culture numérique, ainsi que les connaissances et les compétences qu'elle implique sous l'angle de l'éducation à la citoyenneté comme sous l'angle de l'éducation à l'information et à la production de médias par les élèves dans le cadre scolaire.

Un référentiel va être élaboré pour les enseignants : il définira les objectifs généraux de l'éducation aux médias et à l'information et leur déclinaison concrète sous la forme de séquences pédagogiques proposées aux professeurs des différentes disciplines.

Certes, la question dépasse largement l'École et doit être traitée plus globalement au niveau des politiques nationales (et internationales), en impliquant tous les acteurs concernés, publics et privés (ministère de la Culture, professionnels des médias, parents, partenaires associatifs, etc.), mais c'est bien l'institution scolaire, en tout premier lieu, qui est dispensatrice des compétences et des valeurs qui fondent notre enseignement républicain. Si le professeur n'est plus la seule source du savoir, c'est toujours lui qui doit apprendre aux élèves à structurer l'ensemble proliférant d'informations qui assaillent les esprits sur les réseaux, et leur faire comprendre que la connaissance ne peut pas être « une marchandise ordinaire livrée à la logique industrielle et commerciale » (Stiegler), mais qu'elle doit se construire et se structurer dans un usage bien compris et maîtrisé des supports de transmission du savoir.

Le CLEMI a un rôle essentiel à jouer pour permettre ces évolutions, en élargissant son champ d'action aux problématiques de l'Internet et des réseaux sociaux. Cette brochure *Médias & Information, on apprend !* est l'illustration du travail accompli pour faire en sorte de répondre plus efficacement aux nouveaux défis et aux ambitions développées dans le cadre de la stratégie numérique du ministère.

Les médias et moi

Chacun d'entre nous entretient une relation singulière avec les médias. Il en va ainsi depuis qu'ils existent et aucune mutation technologique ne peut bousculer ce postulat, bien au contraire. L'éducation aux médias, pour être pleinement efficace, se doit d'en tenir compte afin de faciliter l'appropriation des démarches proposées.

Tout individu compose, au fil du temps, sa propre mosaïque médiatique qui correspond à son âge, ses goûts, sa localisation, son revenu, qu'il fréquente selon des rites qui lui sont propres et qu'il fait évoluer à son rythme. Tout ceci sans en avoir forcément conscience. Dans le même temps, les messages et les formes médiatiques contribuent à réinventer des parts de notre identité, de notre culture et de nos interventions dans ce champ. Un jeu subtil s'opère ainsi entre les médias et nous à l'issue duquel on ne peut dire qui décide vraiment de l'autre.

En classe, il faut donc tenir compte du fait que, selon l'âge des élèves, la notion même de médias et, plus encore, l'idée de leur relation avec eux sont assez confuses. En éclairant cette notion de médias, on leur permet aussi de saisir leur omniprésence dans la vie quotidienne.

En les amenant à s'interroger sur leurs préférences et leurs habitudes, conscientes ou non, on leur fait prendre conscience que les médias déterminent leur propre identité et leurs représentations en intégrant, au jour le jour et dès la prime enfance, des éléments de perception du monde plus ou moins proche, à travers des images, des sons, des récits qu'ils reçoivent ou qu'ils diffusent.

De plus, nous sommes tous aujourd'hui les acteurs de notre image via les médias numériques. Les pratiques du Web accommodent des « moi » divers : moi commercial, moi affectif, moi professionnel… Certains essaiment des fragments de nous-mêmes, via Instagram, Facebook ou un autre réseau, à raison de trois ou quatre messages chaque jour. Ces fragments sont souvent exploités à des fins diverses, trop souvent à notre insu. L'éducation aux médias se fixe alors pour objectif de permettre à chacun de reprendre le contrôle de son activité médiatique et de son image en maîtrisant son exposition.

Car il est en effet essentiel de prendre la parole dans les médias. Simples manifestations de présence ou de suivi de la communication ou expressions plus personnelles, tenues dans des blogs ou des journaux, les médias doivent nous emmener tous sur le terrain d'une préoccupation citoyenne où la réflexion sur la portée des propos ou des images diffusés, leur véridicité, la responsabilité de l'auteur constituent un guide pour l'action et pour l'expression.

LES DOUZE PRINCIPES DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

01 L'éducation aux médias concerne l'ensemble des médias.

02 L'éducation aux médias s'appuie sur les usages et les modes d'appropriation de ces médias par les publics auxquels elle s'adresse.

03 L'éducation aux médias prend en compte conjointement la réception de ces médias, l'analyse de leurs messages et leur production.

04 L'éducation aux médias est une éducation à la citoyenneté qui exige le respect de la liberté d'expression et du pluralisme des opinions.

05 L'éducation aux médias vise à permettre à chacun d'être maître de ses choix et de ses pratiques médiatiques en toute responsabilité.

06 L'éducation aux médias est une éducation en évolution permanente. Elle requiert une veille adaptée et continue.

07 L'éducation aux médias s'appuie sur l'idée que tout message médiatique est construit.

08 L'éducation aux médias prend en compte le fait que chaque usager des médias élabore son propre sens en fonction de son environnement et de son expérience personnelle.

09 L'éducation aux médias doit s'envisager comme un domaine transversal.

10 L'éducation aux médias se développe en mettant en place des pédagogies actives de co-construction et de co-élaboration.

11 L'éducation aux médias concerne un ensemble d'opérateurs de l'éducation formelle, non formelle et informelle.

12 L'éducation aux médias nécessite des partenariats dynamiques, en particulier avec les institutions médiatiques et les professionnels qui y travaillent.

Les jeunes et les médias

Quelles sont les relations des jeunes aux médias aujourd'hui ? Quelques enquêtes récentes nous permettent d'en cerner les contours et de se défaire de quelques idées reçues…

DES JEUNES MARQUÉS PAR L'OMNIPRÉSENCE D'INTERNET…

Quand 83 % des Français de 12 ans et plus sont internautes, la proportion atteint 100 % pour les 12-17 ans. Comme pour l'ensemble des catégories d'âge, les usages des jeunes sont majoritairement tournés vers la communication. Ils privilégient les services les plus récents, ce qui explique l'intérêt moins marqué pour les « vieux » SMS (33,7 % de SMS en moins entre 2012 et 2014 !) au profit des messageries instantanées (Facebook Messenger, Skype, Snapchat, WhatsApp, et des applications de type Hangouts) [1].

Les enfants de 1 à 6 ans passent de plus en plus de temps sur la Toile : 3 h 40 par semaine [2].

L'utilisation d'Internet dépasse le seul aspect ludique du Web. Ainsi, 95 % des enfants de 11 à 17 ans ont déclaré en janvier 2013 utiliser Internet pour faire du travail scolaire, dont 56 % régulièrement. Cette utilisation d'Internet apparaît en deuxième position, après la recherche d'informations (98 % des jeunes interrogés, dont 65 % régulièrement) et devant la consultation de vidéos en ligne (91 %, dont 64 % régulièrement), l'écoute de musique en ligne (85 %, dont 55 % régulièrement), la consultation de mails (78 %, dont 51 % régulièrement) et les jeux en ligne (74 %, dont 46 % régulièrement) [3].

… ET ADEPTES DU NOMADISME, DES RÉSEAUX SOCIAUX ET DES IMAGES

Les jeunes sont des utilisateurs actifs de la connexion nomade. 68 % des 12-17 ans se sont connectés à Internet sur un téléphone mobile en juin 2014, contre 43 % de l'ensemble de la population. 99 % de ces adolescents envoient des SMS, 78 % naviguent sur le Web et 66 % téléchargent des applications [1].

Ils participent massivement à des réseaux sociaux. Les réseaux dédiés au partage d'images (photographies et/ou vidéos) gagnent du terrain. Ainsi, 14 % des 13-19 ans sont inscrits sur Instagram en 2015, contre 7 % en 2014. Même si la présence des jeunes y est moindre que sur Facebook (78 %) ou sur Twitter (25 %), c'est sur Instagram qu'elle progresse le plus. Par ailleurs, 23 % des 13-19 ans utilisent fréquemment l'application Snapchat [2]. Les moins de 25 ans sont 83 % à partager photos et vidéos. Ils publient d'abord des photos d'eux-mêmes (43 % contre 19 % des internautes), de leurs amis ou de leur famille (39 % contre 24 %). Ils seraient 44 % à avoir plutôt confiance dans le fait de poster des photos ou des vidéos sur les réseaux sociaux, contre 31 % des internautes [4]. Autre signal de l'intérêt croissant des jeunes pour les images, leur consommation de vidéos en ligne est massive. 82 % des enfants de 7 à 12 ans et 94 % des adolescents de 13 à 19 ans regardent des vidéos sur Internet [2].

Plus on est un jeune internaute, plus on contribue activement au net. Ainsi, 40 % des adolescents sont autant lecteurs que contributeurs sur les réseaux sociaux, les chats et les blogs (contre 19 % de l'ensemble des 12 ans et plus) [1].

RÉFÉRENCES

[1] *La Diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, CREDOC, 2014.
[2] *Junior Connect' 2015 : la conquête de l'engagement*, Ipsos, avril 2015.
[3] *Perception croisée enfants/parents face à l'usage d'Internet*, Ifop, janvier 2013.
[4] Observatoire de la confiance (juin 2014) : *Les internautes français et les photos numériques*, TNS Sofres.
[5] *Les pratiques de consommation de jeux vidéo des Français*, CNC - TNS Sofres, 2014.
[6] *Médiamat annuel 2014*, Médiamétrie, janvier 2015
[7] *Print, tablettes, autres écrans*, étude Junior Connect' d'Ipsos, mars 2014.
[8] *Télé Lol ou augmentée : que nous réserve la social TV ?*, Observatoire Orange-Terrafemina, Vague 18-Institut CSA, juillet 2013.
[9] « Le souffle numérique renforce l'attrait des jeunes de 13 à 24 ans pour la radio », Pellerin, Marc, Audience Le Mag, Médiamétrie, mai 2014.
[10] *Chiffres clés 2013*, Ministère de la Culture (DEPS).
[11] Dossier « Objectif jeune » à partir de l'étude Junior Connect' d'Ipsos, Les Clés de la presse, mars-avril 2013.
[12] Observatoire international des usages et interactions des médias, Deloitte, 2013.

LES JEUNES, ADEPTES DES ÉCRANS…

« Les enfants passent trop de temps devant leurs écrans », entend-on souvent. Ceux des jeux vidéo bien sûr : 77,4 % des 6-9 ans pratiquent les jeux vidéo et 89,1 % des 10-14 ans. 45,5 % d'entre eux y jouent quotidiennement (49,8 % des joueurs adultes) et 47,1 % de manière hebdomadaire, leur session de jeu durant en moyenne 1 h 35 (2 h 25 pour les joueurs adultes) [5].

En 2014, les 4-14 ans ont été des téléspectateurs bien moins assidus que l'ensemble des 4 ans et plus, puisque les jeunes ont passé 13 h 45 par semaine devant un poste contre près de 25 h 45 pour l'ensemble de la population étudiée [6].

Les 12-17 ans regardent la télévision en direct (98 % d'entre eux) mais aussi en différé (57 % d'entre eux) sur un poste de télévision. Ils sont friands d'autres supports pour regarder les programmes télévisés : l'ordinateur (29 % d'entre eux l'utilisent pour les regarder en direct, 44 % en différé), le mobile (17 % en direct, 22 % en différé) ou la tablette tactile (17 % en direct, 23 % en différé). Cette pratique les démarque nettement de l'ensemble de la population dont seulement 10 % usent du mobile pour regarder la télévision en direct (7 % pour le différé) et à peine 9 % usent de la tablette à cet effet [1].

Des pratiques plus traditionnelles perdurent puisque la fin de journée des 12-17 ans (l'access prime time de 18 h à 20 h) est consacrée à la télévision, moment où la famille se retrouve et où les jeunes pratiquent moins les autres médias. La tendance se confirme pendant le prime time de 20 h 30 à 22 h 30, mais s'y esquisse un nouveau rapport à la télévision : pendant qu'ils la regardent, 47 % des 13-19 ans et 24 % des 7-12 ans surfent sur Internet [7]. Promoteurs d'une « télévision sociale » : 76 % des 15-17 ans déclarent s'exprimer sur Internet à propos de programmes télévisés, contre 59 % des 18-24 ans [8].

… NE DÉLAISSENT PAS RADIO ET PRESSE ÉCRITE

Les jeunes sont aussi des auditeurs de radio. 78 % des 13-24 ans l'écoutent au moins une fois par jour, même si leur temps d'écoute est en moyenne moins élevé que celui de la population générale (les 13-19 ans la suivent 1 h 44 par jour). Les supports numériques de réception gagnent du terrain, téléphone mobile en tête (18,4 % des 13-19 ans utilisent chaque jour leur téléphone mobile pour écouter la radio). La radio mobilise beaucoup de jeunes auditeurs le soir (21 % des 13-24 ans entre 20 h 00 et minuit) du fait de leur appétence pour les émissions de libre antenne et de divertissement. La musique reste toutefois la motivation d'écoute pour 78 % des jeunes. De fait, les radios musicales ont leur préférence : 67,6 % des 13-19 ans les écoutent chaque jour [9]. En juin 2014, 91 % des 12-17 ans ont téléchargé de la musique ou en ont écouté en streaming sur Internet [1].

La lecture de la presse quotidienne payante décroît inexorablement (6 % seulement des 15-19 ans la lisaient quotidiennement en 2008, et 49 % jamais) [10].

Qu'en est-il de la presse jeunesse ? Alors que 69 % des 1-6 ans et 66 % des 7-12 ans déclarent lire régulièrement au moins un titre de la presse jeunesse, cette pratique semble moins partagée par les 13-19 ans, avec 37 % de lecteurs.

Notons que cette activité concentre leur attention et se prête peu au « multitasking », contrairement à la télévision et à la consultation d'Internet [2].

Les 7-12 ans consacrent 4 h 10 en moyenne par semaine à la lecture de la presse, essentiellement des magazines jeunesse, soit cinquante minutes de plus que les 13-19 ans [11]. Beaucoup d'adolescents, dans les grandes villes, ont un contact régulier avec les journaux gratuits distribués dans les lieux publics. La désaffection n'est donc pas totale. 51 % des 14-23 ans déclarent préférer lire des magazines sur papier, contre 9 % sur smartphone [12].

QUID DE LA RÉGULATION PARENTALE ?

Moins d'un parent sur deux d'adolescent de 12 à 17 ans édicte des règles concernant le temps passé par son enfant devant les différents écrans. C'est le temps passé devant Internet qui est le plus encadré (50 % des parents), suivi de près par le temps passé devant les jeux vidéo (49 % des parents), puis le temps passé devant la télévision (47 % des parents). Le temps passé à téléphoner et envoyer des SMS est moins surveillé (31 % des parents). 36 % des parents ne posent aucune règle de temps devant écran à leur enfant adolescent.

L'existence de règles données par les parents semble contribuer à réduire le temps des enfants devant écran. Les chiffres sont particulièrement significatifs s'agissant des jeux vidéo : dans les foyers où une régulation parentale est en place, le temps passé par les 12-17 ans à jouer est de 14 heures par semaine en moyenne, contre 20 heures en l'absence de régulation parentale [1].

Quant aux contenus des activités des jeunes sur les écrans, ils échappent en partie aux parents. Ainsi, 55 % des adolescents de 11 à 17 ans déclarent se connecter à Internet le plus souvent dans une pièce où ils sont seuls. Bien qu'une majorité de parents (58 %) perçoivent Internet comme dangereux pour leur enfant, ils se montrent relativement peu inquiets au sujet de la transmission de données personnelles de l'enfant (35 % des parents se disent inquiets) ou encore des discussions qu'il peut avoir en ligne via les messageries (28 % d'inquiets) [3].

POUR ALLER PLUS LOIN

Les jeunes et les médias, une revue de presse sur l'actualité des usages médiatiques des jeunes.

www.scoop.it/clemi-les-jeunes-et-les-medias

L'éducation aux médias et à l'information à l'école primaire

La mise en œuvre de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) à l'école élémentaire relève d'une mission dont la loi pour la Refondation de l'École de la République a réaffirmé l'objectif : « Contribuer à la compréhension et à un usage autonome et responsable des médias, notamment numériques. » Cette éducation transversale devra offrir aux enfants les connaissances et les compétences nécessaires à une maîtrise de l'information devenue aujourd'hui la condition d'accès aux autres savoirs.

TRANSVERSALITÉ

Les apprentissages à l'école accordent une place éminente aux situations de transversalité. Ils donnent notamment lieu à des travaux de lecture, d'écriture ou de comptage dont les acquis sont sans cesse réinvestis ailleurs. Transdisciplinaire par essence, l'éducation aux médias et à l'information s'insère donc parfaitement bien dans cette logique qui donne plus de sens aux apprentissages en opérant du lien entre les différents domaines. La mise en forme de l'information a des répercussions sur d'autres apprentissages fondamentaux : méthode, analyse, structuration de l'espace et du temps, écriture, construction d'une conscience citoyenne. Toutes les disciplines sont donc autant d'occasions de traiter des médias, comme ceux-ci sont depuis longtemps l'occasion de développer la maîtrise de la langue maternelle.

DÈS LA MATERNELLE

Il est nécessaire de commencer le travail sur les médias en maternelle. En contact avec eux dès leur plus jeune âge à travers les écrans (télévisuel, informatique…), les enfants intègrent très tôt l'expérience audiovisuelle dans leur univers personnel. L'école maternelle, lieu d'une socialisation qui se traduit notamment par des exercices visant à faire acquérir aux enfants des repères simples, ne saurait négliger cette expérience vécue chez eux. Le programme de l'école maternelle confirme l'intérêt de cette approche en recommandant, par exemple, d'apprendre aux enfants « à caractériser les différentes images, fixes ou animées, et leurs fonctions, et à distinguer le réel de sa représentation » (*BO spécial* du 26 mars 2015).

FORMER LE CITOYEN

L'enfant, à partir de 8 ans, développe une réelle capacité à confronter son opinion à celle des autres. Dans son approche des médias, l'enseignant devra mettre en avant la pluralité des discours qui y sont tenus et faire prendre conscience qu'en tant qu'usagers des médias, les élèves doivent respecter les différences de points de vue, nécessaires au pluralisme de l'information.

De la même manière, on sait que les messages médiatiques ne sont pas neutres, qu'ils ne reflètent pas la réalité, mais la codifient. L'analyse des langages, des technologies, des représentations, et mieux encore la production d'un message médiatique structuré, amèneront les enfants à maîtriser ces codes et à mieux percevoir la dimension émotionnelle suscitée par les médias, et en particulier par la télévision et Internet, dont ils sont familiers.

UNE DÉMARCHE RÉFLEXIVE

Pratiquer l'éducation aux médias et à l'information dans les classes d'école, c'est enfin pour l'enseignant questionner son propre exercice de la profession. Qu'on le veuille ou non, dans le contexte actuel de la généralisation des médias sociaux et des moyens numériques d'accès et de traitement de l'information, les logiques profondes qui fondent les pratiques d'enseignement sont bouleversées. Il s'agit donc de s'interroger sur ses propres modes de consommation de l'information comme des savoir-faire spécifiques. Et il s'agit aussi de se pencher sur une pratique scolaire qui doit être définie, elle aussi, comme médiatique, parce qu'elle met en œuvre des langages et des représentations qui demandent à être toujours questionnées, ainsi que des outils technologiques qui demandent à être sans cesse désacralisés.

UNE OCCASION DE SE FORMER

Les fiches pédagogiques des pages suivantes ont pour objectifs de vous sensibiliser aux possibilités de l'éducation aux médias et à l'information et de vous suggérer quelques sujets et types d'activités à mener dans vos classes. D'une manière générale, l'intérêt que vous porterez aux médias vous amènera à vous convaincre tout au long de votre carrière des profits que peuvent représenter leur analyse et leur production dans un cadre scolaire.

Signalons enfin que, dans le cadre de la formation en ligne M@gistere, un parcours « E-Découverte », de trois heures, met en place les enjeux pédagogiques, sociétaux et citoyens de l'éducation aux médias et à l'information. Il appartient à l'enseignant intéressé par cette formation de vérifier si les parcours « Éducation aux médias » figurent bien au PAF, puis de manifester auprès de son IEN ou de son conseiller pédagogique son souhait d'y être inscrit.

BAIN DE PRESSE

Le feuilletage de différents titres de presse est une activité première qui permet de s'intéresser à des modes d'informations particuliers qui parlent de la vie de tous les jours selon des points de vue différents. Le feuilletage apporte un premier éclairage sur le rôle de la presse écrite et ses particularités.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

MANIPULER L'OBJET JOURNAL ET EN RECONNAÎTRE QUELQUES ÉCRITS

Proposer des jeux sensoriels : à partir du toucher (reconnaître papier journal et papier glacé), de l'odorat (l'encre du magazine ou du journal), de l'ouïe (le bruit du papier déchiré, déchiqueté, froissé…).

Proposer différentes sortes de tris : qualité du papier, format, présence ou absence de couleurs, de photos… Établir des classements entre magazines et quotidiens d'information pour adultes et journaux d'information pour enfants.

Proposer de retrouver l'annonce des programmes de télévision, les prévisions de la météo, les jeux, les nouvelles… à partir de différentes images (photos, dessins, cartes, publicités) : de repérer dans les écrits les lettres qui se ressemblent, celles qui sont de même taille, le nom du journal, la date de parution…

AU CYCLE 2

RENTRER DANS LA LECTURE D'ÉCRITS DE PRESSE

Demander aux élèves :
- de « lire » dans le journal ou le magazine de leur choix ce qui les intéresse ; d'expliciter ce qu'ils ont « lu » (photo, dessin, carte, schéma, BD, numéro de page, petites annonces, mots, phrases, titres, publicité…) ; de préciser les indices qui ont permis de les repérer ;
- de rechercher dans les pages intérieures du journal des images ou des articles qui parlent de sport, de la météo, des programmes de télévision ou qui proposent des jeux. Faire observer aux élèves les écrits qui figurent en haut de la page en gros caractères (le nom des rubriques). Les lire ou les écrire, les définir.

Travail sur le temps : faire comprendre que le journal n'est pas un objet unique mais qu'il s'inscrit dans le temps : relever la date et le jour de parution du journal ou du magazine.

Amorcer une comparaison avec le « feuilletage » d'un périodique sur une tablette numérique : repérage des onglets de rubriques, défilement tactile des articles, grossissement des éléments, présence de documents audiovisuels…

AU CYCLE 3

COMPRENDRE L'ORGANISATION D'UN JOURNAL À PARTIR DE DIFFÉRENTES ACTIVITÉS

Travail sur les Unes :
- observer différentes Unes d'un même journal et retrouver, soit en les coloriant soit en les entourant, les éléments communs à toutes les Unes. Il s'agit de mettre en évidence les invariants : nom du journal, logo, date, prix, format ;
- relever les titres de la Une et retrouver à l'intérieur du journal les rubriques et les articles correspondants…

Travailler sur les liens entre les articles, les photos, les dessins, les graphiques : à partir, par exemple, d'un jeu de photocopies des images d'une part, et des articles correspondants d'autre part. Retrouver les images qui illustrent ou complètent le mieux l'article. Établir ce qui fait sens entre image et texte.

Relever, en les soulignant, les éléments essentiels d'un article pour faire repérer les questions de référence : qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? Comment ? Quelles informations les éléments non soulignés apportent-ils ? Le commentaire du journaliste ? Le point de vue de témoins ? Des informations complémentaires sur des lieux, des personnages ?

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Premier domaine d'apprentissage[1]
L'écrit : « Découvrir la nature et la fonction langagière de ces tracés réalisés par quelqu'un pour quelqu'un » (p. 7).

Troisième domaine d'apprentissage[1]
Les productions visuelles : « Les enfants apprennent peu à peu à caractériser les différentes images […] et leurs fonctions) » (p. 12).

Cinquième domaine d'apprentissage[1]
Explorer la matière […] fabriquée par l'homme (p. 17).

CYCLE 2

Compétence 1 : Maîtrise de la langue[2]
- dégager le thème d'un paragraphe ou d'un texte court (p. 20) ;
- décrire des images : illustrations, photographies… (p. 31).

Découverte du monde[2]
Repérage de l'espace et du temps : l'alternance jour-nuit, les semaines, les mois, les saisons (p. 18).

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue française[2]
- comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient ;
- dégager le thème d'un texte ;
- rédiger un texte d'une quinzaine de lignes en utilisant ses connaissances en vocabulaire et en grammaire (p. 27).

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication[2]
Utiliser l'outil informatique pour s'informer, se documenter, présenter un travail (p. 28).

Source : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015. (2) *BOHS* n° 3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

Guibert (Françoise de), Saillard (Rémy), Inizan (Sylvaine), *Comment ça va les médias ?*, Bayard Jeunesse, 2008.

Lamoureux (Sophie), *La Presse à petits pas*, Actes Sud Junior, 2013.

ÉCRIRE POUR INFORMER

Un tweet en 140 caractères, la dépêche d'une agence d'information, un article destiné aux internautes ou aux mobinautes, un reportage dans un journal imprimé… L'écriture d'un texte informatif obéit à des codes précis. Mais certaines contraintes sont induites par le choix du support.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

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

Mettre à disposition des articles de journaux et magazines, articles sur Internet, tablettes et smartphones, affiches, émissions télévisées pour les plus jeunes. Choisir un des articles et le lire à voix haute. Demander aux élèves de retrouver l'image qui correspond au texte lu parmi tous les supports exposés en classe.

> **Évaluation :** demander aux élèves d'illustrer un article lu par l'enseignant. On prendra soin de publier les travaux sur le site de l'école et d'élire le dessin qui correspond le mieux à l'événement annoncé ou à l'article lu.

AU CYCLE 2

APPRENDRE À RÉDIGER UN TEXTE POUR INFORMER, METTRE EN ÉVIDENCE LA NOTION DE MESSAGE ESSENTIEL

À la suite de la découverte des journaux imprimés et en ligne pour enfants ou au moment de la création d'un journal d'école ou d'un panneau d'information, proposer aux élèves : de rédiger à plusieurs de courts articles qui informent sur des événements proches d'eux (travaux réalisés en classe, événement à caractère exceptionnel survenu à l'un d'entre eux, nouvelle du quartier…).

> **Consignes :** raconter un fait en prenant soin de répondre aux questions suivantes : De qui s'agit-il ? De quoi s'agit-il ? Quand a-t-il eu lieu ? Où s'est-il déroulé ? Et éventuellement l'expliquer : Comment ce fait s'est-il passé ? Pourquoi cela a-t-il eu lieu ? Utiliser un appareil photo, un enregistreur numérique, un bloc-notes, qui serviront d'éléments à la publication sur le journal en ligne.

AU CYCLE 3

DÉCLINER UNE MÊME INFORMATION SUR DIFFÉRENTS SUPPORTS

> **Préalable :** créer un compte Twitter pour la classe, posséder un journal d'école en ligne.

À partir de la lecture d'articles trouvés dans la presse régionale dans leur version imprimée ou en ligne, dans les fils Twitter concernant la thématique, ou dans les quotidiens d'information à destination des jeunes sur des thèmes du programme (histoire, géographie, éducation civique…), proposer aux élèves de comparer pour chaque support les éléments qui accompagnent le corps de l'article (nom du journal, titres, chapeau, légende, signature – nom du journaliste ou pseudonyme selon les supports). En quoi s'agit-il d'un texte d'information ou de communication ? Retrouve-t-on toutes les réponses aux cinq questions de base (qui ? quoi ? quand ? où ? pourquoi ?) ? Comment les textes et les images sont-ils articulés ?

Envisager l'écriture de la campagne publicitaire d'un événement à venir dans l'école. Envisager la production collective d'une affiche et d'un slogan. Rédiger un article imprimé et en ligne qui entre dans le détail de l'événement en répondant aux cinq questions. Préparer un post de 140 caractères, prêt à être diffusé sur Twitter. Réaliser une interview audio que l'on postera sur le réseau social, obligeant ainsi à prévoir un petit texte d'accompagnement du podcast. Si l'école possède un journal en ligne, publier l'ensemble des contenus produits : textes, images et sons.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Premier domaine d'apprentissage[1]
Écouter de l'écrit et comprendre. (p. 7)

CYCLE 2

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française[2]
Être capable d'écrire de manière autonome un texte d'au moins 5 à 10 lignes (p. 20) : « Rechercher et organiser les idées, choisir du vocabulaire, construire et enchaîner des phrases, prêter attention à l'orthographe » (p. 17).

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication[2]
Commencer à s'approprier un environnement numérique (p. 20).

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française[2]
Rédiger des textes courts de différents types (récits, descriptions, portraits) en veillant à leur cohérence, à leur précision (pronoms, mots de liaison, relations temporelles en particulier) et en évitant les répétitions.

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication[2]
- utiliser l'outil informatique pour s'informer, se documenter, présenter un travail ;
- communiquer ;
- faire preuve d'esprit critique face à l'information et à son traitement (p. 28).

Compétence 7 :
Autonomie et initiative [2]
- respecter des consignes simples en autonomie ;
- s'impliquer dans un projet individuel ou collectif (p. 28).

Source : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
(2) *BOHS* n° 3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

LA UNE ET LA PAGE D'ACCUEIL, « IMAGES » DU JOURNAL

Elles se présentent comme une image et sont vues avant d'être lues.
Elles doivent attirer le regard des lecteurs et les aider à se repérer dans le journal.
Il s'agit de conduire des élèves, encore non lecteurs ou débutants, à considérer ces premières pages comme des « images complexes » aux codes spécifiques.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

OBSERVER DES UNES DE JOURNAUX ET METTRE EN ÉVIDENCE LEURS INVARIANTS

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

Observer les pages d'accueil des sites des journaux sur lesquels les élèves viennent de travailler. Repérer les éléments constitutifs de ces sites : texte, image, vidéo… ; des éléments (titres, photos…) que l'on a déjà retrouvés sur la Une imprimée.

NB : L'usage du tableau numérique (TBI) sur lequel on « affiche » Unes (récupérées sur Internet) et pages d'accueil aidera grandement le travail.

AU CYCLE 2

RECONSTITUER UNE UNE

Chaque élève reçoit une photocopie de la page de Une (il ne reste que les lignes horizontales supérieures et inférieures, tout le reste ayant été blanchi) et une autre photocopie où figurent les différents éléments constitutifs de la Une (logo, titre, date, lieu de diffusion, publicités, photographies). Ces éléments seront découpés et collés à la bonne place sur la photocopie représentant la Une. Ces Unes sont affichées au tableau. Les enfants commentent leurs erreurs et leurs réussites.

AU CYCLE 3

DÉGAGER DES RÈGLES DANS LA COMMUNICATION D'UNE UNE ET D'UNE PAGE D'ACCUEIL

Prendre conscience des différentes tailles de caractères des écrits de la Une et de leurs fonctions (titre, accroche, rapport texte-image). Mettre en évidence l'utilisation de différents caractères typographiques (taille et graisse). S'interroger sur leurs fonctions :
– les gros titres pour attirer l'attention du lecteur ou de l'acheteur sur le contenu du journal ;
– les accroches qui renvoient à la lecture des pages intérieures ;
– les légendes des photographies placées en dessous ou à côté pour mieux comprendre de quoi il s'agit.

Observer la page d'accueil du site Internet du journal que l'on vient d'étudier. Dégager :
– les similitudes : logotype (souvent avec ajout du .fr), marques de l'identité visuelle (couleurs, typographie…), date, devise, annonce de rubriques…
– les différences : les rubriques remplacées par des onglets présentés le plus souvent horizontalement, la présence plus importante de photos, infographies, voire de vidéos, un archivage des articles sur le site, les dépêches…
– le changement de lecture : la Une est une « image » figée de l'actualité à un certain moment, avec sa hiérarchie ; la page d'accueil du site fait l'objet d'une mise à jour permanente, les articles se superposant au fur et à mesure de leur publication. La page d'accueil se consulte en scrollant puis en cliquant sur l'article choisi pour le lire en entier.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Premier domaine d'apprentissage[1]
L'écrit : Découvrir la fonction de l'écrit : « Les enfants le découvrent en utilisant différents supports » (p. 7).

Cinquième domaine d'apprentissage[1]
Utiliser des outils numériques : « tablette numérique, ordinateur… » (p. 18).

CYCLE 2

Maîtrise de la langue[2]
Lecture, écriture : « Les élèves apprennent à rédiger de manière autonome un texte court : rechercher et organiser des idées, choisir du vocabulaire, construire et enchaîner des phrases, prêter attention à l'orthographe. » (p. 18).

CYCLE 3

Maîtrise de la langue française[2]
– comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient ;
– dégager le thème d'un texte ;
– utiliser ses connaissances pour réfléchir sur un texte (mieux le comprendre, ou mieux l'écrire).

Histoire[3]
« À partir d'exemples concrets, comprendre comment la révolution de l'informatique et de la communication transforme la vie quotidienne et le travail. » (p. 25)

Instruction civique et morale[3]
« Savoir qu'il existe des droits qui limitent les conditions d'utilisation des documents trouvés en ligne (textes, images, sons, films…). » (p. 31)

Source : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
(2) *BOHS* n° 3 du 19/06/2008.
(3) *BO* n° 1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

INTERNET, UNE INFO, DES INFOS

Outil pour s'informer, pour communiquer, pour jouer… Savoir naviguer sans se perdre d'un lien à l'autre, dans l'abondance des ressources qu'offre Internet, nécessite un apprentissage spécifique pour exploiter au mieux les richesses de l'information en ligne.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

DÉCOUVERTE D'UN SUPPORT OFFRANT DIFFÉRENTS TYPES DE CONTENUS ET DE LANGAGES (ÉCRITS, IMAGES, SONS)

La présence d'ordinateurs dans la classe ou dans la salle informatique est l'occasion d'explorer avec les enfants la diversité des usages d'un ordinateur et d'Internet. Dans un premier temps, laisser les enfants exposer ce que l'on peut faire avec un ordinateur : jouer, écrire, regarder un CD… Avec Internet : rechercher une histoire, un jeu, un horaire de train, une recette de cuisine, une information, écrire à quelqu'un… Une fois précisées les fonctions d'un ordinateur et d'Internet, leur proposer de rechercher par le biais d'Internet des documents absents de la BCD : par exemple, un conte africain, des informations sur les dinosaures… Leur faire repérer les textes, les images, les liens interactifs.

AU CYCLE 2

CONDUIRE LES ÉLÈVES VERS UNE PRATIQUE DE RECHERCHE SUR INTERNET

À l'occasion de l'exploration d'un thème concernant, par exemple, la vie animale ou les habitats, proposer aux élèves de travailler sur la page d'un moteur de recherche et de trouver des informations ou des images pour alimenter ou illustrer un projet d'écriture :
– préparation : identifier sur la même page d'un moteur deux ou trois sites adaptés aux élèves ;
– leur faire repérer, à partir des codes couleur et typographiques, les trois niveaux « d'écrits » proposés pour chacun des sites sélectionnés. Les nommer : le titre, le texte accompagnant la réponse à la recherche et leur adresse ;
– lire avec les élèves les trois niveaux d'information de ces sites : leur demander de proposer des hypothèses sur le contenu de chacun des sites ;
– vérifier avec eux leurs hypothèses en les accompagnant dans la lecture et la découverte des sites ;
– rechercher avec eux, à partir d'un moteur de recherche, des images correspondant à leur sujet.

AU CYCLE 3

FAMILIARISER LES ÉLÈVES À UNE PRATIQUE RAISONNÉE DE RECHERCHE SUR INTERNET

> Il s'agit, dans le cadre d'une découverte des médias, de montrer la complémentarité entre les différents supports.

Les élèves ont à leur disposition un quotidien régional, un quotidien national, un magazine d'information spécialisée et un accès à des sites Internet. À la suite de questions débattues dans le cadre du programme de géographie, demander aux élèves, répartis par groupe, de rechercher successivement :
– une information sur leur commune ou leur arrondissement, s'ils habitent une très grande ville ;
– les prévisions météorologiques d'une capitale européenne ;
– une information politique sur un pays étranger ;
– les résultats d'un match de football récent…

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

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Cinquième domaine d'apprentissage[1]
– découvrir différents milieux : « rechercher des informations, grâce à la médiation du maître, […] sur des sites internet » (p. 17).
– utiliser des outils numériques : « Des recherches ciblées, via les réseaux Internet, sont effectuées et commentées par l'enseignant. » (p. 18)

CYCLE 2

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication
Commencer à s'approprier un environnement numérique[2] (p. 20).
« Être sensibilisé aux risques liés à l'usage de l'internet : connaître quelques dangers de la navigation sur internet. »[3] (p. 9).

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue
– lire avec aisance (à haute voix, silencieuse) un texte ;
– utiliser ses connaissances pour réfléchir sur un texte.

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication[2]
« Les élèves apprennent à maîtriser les fonctions de base d'un ordinateur. Ils sont entraînés à utiliser un traitement de texte, à écrire un document numérique… Ils effectuent une recherche en ligne, identifient et trient des informations » (p. 26).

Source : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
(2) *BOHS* n° 3 du 19/06/2008.
(3) *BO* n° 1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

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

DES IMAGES DANS LES MÉDIAS

Fixes ou animées, les images sont l'un des premiers contacts des enfants avec le monde des médias. Elles sont aussi des matériaux, des documents et des supports d'expression dans de nombreuses disciplines. D'une approche apparemment facile, concrète et immédiate, elles nécessitent des outils de lecture pour être comprises (et permettre une utilisation réfléchie).

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

Constituer un corpus d'images trouvées dans la presse (journaux, magazines, hebdomadaires de télévision…) et d'images apportées par les enfants. Leur demander de repérer les différences essentielles entre ces images : couleur ou N/B, format, sujet, support ; de les classer selon différents genres : BD, dessins, photos, photos publicitaires, photos de vacances, portraits de camarades de la classe… Constituer un « coin images » dans la classe.

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

Activités manuelles. Travailler le schéma corporel : compléter sa photo d'identité, ou l'autre moitié du corps d'une photo découpée… Reconstituer une image découpée sous forme de puzzle. Prolonger une image en dessinant le hors-cadre.

AU CYCLE 2

CONDUIRE LES ÉLÈVES À PRENDRE CONSCIENCE QU'UNE IMAGE EST UNE REPRÉSENTATION, UNE RECONSTRUCTION DE LA RÉALITÉ

Faire retrouver par les élèves, dans des magazines ou des journaux pour enfants, différents types d'images (cartes, photos, dessins d'illustration) et leur demander : de parler de ces images (« ce que je vois »), et de dire ce qu'ils en comprennent (« ce que raconte l'image »). Faire prendre conscience aux élèves des différentes interprétations qu'ils proposent.

Sélectionner plusieurs images de registres très différents : photographies d'actualités, images publicitaires, photographies scientifiques, captures d'écrans de télévision et de jeux vidéo, photos personnelles… Les faire commenter puis deviner quels sont les médias dont ces images sont originaires et les buts poursuivis par leurs auteurs.

AU CYCLE 3

METTRE EN ÉVIDENCE LE CARACTÈRE POLYSÉMIQUE D'UNE IMAGE DÉCOUVRIR LA RELATION TEXTE/IMAGE

Choisir une photo d'actualité d'un format assez grand : la photocopier en la recadrant avec un cache en papier blanc. Demander aux enfants d'imaginer et de dessiner le hors-champ sur la photocopie. Comparer avec la photo initiale. Faire expliciter la notion de champ et de hors-champ.

Proposer à l'ensemble des élèves une photographie sans légende : demander à chacun d'écrire une légende qui lui paraisse adaptée à cette image. Essayer de dégager si les élèves ont perçu ou non la même chose dans cette image et à partir de quels indices se sont constituées ressemblances et différences.

Visionner un extrait de reportage sur un sujet relatif au programme de géographie : repérer et comparer les informations apportées par les images et celles apportées par le commentaire. De quels ordres sont-elles (description, données historiques, économiques…) ?

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Troisième domaine d'apprentissage[1]
Les productions visuelles :
« Les enfants apprennent peu à peu à caractériser les différentes images […] et leurs fonctions » (p. 12).

CYCLE 2

Pratiques artistiques
– Arts visuels[2]
« Leur enseignement s'appuie sur une pratique régulière et diversifiée de l'expression plastique, du dessin et la réalisation d'images fixes ou mobiles. Il mobilise des techniques traditionnelles (peinture, dessin) ou plus contemporaines (photographie numérique, cinéma, vidéo, infographie…) » (p. 19).
– Découverte du monde[3]
Représentations simples de l'espace familier à partir de supports variés (photographies sous différents angles et points de vue…) (p. 6).

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue[2]
Rédiger un texte d'une quinzaine de lignes (récit, description, dialogue, texte poétique, compte-rendu).

Compétence 5 :
La culture humaniste[2]
– lire et utiliser différents langages : cartes, croquis, graphiques, iconographie ;
– pratiquer le dessin et diverses formes d'expressions visuelles et plastiques (formes abstraites ou images) en se servant de différents matériaux, supports, instruments et techniques (p. 28).

Sources : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
(2) *BOHS* n° 3 du 19/06/2008.
(3) *BO* n° 1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

Pause-Photo-Prose, un jeu d'équipe conçu dans le cadre des Rencontres d'Arles propose de se questionner sur l'origine des photographies, leur polysémie et leurs usages.
http://w1p.fr/122506

FILLES ET GARÇONS DANS LES MÉDIAS

La promotion des conduites non sexistes entre garçons et filles à l'école gagne à s'appuyer sur l'observation critique des représentations dans les médias. Dans la presse écrite, à la télévision et maintenant sur Internet sont en effet véhiculés nombre de stéréotypes qui influent lecteurs et spectateurs de tous les âges.

PISTES PROPOSÉES...

AU CYCLE 1

REMARQUER LES DIFFÉRENCES ENTRE DES SITES DESTINÉS AUX FILLES ET AUX GARÇONS

S'appuyer sur l'observation de deux sites de jeux en ligne ou de vente de jouets destinés l'un aux garçons, l'autre aux filles. Décrire la première page de ces ceux sites : couleurs, thèmes mis en avant, objets mis en valeur. Organiser un échange sur l'intérêt que les garçons éprouvent à l'égard des jeux de filles présentés sur les sites (et l'inverse), et les raisons pour lesquelles le site leur rend attrayants les jeux présentés.

Relever quelques exemples de jeux proposés comportant des personnages et noter le lieu où ces derniers sont mis en scène : la cuisine, le jardin, le terrain de sport... Avec les plus grands, lire la description des jeux, noter les verbes et les adjectifs employés. Souligner les « clichés » souvent employés.

AU CYCLE 2

OBSERVER LA MISE EN OEUVRE DE LA DIVERSITÉ DANS LA PUBLICITÉ

À partir de publicités extraites de magazines, de plages publicitaires télévisées ou de sites Internet, dans lesquelles se trouvent des enfants, observer la façon dont sont représentés les garçons et les filles. Rassembler les observations dans un tableau : les vêtements, le type physique (enfants blancs/noirs/métis/autre), la couleur des cheveux, des yeux ; le milieu social (en imaginant le métier exercé par le père ou en observant le cadre de vie de la famille). Cette représentation publicitaire est-elle un reflet de la société ? La diversité de la classe est-elle bien représentée ? Qui sont les grands absents ?

Décrire le rôle assigné aux garçons et aux filles dans ces publicités. Imaginer des publicités inversées, où les filles sont remplacées par des garçons et vice-versa : qu'est-ce que cela change ?

AU CYCLE 3

S'INTERROGER SUR LA PLACE DES FEMMES ET DES HOMMES DANS LE SPORT ET DANS L'INFORMATION MÉDIATISÉS

Observer le programme télévisé de la semaine passée et recenser les événements sportifs qui ont fait l'objet d'une retransmission. Distinguer ceux qui ont concerné des hommes et ceux qui étaient accomplis par des femmes, puis commenter. Dresser une liste de divers sports (football, rugby, patinage artistique, gymnastique, natation, karaté, course automobile...) et demander à chaque élève de préciser si, selon lui, ce sport peut être pratiqué indifféremment par des femmes et des hommes ou seulement par des femmes ou des hommes. Conclure en s'interrogeant sur les obstacles à la pratique sportive par l'autre sexe et le poids des stéréotypes à l'œuvre.

En s'appuyant sur des quotidiens et des émissions, se livrer à quelques comparaisons sur la place des femmes dans l'information : le nombre de photos d'hommes et de femmes dans un magazine (hors images publicitaires...) ; les rôles des témoins dans les reportages ; le nombre de citations d'hommes et de femmes dans des articles de presse ; les signatures d'articles et les rédactions en chef dans les journaux.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Troisième domaine d'apprentissage[1]
Les productions visuelles :
« ... les échanges sur les différentes représentations d'un même objet [...] aident à dépasser les stéréotypes. » (p. 11)

CYCLE 2

Compétence 6 : Compétences sociales et civiques
Vivre en société : « La vie en société se fonde sur : le respect de soi ; le respect des autres (civilité, tolérance, refus des préjugés et des stéréotypes) ; le respect de l'autre sexe. »[2]

CYCLE 3

Compétence 6 : Compétences sociales et civiques
« L'élève est capable de : [...] respecter les autres et notamment appliquer les principes de l'égalité des filles et des garçons. »[3] (p. 28)

Sources : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
(2) *BO* n° 29 du 20/07/2006.
(3) *BO* n° 3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

Mankowski (Clara), *Y a-t-il encore des préjugés sur les filles ?*, La Martinière Jeunesse, 2006.

Genrimages est un site internet pédagogique pour sensibiliser les jeunes au décryptage des stéréotypes de genre.

www.genrimages.org

ÉCOUTE, ÉCOUTE…

Apprendre à identifier et à nommer les sons entendus dans son environnement, prendre conscience des images qu'ils évoquent et savoir les expliciter participent à la mise en place d'une éducation aux médias et d'une éducation sensorielle. Apprendre à reconnaître les voix, à maîtriser la sienne pour produire notamment une courte émission radiophonique relève aussi de cette éducation.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

SAVOIR IDENTIFIER DIFFÉRENTS TYPES D'ÉLÉMENTS SONORES

Avec les élèves des classes maternelles, introduire dans les jeux auditifs habituels des éléments sonores radiophoniques, télévisuels, de jeux vidéo… enregistrés ou provenant du téléviseur ou de la radio de la classe. Un enfant caché sous une table doit reconnaître le bruit proposé par les autres élèves ou l'enseignant. Jouer sur l'intensité du son : fort, faible, moyen. Jouer sur les effets : échos, distorsions… Parmi ces sons, introduire des voix que l'on pourra caractériser (enfant, femme, homme…).

AU CYCLE 2

APPRENDRE À ÉCOUTER EN APPRENANT À S'ÉCOUTER

> La voix est un élément constitutif de l'identité d'un individu. Il faut avant toute activité radiophonique que l'élève ait éprouvé l'expérience de l'enregistrement et de l'écoute de sa propre voix afin de se familiariser avec elle.

Pour débuter, jouer au timbre de la voix : plusieurs élèves, cachés derrière un paravent, s'expriment et les autres doivent découvrir qui parle. Ils prennent ainsi conscience de l'identité vocale des autres.

Chaque élève dit plusieurs fois « des mouches dans la bouche » avec le doigt devant les lèvres, la main sur la tête, la main sur la cage thoracique. Il prend ainsi conscience des phénomènes de vibration et de résonance quand il parle.

Enregistrer chaque élève pendant qu'il lit une comptine, une poésie, puis lui faire entendre l'enregistrement et lui demander d'exprimer ce qu'il ressent. Expliquer aux élèves pourquoi ils ont l'impression que c'est un autre qui parle, que c'est comme ça que les autres nous entendent. Que c'est bien leur voix !

AU CYCLE 3

OBSERVER PUIS RÉALISER UN JOURNAL PARLÉ

> Les ressources mises à disposition des enseignants de français langue étrangère par Radio France Internationale (RFI) sont très utiles pour un travail sur l'actualité. En particulier, « Le Journal en français facile », qui présente l'actualité de manière très adaptée aux plus jeunes.

Lister les différents éléments sonores du journal : jingle, tapis, titres, voix, reportages, puis observer comment s'organisent ces différents éléments pour donner un rythme au journal. En s'appuyant sur le script, noter les pauses, les inflexions de la voix pour travailler sur la diction, le « lu parlé ».

Faire une revue de presse (presse quotidienne ou presse jeunesse), puis rédiger un court bulletin d'information à partir de l'actualité du jour qui sera mis en voix.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Premier domaine d'apprentissage[1]
Commencer à réfléchir sur la langue et acquérir une conscience phonologique (p. 6).

Troisième domaine d'apprentissage[1]
Univers sonores : Affiner son écoute (p. 12)

CYCLE 2

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française
S'exprimer clairement à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié.

Compétence 7 :
Autonomie et initiative[2]
- échanger, questionner, justifier un point de vue ;
- se représenter son environnement proche, s'y repérer, s'y déplacer de façon adaptée (p. 20).

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française[2]
- s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ;
- lire avec aisance… (p. 27)

Compétence 4 : Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication[2]
- utiliser l'outil informatique pour s'informer, se documenter, présenter un travail ;
- communiquer ;
- faire preuve d'esprit critique face à l'information et à son traitement (p. 28).

Compétence 7 :
Autonomie et initiative[2]
Soutenir une écoute prolongée (p. 28).

Sources : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
(2) *BOHS* n° 3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

Fischetti (Antonio), Puesh (Marion), *Le Son à petit pas*, Actes Sud Junior, 2011.

« Le Journal en français facile » de RFI présente l'actualité avec des mots simples et explique les événements dans leur contexte.

www.rfi.fr/lffr/statiques/accueil_apprendre.asp

TÉLÉ, MODE D'EMPLOI

Bien avant de savoir lire, les enfants sont exposés à l'abondance et à la diversité des images télévisuelles. Permettre aux élèves, dès leur plus jeune âge, de percevoir la variété de ces images dans leur forme, leur statut et leur mode de production, c'est les aider à se dégager de leur emprise émotionnelle, à trouver des repères dans la masse des informations et des divertissements qu'elles proposent, c'est les conduire à devenir des lecteurs d'images.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

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

À partir de l'adaptation télévisée d'un livre ou d'un album :
– isoler à l'écran une image en pause et la faire retrouver dans l'album. Inversement, chercher une image de l'album et la repérer au cours d'un nouveau visionnage ;
– rechercher si toutes les planches de l'album sont reprises à l'écran. Y a-t-il des images ne figurant pas dans l'album ? Faire constater les mouvements des personnages ;
– travailler sur la bande-son. Qu'est-ce qui permet de mieux différencier les personnages par rapport à l'album ? Y a-t-il d'autres voix que celles des personnages ? Faire prendre conscience aux enfants du rôle du narrateur éventuel. Y a-t-il d'autres sons : musique, bruits ? Les définir.

AU CYCLE 2

AMENER LES ÉLÈVES À PRENDRE CONSCIENCE DE LEUR ACTIVITÉ DE TÉLÉSPECTATEURS ET LES SENSIBILISER À L'EXISTENCE D'ÉMISSIONS AUX FONCTIONS DIFFÉRENTES

> **Préalable :** avoir réalisé un enregistrement de 15 minutes d'extraits d'émissions très diverses, supposées connues des enfants (générique d'un dessin animé, extrait d'un journal télévisé, match de football, jeu, publicité, documentaire animalier…).

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

Les élèves regardent en continu les extraits (d'une durée moyenne de 2 minutes) : Ont-ils reconnu des émissions ? Si oui, lesquelles ? Qu'ont-ils reconnu : la musique, les images, les personnages, l'animateur, le présentateur ? Parmi les émissions qu'ils reconnaissent, lesquelles regardent-ils le plus souvent ? À qui s'adressent-elles : aux adultes, aux enfants ? À partir d'un extrait reconnu par tous, demander aux élèves de décrire les indices visuels et sonores sur lesquels ils s'appuient pour identifier le sujet de l'extrait.

AU CYCLE 3

REPÉRER LA SPÉCIFICITÉ DE L'INFORMATION À LA TÉLÉVISION

Visionner un journal télévisé tout images sans consigne préalable :
– demander aux élèves de résumer oralement ou par écrit, les sujets abordés dans le journal ;
– effectuer un deuxième visionnage et dresser au tableau la liste des sujets traités dans l'ordre de leur apparition. Comptabiliser le nombre de sujets. Comparer avec le résumé des élèves : Quels sont les sujets oubliés par les élèves ? Pourquoi : trop difficile, trop loin de leurs préoccupations ?

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Troisième domaine d'apprentissage[1]
Les productions visuelles :
« Les enfants apprennent peu à peu à caractériser les différentes images […] et leurs fonctions » (p. 12).

Cinquième domaine d'apprentissage[1]
Découvrir différents milieux : « À partir des expériences vécues à l'école et en dehors de celle-ci… » (p. 17)

CYCLE 2

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française[2]
S'exprimer clairement à l'oral.

Compétence 7 :
L'autonomie et l'initiative[2]
– échanger, questionner, justifier un point de vue ;
– se représenter son environnement proche, s'y repérer, s'y déplacer de façon adaptée (p. 20).

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française[2]
S'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis.

Compétence 6 :
Compétences sociales et civiques[2]
Prendre part à un dialogue : prendre la parole devant les autres, écouter autrui, formuler et justifier son point de vue.

Sources : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015. (2) *BOHS* n° 3 du 19/06/2008.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

Arte Journal Junior, le JT pour les jeunes de 8 à 12 ans, www.tv-replay.fr/arte-journal-junior/

UNE PAGE DE PUB

Les images sont à la fois des matériaux, des documents et des supports d'expression. Parmi ces images, celles des publicités, en particulier à la télévision et sur Internet, exercent une grande séduction sur les enfants. Apprendre à les repérer, à comprendre leur fonction et à repérer les procédés de persuasion mis en œuvre dans leur fabrication participent d'une éducation à la consommation et aux médias.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

PERMETTRE AUX ÉLÈVES DE REPÉRER LA PRÉSENCE ET LES INDICES DE LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS

Partir de la découverte de différents types d'images trouvées dans la presse et rassemblées dans le « coin images » pour leur demander à quoi l'on reconnaît des publicités :
– dans les pages d'un journal ? Taille de l'image, écrit et image associés dans un cadre, produit reconnu…
– à la télévision ? Lancement musical de la séquence de publicités, types d'images et de sons, rythme des histoires…
– sur un site Internet ? Bannières, fenêtres intrusives, spots et bandes-annonces…

Proposer quelques publicités télévisées dont une à destination des enfants. Au sein de la séquence diffusée, faire retrouver aux élèves une publicité pour une voiture, un produit alimentaire, un jouet ou autre…

AU CYCLE 2

INITIER À LA LECTURE DES MESSAGES PUBLICITAIRES

Choisir un spot publicitaire mettant en scène des personnages et un produit supposé connu des élèves (dentifrice, laitage, produit alimentaire…). Plusieurs visionnages seront nécessaires pour introduire, soit à l'oral soit à l'écrit, selon l'âge des élèves, des activités d'analyse sur :
– le récit : Quelle histoire est racontée ? Qui sont les personnages (nombre, costumes, ton de la voix, humeur…) ? Y a-t-il de la musique, des bruitages, des voix off… ? Quand se situe l'action ? Que se passe-t-il ? Pourquoi ?
– le produit : Quel est le produit ? Est-il montré à l'écran ou suggéré (quand, comment…) ? Comment prend-on connaissance de ses qualités (d'après l'image, le son, des effets spéciaux…) ? Combien de fois et quand son nom est-il prononcé ?
– l'argumentaire : Quels sont les mots utilisés pour en parler, pour donner envie de l'acheter ?
– le rapport au réel : Ce que l'on voit à l'écran est-il possible dans la réalité ?

AU CYCLE 3

QUESTIONNER LE FONCTIONNEMENT D'UN MESSAGE PUBLICITAIRE

Reprendre les activités proposées pour le cycle 2 concernant l'analyse d'un spot télévisé en s'attachant plus particulièrement au message écrit et verbal : il s'agit d'introduire la notion de slogan. Demander aux élèves de repérer dans les dialogues, dans les textes qui apparaissent à l'image ou en voix off, ce qu'ils ont retenu : Pourquoi (jeux de mots, répétition de son, phrase connue, déjà entendue…) ?

Sélectionner dans la presse magazine des publicités pour un même produit (par exemple eaux minérales, voitures, chaussures de sport…) et de marques différentes. Mettre en évidence la distinction entre marque et produit. Demander aux élèves de remplir une grille de lecture pour chaque publicité comprenant quatre items : Quelle marque ? Quel produit ? Quel slogan ? Description de l'image : Que faut-il comprendre selon vous ? Mise en commun et confrontation des interprétations de chacun.

Demander aux élèves :
– de rechercher et décrire des sites qui leur sont destinés, où s'exerce un marketing en ligne habile et difficile à éliminer ;
– de décrire la stratégie mise en place : une interactivité amusante, des écrans de veille à télécharger, des personnages séduisants, une personnalisation du message (parce que le site connaît l'identité du jeune internaute), des invitations et cadeaux…

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Premier domaine d'apprentissage[1]
Découvrir la fonction de l'écrit : « quand ils sont spectateurs d'une écriture adressée et quand ils constatent eux-mêmes les effets que produisent les écrits sur ceux qui les reçoivent » (p. 13).

CYCLE 2

Maîtrise de la langue[2]
– s'exprimer à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié et précis ;
– écrire de manière autonome un texte de 5 à 10 lignes (p. 20).

Histoire[3]
À partir de documents de nature différente (publicité, affiche…), prendre conscience du développement de la société de consommation (p. 25).

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française
– s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ;
– rédiger un texte d'une quinzaine de lignes.

Compétence 5 : Culture humaniste
Pratiquer le dessin et diverses formes d'expressions visuelles et plastiques…

Compétence 6 :
Compétences sociales et civiques
Instruction civique et morale[3] :
Trouver des indices avant d'accorder sa confiance aux informations et propositions fournies sur l'Internet (p. 31).

Sources : (1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.
(2) *BOHS* n° 3 du 19/06/2008.
(3) *BO* n° 1 du 05/01/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

Julia-Ripoll (Brigitte), *50 Activités pour découvrir l'image fixe à l'école*, cycle 3 et en 6e, SCÉRÉN-CRDP Languedoc Roussillon/CDDP Pyrénées-Orientales, 2003.

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

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

Jeunes rédactions

Réaliser un journal en milieu scolaire est une activité pédagogique connue de longue date des enseignants désireux de faire apprendre autrement ; il se décline aujourd'hui sous la forme de sites ou de blogs, et même d'objets web d'information dans l'esprit du webdocumentaire. Qu'ils soient imprimés ou numériques, les journaux scolaires permettent d'éduquer les élèves aux médias dans une perspective citoyenne et de les exercer à la liberté d'expression et d'opinion. La liberté d'opinion des collégiens et des lycéens est inscrite dans le Code de l'éducation : les projets médiatiques sont le cadre privilégié pour en donner les règles et la faire vivre.

Quelques préconisations :
– le média scolaire ne doit pas être instrumentalisé à des fins disciplinaires, mais améliorer les compétences générales des élèves : lire, écrire, compter, s'exprimer, débattre, argumenter, synthétiser, organiser, etc. ;
– il doit être un vrai média, destiné à des lecteurs bien réels avec lesquels engager le dialogue, qui repose sur le fonctionnement collectif d'une équipe de rédaction ;
– sa ligne éditoriale est définie par les élèves, selon leur goût et leurs centres d'intérêt.

Parallèlement à la production de contenus, les élèves observeront avec profit les médias professionnels, source inépuisable d'inspiration (graphisme, ligne éditoriale, rubriques, genres journalistiques, iconographie, etc.), et découvriront leur fonctionnement (conférence de rédaction, métiers représentés, notion de responsabilité, etc.). Avec le journal en ligne, ils réfléchiront à leurs usages sur la Toile et identifieront les caractéristiques de l'écriture numérique : liens hypertextes, fonctionnalités sociales (par exemple, les commentaires), infographies, nouvelles narrations multimédias.

ÉCOLE

CONCEVOIR UN JOURNAL

Plusieurs séances seront nécessaires pour cerner le média à créer et pour que chacun y trouve une place. L'analyse de la presse professionnelle (imprimée et/ou numérique) servira de point d'appui pour établir une typologie des contenus publiés. Identifier ce qui apparaît dans les pages ou à l'écran : signatures, colonnes, encadrés, couleurs, titres, sous-titres, photographie, dessin, schéma, etc.

Noter ce qui est dit sur le tableau ; introduire quelques mots du lexique journalistique en se référant au « Glossaire des termes de la presse ». Puis rechercher des précisions sur les métiers exercés à partir de la cartographie de l'Observatoire des métiers de la presse ou des ressources de l'Onisep.

Proposer aux élèves de choisir les rôles qu'ils endosseront dans le journal : rédacteur en chef, reporter rédacteur ou photographe, illustrateur, secrétaire de rédaction, maquettiste, animateur de communauté, etc. Prévoir un changement de rôles en cours d'année pour que chacun expérimente une place différente dans le média.

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

Mettre en place une conférence de rédaction régulière. L'existence de cet espace propice aux débats accentuera la tonalité collective de la publication. L'ouvrir, à l'occasion, à des intervenants extérieurs, journalistes ou lecteurs.

LA VIDÉO : LE GRAIN DE SELL'

Découvrez la rédaction d'un journal lycéen : celle du lycée Henri-Sellier de Livry-Gargan (93).

www.clemi.fr/fr/tv/creer-publier

COLLÈGE

ENGAGER SON JOURNAL SUR LES RÉSEAUX

Grâce aux services du Web social, le journal imprimé ou en ligne se donnera une présence sur la Toile et diversifiera ses contenus. Le journal imprimé commencera par se doter d'un blog compagnon à nourrir entre les livraisons du journal. Dans tous les cas, observer la manière dont les médias et les journalistes professionnels utilisent les réseaux et médias sociaux ; tenter de définir les règles de l'art en la matière.

Communiquer et étendre la diffusion du média : les réseaux généralistes (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) contribuent à élargir le cercle des lecteurs potentiels. Ils donnent l'occasion de travailler sur l'image du journal, multiplient et facilitent les interactions avec le public. L'animation de communauté pourra faire l'objet d'un travail de groupe qui sollicitera la réactivité, la pertinence, l'originalité du ton. Le cas échéant, s'assurer d'être en possession des autorisations nécessaires pour diffuser des photographies représentant les élèves.

Publier des contenus sur des plateformes de partage, puis les intégrer sur son média : du son avec SoundCloud, réseau apprécié des amateurs de radios et de musique ; de la vidéo sur YouTube, Dailymotion ou autres. Inciter les élèves à proposer une utilisation pertinente de ces réseaux. En intégrant ces contenus sur le blog, rédiger un texte d'introduction, voire un véritable article, pour présenter le sujet au lecteur : résumé, sitographie, durée du module, contexte de réalisation, complément d'écriture, etc.

Organiser une veille en relation avec les contenus du journal et la diffuser sur le média : documenter les sujets selon le principe de la curation de contenu, une pratique consistant à sélectionner, éditer et partager les contenus du Web jugés les plus pertinents sur un sujet donné. L'enrichissement du média par ce biais permettra à certains élèves de mettre en valeur leur intérêt pour un thème (sport, jeux, mode, cuisine…) et d'accroître leur expertise du domaine. L'utilisation de services de curation comme Scoop.it ou Pinterest – dédié aux images –, ou de partage de marque-pages comme Diigo ou Delicious, sera l'occasion de nouvelles compétences pour traiter et organiser l'information.

POUR ALLER PLUS LOIN

Le site de l'observatoire des pratiques de presse lycéenne : www.obs-presse-lyceenne.org

BANTIGNY (Ludivine), *La Fabuleuse Histoire des journaux lycéens*, Les Arènes, 2014.

LYCÉE

RÉFLÉCHIR À LA RESPONSABILITÉ DE PUBLICATION

Le journal des lycéens fait l'objet d'une réglementation spécifique qui leur permet d'exercer, même s'ils sont mineurs, la responsabilité de publication à condition que sa diffusion reste interne à l'établissement.

La réforme du lycée incite fortement les lycéens à s'exercer à la prise de parole publique en profitant des moyens médiatiques à leur disposition. Les enseignants ont un rôle essentiel à jouer dans cette expérience de la liberté d'expression et de publication pour amener les élèves à assurer la responsabilité de publication dans leurs médias.

Quel que soit le projet de journal, le désir d'expression des élèves devra rencontrer le besoin d'information de leur public. Réfléchir ensemble aux liens entre les qualités journalistiques nécessaires et le rôle informatif du média ; proposer aux élèves d'observer puis d'appliquer les principes et techniques journalistiques ; les inviter à dépasser le « premier jet », à « creuser » leurs idées de sujet, à choisir un angle, à identifier des sources d'informations fiables et pertinentes ; les inciter à s'éloigner de l'écriture scolaire.

Tout retour de la part des lecteurs sera une occasion d'éducation pour toute l'équipe de rédaction. L'enseignant encouragera les élèves à prendre en compte les réactions aussi bien positives que négatives ; le débat impliquera tous les membres de la rédaction ; la déontologie sera interrogée, de même que la conformité des contenus du journal avec les lois (droit de la presse, propriété intellectuelle, vie privée, etc.). Au fil des situations rencontrées, l'équipe de rédaction pourra élaborer une charte indiquant les droits et devoirs des journalistes lycéens. Elle s'appuiera sur les chartes professionnelles existantes et sur la charte des journalistes jeunes portée par l'association Jets d'Encre.

LES REVUES DE PRESSE DU CLEMI

Elles font découvrir l'actualité des publications menées par les écoliers, collégiens et lycéens. « Des nouvelles des élèves » portent sur les blogs, les sites, les webradios et les webTV en milieu scolaire. Chaque année, le CLEMI propose également une revue de presse dans laquelle sont publiés des extraits des journaux scolaires et lycéens reçus au dépôt pédagogique.

www.scoop.it/t/des-nouvelles-des-eleves

http://url.exen.fr/81265

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

Enquêtes d'images

Notre culture de l'image connaît un profond bouleversement. Qui aurait cru, il y a encore dix ans, que l'on puisse prendre une photographie avec un téléphone ? Puis, dans la foulée, l'expédier à un ami par Internet ou via un réseau social ? La faire connaître à des dizaines de milliers d'amateurs sur des plateformes de partage ?

Aujourd'hui, tout le monde est photographe. Chaque année, nous appuierions près de 380 milliards de fois sur le déclencheur de nos appareils ! En tant que source d'informations, la photographie (et bientôt la vidéo) détrône l'écrit. Sur Internet et dans les réseaux sociaux, les clichés d'amateurs règnent en maître. Dans la presse elle-même, la photographie professionnelle, celle des valeureux photoreporters de jadis, cède du terrain aux pratiques privées, dorénavant affichées aux unes des journaux et des sites.

Les jeunes générations, pour lesquelles le geste photographique est devenu un réflexe courant, ne se privent pas d'alimenter Facebook en « selfies » ces autoportraits saisis à bout de bras, accessoires volatiles d'une théâtralité de soi revendiquée ou inconsciente. Les adolescents s'approprient les photos des autres, les détournent, les transforment et les disséminent sans grand souci de respecter droits et usages. Mais, surtout, la photographie est devenue entre eux l'outil d'un dialogue ininterrompu. Elle est à même de resserrer les liens, parfois même avec d'autres générations ; elle devient signe et tient lieu de message que l'on s'envoie de l'un à l'autre ; elle suscite, enfin, autour de thèmes et de centres d'intérêt sur les réseaux sociaux, des regroupements de passionnés qui se livrent à des commentaires avant d'engager des conversations.

L'école ne saurait plus ignorer l'importance de ces usages déconcertants. Elle se doit même de les intégrer et les faire comprendre dans des pratiques pédagogiques, dont voici quelques exemples.

VISA POUR L'IMAGE

Chaque année, le Festival international du photojournalisme de Perpignan ouvre ses expositions aux groupes scolaires. En collaboration avec le CLEMI, écoliers, collégiens et lycéens sont invités à les découvrir lors d'une semaine prioritaire, guidés par des professionnels de la photo, de la presse et de l'édition. L'équipe du CLEMI de l'académie de Montpellier organise également un stage de formation à l'intention des enseignants désireux de découvrir l'intérêt du photoreportage dans leur enseignement.

www.visapourlimage.com/fr/festival/education.do

ÉCOLE

RÉALISER DES CLICHÉS À L'ÉCOLE

Avec un appareil photo numérique

– photographier les enfants dans différentes situations et activités de la journée. S'attacher à réaliser dans ces prises de vue différents types de plans des enfants (gros plan, plan d'ensemble…) ;
– observer avec eux les clichés réalisés : retrouver les lieux précis où ils ont été pris (dans la cour ? dans la classe ? où exactement ?). Leur faire préciser à chaque fois ce que montre la photo, ce qu'elle ne montre pas ;
– proposer aux élèves de réaliser un reportage photographique sur l'école en choisissant les différents types de lieux, de situations. Prendre soin de leur faire adopter des angles de prises de vue variés. Proposer une réflexion collective sur les clichés réalisés.

Réaliser cinq clichés dans l'école

Il s'agit d'encourager les élèves à exercer leur regard, à prendre des photographies à partir d'intentions précises. Après plusieurs manipulations de l'appareil photo ou du téléphone portable, les élèves, par petits groupes, choisiront de photographier un lieu dans l'école : la classe, le couloir, la BCD, la cour… Après plusieurs essais de cadrages à l'aide de caches en carton ou sur l'écran d'ordinateur, ils détermineront le lieu. Une fois ces décisions prises, chaque groupe tentera de réaliser cinq clichés de l'école qui seront regardés, commentés, légendés quelques jours plus tard, puis exposés dans l'école.

COLLÈGE

GÉRER UNE PHOTOTHÈQUE

Disposer d'un grand nombre d'images dans une photothèque, c'est l'assurance de pouvoir illustrer facilement le journal ou le blog dans l'urgence de sa publication.

Envisager sur un ordinateur la création d'une photothèque par laquelle la rédaction ou la classe aura accès en interne aux clichés les mieux adaptés au format choisi (haute définition pour les impressions, basse définition pour Internet). Cette banque d'images peut également être créée sur une plateforme (par exemple, FlickR, Picasa…) en veillant à ce que la photothèque ait un accès réservé. En amont, sélectionner dans la masse des clichés pris lors des reportages ceux qui, par leur qualité ou l'intérêt du sujet, pourraient faire l'objet d'une publication future.

Une fois les photos téléchargées sur les ordinateurs, travailler, si nécessaire, certaines images à l'aide d'outils numériques basiques (recadrage, filtrage, floutage). Débattre de l'utilisation possible de différentes versions dans le cadre d'une publication : pour quelle rubrique, pour quel sujet, pour quel lecteur ? Très important : titrer la photo, la dater, la légender, préciser son ou ses auteurs (le crédit). Indexer les photos selon l'usage qui peut en être fait : un « taguage » intelligent par mots-clés est la promesse d'une recherche efficace quand la photothèque grossira en importance.

Identifier les images et photographies dont les droits sont cédés pour des usages non-commerciaux. En effet, des photos peuvent être téléchargées depuis des banques d'images gratuites et « libres de droits ». Veiller toutefois à bien vérifier le contrat de cession associé à la photo (en général est exigée sa « paternité », c'est-à-dire la mention de son auteur). Penser aussi à placer certaines de vos photos sous ces mêmes licences libres, de manière à les partager sur des plateformes avec d'autres utilisateurs.

S'interroger ainsi sur les conditions juridiques dans lesquelles les photographies ont été prises ou peuvent être employées et sensibiliser les élèves sur les possibles infractions au droit d'auteur (cette photo, l'élève qui l'a apportée en est-il bien l'auteur ?), au droit à l'image (la personne prise en photo a-t-elle bien donné son accord pour la publication ?), au droit de la presse (la personne sur la photo ne risque-t-elle pas de s'estimer choquée dans la situation où on l'a prise ?). Dans cette perspective, gérer les autorisations accordées par les personnes prises en photo (ou par leurs parents s'il s'agit d'élèves) peut également être une tâche confiée à un ou plusieurs élèves soigneux et méthodiques.

LYCÉE

ANALYSER SON REPORTAGE PHOTOGRAPHIQUE

Les élèves profiteront d'un événement pour effectuer un reportage photographique : voyage scolaire, accueil de correspondants, compétition sportive…, de préférence prévisible de manière à pouvoir effectuer un repérage, toujours utile pour déterminer plus facilement les endroits où obtenir les meilleurs angles de vue. Prévoir les autorisations de captation.

En classe, sélectionner et ordonner chronologiquement les photos pour retracer l'événement couvert et ajouter des légendes pour décrire les photos. Faire analyser et critiquer ses photos par les camarades : on pourra employer soit des applications destinées aux annotations (type Skitch de Windows), voire s'appuyer sur le principe des images interactives (comme le logiciel « Images actives » que propose le Canopé de Versailles). S'exercer à la révision des travaux réciproques. Par groupe d'élèves, réordonner chacun un ensemble de 10 ou 15 photos. Observer comment, en en modifiant l'organisation, l'ordre et la relation des unes aux autres, les photos peuvent véhiculer divers types de narration. Établir des liens entre les clichés, réfléchir à la manière dont s'interprètent les relations entre les images et à l'impact éventuel sur le regard du groupe.

Concevoir un diaporama. À partir d'une ou plusieurs séries choisies à l'issue du premier exercice, élaborer un reportage comme une histoire, avec un début, un développement, et une fin, de manière cohérente : même format portrait ou paysage, recherche d'une unité formelle après travail sur les photos sélectionnées (recadrage, retouche, redimensionnement). Mettre le diaporama en ligne.

LA VIDÉO L'OPÉRATION « REGARD DES JEUNES DE 15 ANS »

Dans le cadre du prix Bayeux-Calvados des correspondants de guerre, une opération permet chaque année à des élèves de 3e de voter pour la photo qui symbolise pour eux le monde d'aujourd'hui.

www.clemi.fr/fr/tv/creer-publier#enquetes

POUR ALLER PLUS LOIN

Cros (Marguerite), Soulé (Yves), *Regarder le monde : le photojournalisme aujourd'hui*, SCEREN-CNDP/CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2011.

Images actives, un logiciel libre pour réaliser des images interactives, développé par le Canopé académie de Versailles.

http://images-actives.crdp-versailles.fr

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

L'info près de chez soi

Débarrassons-nous d'une idée reçue : sur Internet, l'information à laquelle le monde entier a accès n'est pas la même pour tous ! Si la Toile est bien le village planétaire qu'on s'imagine, elle s'est également très tôt conformée aux petites sphères locales, et s'est approchée au plus près des internautes et de leurs besoins. À la suite des sites marchands et des moteurs de recherche, qui ont bien compris l'importance d'offrir des services à la carte en fonction de qui vous êtes, d'où vous êtes et du parcours que vous venez d'accomplir sur le Web, les sites d'information se sont adaptés aux attentes de leurs lecteurs et ne cessent de personnaliser leurs offres. L'infomobilité, grâce aux smartphones et aux tablettes, n'a fait que renforcer le phénomène. D'où l'émergence d'une nouvelle forme d'information locale, voire hyperlocale, qui se focalise sur une ville ou même un quartier, et s'intéresse prioritairement à l'info du voisinage. Chaînes de télévision locale, pure players d'info locale, blogs de correspondants de la presse régionale et pages Facebook, se multiplient et associent étroitement les habitants à une démarche participative et souvent citoyenne.

Cette façon de faire, à dire vrai, n'est pas étrangère aux rédactions des journaux scolaires et lycéens qui, depuis longtemps, pratiquent elles aussi le « journalisme hyperlocal ». Les élèves qui y participent activement ont su de longue date créer leur communauté et valoriser les faits de proximité, ceux qui relèvent de la vie de leur établissement ou de leur quartier. Forts de cette expérience, il ne leur reste plus aujourd'hui qu'à s'approprier les nouveaux outils propres à la « culture Internet » pour développer leurs propres médias d'information hyperlocale à l'heure des réseaux sociaux et des outils de géolocalisation. En voici quelques exemples…

ÉCOLE

DÉCOUVRIR ET REPRÉSENTER LE QUARTIER

Après avoir fait découvrir aux élèves les logiciels de visualisation de la Terre à partir d'images satellitales (Google Earth), puis de cartographie numérique (Google Maps), délimiter une zone autour de l'école en faisant décrire puis noter sur le tableau blanc interactif (TBI) les lieux remarquables (rues, école, bâtiments, parcs et jardins…). Les élèves y repéreront leurs domiciles, puis la voie d'accès à l'école qu'ils empruntent. Afin d'approfondir ce travail sur la notion de plan, l'application de Google Street View sera employée avec les plus grands, et à condition qu'elle soit opérante pour le lieu de l'exercice.

Une série d'informations à retrouver sera soumise aux élèves sur leurs différents parcours : le prix d'un quotidien, l'horaire de passage le plus matinal du bus, le numéro de téléphone du médecin, les films à l'affiche du cinéma, etc. À l'occasion d'une sortie avec les parents hors du temps scolaire, les élèves noteront sur une feuille et prendront en photo les différents lieux où ils pensent pouvoir trouver l'information.

En classe, placer les photographies numériques prises à l'extérieur sur le TBI en veillant à bien les positionner sur le plan. Puis, sur Internet, utiliser le moteur de recherche pour trouver les sites sur lesquels les élèves trouveront des réponses à leur recherche d'informations. Photos et sites internet seront alors associés sur la représentation du quartier au TBI, complétée au fur et à mesure des recherches. Au fil de l'année, des événements du quartier pourront également être commentés et portés sur le TBI.

COLLÈGE

CRÉER SON MÉDIA LOCAL

Recenser et observer les médias locaux propres à la commune où se trouve le collège : la page du quotidien régional, le journal municipal, des blogs locaux, un pure player d'informations locales, un site culturel local, une station de radio ou une chaîne de télévision locale… Repérer les types de services offerts et les formes sous lesquelles ils sont offerts à leurs usagers : articles, photos, infographies, vidéos, ressources « importées »…

Envisager un média d'informations à destination des élèves du collège, qui complétera les informations contenues sur le site Internet et intranet de l'établissement (il s'agira donc d'en explorer le contenu afin de s'en démarquer). Partir de ce qui semble utile aux élèves (informations pratiques : la météo du lendemain, les horaires des transports en commun ou de la médiathèque, les programmes culturels du voisinage…) et de ce qu'ils souhaiteraient faire concrètement (animer une rubrique « sports », rassembler des « critiques de livres, de films », etc.).

En fonction de ces intentions, s'interroger sur la source de l'information désirée : le site de la mairie, des sociétés de transports, des salles de spectacles… Créer un dispositif d'« alertes » (via Google Alertes, par exemple), par lequel un des élèves devient destinataire d'informations nouvelles sur un sujet local.

Créer et publier un portail agrégateur de contenus (Netvibes est un bon exemple) qui recueillera toutes les informations nouvelles sur les fils d'info des sites repérés. Définir les « onglets » comme autant de rubriques que vous voulez créer. Gérer colonnes et modules (ou widgets) de manière à donner une apparence attrayante à ce média local.

LA VIDÉO : UN WEBDOCUMENTAIRE EN CM2

Dans le cadre du projet « Raconte ta ville », Virginie Blanc, professeure des écoles, expérimente la rédaction de carnets de voyage avec ses élèves de cycle 3, à l'école de Bondy (93).

www.clemi.fr/fr/tv/creer-publier#infopresdechezsoi

MÉDIATISSE TON QUARTIER

À Bruxelles, dans la commune de Schaerbeek, un projet de média sonore forme des habitants à l'enregistrement sonore et recueille auprès d'eux des témoignages et des récits de vie. Mis en ligne sur une plateforme internet présentant une carte du quartier sur laquelle on peut zoomer, podcasts sonores et photos offrent un panorama de l'identité de quartier, ancrée dans les perceptions et les représentations de ses habitants et de ses usagers.

www.mediatissetonquartier.be

LYCÉE

À L'ÉCOUTE DE SON QUARTIER

De nombreux outils de géolocalisation, de prise de son et de Webmapping sont aujourd'hui suffisamment accessibles pour donner lieu à des expériences fructueuses de cartographie sonore de son environnement. Un média social sonore est désormais à la portée des classes qui veulent se lancer dans l'information locale participative.

Définir l'aire de couverture de l'espace envisagé : le quartier, la commune, ou au-delà…, et le thème du travail : recueillir les souvenirs des habitants sur l'histoire du quartier, leurs souhaits sur son avenir, capter des impressions sonores, etc. Découvrir un outil comme Bobler, « média social vocal » (http://bobler.com) : l'enregistrement de courts messages audio et leur géolocalisation sur une carte permettent d'envisager de brefs reportages sonores saisis chez les gens eux-mêmes sans devoir maîtriser une technologie lourde.

Préparer les élèves à l'enquête in situ : poser des questions justes qui appellent des réponses brèves mais complètes ; proposer des images (photos, cartes postales anciennes…) ou des documents, de manière à susciter chez les gens des prises de parole pas toujours aisées et mettre en résonance les lieux et leur histoire. Par groupes munis d'ordinateurs connectés, les élèves partiront sur le terrain réaliser leurs interviews, puis, en classe, mettront en forme leurs podcasts sonores.

Un audioguide géolocalisant un circuit autour de quelques points d'intérêts du quartier, une captation du paysage sonore, voire la réalisation d'un webdocumentaire incluant la « bande sonore » réalisée pourront être envisagés.

POUR ALLER PLUS LOIN

Encore en anglais, LocalWiki offre aux « reporters en herbe » une plateforme complètement ouverte permettant d'agréger toutes les informations d'une ville, d'un quartier ou d'un pâté de maisons.

http://localwiki.org

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

La webradio, paroles d'élèves

La miniaturisation des outils d'enregistrement, la simplification des logiciels de montage et des procédés de diffusion en ligne ont participé à l'essor récent des pratiques radiophoniques en classe. Un micro-casque branché sur l'ordinateur, un smartphone, un enregistreur numérique sont désormais des outils simples d'utilisation. Ce n'était pas le cas dans les années 1980 et 1990, quand on hésitait à sortir des studios et que le montage se faisait encore en coupant et recollant des bandes ! Or, en dépit du progrès technologique accompli, le son des premiers postes à galène n'a pas été égalé par celui que l'on écoute sur des enceintes d'ordinateur, des chaînes hi-fi ou des smartphones. Si les images fixes et animées ont bénéficié de la haute définition numérique et de la révolution 3D, le son à la radio ne dispose pas toujours des bonnes conditions de réception. Compressé au plus bas pour être transporté sur les nouveaux réseaux, il grésille, voire décroche, en bien des circonstances.

Pour autant, les élèves font preuve d'enthousiasme lorsqu'on leur propose d'expérimenter la radio. Pourquoi ? D'abord parce qu'elle est non seulement un média identitaire, partagé entre amis, mais parce qu'elle demeure encore écoutée en famille, au moment du petit-déjeuner ou lors d'un trajet en voiture. Et puis, la radio ressemble aux modes de consommation des jeunes, fondée sur l'interactivité, la proximité, la mobilité, le divertissement. Enfin, elle leur permet de s'exprimer sur des sujets d'actualité auxquels ils tiennent, en leur donnant la possibilité d'être entendu, d'obtenir une reconnaissance publique de leur travail scolaire. La webradio en milieu scolaire apparaît donc comme un révélateur de compétences. Au carrefour de la pratique de l'oral, de celle de l'écrit et de la recherche d'informations, elle met très en avant une compétence souvent délaissée à l'école : l'écoute.

ÉCOLE

L'INTERVIEWER POUR MIEUX SE CONNAÎTRE

Au choix, s'enregistrer avec le micro intégré dans l'ordinateur portable, un enregistreur numérique ou un smartphone.

Simuler une série d'interviews en constituant des binômes. Le « journaliste » pose des questions à l'« interviewé » afin de mieux connaître ses goûts, ses activités… Inverser les rôles.

Écouter collectivement les enregistrements. Les élèves devront réagir à la fois sur ce qu'ils ressentent lorsqu'ils écoutent leur voix pour la première fois, et avancer des remarques sur le débit, le ton exprimé par certains, la théâtralité, la longueur des phrases, la difficulté des questions. Noter toutes les remarques sur le tableau pour constituer une charte du parler à la radio.

Préparer une interview en direct d'une personnalité de l'école : un(e) autre enseignant(e), un personnel de la cantine, un animateur encadrant, un élu. Les élèves rédigeront préalablement les questions. Une restitution collective consistera à classer les questions selon la nature du questionnement (identité propre, cœur du métier, passion, etc.), puis à sélectionner cinq à huit questions en les reformulant si nécessaire. Le jour J, l'invité vient en classe et se livre à l'exercice de l'interview enregistré. La captation pourra être mise en ligne sur le site de l'école à condition de bien avoir pris la précaution de faire signer une autorisation d'utilisation de la voix par les parents pour ce projet.

LA VIDÉO : UNE WEBRADIO EN COLLÈGE

Christine Dobrowolski, professeur documentaliste au collège Saint Exupéry de Chaumont-en-Vexin, s'est lancée depuis 2013 dans un projet de club radio avec les élèves.

www.clemi.fr/fr/tv/creer-publier#webradio

COLLÈGE

S'INTERROGER SUR LE MONTAGE SONORE

Débuter les séances par des exercices d'écoute. Choisir des reportages parmi les nombreux sujets intéressants publiés sur le site d'Arte Radio. Le choix de la qualité du son et de la diversité des pistes sonores (fond, tapis sonore, sonorités permettant de passer d'un récit à l'autre) sera privilégié pour décrypter un reportage.

À l'aide d'enregistreurs numériques ou de smartphones, réaliser par groupes des captations sonores dans l'établissement.
Un premier groupe se donnera comme objectif de capter les sons environnants du collège (sonnerie, bruit de couloir, restaurant scolaire, portes et chaises en mouvement, bruit de fond…). Le second groupe réalisera un micro-trottoir dans l'enceinte de l'établissement sur un sujet d'actualité auquel les élèves accordent de l'importance. S'ils ont été enregistrés par des smartphones, les enregistrements des élèves seront envoyés par mail. Avant l'envoi, il est possible de convertir le format son du smartphone en MP3 pour une meilleure utilisation sur le logiciel de montage Audacity. Un défi qui sera facilement relevé par les élèves, de nombreux convertisseurs étant disponibles sur Internet : voir le site du CLEMI (« *Pour aller plus loin* »).

En salle informatique, installer le logiciel de montage libre et gratuit Audacity (http://audacity.sourceforge.net). Les élèves, par groupe de deux sur chaque poste, assembleront sur une piste le fond sonore composé des captations du premier groupe avec les réponses courtes obtenues par le second groupe. Une variante pédagogique intéressante en éducation aux médias serait de proposer des consignes différentes selon les groupes : mettre en valeur les réponses positives pour certains, négatives pour les autres, et autant de réponses négatives que positives, sans oublier les « sans avis ». Une façon de faire prendre conscience aux élèves de l'importance du montage audio au moment de la restitution pour le grand public. L'interrogation ultime sera : qu'est-ce qu'un « bon » reportage ?

Publier sur le site de l'établissement de montage sonore du micro-trottoir en prenant soin d'obtenir les autorisations d'utilisation des voix des élèves.

POUR ALLER PLUS LOIN

Bonneau (Éric), Colavecchio (Gérard), *Faire de la radio à l'école : des ondes aux réseaux*, SCEREN, CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2013.

Le site du CLEMI est le site de référence sur la radio et la webradio scolaires.
http://clemi.fr/fr/productions-des-eleves/web-radios

LYCÉE

RÉALISER UN « DIRECT »

Les événements liés à la vie lycéenne ne manquent pas, qu'ils se déroulent à l'intérieur de l'établissement comme à l'extérieur : festivals culturels, rencontres associatives, événements éducatifs, etc. Ils constituent autant de lieux qui se prêtent à l'installation d'un studio composé d'enceintes, d'une table de mixage, de trois micros et d'un ordinateur. Prendre contact avec les délégués académiques à la vie lycéenne, souvent prompts à soutenir ces initiatives en matière d'éducation aux médias.

Cibler un événement produit soit dans l'enceinte de l'établissement ou lors d'une manifestation locale. Organiser une conférence de rédaction ayant pour objectif d'identifier les sujets sur lesquels les lycéens veulent débattre à l'occasion de la manifestation. Au fur et à mesure, partir du remue-méninges pour arriver à un fil conducteur précis indiquant de secondes en secondes qui fait quoi et ce qui est lancé à la radio : débat, jingle, musique, générique, interview plateau…

Répartir les élèves en leur affectant un rôle : trois élèves à la technique (table de mixage, ordinateur pour lancer la playlist), deux à trois animateurs dans l'heure de diffusion, une dizaine de chroniqueurs, un assistant communication qui contacte les invités, les reçoit et les place ; deux gestionnaires d'émission qui s'assurent que les chroniqueurs se placent au bon endroit et veillent au déroulé de l'émission grâce au fil conducteur. Des élèves imaginatifs créeront le design sonore (tapis, sons, jingles, identité de la station) et graphique (logo de la station pour l'événement). Avant l'émission, des reporters s'organiseront pour aller capter des témoignages sous la forme de bobines (sons pré-enregistrés) illustrant les chroniques de l'émission.

La diffusion pourra s'effectuer à l'intérieur ou à l'extérieur de l'établissement avec un petit matériel de sonorisation. L'enregistrement pourra être placé sur le site de l'établissement.

LES AUDIOBLOGS D'ARTE RADIO

Avec les Audioblogs, ARTE Radio propose aux internautes de mettre en ligne leurs créations sonores personnelles (reportages, créations, bricolages audio). Et de faire ainsi leur propre radio en ligne, à écouter, télécharger ou podcaster.

http://audioblog.arteradio.com

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

L'info sur un plateau

Il n'est pas besoin d'être fin observateur pour constater la place de plus en plus importante prise par l'image vidéo dans la sphère numérique, ni d'être sociologue pour vérifier que les jeunes, désertant le poste de télé familial, s'abreuvent désormais en solitaire aux plateformes de vidéos en ligne. L'image filmée envahit le Web (elle représente 60 % du trafic), la publicité (36 % des vidéos regardées sont des pubs), l'imaginaire de l'internaute… En moyenne, ce dernier regarde près de 200 vidéos par mois ! Et l'on sait le succès auprès des jeunes des clips musicaux vus en boucle, des saynètes humoristiques ou des « tutos » filmés pour *geeks* ou *fashion addicts*. Les plateformes de partages de vidéos sont l'eldorado du Web, comme autant d'encouragements à produire soi-même ses vidéos et les offrir en partage à la curiosité des millions d'internautes.

Si l'institution scolaire et les pratiques pédagogiques n'ont pas attendu cet engouement pour généraliser la vidéo dans les usages, reconnaissons que celle-ci est encore considérée bien plus comme un outil au service de la classe qu'un objet culturel à élaborer avec les élèves. Les projets de réalisation de vidéos fleurissent certes, des web-TV scolaires se développent sans doute ici et là. Mais, avance-t-on, l'expression des jeunes par les moyens vidéo peut se révéler incontrôlable, la technique est malaisée ou coûteuse, les entraves administratives ou juridiques à la diffusion en ligne insurmontables…

Aujourd'hui pourtant, ces appréhensions peuvent être levées. Informer par la vidéo devient aussi simple que s'informer par la vidéo. Pour qui veut s'engager dans la réalisation d'un petit reportage vidéo avec ses élèves, voire d'un journal « web-télévisé », il importe toutefois de se fixer une règle cardinale de l'éducation aux médias : face à la profusion des images, préservons l'indépendance du point de vue.

ÉCOLE

FAIRE UN REPORTAGE SUR TABLETTE

Initier préalablement les élèves à l'usage d'une tablette numérique : allumer, déverrouiller, identifier par leurs icônes les principales fonctionnalités, gérer la pression du doigt, ouvrir/fermer une application, se repérer dans les pages. La tablette a l'avantage de disposer de différents outils numériques assemblés (appareil photo, enregistreur, caméra) de manière à faciliter les créations multimédias de toutes sortes sans changer d'appareil. D'un fonctionnement très intuitif, la tablette permet de rendre les enfants très vite autonomes et responsables dans son usage, et surtout très motivés dans l'interactivité avec l'outil.

Définir en classe un sujet de reportage dans l'école ou dans sa proximité : un portrait (la cuisinière, la directrice…), un lieu (la BCD, un commerce voisin…), un événement (la photo de classe, une représentation théâtrale à l'école…). Définir les conditions idéales de prise de vues et de son : distance, angle, parasitage lumineux et sonore, cadrage. Privilégier la mise en place d'un trépied pour tablette ou, en tout cas, réfléchir toujours aux conséquences d'un « mouvement de caméra » envisagé (panoramique ou, plus risqué, travelling).

Avec les plus petits, s'en tenir à un reportage tourné-monté d'une minute, qu'on placera dans la « web-TV » de la classe, visible sur la tablette, puis qu'on prendra soin de titrer, voire de légender par une phrase courte. Avec les plus grands, s'exercer au montage avec un petit logiciel simple d'utilisation, au titrage sur écran, voire au commentaire enregistré.

COLLÈGE

RÉALISER UN JT DANS L'ÉTABLISSEMENT

Dès lors que l'on dispose d'un dispositif de prise de vues (smartphone, tablette, caméscope…), il est possible de réaliser son propre journal télévisé. L'évolution des techniques permet même des réalisations multi-caméra en direct, que ce soit avec des tablettes ou des smartphones (l'application de tournage multi-caméra RecoLive, disponible sur App Store) ou avec des matériels dédiés (régies numériques, caméscopes) qui deviennent abordables financièrement et peuvent aisément être pris en main par des élèves.

Pour **produire et diffuser un JT**, préparer un sommaire, concevoir un conducteur, discuter des sujets, organiser et réaliser des reportages et des interviews, écrire et enregistrer des commentaires, des lancements, imaginer un habillage graphique et sonore. Il est nécessaire de répartir les différents rôles entre les élèves, selon les goûts et compétences de chacun : cadreurs, techniciens sons, infographistes, réalisateurs, monteurs, journalistes, présentateurs, chroniqueurs.

À chaque étape, **se poser la question du destinataire** : Quel est le public visé ? Quels sont les sujets susceptibles de l'intéresser ? Quelles sont les techniques qui permettront de soutenir son attention ? Quelle durée et quel rythme adopter pour les reportages ? Quel ton employer ? Quelles images utiliser ? Pour exemple, il existe pour les tablettes des applications prompteur qui aident les apprentis animateurs à maintenir les « regards caméras ».

Réaliser un JT en classe permet une réflexion approfondie sur ce genre télévisuel familier auquel, malgré la diversification des sources d'information, tous les élèves restent fréquemment confrontés. C'est l'occasion de monter un projet motivant où chacun pourra trouver sa place que ce soit sur le plan technique, journalistique ou artistique.

LE CONCOURS ARTE CLEMI « REPORTAGE »

Chaque année, un concours de reportages est organisé par le CLEMI, en partenariat avec ARTE, sur un thème de société proposé par la chaine européenne. Collégiens et lycéens sont invités à monter un reportage de 2 à 3 minutes à partir des rushes ayant servi à la réalisation d'un sujet diffusé dans ARTE Journal.

www.clemi.org/fr/concours/reportage/

LYCÉE

PUBLIER SON REPORTAGE VIDÉO

Il est techniquement très simple de diffuser les vidéos réalisées par les élèves, voire de créer sa propre chaîne sur le Web, que ce soit sur des sites dédiés (Vimeo, YouTube, Dailymotion…), sur un blog ou sur le site de l'établissement. La question du support de diffusion est à prendre en compte dès la réalisation. En effet, publiée, la vidéo n'existe plus seule sur le Net. Elle est accompagnée de textes, d'images fixes, éventuellement de sons. Autant d'informations qu'il n'est pas forcément judicieux de reprendre dans le sujet et qu'il faut étudier avec soin pour éveiller la curiosité de l'internaute.

Se poser la question de l'usage final par son destinataire. Vos vidéos seront en effet destinées à être vues sur de nombreux supports, du smartphone au vidéoprojecteur. Cela pose évidemment la question du poids, des formats d'affichage et de la lisibilité des images sur des écrans de tailles aussi diverses. Dans le cas d'une chaîne, quel classement adopter ? Quel habillage graphique choisir ? Mener un travail d'éditorialisation réfléchi en amont.

Avant toute publication, **se poser impérativement la question du droit à l'image et du droit d'auteur :**
- les personnes filmées ont-elles consenti à la publication de leur image ?
- ai-je le droit de publier des images puisées ailleurs et utilisées dans mon montage ? Des créations qui sont le sujet de mon reportage ? Ou des musiques employées comme illustrations ?

Enfin, les élèves eux-mêmes sont des auteurs : il est donc utile de protéger leurs œuvres, et d'en encourager le partage, en utilisant par exemple des licences Creatives Commons.

LA VIDÉO : UN JOURNAL TÉLÉVISÉ EN PRIMAIRE

Magali Chanonier, professeur des écoles, réalise un journal télévisé avec une classe de cycle 3 du pôle scolaire d'Auvillers-Les-Forges (Ardennes) en partenariat avec le CLEMI.

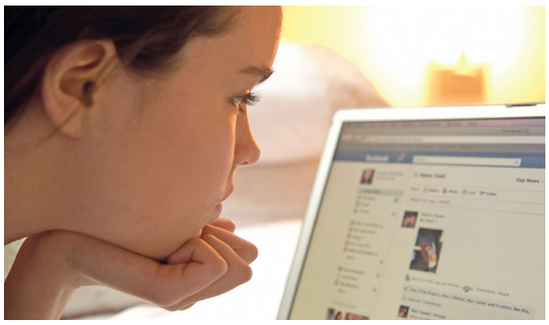
www.clemi.fr/fr/tv/creer-publier#infoplateau

POUR ALLER PLUS LOIN

Labourdette (Benoît), *Tournez un film avec votre téléphone portable*, éditions Dixit, 2008.

CRÉER PUBLIER
Des projets à mettre en pratique dans les classes

Des réseaux pour s'exprimer



De nombreux enseignants intègrent les réseaux sociaux à leur pratique pédagogique. Ces usages en classe font écho au formidable engouement des internautes pour le Web social, un engouement à la mesure de ses fonctionnalités toujours renouvelées en matière de communication, d'expression, d'organisation, d'accès à l'information, aux savoirs et à la culture.

Ces expériences montrent que l'appréhension des réseaux socio-numériques conduit les élèves à mieux comprendre l'Internet, espace de culture et de liberté en évolution permanente, et fournissent une entrée pertinente pour s'intéresser à son actualité mouvementée.

Croiser la question des identités numériques façonnées sur les réseaux sociaux amène, en outre, à réfléchir au périmètre de la vie privée sur la Toile en interrogeant sa pratique personnelle. Prendre la parole sur cet espace public d'un nouveau genre sensibilise aux limites de la liberté d'opinion et d'expression, à ses contraintes morales et juridiques et à leur relativité culturelle dans le contexte particulier des réseaux sociaux américains. Contribuer à la constitution du savoir ou à la construction de l'information fait comprendre la puissance de l'intelligence collective et ses fondements démocratiques. Enfin, toute production de contenu sur les réseaux, éveille à la problématique, trop souvent négligée, de la propriété intellectuelle.

Dans le cadre d'une utilisation pédagogique en classe, dont cette double page offre quelques exemples d'activités, les élèves, guidés par l'enseignant, pourront ainsi expérimenter, en les pratiquant, les bouleversements induits par les technologies de l'information et de la communication, tout en gardant la distance nécessaire pour devenir des acteurs « éclairés » du monde numérique.

ÉCOLE

RACONTER LA CLASSE DE DÉCOUVERTE EN TEMPS RÉEL

Un voyage de classe est un moment propice pour démarrer un projet avec Twitter. Place au journal de tweets en temps réel émis à partir d'un téléphone connecté, via ce réseau social d'information : la classe, initiée au préalable à la « grammaire » de ce média, enverra des messages (140 signes maximum) incluant des photographies, des « hashtags » pertinents (mots-balises repérables par le moteur de recherche de Twitter), et éventuellement des liens pour partager les posts rédigés en parallèle sur le blog de la classe ou d'autres ressources en ligne.

Le journal de tweets sera accessible à partir du moteur de recherche twitter.com/search. Les personnes abonnées au compte recevront les tweets dans leur fil d'actualités et pourront y répondre et/ou les retweeter (faire suivre) à leurs propres abonnés.

Présenter en amont le projet aux parents et à l'équipe éducative, afin de s'assurer de l'accord et de la participation de chacun ; faire signer les autorisations parentales nécessaires pour la publication des photos et des vidéos des élèves.

Définir une organisation claire de l'activité : temps dédiés au recueil des informations à transmettre aux familles, écriture et corrections des messages, individuelle ou en groupe, lectures des réactions sur le réseau, réponses aux messages reçus, choix des rédacteurs, etc.

Dans le prolongement de cette expérience, rechercher des « twittclasses » francophones avec lesquelles échanger ; participer à des dispositifs d'échange mis en place autour de la presse, des mathématiques, du jeu d'échecs ou, mieux encore, inventer ses propres activités pour communiquer avec d'autres.

LA VIDÉO : TWITTER À L'ÉCOLE DE ROMSÉE

À l'école fondamentale de Romsée, dans la commune de Fléron (Belgique), l'instituteur Didier Spronck apprend l'écriture à ses élèves par l'intermédiaire de Twitter.

www.clemi.fr/fr/tv/creer-publier#reseaux

COLLÈGE

ÉCRIRE SUR L'ENCYCLOPÉDIE LIBRE WIKIPÉDIA

L'importante communauté de contributeurs de Wikipédia collabore à l'élaboration de contenus de manière contrôlée selon différentes modalités et niveaux d'intervention. Un travail d'écriture avec les élèves les plongera dans sa dynamique collaborative unique, inspirée des principes de démocratie participative.

Au préalable, interroger les élèves, à l'aide d'un outil de sondage en ligne, sur leurs manières de s'informer : quand ? où ? avec quoi ? pourquoi ? comment ? ; sur la façon dont ils utilisent Wikipédia : quand ? pourquoi ? comment ? où ? à quel rythme ? ; et, plus précisément, sur la connaissance qu'ils en ont : qui écrit ? sur quoi ? comment ? pourquoi ? où ? Commenter les résultats collectivement. En complément, faire rechercher quelques faits et chiffres communiqués par Wikipédia sur sa page d'accueil.

Choisir un article sur un sujet d'actualité abordé en cours, le lire puis examiner les informations présentées dans les onglets « Discussion » et « Afficher l'historique », qui donnent à voir la manière dont s'organise la contribution sur l'encyclopédie. Repérer les remarques concernant la validation des informations et les labels de qualité ; relever dans des articles les indications d'évaluation : par exemple, « cet article ne cite pas assez ses sources », « à confirmer », « cet article est une ébauche », etc.

Wikipédia explicite ses procédures de contribution dans la rubrique « Contribuer » : demander aux élèves de l'explorer en détail pour découvrir les modes d'intervention possibles. Selon l'âge et la maturité des élèves, faire entreprendre une recherche complémentaire dans les rubriques explicatives de Wikipédia au sujet de sa « communauté » ; découvrir le rôle des « patrouilleurs » qui repèrent les actes de vandalisme.

Modifier un article si une occasion d'amélioration se présente au cours d'une recherche d'information initiée par l'enseignant : remplacer un terme ambigu, ajouter une photo, apporter une précision, une correction orthographique.

NOUS TWITTONS ET VOUS ?

Le site « Nous twittons et vous ? » propose de mutualiser les travaux effectués dans le cadre de « twittclasses » et dispense de nombreux conseils dans l'usage pédagogique du réseau social. Il offre également plusieurs annuaires de comptes Twitter utiles pour suivre des fils dans de nombreux domaines.

http://twittezvous.fr

LYCÉE

S'INFORMER AVEC LE RÉSEAU TWITTER

Twitter, le réseau de l'actualité en temps réel est incontournable dans l'écosystème informationnel. Quelques applications permettent de s'interroger sur son flux.

Construire une veille d'information sur Twitter. Créer un compte dédié à la collecte d'informations générales ou thématiques, en lien avec le programme ; s'abonner aux comptes Twitter de médias et de journalistes repérés lors d'une vaste consultation de sites d'information. Engranger de nouveaux abonnements en explorant les profils et les listes des journalistes suivis. Créer vos propres listes thématiques.

Fabriquer une « histoire » avec Storify, application permettant de créer des « récits d'actualité », en mettant en forme de contenus collectés sur les réseaux sociaux et le Web (http://storify.com). Consulter quelques « histoires vedettes » à la une du site, examiner les profils de leurs auteurs. Suivre la visite guidée (« tour ») indiquant les grandes lignes d'utilisation du service. Explorer des récits sur l'actualité nationale en saisissant des requêtes en français dans le moteur de recherche interne. Ouvrir un compte Storify à connecter au compte Twitter de la classe et commencer à créer des histoires à partir de ce qui circule sur ce réseau. Enrichir la narration d'informations annexes : liens hypertextes, ressources via Google (Images, Actualités, etc.), vidéos ou photos (en Creative Commons).

Produire un média avec Paper.li, une application pour fabriquer une revue de presse, sous la forme d'un journal, à partir des informations transitant sur un compte Twitter (http://paper.li). Le tri d'information s'effectue automatiquement à partir des listes d'abonnements sur Twitter, des mots-clés choisis pour préciser les thématiques. Un même compte permet de créer dix journaux, ce qui autorise une exploitation maximale des listes et des thèmes suivis sur Twitter par la classe. Explorer les journaux suggérés par Paper.li pour se familiariser avec ses fonctionnalités et se lancer. Affiner son journal au fur et à mesure de ses livraisons.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

« Utiliser Twitter en classe », Savoirs CDI, janvier 2012. http://url.exen.fr/81341

Un wikibook pour utiliser « Wikipédia dans la classe ». http://url.exen.fr/81360

L'éducation aux médias et à l'information au collège et au lycée

L'éducation aux médias et à l'information (EMI) s'est d'abord imposée comme un apprentissage fondé sur la transdisciplinarité avant même d'être bientôt inscrite dans les programmes des disciplines du second degré. Ses objectifs sont d'« initier les élèves à l'usage raisonné des différents types de médias et les sensibiliser aux enjeux sociétaux et de connaissance qui sont liés à cet usage » (Loi pour la Refondation de l'École de la République, 8 juillet 2013).

DES PRATIQUES PARTAGÉES

L'EMI vise à susciter et développer dans les classes activités et réflexions autour de l'actualité, des langages médiatiques et de la citoyenneté. Si le professeur documentaliste occupe une place centrale dans sa mise en place au collège et au lycée, l'apprentissage aux médias et à l'information ne saurait être plus efficace que lorsqu'il est partagé par tous les enseignants et, au-delà de la classe, par tous les acteurs de la communauté éducative. Itinéraires de découverte, projets pluridisciplinaires à caractère professionnel, travaux personnels encadrés ou classes à projet d'éducation aux médias sont, parmi d'autres, des cadres dans lesquels peuvent être échangés savoirs et savoir-faire, en attendant que d'autres dispositifs viennent, eux aussi, inciter demain à la transversalité féconde de l'éducation aux médias.

UNE PRISE EN COMPTE D'USAGES MÉDIATIQUES DIVERSIFIÉS

L'élève fait à partir du collège l'expérience de nombreuses ruptures : la fin du maître unique et l'apprentissage par les disciplines, la découverte de la complexité du monde et de sa propre complexité. Les adolescents nourrissent également une relation aux médias pour le moins originale (voir pages 6-7 : « Les jeunes et les médias »). Environnés d'écrans nomades et personnels, la consommation des jeunes est marquée par la mobilité, la diversification et par le souci « d'exister » sur Internet et d'appartenir à une communauté. Les enseignants ne peuvent ignorer ces modes pluriels de relation médiatique au monde. L'EMI ne peut que s'appuyer sur ces usages dans des activités appelant au développement de compétences nouvelles.

UNE ÉTAPE MAJEURE DANS LE PARCOURS CITOYEN

Dans leur marche vers la condition d'adulte, les adolescents participent de plus en plus activement aux problèmes de la société contemporaine et aux débats sur leur place dans la vie publique. L'EMI, particulièrement dans sa dimension critique, est centrale dans cette construction de leur citoyenneté. Elle est d'ailleurs une étape majeure du parcours éducatif citoyen, créé dans le cadre de la Grande mobilisation de l'École pour les valeurs de la République, suite aux attentats de janvier dernier. Ainsi renforcée dans sa mission citoyenne, l'EMI « doit apprendre aux élèves à lire et à décrypter l'information et l'image, à aiguiser leur esprit critique et à se forger une opinion, compétences essentielles pour exercer une citoyenneté éclairée et responsable en démocratie ».

UN MÉDIA DANS L'ÉTABLISSEMENT

Depuis longtemps, le Clemi accompagne les enseignants dans l'apprentissage aux réalités pratiques et aux responsabilités de la publication et du travail journalistique. Le ministère de l'Éducation nationale souhaite désormais généraliser cet apprentissage afin qu'« un média – radio, journal, blog ou plateforme collaborative en ligne – soit développé dans chaque collège et dans chaque lycée. Les professeurs documentalistes seront tout particulièrement mobilisés à cette fin. C'est en effet en engageant les élèves eux-mêmes dans des activités de production et de diffusion de contenus, notamment à travers les réseaux sociaux et les plateformes collaboratives en ligne, qu'ils prendront le mieux conscience des enjeux attachés à la fiabilité des sources, à l'interprétation des informations et à la représentation de soi en ligne. »

UN PARTENARIAT AVEC LES MÉDIAS

L'EMI peut compter sur les partenaires médiatiques pour appuyer les initiatives prises dans les collèges et les lycées. Journaux, radios, télévisions et organes d'information en ligne, journalistes, techniciens et acteurs des médias s'étaient largement mobilisés après les attentats de janvier. En tant que producteurs d'une information sans cesse interrogée dans les classes engagées dans l'éducation aux médias, ils s'offrent à celles-ci comme leurs interlocuteurs privilégiés, voire comme les coproducteurs de ressources utiles tout au long de l'apprentissage de l'EMI. Les enseignants auraient tort de négliger leur disponibilité, leur proximité et leur expérience.

MÉDIAS, BI-MÉDIAS, MULTIMÉDIAS...

Les médias sont aujourd'hui engagés dans une mutation numérique et se réinventent avec leurs sites d'information en ligne. L'Internet conditionne des stratégies nouvelles de présentation et de contenu qui visent autant à affirmer leur présence en ligne qu'à bâtir des communautés d'usagers et les séduire par une information multimédia.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR UN MÉDIA EN LIGNE

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

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

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

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

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

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

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

AU LYCÉE

DÉCOUVRIR UN WEBDOCUMENTAIRE

Observer l'un d'entre eux, de plus en plus présents sur les sites des médias (LeMonde.fr, Arte.tv, France5.fr…), pour dégager l'identité éditoriale spécifique de ce nouveau mode d'informer : la narration n'y est plus linéaire, mais sémantique, l'internaute revenant à sa guise à n'importe quel point du documentaire ou visionnant l'intégralité du support en plusieurs fois : comparer avec le mode de lecture d'un livre, d'un film, d'une encyclopédie en ligne…

Il intègre également tout type de format dans sa création : rechercher lesquels (photos, textes, illustrations, vidéos, bande-son). Enfin, il combine souvent séquences linéaires et nouveaux usages d'Internet (liens hypertextes, partage, interactivité), afin de donner une part centrale à l'internaute et recueillir directement son sentiment.

Comment l'information circule-t-elle dans un webdocumentaire ? On le qualifie parfois de « nouvel horizon du journalisme » : qu'en pensez-vous ?

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français[1]
Pour l'ensemble des cycles - Découvrir et étudier des textes documentaires et des textes de presse (p. 2).

Technologie[1]
- **6e** - Montrer comment la numérisation de l'information favorise le développement et l'intégration de technologies convergentes (p. 14).
- **3e** - Distinguer les différents types de documents multimédias en fonction de leurs usages (p. 27).

Éducation civique[1]
- **6e** - Dans le cadre de la Semaine de la presse, mener un débat sur des questions d'actualité (p. 15).
- **Cycle central** - Pour exploiter l'actualité, le professeur propose l'étude d'extraits d'articles de journaux, sites Web... (p. 39).
- **3e** - Opinion publique et médias... le rôle d'Internet (p. 55).[2]

Sources : (1) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.
(2) *BO* n° 42 du 14/11/2013.

LYCÉE

ECJS[1]
2de - S'appuyer sur l'histoire et l'actualité (p. 3).

LVE[2]
2de - Utilisation des registres de langues dont la langue journalistique (p. 7).

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

Littérature et société[4]
2de - Donner aux élèves les moyens d'utiliser la presse et les nouveaux médias (p. 6).

Sources : (1) *BOHS* n° 9 du 30/09/2010.
(2) *BOHS* n° 4 du 29/04/2010.
(3) *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.
(4) *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

INFOS D'AILLEURS

La presse des autres pays offre des singularités qu'expriment souvent les Unes des journaux et leurs sites.
C'est en outre une excellente façon de prédisposer de jeunes Français à devenir des citoyens du monde.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR DES SPÉCIFICITÉS NATIONALES À TRAVERS LA PRESSE

Se pencher, dans un premier temps, sur la presse européenne francophone. Retrouver des Unes de différents quotidiens, soit sous forme papier soit en allant sur les sites des journaux respectifs. Les imprimer. Quelles remarques faire sur le choix des titres des journaux ce jour-là ? Y a-t-il des différences, des points communs ? Dans quels domaines ? Quels sont les critères qui semblent présider à ces choix : localisation, proximité, histoire, importance pour une partie de la population… ?

Dans un second temps, choisir des journaux issus de pays dont on apprend la langue, en élargissant chaque fois que possible à des pays de zones géographiques différentes (presse en langue anglaise de Grande-Bretagne, d'Irlande, des États-Unis, du Canada, d'un pays africain anglophone… ; presse en portugais du Portugal, du Brésil, de l'Angola…).

Sur un planisphère numérique, indiquer l'information principale de quelques pays ce jour-là (selon les titres choisis). Constate-t-on de fortes différences dans le choix des informations mises en avant ?

AU LYCÉE

APPROCHE DE L'ACTUALITÉ ET DES FAITS DE CIVILISATION D'UN PAYS À L'AUTRE

Les activités du collège seront reprises et approfondies dans le cadre du cours de langue, en vue de dégager la dimension culturelle des choix de l'information. Une meilleure connaissance des langues permettra d'entrer plus finement dans les textes et dans les rubriques.

Comparer Unes et pages d'accueil de journaux d'un même pays. En fonction du niveau de la classe, les traductions des titres pourront être partielles ou totales. Observer les gros titres des publications, puis les accroches et les légendes afin de dégager les unités de sens qu'ils contiennent et amener les élèves à avancer des hypothèses sur la ligne éditoriale des journaux et le lectorat auquel ils s'adressent. Vérifier la similitude des titres sur le site du journal. Dans le cadre d'un travail sur une langue en particulier, expliquer le vocabulaire difficile, surtout les jeux de mots, les phrases nominales, les métaphores, les effets de style, le rôle de la ponctuation, de manière à dégager quelques usages linguistiques ou procédés propres à chaque média national. Interroger le niveau de langue (vocabulaire populaire, savant, etc.). Par une mise en commun des observations, esquisser un classement des titres en fonction de leur degré d'informativité.

Observer les images de Unes et des sites. Ont-elles une place équivalente ? Trouve-t-on des photos identiques dans plusieurs journaux ? Si oui, comparer les légendes proposées.

TRADUIRE ET SOUS-TITRER DES INFORMATIONS TÉLÉVISÉES

Enregistrer un JT étranger sur un site de télévision de « rattrapage ». Après en avoir étudié les spécificités culturelles et repéré les difficultés linguistiques, retranscrire sur le papier les lancements, commentaires et textes des reportages. Puis, les traduire le plus justement possible. En s'appuyant enfin sur de nombreux logiciels disponibles, s'exercer, comme le font les « fansubbers » avec leurs séries préférées, au difficile art du sous-titrage de la vidéo en s'efforçant d'être le plus concis et le plus près possible de la langue parlée.

En cas de difficulté de compréhension d'un JT en anglais, recourir à un site gratuit de « sous-titrage intelligent » (par exemple SmartSubs : www.smartsubs.fr) qui repère les mots définis comme complexes dans un texte parlé et en propose une traduction en sous-titre.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français[1]
Pour l'ensemble des cycles - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : … celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale… et des textes de presse (p. 2).

Éducation civique[1]
6e - Dans le cadre de la Semaine de la presse, mener un débat sur des questions d'actualité (p. 15).
5e - Répondre aux questions que l'actualité peut susciter de la part des élèves (p. 25).[2]

LVI[3]
3e
- **Palier 1** - Exploitation de documents authentiques (son, images, vidéo) et actuels (notamment à travers Internet : presse écrite, radiophonique et télévisée…) (p. 8).
- **Palier 2** - Mettre l'élève en contact avec des textes de nature et difficultés variées, issus de sources très diverses (… presse) (p. 27).

Sources : (1) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.
(2) *BO* n° 42 du 14/11/2013.
(3) *BOHS* n° 7 du 26/04/2007.

LYCÉE

ECJS - Éducation civique[1]
2de - S'appuyer sur l'Histoire et l'actualité ; constituer un dossier de presse (p. 3 et 4).
CAP[2] - Un grand événement à partir de la une des journaux (p. 4).

LVE
2de[3] - Utilisation des registres de langues dont la langue journalistique (p. 7).
Bac Pro[4] - Comprendre les titres des médias étrangers, saisir l'essentiel d'un message publicitaire… (p. 8).

Littérature et société[5]
2de - Faire réfléchir les élèves à la place et au rôle des médias dans la société (p. 5).

Sources : (1) *BOHS* n° 9 du 30/09/2010.
(2) *BO* n° 8 du 25/02/2010.
(3) *BOHS* n° 4 du 29/04/2010.
(4) *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.
(5) *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

Gillot (Marion), *Les Dessous de la presse*, Gulf Stream, coll. « Et toc ! », 2012.

« Enseigner le français avec TV5 Monde » est un site pédagogique qui s'appuie sur de nombreuses émissions télévisées francophones pour promouvoir la langue française et faire découvrir l'usage du français partout dans le monde.

http://enseigner.tv5monde.com

AUX SOURCES DE L'INFO

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

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

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

Repérer dans des médias écrits, télévisuels ou en ligne, si les articles, les reportages ou contributions sont signés : peut-on identifier de qui il s'agit (journalistes, correspondants, agences, autres) ? Au sein des articles ou reportages, peut-on retrouver les origines des informations : associations, gouvernements, institutions, entreprises... Observer les chiffres, les statistiques : quelles en sont les sources ? Les modes de représentation graphique choisis (cartes, schémas...) : peut-on établir leur degré de fiabilité ? Noter les personnes éventuellement citées, d'où tirent-ils leurs propos (déclarations, communiqués, conférences de presse, interviews) ?

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

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

AU LYCÉE

PRENDRE CONSCIENCE DE LA DIVERSITÉ DES SOURCES SUR UN MÊME ÉVÉNEMENT

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

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

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

Analyser les informations diffusées sur les réseaux sociaux.

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

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Histoire-géographie[1]
Pour l'ensemble des cycles
Pratique et examen critique des différentes sources du savoir historique (identification, contextualisation, extraction des informations ou idées essentielles, confrontation avec d'autres sources...] (p. 2).

Technologie[1]
Pour l'ensemble des cycles
La recherche de documents en ligne permet, comme dans d'autres matières et en collaboration avec les professeurs documentalistes, de s'interroger sur les critères de classement de moteurs utilisés, sur la validité des sources, d'effectuer une sélection des données pertinentes (p. 5).
5e - Identifier les sources (auteur, date, titre, liens vers les ressources) (p. 19).

Source : [1] *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.

LYCÉE

Droit et grands enjeux du monde contemporain[1]
Terminale (série L) -
Internet et le droit (p. 37).

Français[2]
Bac Pro 2de - S'interroger sur le contexte de production d'une information, identifier les sources (p. 3).

Histoire et géographie[3]
2de - Permettre aux élèves de s'exercer à une réflexion critique sur les sources de nature différente (p.3).

Littérature et société[3]
2de - Travailler sur les messages médiatiques. Par ex, la circulation de l'information et les réseaux sociaux (p. 5).

LVE[4]
1re, Terminale - Synthétiser des informations de sources diverses (B2).

Sources : [1] *BO* n° 8 du 13/10/2011.
[2] BO *spécial* n° 2 du 19/02/2009.
[3] BO *spécial* n° 4 du 29/04/2010.
[4] *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

Antheaume (Alice), *Le Journalisme numérique*, Les Presses de Sciences Po, 2013.

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

SCIENCES ET MÉDIAS

À bien y regarder, le discours scientifique et l'information journalistique partagent des exigences communes : objectivation des faits, description de la réalité la plus juste possible, vérification des sources… Or les sciences n'ont pas toujours la part belle dans les médias où leur vulgarisation s'efface derrière le sensationnel et où abondent de soi-disant vérités. D'où la nécessité, en classe, d'exercer son esprit critique afin de discerner le grain de l'ivraie.

PISTES PROPOSÉES…

AU COLLÈGE

AMORCER LA NOTION D'INFORMATION SCIENTIFIQUE DANS LES MÉDIAS

Mener une expérience en classe est une chose, la transmettre en est une autre. Désigner quelques élèves qui, hors de la classe, assisteront à une expérience plus ou moins complexe, minutieusement décrite par l'enseignant dans son déroulé : après l'avoir attentivement observée, les uns la décriront par écrit, d'autres le feront oralement auprès de leurs camarades en classe, d'autres enfin prendront des photos qu'ils légenderont. Une fois dans la classe, les trois groupes présenteront leur travail. Quel groupe s'est révélé le mieux à même de transmettre l'information ? Pourquoi ? Dégager les éléments qui ont permis la bonne transmission du fait scientifique : usage d'un vocabulaire spécifique, adaptation du langage à son public, mise en représentation imagée de l'expérience… Comment l'expérience aurait-elle pu être expliquée de manière plus intelligible ?

Étudier quelques rubriques dans les médias dans lesquelles sont décrites des expériences : un article d'un magazine scientifique pour la jeunesse, une séquence de l'émission télévisée *C'est pas sorcier*, une page d'un site en ligne de vulgarisation scientifique. Comment chacune d'elles met-elle en scène l'expérience ? Quels sont les avantages et les inconvénients de chacun des outils propres à ces médias pour transmettre une information scientifique ? Introduire la notion de point de vue.

Au sein de la rubrique « Sciences » de certains médias, on trouve des données très éclatées : médecine, santé, technique, chimie, archéologie, psychologie… Pour quel type d'information utilise-t-on le plus d'images ? Quelles sont-elles (schéma, animation, photo, image vidéo, image de synthèse) ? Comment sont-elles réalisées ? Que montrent-elles ? Que proposent-elles sur ces sujets : information, découverte, solidarité, catastrophe… ? Y a-t-il des domaines scientifiques inexistants dans les médias classiques d'informations générales ? Lesquels ? Pourquoi ?

AU LYCÉE

ABORDER LA MÉDIATISATION D'UNE CONTROVERSE SCIENTIFIQUE

Repérer dans différents médias quelques sujets scientifiques dont l'approche est plurielle ou qui suscitent la controverse. S'interroger sur la nature de ces sujets (les biotechnologies, le réchauffement climatique, l'énergie nucléaire…) et sur les raisons pour lesquelles ces sujets font débat dans la communauté scientifique en particulier, et dans la société en général. Relever et analyser quelques titres dans la presse scientifique qui montre la volonté de défaire le lecteur/spectateur de ses certitudes, de bouleverser des vérités établies, de défendre des intérêts ou de faire sensation.

À travers des films, des articles scientifiques, s'attacher plus particulièrement à comparer, dans le type de traitement, la spécificité des discours produits et les différentes sources utilisées. Qui parle : journaliste spécialisé, expert, institution ? Quels sont les arguments présentés ? Certains discours scientifiques relèvent plus de la communication d'entreprise que de l'information journalistique : comment y apparaît le « commanditaire » (laboratoire, groupement d'intérêts, entreprise industrielle…) ? Comment cette communication revêt-elle les formes du discours scientifique ?

Demander à un groupe d'élèves de rédiger un article rapportant différents points de vue à partir d'une information scientifique prêtant à controverse en identifiant clairement les sources à l'origine de l'information et en distinguant précisément l'exposé des faits et leurs commentaires.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français[1]
Pour l'ensemble des cycles - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage (p. 2).

SVT[1]
Pour l'ensemble des cycles - Développer une démarche critique vis-à-vis des images et des informations apportées par les médias, sur le monde naturel, les sciences… (p. 9).

Source : (1) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.

LYCÉE

Physique-chimie[1]
2de - Connaissance de l'actualité scientifique (p. 2).

Programme de santé et social[1]
2de - Exploitation d'articles scientifiques de « vulgarisation », de supports médiatiques (p. 4).

Prévention-Santé-Environnement[2]
Bac Pro - Rechercher, décoder, traiter l'information ; analyser des articles de journaux (p. 2 et 10).

Sources : (1) *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010. (2) *BO* n° 30 du 23/07/2009.

POUR ALLER PLUS LOIN

Les émissions *C'est pas sorcier* sont encore disponibles sur le site : www.france3.fr/emissions/c-est-pas-sorcier

Universcience.TV, la webTV scientifique hebdomadaire de la Cité des sciences et de l'industrie et du Palais de la découverte.

www.universcience.tv

Marchetti (Dominique), *Quand la santé devient médiatique. Les logiques de production de l'information dans la presse*, PUG, 2010.

LES DÉBATS SONT OUVERTS

Les débats sont présents dans tous les types de médias au travers des éditoriaux et de certaines rubriques. À partir de sujets politiques, culturels et sociaux, ils proposent la confrontation d'opinions. Ils relèvent d'un genre, avec ses mises en scène et ses protagonistes. Aujourd'hui, Internet et les réseaux socio-numériques repositionne la place des débats et de leurs acteurs.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

ÉTABLIR UNE TYPOLOGIE DES SOURCES ET S'INTERROGER SUR LEUR FIABILITÉ

Point de vue et opinion dans la presse écrite. Retrouver sur un même événement : les articles qui relatent les faits ; ceux qui donnent à voir, à sentir et ressentir les faits ; ceux qui expliquent les faits ; ceux qui commentent l'événement. Étudier la construction de chaque article. Rechercher parmi les articles proposés les opinions et points de vue exprimés.

Comparer, entre les journaux papier et ceux en ligne, les espaces ouverts aux débats. Retrouve-t-on les mêmes rubriques ? En quoi sont-elles différentes ? Qui s'exprime ?

Étudier les formes du débat télévisuel (mise en scène et prise de parole). Décrire le plateau (décor, dispositif scénique), l'animateur (place, gestuelle), les invités. Observer les interventions de l'animateur (journaliste ou non). Quels types de questions pose-t-il ? Comment est régulé le débat ? Les autres participants : qui parle, combien de temps et comment (langage, ton) ? Quel est le statut des différents intervenants, leur qualification sociale ? La circulation de la parole : la parole est-elle donnée par l'animateur ou prise de manière spontanée par les participants, les invités ou le public ? Quel est le ton du débat : agressif, courtois ?

AU LYCÉE

EN QUOI LES DÉBATS AU SEIN DES MÉDIAS CONTRIBUENT-ILS À ALIMENTER LES DÉBATS DANS LA SOCIÉTÉ ?

Dans la presse écrite. Repérer les pages qui présentent des débats ou des prises de position sur une question d'actualité. Analyser les procédés argumentatifs des auteurs pour faire partager leur point de vue. Noter *où* et *comment* le fait commenté est rappelé dans le corps du texte. Distinguer *les arguments rationnels* mis en avant (rappel d'éléments de contextes politiques, économiques et/ou recours à des observations…), *les stratégies de persuasion* utilisées.

À la télévision. Analyser la structure d'une émission de débat : titre de l'émission, référence à un genre télévisuel particulier (journal télévisé, reportage), est-il en direct ou en différé ? Étudier le sujet proposé (économique, social, politique, fait divers…). Y a-t-il une construction logique dans le déroulement de l'émission (introduction, thèse, antithèse, conclusion) ? Une construction théâtrale (exposition, nœud, crise, péripétie, dénouement) ? Y a-t-il des synthèses, des conclusions ou une juxtaposition de paroles ?

Sur Internet. Repérer les différents lieux de débats (forums, chats, sites, blogs…) et leurs modalités. De quels types de questions s'agit-il ? Quelle place occupent les différents intervenants dans ces débats ?

Sur les réseaux sociaux. En s'appuyant sur des controverses récentes évoquées dans la presse, débattre des limites des débats engagés au sein de la communauté d'un réseau social et dégager les raisons de ces limites (anonymat, brièveté de l'expression de l'opinion sujette à mésinterprétation, réactivité sans recul…).

S'interroger sur la place et la fonction des médiateurs (dans la presse écrite et dans l'audiovisuel) et des modérateurs (sur les sites Internet) et sur la manière dont chacun d'eux gère la tenue d'un débat en cours.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français[1]
Pour l'ensemble des cycles - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : … celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale… et des textes de presse (p. 2).
3e - Privilégier l'étude de l'image comme engagement et comme représentation de soi. Développer la fonction argumentative de l'image… (p. 12).

Éducation civique[2]
3e - Thème 3 du programme. Opinion publique et médias : partir des questions d'actualité prises dans la vie politique et sociale (p. 55).

Sources : (1) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008. (2) BO n° 42 du 14/11/2013.

LYCÉE

SVT[1]
2de - Comprendre les éléments d'un débat. Manifester un intérêt pour la vie publique (p. 11).

Littérature et société[1]
2de - Faire découvrir aux élèves différentes formes de la parole publique, ex : décryptage du débat télévisé (p. 6).

Français
2de, 1re L[2] **et séries technologiques**[3] - Chapitre « L'éducation aux médias ». Les « questions d'énonciation » dans les textes, les discours et les dispositifs médiatiques.
Bac Pro Terminale[4] - Comprendre comment la mise en scène de la parole contribue à son efficacité… (plateaux de télévision, tribunes politiques…) (p. 11).

ECJS[5]
Terminale - L'organisation de débats argumentés (p. 4).

Sources : (1) *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010. (2) *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010. (3) *BO spécial* n° 3 du 17/03/2011. (4) *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009. (5) *BO* n° 8 du 13/10/2011.

POUR ALLER PLUS LOIN

Villeneuve (Gaël), *Les Débats télévisés en 36 questions-réponses*, Presses universitaires de Grenoble, 2013.

« Le débat en classe », une mallette pédagogique pour favoriser la pratique du débat argumenté à partir d'articles du site 1jour1actu, Milan Presse, 2012.

L'INFO TÉLÉVISÉE : D'UN ÉCRAN À L'AUTRE

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

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR UN JOURNAL TÉLÉVISÉ DANS TOUTES SES DIMENSIONS

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

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

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

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

AU LYCÉE

ABORDER LES AUTRES FORMES DE L'INFORMATION TÉLÉVISÉE

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

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

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Éducation civique[1]
6e - Dans le cadre de la Semaine de la presse, connaître un média d'information (p. 15).
Cycle central - Exploiter l'actualité en fonction du programme (p. 39).
3e - Opinion publique et médias… la diversité et le rôle des médias (p. 55).[2]

Arts plastiques[1]
5e - Différencier les images artistiques des images de communication et des images documentaires (p. 8).

LVE[3]
Palier 1 - Exploitation de documents authentiques et actuels (notamment à travers Internet : presse écrite, radiophonique, et télévisée…) (p. 8).

Sources : (1) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.
(2) *BO* n° 42 du 14/11/2013.
(3) *BOHS* n° 7 du 26/04/2007.

LYCÉE

Littérature et société[1]
2de - Le journal télévisé : quelle écriture de l'actualité ? (p. 6).

LVE[2]
Bac Pro - Comprendre les grandes lignes d'un journal télévisé (p. 3).

Français[2]
Bac Pro 2de - S'intéresser à l'actualité, lire la presse, regarder un journal télévisé… (p. 3).

Enseignement scientifique[3]
1re L et ES - Utiliser des arguments scientifiques pour confirmer ou infirmer certaines affirmations véhiculées dans les médias.

Histoire-géographie[4]
Terminale (séries L et ES) - Médias et opinions publiques (p. 13).

Sources : (1) *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.
(2) *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.
(3) *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010.
(4) *BO* n° 42 du 14/11/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

Lochard (Guy), *L'Information télévisée : mutations professionnelles et enjeux citoyens*, Vuibert/ INA/ CLEMI, coll. « Comprendre les médias », 2005.

DES DONNÉES À FAIRE LIRE, À FAIRE VOIR

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

PISTES PROPOSÉES…

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR LE DATAJOURNALISME

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

Remarquer qu'il ne s'agit pas seulement pour les journalistes de données de rendre compte de l'actualité mais aussi de faire parler des informations en les contextualisant, en les comparant, en les reliant à d'autres. S'appuyer notamment sur les exemples offerts par « Datajournalisme », un dossier documentaire proposé par le Clemi (http://bit.ly/1ei5xgK).

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

AU LYCÉE

ABORDER EN JOURNALISTE LES DONNÉES OUVERTES ET LES MÉGADONNÉES

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

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

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

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Mathématiques[1]
3e - « Prendre l'habitude de s'interroger sur la signification des nombres utilisés, sur l'information apportée par un résumé statistique » (p. 33).

Géographie[1]
6e-3e - Employer des outils tels que « cartes et croquis, mais aussi schémas, images, documents statistiques… » (p. 3)

Source : (1) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.

LYCÉE

Littérature et société [1]
2de - Images et langage : donner à voir ; étudier les différents statuts de l'image, les différents types de relations entre textes et images (p. 2).

Histoire-géographie[2]
1re - Critiquer les documents de différents types (textes, images, cartes, graphes, etc.) (p. 17)

SES[3]
1re et Terminale ES - Maîtrise de savoir-faire quantitatifs, ce qui implique à la fois calcul et lecture (interprétation) des résultats. (p. 42-43)

Sciences de gestion[4]
1re et terminale STMG - « Repérer l'origine d'une information et les étapes de sa transformation, de la donnée à l'information, de l'information à la connaissance et à sa transmission » (p. 53).

Sources : (1) *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.
(2) *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010.
(3) *BO* n° 21 du 23/05/2013.
(4) *BO* n° 12 du 22/03/2012.

POUR ALLER PLUS LOIN

Gray (Jonathan), Bounegru (Liliana), Chambers (Lucy), Kayser-Bril (Nicolas) (sous la dir. de), *Guide du datajournalisme. Collecter, analyser et visualiser les données*, Eyrolles, 2014.

L'École des Données, version française d'un projet de l'Open Knowledge Foundation, propose des cours sur l'utilisation des données.

http://ecoledesdonnees.org

DE LA PUB DANS LES MÉDIAS

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

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

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

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

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

AU LYCÉE

MONTRER COMMENT DES TECHNIQUES VISUELLES ET SONORES SOUTIENNENT UN MESSAGE PUBLICITAIRE

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

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

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

DÉBATTRE DES TECHNIQUES RÉCENTES EMPLOYÉES EN MATIÈRE PUBLICITAIRE

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

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

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français[1]
6e - Le professeur fait prendre conscience de l'existence de différents types d'images fixes et animées (p. 6).
3e - L'étude de l'image comme engagement et comme représentation de soi. C'est la fonction argumentative de l'image qui est développée, pour laquelle on peut analyser le fonctionnement de certaines publicités (p. 12).

Arts plastiques[1]
4e - Apprendre à construire une image en exploitant les stratégies de communication ; la publicité, la propagande (p. 10).

LVE[2]
Exploitation de documents authentiques et de toute nature dont la publicité (p. 104).

Sources : (1) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.
(2) *BOHS* n° 7 du 26/04/2007.

LYCÉE

Arts[1]
Nombreuses mentions de la publicité dans les programmes.

Sciences de gestion[2]
Terminale (séries STMG, spécialité : Mercatique) - Mercatique et consommateurs ; Mercatique et marchés ; Mercatique et société.

Arts appliqués et cultures artistiques
CAP[3] - Design de communication : étude d'une campagne publicitaire (p. 6).
Bac Pro[4] - Connaître les composants plastiques et sémantiques de l'image : rhétorique image fixe et animée… notion de cible et les stratégies de communication publicitaire… (p. 5).

LVE
Bac Pro[4] - Comprendre et réaliser un message publicitaire.

Sources : (1) *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.
(2) *BO* n° 12 du 22/03/2012.
(3) *BO* n° 8 du 25/02/2010.
(4) *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.

POUR ALLER PLUS LOIN

Chollet (Mona), *Beauté fatale : Les nouveaux visages d'une aliénation féminine*, Zones, 2012.

Lavanant (Didier), *Vices et vertus de la publicité : quand le discours publicitaire pose question*, Vuibert, 2007.

VEILLE D'ACTUALITÉ

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

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

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

La curation vise à sélectionner, indexer et présenter des informations collectées sur le Web. Avant d'initier ses élèves, se familiariser avec les plateformes de curation les plus conviviales en s'y créant un compte, puis en y suivant d'autres curateurs et/ou en y élaborant sa propre veille. Scoop-It permet de réaliser d'élégantes revues de presse numériques ; Pearltrees constitue des dossiers documentaires sous forme d'arbres à perles inspirés de ces cartes heuristiques qui représentent visuellement le cheminement d'une pensée.

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

Présenter et partager les résultats des recherches en veillant toujours à s'interroger sur :
– la pertinence des mots-clés des scoops choisis (dans Scoop.it) ;
– la fonctionnalité de la structuration d'ensemble envisagée (dans Pearltrees) ;
– l'efficacité des modalités de partage (récupération de scoops, arbre collaboratif de Pearltress).

AU LYCÉE

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

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

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

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

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français[1]
Pour l'ensemble des cycles - « L'élève apprend à se repérer dans cette immense bibliothèque mondiale, à trier et hiérarchiser des informations, à adopter une attitude critique et responsable vis-à-vis d'elles et à adapter sa lecture au support retenu. » (p. 4).

Technologie[1]
5e - « Rechercher, recenser, sélectionner et organiser des informations pour les utiliser… Identifier les sources… Identifier les droits d'utilisation et de partage des ressources et des outils numériques. » (p. 19)

B2i[2]
Domaine 4 : S'informer, se documenter.

Sources : (1) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.
(2) *B2i Collège*, référentiel, 12/2011.

LYCÉE

Littérature et société[1]
2de - Travailler sur les messages médiatiques. Par exemple, la circulation de l'information et les réseaux sociaux (p. 5).

B2i[2]
Domaine 4 : Organiser la recherche d'informations : Construire une veille numérique en utilisant des outils adaptés (alertes, fils RSS, abonnements, podcasts…).

Sciences de gestion[3]
1re STMG - Notions « Applications et usages des Tic dans les organisations : e-communication, partage de l'information, collaboration, communautés en ligne et réseaux sociaux. » (p. 36)

Sciences économiques et sociales[4]
1re ES - « On montrera que les réseaux sociaux constituent une forme spécifique de coordination entre acteurs et de sociabilité (réseaux internet…). »

Sources : (1) *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.
(2) *BO* n° 31 du 29/08/2013.
(3) *BO* n° 12 du 22/03/2012.
(4) *BO* n° 21 du 23/05/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

Serres (Alexandre), *Dans le labyrinthe : Évaluer l'information sur Internet*, C&F Éditions, 2012.

MOI SUR LA TOILE

Aujourd'hui au centre d'un large débat public, les données numériques sont vues par certains comme une manne pour l'économie du futur et, par d'autres, comme une menace sur les droits du citoyen. En classe, il s'agit de comprendre ces évolutions et d'être proactif pour protéger sa vie privée.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

RÉFLÉCHIR À LA NOTION DE VIE PRIVÉE SUR INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIONUMÉRIQUES

Lire et analyser le portrait de Marc L. (www.le-tigre.net/Marc-L.html) pour faire percevoir que notre vie sur la Toile est publique par défaut et privée par choix, à l'inverse de la vie hors-ligne. Recenser les réseaux cités – FlickR, Facebook, etc. – ; noter que le récit repose sur des recoupements et des interprétations. Remarquer la place particulière des photos comme sources d'informations sur le personnage. Explorer la plate-forme FlickR sous l'angle de sa politique de confidentialité, mais aussi de son projet « *The Commons* » (www.flickr.com/commons) qui propose aux membres du réseau de commenter et de documenter des photographies d'archives publiques du monde entier.

Étudier avec les élèves les formulaires de profil des réseaux socio-numériques qu'ils fréquentent, Facebook en particulier, mais également Instagram, Twitter, Snapchat ou Ask.fm. S'interroger sur la fonction et l'influence des « likes » sur Facebook : répertorier avec les élèves ceux qui reflètent leurs goûts et intérêts et imaginer les profils marketing correspondants ; les mettre en relation avec la publicité ciblée recensée sur leurs profils. Analyser et débattre de la « politique d'utilisation des données » de Facebook, qui explique en détail ce qui est collecté, et son usage par le service.

AU LYCÉE

PRENDRE CONSCIENCE DE LA COLLECTE DE DONNÉES ET DE LA NÉCESSITÉ DE LEUR PROTECTION

Évaluer sa propre présence en ligne en se « googlant » (exploration large : Web, images, vidéos, blogs, etc.) ; pour les possesseurs d'un compte Google, rechercher avec « ma présence sur le Web ». Interroger en complément des moteurs de recherche de personnes – Webmii, Pipl.com, Yasni.com, etc. Inciter les élèves à faire disparaître les traces qui ne leur conviennent pas. Discuter de la notion d'e-réputation : quels avantages ou désavantages y a-t-il à être présent en ligne ? Quelles bonnes pratiques pour une présence positive ? Quelle stratégie pour garder privées certaines activités (santé, centres d'intérêt, etc.) ?

Retracer l'envers de sa navigation sur Firefox avec l'extension « Collusion » de la Fondation Mozilla (www.mozilla.org/en-US/collusion) ; pour les possesseurs d'un compte de messagerie Google, visualiser les métadonnées Gmail, avec « Immersion », une application du MIT : https://immersion.media.mit.edu. Rassembler les remarques des élèves et débattre des avis. Tester le module interactif « Mes traces » proposé par la CNIL (www.cnil.fr/vos-droits/vos-traces) pour découvrir les éléments clés de la navigation sur Internet.

Réfléchir à la protection de la vie privée et des données personnelles : ce sujet, régulièrement à la une de l'actualité, fera l'objet d'une veille (une revue de presse sur la plate-forme « Scoop.it », par exemple) selon un axe pratique – conseils, outils, etc. – et citoyen – projet de règlement européen, CNIL, etc.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Socle commun[1]
- **Pilier 4** : une attitude de responsabilité dans l'utilisation des outils interactifs.
- **Pilier 6** : respect des autres, respect de la vie privée.

Technologie[2]
Pour l'ensemble des cycles - Utiliser l'informatique dans un esprit citoyen respectueux des droits de chacun et de la propriété intellectuelle (p. 11).

Sources : (1) Décret du 11/07/2006.
(2) *BO spécial* n° 6 du 28/08/2008.

LYCÉE

ECJS[1]
2de, 1re - Réfléchir à l'usage des nouvelles technologies de l'information (p. 3, p. 11).

Sciences de gestion[2]
Terminale (séries STMG) - Identité numérique et image numérique sur les réseaux (p. 3).

B2i[3]
Domaine 1 - « Construire des entités adaptées aux différents contextes (public, privé, professionnel, personnel). »

Sources : (1) *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010 et *BO* n° 21 du 26/05/2011.
(2) *BO* n° 12 du 22/03/2012.
(3) *BO* n° 31 du 29/08/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

Ertzscheid (Olivier), *Identité numérique et e-reputation : enjeux, outils, méthodologies*, IUT de La Roche-sur-Yon, 2011.

Terms of Service Didn't Read est un site qui classe les plateformes sociales en fonction de leurs conditions générales d'utilisation.

http://tosdr.org

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

Grâce à l'« exception pédagogique », les enseignants peuvent utiliser plus librement des textes, des images et des sons dans le cadre scolaire. Mais ils doivent demeurer vigilants dans le respect d'autres droits concernant la protection de la vie privée et l'expression médiatique des élèves.

QUE SONT LES ACCORDS SECTORIELS ?

Ces accords sont conclus entre, d'une part, les ministères de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et, d'autre part, les sociétés qui représentent les ayants droit. Renégociés tous les trois ans, ils autorisent l'utilisation pédagogique d'œuvres protégées par le droit d'auteur, comme les livres, les périodiques, les images fixes ou animées, la musique imprimée ou enregistrée. Ce sont là autant de ressources utiles pour l'éducation aux médias. Désormais, il est parfaitement légal, sous certaines conditions, de reproduire (faire une copie numérique) et de représenter (montrer, diffuser) en classe des œuvres dont la loi, très restrictive, ne permettait pas naguère la reproduction et la représentation, à moins d'en avoir acquis les droits.

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

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

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

En outre, les documentalistes ne peuvent pas conserver durablement au CDI les œuvres reproduites (photocopies, fichiers numériques, CD, DVD…) : tout au plus le temps d'une année scolaire. En aucun cas, les œuvres ne feront l'objet d'une indexation dans une banque de données, d'une distribution aux élèves et, à plus forte raison, d'une exploitation commerciale.

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

Cela dépend, en fait, de la nature de l'œuvre elle-même.

Un livre. Sa reproduction en totalité n'est pas autorisée dans un travail pédagogique, mais seulement une « partie ou fragment d'une œuvre d'ampleur raisonnable et non substituable à la création dans son ensemble ».

Un article de journal. Sa reproduction en totalité est autorisée, mais le travail pédagogique ne peut inclure plus de deux articles d'une même parution.

Une image fixe. La notion d'extrait est ici inopérante. On utilisera donc l'image entière mais sous sa forme numérique. Sa définition sera limitée à 400 x 400 pixels et sa résolution à 72 DPI.

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

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

PEUT-ON METTRE EN LIGNE CES ŒUVRES ?

Les travaux pédagogiques comprenant des œuvres ou des extraits d'œuvres ne peuvent être mis en ligne que sur l'intranet ou l'extranet de l'établissement (dans des ENT, par exemple). Seule la mise en ligne de thèses universitaires est admise sur le réseau Internet, sous certaines conditions. Si le travail pédagogique mis en ligne comporte des œuvres visuelles, on veillera à ce qu'il n'y en ait pas plus de vingt. S'il comporte des œuvres musicales enregistrées, celles-ci ne pourront être reproduites que dans la limite de 30 secondes par œuvre, et 10 % de la durée totale de l'œuvre. S'il comporte des œuvres audiovisuelles, ce ne peut être que sous forme d'extraits inférieurs à 6 minutes.

Enfin, toute mise en ligne de travaux pédagogiques intégrant des œuvres ou extraits d'œuvres doit faire l'objet d'une déclaration auprès des représentants des ayants droit[1].

D'AUTRES DROITS SONT-ILS À CONNAÎTRE ?

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

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

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

AVEC LA COLLABORATION DE **VÉRONIQUE DIJEAU**
Division des Affaires juridiques, Canopé

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

Les professeurs documentalistes et l'éducation aux médias et à l'information

JEAN-LOUIS DURPAIRE
Inspecteur général
de l'Éducation nationale

MIREILLE LAMOUROUX
Chargée de mission auprès de la directrice du numérique pour l'éducation
au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur
et de la Recherche

À l'heure d'Internet et des réseaux sociaux, l'éducation aux médias et l'éducation à l'information se sont rejointes pour former ce nouveau concept unifié, l'EMI. Les professeurs-documentalistes ont une mission spécifique de formation des élèves, en liaison avec leurs collègues des diverses disciplines dont les programmes fournissent les situations pédagogiques.
Comme tous les professeurs, les documentalistes doivent « intégrer les éléments de la culture numérique nécessaires à l'exercice du métier » (référentiel commun). Mais l'annexe pour professeur-documentaliste énonce quatre compétences spécifiques dont celle de « maîtriser les connaissances et les compétences propres à l'EMI ». On peut y voir l'attente particulière du système à son plus haut niveau vers les professeurs-documentalistes en matière d'EMI à l'information.

L'EMI… POUR FORMER DE FUTURS CITOYENS

Acteurs très investis et de longue date, d'une part dans l'éducation à l'information et, d'autre part, dans l'éducation aux médias, les professeurs documentalistes sont bien placés pour expliquer la convergence de ces deux mouvements historiques – l'un venant des bibliothèques, l'autre de la presse – et surtout installer cette nouvelle éducation aux médias et à l'information (EMI). Lorsqu'on relit les grandes déclarations publiées sous l'égide de l'Unesco (Prague, Alexandrie, Grunwald, Moscou), on est frappé par la proximité des ambitions éducatives : il s'agit de former des citoyens éclairés dans un monde d'information de plus en plus complexe.

L'EMI, UN APPRENTISSAGE PROGRESSIF

La loi de refondation de l'école de la République, par son article 53, introduit l'EMI pour tous les collégiens. Dans l'attente de précisions, il est déjà possible de s'appuyer sur le Parcours de formation à la culture de l'information (PACIFI). Avec dix fiches et cent propositions de situations, que le documentaliste est convié à construire une progression qui n'élude aucune des dimensions de l'information, depuis les besoins d'information jusqu'à son utilisation éthique, en passant notamment par des questions aussi fondamentales que la recherche, l'évaluation, les sources organisées du savoir ou les médias d'actualité. L'EMI est, pour le professeur-documentaliste, une invitation à repenser les actions de formation.

L'EMI, PARTIR DES USAGES PERSONNELS DES ÉLÈVES

En matière d'information, il faut désormais partir des usages des élèves et les faire évoluer vers une découverte d'autres sources d'accès à l'information et à la connaissance. Pour qu'un apprentissage soit utile, il faut qu'il soit mis en action. Apprendre l'EMI, c'est approcher des médias diversifiés, donc apprendre à les lire ; c'est aussi apprendre à écrire et à publier. Déjà, de nombreux documentalistes ont montré la voie ; la conférence nationale « Cultures numériques, Éducation aux médias et à l'information » (Lyon 2013) a offert des exemples d'approches riches et diversifiés.

L'EMI, TEMPS ET LIEUX DE CONSTRUCTION DES COMPÉTENCES

L'EMI est intégrée à toutes les disciplines. Elle appelle des formes de travail variées, essentiellement appuyées sur une démarche de projet ; à partir d'une problématique, les élèves sont mis en situation de la traiter. Ils doivent alors disposer des outils numériques nécessaires et des espaces de travail adaptés. D'où l'importance d'activer une réflexion sur le CDI et son évolution en centres de connaissances et de culture. Des temps de synthèse sont indispensables pour fixer les connaissances et les compétences acquises.

L'EMI ET L'ÉDUCATION AU NUMÉRIQUE, UN ENJEU DE LA RÉUSSITE DES ÉTUDES SUPÉRIEURES

L'EMI ne s'arrête pas au collège. L'EMI, c'est tout à la fois apprendre à connaître les médias, apprendre des médias, comprendre l'information, savoir où la trouver, et développer des compétences de transformation de l'information en connaissances. Tous ces éléments mobilisent des capacités cognitives dont la complexité est fonction des situations proposées. Le véritable défi aujourd'hui est double : c'est l'urgence de prendre pleinement en compte la dimension numérique de l'EMI et la nécessité d'assurer le continuum de cette éducation du collège, où elle est obligatoire, à l'université, pour réduire la fracture encore constatée entre le lycée et le supérieur.

L'éducation aux médias et à l'information dans la vie de l'établissement

Éduquer aux médias et à l'information n'est pas que l'affaire de l'enseignant dans sa classe ou au CDI. Son organisation à l'échelle de l'établissement mobilise aussi bien le chef d'établissement, le conseiller principal d'éducation que d'autres acteurs de la vie du collège et du lycée, à de nombreux moments de l'année scolaire propres à accueillir des activités profitables pour tous.

PÉRIODE DE RENTRÉE SCOLAIRE

Pour préparer l'accueil et la présentation de l'établissement (plaquette, vidéo, plans, affiches, site), les élèves peuvent être associés à l'élaboration des différents documents de présentation et apprendre à maîtriser quelques notions et compétences de communication ;

Au moment des élections des délégués, mettre en place des actions de sensibilisation dans les classes : préparation des élections avec publications et éventuellement usage de caméscopes et smartphones, utilisation de la vidéo dans des actions de formation (préparation des conseils, apprentissage de la prise de parole).

AU 1er TRIMESTRE

Lancer ou relancer le journal ou le site de l'établissement et/ou d'un média scolaire : journal imprimé, journal en ligne, blog, radio, webTV ; ou d'un club photo, d'un club presse (en liaison avec le CDI). C'est l'occasion par excellence de bien identifier les fonctions d'information et de communication.

Lancer ou relancer le foyer socio-éducatif (FSE) ou la Maison des lycéens (MSE), lieu où sera favorisée l'expression des élèves, précisément à travers un média scolaire.

LES TRIMESTRES SUIVANTS

Mettre en place la Semaine de la presse et des médias dans l'école (voir page 47) et organiser la mutualisation des moyens mis en œuvre et la promotion de la Semaine de manière à ce que l'ensemble de la communauté éducative et des élèves soit impliqué dans les projets mis en place.

Définir les projets pédagogiques de l'établissement pour l'année scolaire à venir et les inscrire à l'ordre du jour du conseil pédagogique. Dans ce cadre, le chef d'établissement doit se révéler un facilitateur des initiatives, voire même un initiateur quand l'établissement est encore vierge de projets d'EMI.

TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

Entretenir avec l'aide d'élèves motivés le site de l'établissement en y ménageant des entrées propres à susciter leur fibre journalistique (compte-rendu de sorties ou voyages, signalement d'événements, rédaction ou réalisation vidéo de portraits d'acteurs de la vie de l'établissement…).

Proposer des débats sur ou avec des médias, des séances d'information sur les usages responsables des médias scolaires, notamment numériques, des journées à thèmes…

Encourager les organisateurs de voyages scolaires et de classes transplantées à installer les élèves dans des situations réelles de production d'informations à destination des parents, des correspondants et des camarades : site ou blog de voyage, page Facebook, audioblog accueilleront ainsi reportages et chroniques.

Saisir l'occasion de commémorations dans le cadre de l'établissement pour envisager un volet EMI : par exemple, le centenaire de la Grande Guerre pourrait donner lieu à une exposition sur la censure, la Fête de la Science serait l'occasion de travailler sur la vulgarisation scientifique dans les médias, etc.

Organiser la rencontre d'élèves avec des acteurs des médias, en prenant conseil auprès du Clemi et de ses équipes académiques (voir dernière page), ou en s'informant auprès de la Réserve citoyenne de l'Éducation nationale (http://bit.ly/1cOKiCn).

Propositions pour un référentiel de compétences en éducation aux médias et à l'information

Dans le contexte bouleversé de la société de l'information, l'éducation aux médias est devenue une modalité indispensable pour la construction des savoirs. Elle prend de plus en plus la forme d'un apprentissage en amont des disciplines, inscrite explicitement parmi les capacités de la sixième compétence du socle commun de connaissances et de compétences. Pour faciliter sa mise en œuvre par les enseignants, des référentiels de compétences sont devenus nécessaires.

PROPOSITIONS POUR UN RÉFÉRENTIEL ÉLÈVES

Un premier référentiel élève, basé sur les principes structurants du Référentiel de connaissances et de compétences, définit, à travers cinq axes, les principales connaissances, capacités et attitudes qu'un élève est censé maîtriser à chacun des paliers de la scolarité obligatoire.

DOMAINE 1 — PRENDRE CONSCIENCE DE SA PROPRE RELATION À L'UNIVERS MÉDIATIQUE

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	**CAPACITÉS** L'élève doit être capable de :	**ATTITUDES** Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	– La notion de médias, et particulièrement celle de médias de masse (télévision, Internet, presse écrite, radio, affichage…) – Différents publics des médias et les critères de leur différenciation (âge, activité, sexe, lieu, centres d'intérêt…)	– Percevoir la présence des médias dans son environnement (maison, rue, école…) – Repérer la place qu'occupent les médias dans la vie quotidienne – Identifier différents publics pour les médias – Exprimer ses goûts	– Curiosité et sens de l'observation – Reconnaissance de l'existence de goûts et de choix différents
PALIER 2 : CM2	– Différents critères de classification des médias (types de contenus, de publics, supports, périodicité) – Les critères qui président aux choix et à l'organisation des programmes dans les médias, publics ciblés	– Identifier les différents médias – Estimer ses consommations médiatiques – Mettre en évidence la notion de cible médiatique – Exprimer ses goûts et en débattre. Prendre conscience des émotions auxquelles se rattachent ces goûts (plaisir, peur, dégoût, empathie…)	– Curiosité et sens de l'observation – Prise de distance par rapport à ses pratiques – Prise en compte de la diversité de goûts
PALIER 3 : 3e	– L'offre médiatique dans sa diversité : variété des supports, des modes de diffusion, variété des contenus, segmentation en fonction des publics – Modalités de réception des médias (télévision, Internet) : - notion de lectorat et d'audience - les conditions de la réception : la loi de proximité et ses principaux champs d'application (historique, géographique, socioculturel…) – Les pratiques médiatiques : quels contenus ? avec quels médias ? pour quels usages ? et les moyens de les connaître (enquêtes d'audience, construction de profils de consommateurs, suivi de la fréquentation d'un site…)	– Se repérer dans la diversité des médias et leurs modes de réception (papier, écrans, mobiles…) – Caractériser ses consommations (temps, fréquence, simultanéité, degré d'implication) – Distinguer les différentes cibles des médias – Identifier et maîtriser certaines des émotions suscitées par les médias	– Curiosité et sens de l'observation – Conscience de l'influence des médias sur ses choix et ses valeurs – Perception d'autres façons de penser et d'autres choix

DOMAINE 2 — CARACTÉRISER LES MÉDIAS ET LES LANGAGES MÉDIATIQUES

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	– Des éléments de vocabulaire propres aux médias – Les grands types de langages médiatiques (écrit, image, son, multimédia) et les supports les plus courants (papier, écrans…) – La notion de messages médiatiques à travers deux exemples : information et publicité	– Repérer que tout contenu médiatique est le résultat de choix de la part de son émetteur – Distinguer les types de supports médiatiques et les nommer – Nommer des genres médiatiques différents et certaines de leurs caractéristiques (dessins animés, publicités, clips, reportage…)	– Disponibilité – Sens de l'observation
PALIER 2 : CM2	– Des éléments de vocabulaire propres aux médias – Les principaux langages médiatiques et les principales caractéristiques de leur mise en œuvre : - les supports (papier, écrans…) - les écritures spécifiques (télévisuelle, radiophonique, hypermédia…) - les techniques (mode de production, de diffusion et de réception) – Les différents rôles des professionnels des médias dans la production – Des types de messages médiatiques : - information et publicité - réel et fiction, réel et virtuel	– Repérer que tout contenu médiatique est le fruit d'une construction (quelles informations, à quelle place, avec quel traitement) – Distinguer les éléments constitutifs d'un message médiatique : accroche, chute, montage, plan, hyperlien… – Repérer les conditions de production médiatique (contexte événementiel, moyens techniques et humains, contraintes professionnelles…)	– Curiosité, sens de l'observation – Discernement, esprit d'analyse
PALIER 3 : 3e	– Le vocabulaire propre aux médias – Les langages à l'œuvre : - l'écrit, l'image, le son, le multimédia - les techniques (mode de production, de diffusion et de réception) - les supports (papier, écrans…) – Les écritures spécifiques (télévisuelle, radiophonique, hypermédia…) et certaines de leurs déclinaisons (brève et reportage, sujet de JT et documentaire, sites institutionnels, personnels, commerciaux…) – Les métiers des médias, la place de la parole des non-professionnels – Des types de messages médiatiques : - information et publicité - réel *vs* fiction, réel *vs* virtuel - sites, blogs, forums…	– Nommer des éléments et des procédures relatifs à la production médiatique – Identifier et analyser les éléments constitutifs d'un message médiatique – Discerner les indices de la représentation médiatisée (média / réel) – Formuler des hypothèses argumentées sur les intentions des émetteurs – Identifier différents types de métiers à l'œuvre au sein des médias	– Disponibilité et ouverture d'esprit – Goût pour l'analyse et la précision

DOMAINE 3 — S'INFORMER PAR LES MÉDIAS

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	– Différents types d'informations véhiculées par les médias (sport, politique, faits divers, météo…) – La notion d'actualité – Certaines sources de l'information (journaliste, photographe, cameraman, témoin…) – Les entrées de lecture de l'information : titre, sommaire, menu, légende…	– Repérer la place variable accordée à certaines informations (Une des journaux, les titres des informations du jour…) – Exprimer l'intérêt qu'il porte à certaines informations – Identifier différentes sources de l'information au sein d'un média (journaliste, photographe, témoin…)	– Éveil à l'environnement socioculturel
PALIER 2 : CM2	Les différents types d'informations véhiculées par les médias : actualités générales, informations scientifiques et techniques, infos services, loisirs… – La notion d'événement médiatique et d'actualité – Sources directes et indirectes (agences, communiqués, sources institutionnelles, experts…) – Les règles de l'écriture journalistique (message essentiel, loi de proximité, habillage et mise en forme de l'information) – La distinction entre fait, commentaire et opinion	– Identifier des choix différents dans le traitement d'une information selon les médias (place, importance, mode de traitement…) – Identifier certains éléments de proximité personnelle vis-à-vis de l'information – Classer les différents niveaux de sources (journalistes, agences de presse, informateurs, communiqués, sites Web…) – Exprimer ses besoins d'information et repérer des réponses au sein des médias – Évaluer la fiabilité des informations	– Attention au monde, attention à l'autre – Perspicacité – Aptitude au questionnement
PALIER 3 : 3e	– Le rubricage des informations – Les caractéristiques de l'information en fonction du temps, de l'espace, du contexte socioculturel – La fonction d'agenda des médias (ce sur quoi les médias nous informent) – Les questions relatives aux sources (fiabilité, rumeurs, surinformation, questions de droits…) – Les constantes et les particularités dans l'écriture d'information – La distinction entre fait, commentaire et opinion	– Décrire la hiérarchisation de l'information en fonction des logiques internes de chaque média – Identifier les éléments de la proximité et en saisir la relativité – Identifier, trier et évaluer les sources – Savoir utiliser les médias de façon complémentaire pour s'informer – Développer un esprit critique vis-à-vis de toute information	– Intérêt pour les autres – Goût pour l'approfondissement – Aptitude au doute et au questionnement

DOMAINE 4 — PRODUIRE DES MESSAGES MÉDIATIQUES

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	– Quelques éléments d'une situation de communication (quoi, qui, où, quand) – Certaines formes d'écriture médiatique (article, photo) – Les sources à sa portée – Quelques éléments du droit (respect des personnes) – Des techniques (dessins, collages…) et des outils de production à leur disposition (appareils photos, logiciels…)	– Rédiger, illustrer, présenter une information – Recueillir des informations, identifier leur origine – Participer de façon créative à une production médiatique – Appliquer quelques principes du droit, notamment le respect des personnes – Recueillir des réactions aux messages produits	– Créativité et sens de l'initiative – Goût pour le travail collectif – Capacité d'écoute
PALIER 2 : CM2	– Les éléments constitutifs d'une situation de communication (quoi, qui, où, quand, pourquoi, comment) – Les genres journalistiques sur différents supports (brève, interview, reportage, commentaire, critique, portrait…) – Les sources à sa portée – Quelques éléments du droit – L'utilisation d'outils spécifiques (logiciels, diaporamas, appareils photo, téléphone mobile…)	– Communiquer une information sous des formes diverses simples – Recueillir des informations, identifier leurs sources et les croiser avec d'autres sources – Exprimer une opinion argumentée – Prendre part à la définition et à l'organisation collective d'une production médiatique – Tenir compte des limites du droit d'expression (droit à l'image, droit d'auteur, injure, diffamation) – S'interroger sur la manière dont les messages produits sont reçus	– Créativité et sens de l'initiative – Envie d'entreprendre – Goût pour le travail collectif, pour le débat – Conscience de ses droits et de ses devoirs en matière d'expression
PALIER 3 : 3e	– Les éléments constitutifs d'une situation de communication (quoi, qui, où, pourquoi, pour qui, comment) – L'écriture médiatique sous différentes formes (article, interview radio, images, participation à un forum, contribution à un blog…) – Les différents types de discours (narratif, argumentatif, descriptif) – Des techniques de recherche et de recueil d'informations sur différents supports (presse écrite, Internet…) – Des éléments de droit et de déontologie liés à l'expression – Les techniques et outils de production, leurs modalités d'utilisation	– Mettre en forme (écrit, son, image, numérique…) en réinvestissant les capacités du domaine 2 – Recueillir des informations, les vérifier – Exprimer une opinion argumentée – Concevoir un projet de production médiatique (contenus, forme, public, planning et budget, diffusion) – S'assurer de la conformité de ses messages au droit – Évaluer la réception du message	– Conscience de ses droits et de ses devoirs en matière d'expression

DOMAINE 5 — ÊTRE CONSCIENT DE LA PLACE ET DU RÔLE DES MÉDIAS DANS LA SOCIÉTÉ

	CONNAISSANCES L'élève doit connaître :	CAPACITÉS L'élève doit être capable de :	ATTITUDES Ce qui entraîne au niveau des attitudes :
PALIER 1 : CE1	– Quelques fonctions sociales des médias (informer, divertir…) – Différents types d'informations véhiculées par les médias (sport, politique, faits divers…) – Des métiers et des processus de fabrication des médias	– Repérer différentes fonctions des médias – Percevoir quelques indices de l'économie d'un média – Identifier des savoirs scolaires ou extra-scolaires issus des médias (phénomènes climatiques, faits divers…) – Distinguer information, publicité, divertissement	– Curiosité d'esprit – Désir de comprendre
PALIER 2 : CM2	– Les fonctions sociales des médias (informer, éduquer, divertir, relier, débattre…) – La notion de liberté d'expression, le rôle des journalistes – La notion de pluralisme et sa traduction dans les médias – Différents modes de financement des médias	– Identifier les différentes fonctions sociales des médias – Repérer la place du public dans les médias – Relever des indices liés à l'économie des médias (prix, abonnement, tarif des petites annonces, publicité…) – Intégrer des apports médiatiques à différents domaines de savoirs (éducation civique, développement durable, sciences) – Distinguer information, communication, divertissement	– Ouverture d'esprit et compréhension d'autres façons de penser et d'agir – Esprit critique
PALIER 3 : 3e	– Les fonctions sociales des médias (informer, éduquer, divertir, relier, débattre…) – Les fondements de la liberté d'expression et ses variations dans le temps et l'espace – Le rôle des médias dans l'opinion publique et la vie politique (débats, sondages, sites, blogs…) – La dimension économique des médias (entreprises, coût de l'information, place de la publicité…)	– Distinguer les différentes fonctions sociales des médias – Identifier les modalités du rapport des médias avec leurs publics – Reconnaître les apports des médias dans des domaines de savoirs – Caractériser information, communication commerciale ou non, divertissement	– Désir d'approfondir et d'actualiser ses connaissances – Intérêt pour la vie publique et les grands enjeux de société – Esprit critique

Participer à des opérations d'éducation aux médias

Au niveau national comme académique, les opérations d'EAM sont nombreuses et diversifiées. Certaines d'entre elles favorisent particulièrement les initiatives débutantes par la simplicité de leur organisation et la liberté d'adaptation laissée aux enseignants.

LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE

Les enseignants de tous niveaux et de toutes disciplines sont invités à participer avec leurs élèves à la Semaine de la presse et des médias dans l'école ® qui se tient au mois de mars de chaque année. Temps fort d'éducation aux médias, cette Semaine a pour objectif d'aider les élèves de tous les niveaux à comprendre le système des médias, à former leur jugement critique, à développer leur goût pour l'actualité et à forger leur identité de citoyen. Une circulaire officielle est publiée à l'automne pour fixer les grandes lignes de la Semaine à venir.

DES ACTIVITÉS EN PARTENARIAT AVEC LES MÉDIAS

Des activités d'EAM sont souvent mises en œuvre dans le cadre de grands partenariats avec des médias : le Prix Bayeux des correspondants de guerre, Visa pour l'image à Perpignan, le FIPA à Biarritz… ou à l'occasion de concours qui mettent à contribution la créativité des élèves : le concours de journaux scolaires et lycéens - Prix Varenne, le concours « Arte-CLEMI Reportage », le concours « L'Équipe junior »… Dans quelques académies, des « Classes presse » (Rennes, Caen, Nantes) ou des « classes médias » (Poitiers, Paris, Nice…) sont menées durant l'année scolaire avec l'aide de médias locaux.
Plus d'informations ? Renseignements et modalités d'inscriptions sur le site du CLEMI (www.clemi.fr) ou auprès du coordonnateur du CLEMI de votre académie (voir dernière page).

DES ÉLÈVES ACTEURS DE LEURS MÉDIAS

Chaque année, des milliers d'élèves réalisent dans le cadre de l'école des journaux, des émissions de radio ou de webradio, des émissions de web-TV, des blogs ou des cyber-journaux…
Vous pouvez intégrer des dispositifs déjà existants, comme Typo (académie de Dijon), Dix-15 (académie de Clermont-Ferrand), ou sur les activités de réalisations de médias menées par des classes à projet d'éducation aux médias (classes à PEM) dans certaines académies.
Le 20 novembre 2015, la « journée du direct » vise à développer les compétences médiatiques et numériques des élèves en les encourageant à s'exprimer en direct sur l'actualité et à publier en ligne. #jdd2015
Enfin, n'hésitez pas à rallier une équipe dans votre établissement ou à lancer vous-même des projets d'écriture médiatiques en vue d'une diffusion (voir pages 18-29). La revue de la presse scolaire et lycéenne publiée chaque année vous fournira des exemples très concrets de ce que produisent les élèves dans leurs journaux. Ces initiatives sont favorisées par les circulaires sur les lycées (circulaire 2010-216 du 24-8-2010) et valorisées par des concours à l'échelon académique ou national.

DES EXEMPLES D'ACTIVITÉS PENDANT LA SEMAINE DE LA PRESSE

- Monter des kiosques à journaux avec les exemplaires gratuits des titres reçus pour la circonstance.
- Organiser des ateliers d'analyse médiatique : « La comparaison d'un même événement dans plusieurs médias », « La presse en langue étrangère », « L'importance de l'image dans le traitement de l'information »…
- Planifier des débats avec les professionnels des médias : « Peut-on tout dire, tout écrire, tout montrer ? », « Quelle info sur Internet ? », « Le dessin de presse : à quoi ça sert ? », etc.
- Réaliser une revue de presse (un panorama de presse) en comparant les informations des agences de presse, des quotidiens, des hebdomadaires ou des mensuels, sans oublier celles trouvées sur Internet.
- Participer à des concours organisés par les éditeurs de presse (journal junior, dessins humoristiques et caricatures, journaux scolaires, reportages, photos de presse).
- Avec l'aide de journalistes, réaliser des reportages pour des médias nationaux ou régionaux.
- Concevoir une exposition qui présente l'actualité vue par les élèves.
- Organiser avec les élèves des enquêtes dans l'établissement sur la consommation médiatique des élèves : leurs habitudes d'écoute de la radio, leurs usages de la presse, d'Internet, des réseaux sociaux…

RESSOURCES

DES OUVRAGES

Agnès (Yves), *Manuel de journalisme*, La Découverte, 2008.

Balle (Francis), *Médias et sociétés*, LGDJ-Montchrestien, 2013.

Bach (Jean-François), Tisseron (Serge), Houdé (Olivier), Léna (Pierre), *L'Enfant et les écrans*, Le Pommier, 2012.

Bousquet (Aline), Carbillet (Marion), Mulot (Hélène), Nallathamby (Marie), *Éducation aux médias et à l'information : comprendre, critiquer, créer dans le monde numérique*, Génération 5, 2014.

Cornu (Daniel), *Tous connectés !*, Labor et Fides, 2013.

Davidenkoff (Emmanuel), *Le Tsunami numérique*, Stock, 2014.

Duclos (Solenn), *La Liberté de la presse en France : héritage et actualité*, SCEREN-CNDP/CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2011.

Eveno (Patrick), *Guerre et médias : De la Grande Guerre à aujourd'hui*, Canopé/CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2014.

Jost (François), *50 fiches pour comprendre les médias*, Bréal, 2009.

Le Crosnier (Hervé, coord.), *Culturenum : jeunesse, culture & éducation dans la vague numérique*, C&F éditions, 2013.

Lipani-Vaissade (Marie-Christine), *La Gratuité de l'information : un modèle économique introuvable ?*, SCEREN-CNDP/CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2013.

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

Pasquinelli (Elena), Zimmerman (Gabrielle), Descamps-Latscha (Béatrice), Bernard (Anne), *Les Écrans, le Cerveau… et l'Enfant*, Le Pommier, 2013.

Rivet (Philippe), Patard (Dominique), Kislin (Patricia), *La Presse en classe : découverte de la presse quotidienne régionale*, SCEREN, CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2012.

Untersinger (Martin), *Anonymat sur Internet : Comprendre pour protéger sa vie privée*, Eyrolles, 2013.

Cultures numériques, éducation aux médias et à l'information, colloque de l'École normale supérieure de Lyon (mai 2013), SCÉRÉN-CNDP, 2013.

INAGlobal, un trimestriel sur la vie des médias, édité par l'Institut national de l'audiovisuel.

DES SITES*

PROGRAMMES SCOLAIRES

http://eduscol.education.fr
Pour connaître les programmes en vigueur et en cours d'élaboration. Entrées « Socle commun École-Collège » et « Lycée et Formation professionnelle ».

ÉDUCATION AUX MÉDIAS

www.clemi.fr
Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information.

www.ouestfrance-ecole.com
Des ressources sur la fabrication et le fonctionnement d'un journal (voir notamment « Le journal en 10 questions »).

www.enjeuxemedias.org
Enjeux e-médias, un site autour de la question de l'éducation, des médias, de l'information et de la citoyenneté.

RESSOURCES SUR LES MÉDIAS

www.dgmic.culture.gouv.fr
Direction générale des médias et des industries culturelles.

www.journalisme.com
Site des Assises internationales du journalisme et de l'information.

http://fr.rsf.org
Reporters sans frontières.

www.onlinenewspapers.com
Pour accéder à la presse en ligne du monde entier.

www.24hdansuneredaction.com
Pour découvrir l'univers du journalisme.

http://pressealecole.fr
Site de l'ARPEJ (Association Régions Presse Enseignement Jeunesse).

AUTOUR DE L'IMAGE

http://portfolios.afp.com
Portfolios des photographes de l'AFP.

http://blogs.afp.com/makingof
Making-of fait découvrir les coulisses des reportages de l'AFP.

www.decryptimages.net
Un portail d'éducation aux images coordonné par Laurent Gervereau.

http://culturevisuelle.hypotheses.org
Une plateforme de blogs de chercheurs et d'enseignants explore les dimensions visuelles de la culture.

www.madeinphoto.fr
Portfolios de grands photographes de presse.

www.latelierdesphotographes.com
L'Atelier des photographes (Rencontres d'Arles).

www.caricaturesetcaricature.com
Des ressources pour travailler sur le dessin de presse.

http://mediapte.fr/parcours
Sur le site d'APTE, des exercices de sensibilisation à l'image.

www.centreimages.fr/vocabulaire
Une initiation au vocabulaire de l'analyse filmique, par l'Agence régionale du Centre pour le livre, l'image et la culture numérique (Ciclic).

PUBLICITÉ

www.arpp-pub.org
L'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (autrefois BVP, Bureau de vérification de la publicité) affiche sur son site les recommandations, les règles déontologiques et les questions d'éthique liées à la publicité.

www.snptv.org
Syndicat national de la publicité télévisée.

www.leclubdesad.org
Le Club des directeurs artistiques propose 46 ans d'archives publicitaires.

SITES EN RAPPORT AVEC LA TÉLÉVISION ET L'AUDIOVISUEL

http://education-medias.csa.fr
Mis en place par le CSA, un site pour découvrir, comprendre et décrypter les médias audiovisuels et leurs pratiques.

www.ina.fr
Site de l'Institut national de l'audiovisuel.

http://education.francetv.fr
Site de FranceTV éducation.

À PROPOS DES USAGES D'INTERNET

http://eduscol.education.fr/internet-responsable
Un portail du ministère de l'Éducation nationale pour tout connaître des usages responsables d'Internet.

www.cnil.fr
Commission nationale de l'informatique et des libertés.

www.hoaxbuster.com
Site francophone recensant les rumeurs et canulars circulant sur le Web.

www.conspiracywatch.info
Observatoire du conspirationnisme et des théories du complot.

LES JEUNES ET LES MÉDIAS

www.mediaeducation.fr
Portail de l'éducation aux médias.

www.lapressejeunesse.fr
Portail de La Presse Jeunesse.

* Sites consultés en mai 2015

Le Clemi et l'éducation aux médias et à l'information

Le CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information) est chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif. Il a pour mission d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias, avec le concours actif des professionnels des médias.

Centre du ministère de l'Éducation nationale, service du réseau Canopé, il organise des formations destinées :
– à connaître le système des médias, déchiffrer les messages d'information et découvrir la nécessité d'une lecture critique et pluraliste de l'actualité ;
– à accompagner la parole des élèves dans le cadre scolaire, pour les former à la responsabilité et à l'exercice de la liberté d'expression.

Il existe dans chaque académie une équipe du Clemi qui peut conseiller les enseignants et les personnels d'éducation et les accompagner dans la mise en œuvre d'activités d'éducation aux médias avec les élèves. On trouvera les adresses en dernière page ou sur le site www.clemi.fr

CLEMI, 391 bis, rue de Vaugirard, 75015 Paris
Tél. 01 53 68 71 00 – Fax 01 42 50 16 82
www.clemi.fr

Le CLEMI remercie la GMF - Garantie Mutuelle des Fonctionnaires pour la publication de cette brochure.
www.gmf.fr

Ce dossier a été coordonné par Loïc Joffredo.
Avec la collaboration d'Évelyne Bevort, Gérard Colavecchio, Pascal Famery, Carole Helpiquet, Carole Hourt, Pauline Mercury, Christophe Pacaud et Éric Schweitzer.

Et les contributions de :
Catherine Becchetti-Bizot (directrice du numérique pour l'éducation au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche), Jean-Louis Durpaire (inspecteur général de l'Éducation nationale), Mireille Lamouroux (chargée de mission auprès de la directrice du numérique pour l'éducation au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche).

Conception graphique
DES SIGNES studio Muchir et Desclouds

Mise en pages
Isabelle Guicheteau

Crédits photographiques
Couverture : © Toby Melville/Reuters
Édito : © Margot L'Hermite/Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche
Page 2 : © CLEMI/Réseau Canopé
Page 18 : © Witt/Sipa
Page 20 : © Randy Faris/Corbis RF/Age Fotostock
Page 22 : © Sean_Warren/Getty Images
Page 24 : © Mordolff/Getty Images
Page 26 : © D. Gaye/CLEMI Dijon
Page 28 : © Brendan O'Sullivan/Getty Images

Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche
Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information
Directrice : Divina Frau-Meigs
© Réseau Canopé-CLEMI, août 2015
Ce document est imprimé par la Société Nouvelle France Ouest Imprim 14140 LIVAROT.

ISSN : 2425-9861
ISBN : 978-2-240-03727-5

LES ÉQUIPES ACADÉMIQUES DU CLEMI

ACADÉMIE D'AIX-MARSEILLE
Thierry Guibaud
Tél.: 04 91 14 13 93
clemi@ac-aix-marseille.fr

ACADÉMIE D'AMIENS
Damien Cambay
Tél.: 03 22 71 41 69
clemi@ac-amiens.fr

ACADÉMIE DE BESANÇON
Marie Adam-Normand
Tél.: 03 81 25 02 51
coordination.clemi-fc@ac-besancon.fr

ACADÉMIE DE BORDEAUX
Isabelle Martin
Tél.: 05 57 57 35 82
isabelle.martin@ac-bordeaux.fr

ACADÉMIE DE CAEN
Emmanuelle Griffon
Tél.: 02 31 56 61 58
clemicaen@ac-caen.fr

ACADÉMIE DE CLERMONT-FERRAND
Nicole Pavoni
Tél.: 04 73 98 38 57
pavoni@ac-clermont.fr

ACADÉMIE DE CORSE
Marie Pieronne
Tél.: 04 95 29 68 68
clemi@ac-corse.fr

ACADÉMIE DE CRÉTEIL
Élodie Gautier
Tél.: 01 57 02 62 12
Port.: 06 37 07 93 25
clemicreteil@ac-creteil.fr

ACADÉMIE DE DIJON
Dominique Gaye
Tél.: 06 21 04 83 36
clemi@ac-dijon.info

ACADÉMIE DE GRENOBLE
Guy Cherqui
Tél.: 04 76 74 74 57
guy.cherqui@ac-grenoble.fr
clemi@ac-grenoble.fr
François Morel
Tél.: 04 50 23 84 74
fmorel2@ac-grenoble.fr

ACADÉMIE DE GUADELOUPE
Patrick Pergent
Tél.: 05 90 38 59 21/19
ce.clemi@ac-guadeloupe.fr

ACADÉMIE DE GUYANE
Elfrida Delmer-Davigny
Tél.: 05 94 28 91 61
clemi.ac-guyane@laposte.net

ACADÉMIE DE LILLE
Jean-Christophe Planche
Tél.: 03 59 03 12 49
clemilille@ac-lille.fr

ACADÉMIE DE LIMOGES
Magali Martin
Tél.: 05 55 02 90 28
magali.martin@ac-limoges.fr

ACADÉMIE DE LYON
Edwige Jamin
edwige.jamin@ac-lyon.fr

ACADÉMIE DE MARTINIQUE
Pierrette Leti-Palix
Tél.: 05 96 59 99 40/17
daac@ac-martinique.fr

ACADÉMIE DE MAYOTTE
Gilles Murail
Tél.: 02 69 64 03 28
cdp@mayotte.fr

ACADÉMIE DE MONTPELLIER
Alain Pinol
Tél.: 04 67 91 50 40
clemi@ac-montpellier.fr

ACADÉMIE DE NANCY-METZ
Philippe Spiegel
Tél.: 03 83 19 11 31
philippe.spiegel@ac-nancy-metz.fr

ACADÉMIE DE NANTES
Nicolas Quatrevaux
Tél.: 02 43 33 60 58
Port.: 06 14 84 34 88
clemi@ac-nantes.fr

ACADÉMIE DE NICE
Lilia Parisot
Tél. : 04 93 53 73 87
lilia.parisot@ac-nice.fr

ACADÉMIE D'ORLEANS-TOURS
Karen Prévost-Sorbe
Tél.: 02 48 71 17 24
karen.prevost@ac-orleans-tours.fr

ACADÉMIE DE PARIS
Étienne Récamier
Tél.: 01 53 68 71 12
clemi@ac-paris.fr

ACADÉMIE DE POITIERS
Nicolas Billon
clemi@ac-poitiers.fr

ACADÉMIE DE REIMS
Jean-Pierre Benoît
Port.: 06 80 03 43 06
jean-pierr.benoit@ac-reims.fr
Céline Harasiuk (assistante)
Tél.: 03 26 05 68 37
celine.harasiuk@ac-reims.fr

ACADÉMIE DE RENNES
Sylvie Patéa
Tél.: 02 23 21 75 92
Port.: 06 75 71 49 15
clemi.bretagne@ac-rennes.fr

ACADÉMIE DE LA RÉUNION
Alexandra Maurer
Tél.: 02 62 20 96 00
alexandra.maurer@crdp-reunion.fr

ACADÉMIE DE ROUEN
Édouard Bessière
Tél.: 02 32 08 93 09
edouard.bessiere@ac-rouen.fr

ACADÉMIE DE STRASBOURG
Sophie Philippi
Tél.: 03 88 23 39 06
sophie.philippi@ac-strasbourg.fr

ACADÉMIE DE TOULOUSE
Laurence Janin
Tél.: 05 36 25 88 37
clemi@ac-toulouse.fr

ACADÉMIE DE VERSAILLES
Sylvain Joseph
clemi@ac-versailles.fr

DANS LES TERRITOIRES D'OUTRE-MER

NOUVELLE-CALÉDONIE
Christian Lucien
Tél.: 00 687 24 28 28
dir.cdp@ac-noumea.nc
dir@cdp.nc

POLYNÉSIE FRANÇAISE
Maryel Taeaetua-Perez
Tél.: 00 689 549 800
direction@crdp.pf
Francine Estall (secrétariat)
Tél.: 00 689 549 802
secretariat@crdp.pf

WALLIS-ET-FUTUNA
Sakina Fedal
Tél.: 00 681 72 04 53
sakinafedal@yahoo.fr

DES ÉQUIPES POUR VOUS ACCOMPAGNER

Un réseau de coordonnateurs du CLEMI assure la mise en œuvre des actions d'éducation aux médias et à l'information dans les académies. Nommés par le recteur, en accord avec la directrice du CLEMI, ils disposent d'équipes de formateurs et d'animateurs pédagogiques qui sont à votre écoute.

Quels services peuvent-ils vous rendre ?
- Vous aider à construire un projet d'éducation aux médias : analyse médiatique ou production (journal scolaire, webradio, site…).
- Organiser des formations dans le cadre d'un plan de formation ou d'un projet d'établissement.
- Vous mettre en relation avec des professionnels des médias, notamment avec la presse locale, les stations de France Bleu et de France 3, les télévisions locales de service public, les radios associatives…
- Informer, sensibiliser, prévenir et parfois concilier, dans le cadre de l'accompagnement de l'expression des élèves.

Clemi.fr **« Sites des antennes régionales »**

PARTICIPER À LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE®

Recevez gratuitement journaux et magazines, rencontrez les professionnels de l'information et bénéficiez des offres numériques des médias. En participant à cette séquence d'éducation aux médias, organisée chaque année en mars, les élèves découvrent la diversité et le pluralisme des médias, apprennent à analyser, hiérarchiser et vérifier les informations qui leur parviennent. L'accompagnement pédagogique du CLEMI (dossier, appli sur tablette…) est offert à chaque inscrit (inscriptions début janvier).

Quelques idées d'activités pédagogiques :
- Ériger des kiosques à journaux, symbole de la presse dans toute sa diversité et son pluralisme.
- Planifier des débats avec les professionnels des médias : « Peut-on tout dire, tout écrire, tout montrer ? », « Quelle info sur Internet ? », « Quelle liberté pour la presse ? »…
- Réaliser un panorama de presse.
- Organiser des ateliers d'analyse médiatique : « La comparaison d'un même événement dans plusieurs médias », « La presse en ligne », « L'importance de l'image dans le traitement de l'information », « La dépêche d'agence »…
- Participer à des concours organisés en partenariat avec les médias.
- Avec l'aide de journalistes, réaliser des reportages pour des médias nationaux ou régionaux.
- Concevoir une exposition qui présente l'actualité vue par les élèves.
- Demander aux élèves d'enquêter sur leur consommation médiatique : habitudes d'écoute de la radio, usages d'Internet, de la presse…
- S'initier à l'économie des médias (diffusion, publicité, abonnement, concentration des médias…).

Activité de partenariat, la Semaine de la presse et des médias dans l'école® est organisée avec les professionnels de la presse écrite, audiovisuelle et numérique (radios, télévisions, agences de presse, sites Internet) et le Groupe La Poste.

Clemi.fr **« Semaine de la presse et des médias dans l'école® »**

Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche
Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information
391 bis, rue de Vaugirard, 75015 Paris – Tél. 01 53 68 71 00 – Fax 01 42 50 16 82 – www.clemi.fr

Centre d'éducation aux médias du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, le CLEMI est un service de Canopé.

CANOPÉ ÉDITIONS AGIR

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

CLEMI

L'EMI dans le nouveau socle commun de compétences, de connaissances et de culture

Le nouveau socle commun encourage à élargir le périmètre de l'EMI au numérique et aux réseaux sociaux, avec une prise en compte de leur rapport à l'information et une acceptation de leur rôle dans la socialisation des jeunes. Avec l'annonce ministérielle de la création d'un média dans chaque collège et lycée, il arrive à point nommé pour répondre de manière constructive aux attentats du mois de janvier ; il permet de transformer l'approche par la maîtrise des outils et usages en une approche par l'éducation aux médias et à l'information.

Il doit se concrétiser dans un référentiel avec des objectifs qui relèvent du savoir informer/s'informer, exprimer/s'exprimer, produire/se produire, c'est-à-dire cette double respiration rendue possible par le numérique qui inclut une action et sa réflexivité, pour une présence en ligne maîtrisée par nos élèves. Dans cette sphère ambiante, le CLEMI doit continuer à entrecroiser le dispositif (média), le contenu (actualité, donnée) et le support (analogique et numérique), pour que les spécificités de l'EMI ne soient pas diluées dans les autres usages du numérique. Le défi consiste à combiner les acquis de la littératie médiatique et informationnelle aux enjeux de la littératie numérique, en termes de citoyenneté et de créativité.

Le CLEMI a construit des partenariats de qualité avec les médias d'une part, avec les autres acteurs de l'éducation et du monde associatif d'autre part. Plus que jamais, il a besoin de ces réseaux et de ces collaborations pour former les enseignants et les élèves, dialoguer avec les professeurs-documentalistes et les spécialistes du traitement des données et produire des ressources de qualité, pour contribuer à sa manière aux biens communs de l'information et de la connaissance.

DIVINA FRAU-MEIGS
Professeur, Sorbonne Nouvelle
Directrice du CLEMI

LE CLEMI OPÉRATEUR DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

LA MISSION DU CLEMI

« Le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information est chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif. Il a pour mission de promouvoir, tant au plan national que dans les académies, notamment par des actions de formation, l'utilisation pluraliste des moyens d'information dans l'enseignement afin de favoriser une meilleure compréhension par les élèves du monde qui les entoure tout en développant leur sens critique […]. »

Code de l'Éducation, livre III, chapitre IV, titre Ier, articles D. 314-99 à D. 314-106.

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION EST INSCRITE DANS LA LOI POUR LA REFONDATION DE L'ÉCOLE DE LA RÉPUBLIQUE

« Il est impératif de […] permettre aux futurs citoyens de trouver leur place dans une société dont l'environnement technologique est amené à évoluer de plus en plus rapidement. »
L'école « contribue […] à la compréhension et à un usage autonome et responsable des médias, notamment numériques ».

« Au collège, l'éducation aux médias, notamment numériques, initie les élèves à l'usage raisonné des différents types de médias et les sensibilise aux enjeux sociétaux et de connaissance qui sont liés à cet usage. »

Loi n° 2013-595 du 8 juillet 2013 d'orientation et de programmation pour la Refondation de l'École de la République

LE CLEMI, ACTEUR DU RÉSEAU CANOPÉ

Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information
391 bis, rue de Vaugirard, 75015 Paris
Tél. : 01 53 68 71 00 – Fax : 01 42 50 16 82

Centre d'éducation aux médias du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, le CLEMI est un service de Canopé.

SE FORMER AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

La formation est l'une des activités fondamentales du CLEMI. Elle est organisée dans le cadre des dispositifs de la formation continue de l'Éducation nationale ou à la demande, sous forme contractuelle, en fonction des besoins exprimés. Chaque année, en moyenne, 25 000 personnes sont formées sur des thématiques variées :

– la connaissance des médias et des circuits de l'information ;
– l'analyse critique des messages ;
– l'usage sûr et critique des techniques de l'information et de la communication ;
– la production d'outils et de messages d'information (journal imprimé ou en ligne, radio et webradio, vidéo…) ;
– l'utilisation pédagogique des médias dans l'enseignement des disciplines.

Le CLEMI intervient aussi dans le cadre des masters de la formation initiale des enseignants.

Pour tout renseignement
– Contactez le coordonnateur académique du CLEMI : clemi.fr, « Carte du réseau des coordonnatrices et coordonnateurs CLEMI » ;
– Consultez le Plan académique de formation continue, pour le second degré, et le Plan départemental de formation continue pour le premier degré : cf. les pages consacrées au CLEMI sur le site Web de chaque académie.

Clemi.fr **« Se former »**

S'INFORMER AVEC CLEMI.FR

Le site du CLEMI propose fiches pédagogiques, exemples de réalisations scolaires, bibliographies, informations juridiques et d'actualité, résultats de recherches. Il est aussi une passerelle entre les acteurs du système éducatif, les équipes académiques du CLEMI, les professionnels des médias et les réseaux d'échanges européens et internationaux. Il valorise ainsi ces partenariats.

Pour recevoir chaque mois notre newsletter : inscription sur Clemi.fr [newsletter] en bas de page.

CRÉER, ANIMER, VALORISER UN MÉDIA SCOLAIRE

UNE AIDE À LA RÉALISATION

De la conception à la réalisation, la mise en œuvre d'une production médiatique soulève des questions liées à l'approche éducative, la législation, la diffusion… Quant à l'usage de la liberté d'expression par les élèves, il requiert un apprentissage spécifique. Le CLEMI accompagne les projets, dispense des conseils en cas de difficultés et, via son réseau académique, met en relation les établissements avec d'autres équipes animant des journaux scolaires ou lycéens, des radios, des blogs, des sites, des webTV.

UNE COLLECTION VIVANTE

Le CLEMI, dépositaire pédagogique de la presse scolaire, répertorie tous les médias réalisés dans les établissements : une collection historique de plus de 70 000 journaux scolaires et lycéens, consultable dans ses locaux.

Clemi.fr **« Productions des élèves »**

L'EXPRESSION DES ÉLÈVES VALORISÉE

Le CLEMI publie chaque année « La Revue de presse des journaux scolaires et lycéens », qui reflète les regards des jeunes sur l'actualité, et « Des nouvelles des élèves », qui permet de suivre en ligne leurs productions numériques au jour le jour. Dans plusieurs académies, les concours Mediatiks sont ouverts à tous les médias scolaires et lycéens. Chaque rédaction candidate bénéficie de conseils personnalisés.

Le 20 novembre 2014, la « journée du direct » vise à développer les compétences médiatiques et numériques des élèves en les encourageant à s'exprimer en direct sur l'actualité et à publier en ligne. #jdd2014

Enfin, le concours Arte-CLEMI Reportage propose aux élèves de réaliser leur propre montage à partir des rushes d'un reportage de la chaîne européenne.

TROUVER DES RESSOURCES

SUIVRE L'ACTUALITÉ DES MÉDIAS ET SE DOCUMENTER POUR METTRE EN ŒUVRE L'EMI

Le centre de ressources du CLEMI est spécialisé dans l'éducation aux médias et à l'information. Il diffuse en ligne une offre documentaire variée : une revue de presse numérique quotidienne, *Infodoc.presse*, dont on peut suivre les mises à jour via la plateforme Scoop.it ou sur le fil Twitter @ InfodocClemi, une lecture des programmes sous l'angle de l'éducation aux médias et à l'information, le bulletin mensuel *Infodoc*. La base documentaire, consultable à distance, regroupe les références de tous les articles de presse, pages Web, ouvrages, travaux universitaires, rapports et études, repérés par les documentalistes. Le centre de ressources du CLEMI offre par ailleurs un espace d'accueil accessible sur rendez-vous pour la consultation de son fonds à Paris (75015).

UNE ACTIVITÉ ÉDITORIALE

Auteur, concepteur et producteur, le CLEMI publie ouvrages, brochures, et outils pédagogiques, réalisés sur différents supports (imprimés, vidéos, DVD et en ligne), afin de susciter et à accompagner la mise en place d'activités dans les classes. Ces publications offrent aux enseignants, formateurs et étudiants des ressources sur les approches théoriques et les pratiques actuelles de l'éducation aux médias et à l'information.

Clemi.fr **« Se documenter »**

TRAVAILLER AU PLAN INTERNATIONAL

Le travail du CLEMI s'inscrit dans une perspective européenne et, au-delà, internationale. Ses objectifs : faire avancer la problématique de l'éducation aux médias au plan international et mettre en réseau les différentes structures existantes.

Le CLEMI collecte informations et ressources afin d'engager des travaux communs et de proposer des échanges. Il coordonne des études ou des recherches internationales (Internet et les jeunes, Mediappro), organise des séminaires, des colloques en relation avec l'Unesco, la Commission européenne et le Conseil de l'Europe. Il conçoit et met en œuvre des actions de formation destinées à des publics internationaux. Dans le cadre de la Commission européenne, le CLEMI est partenaire ou coordonne de nombreux programmes d'éducation aux médias (Educaunet, Euromeduc, EMECE, SHARP…).

SOUTENIR LA RECHERCHE UNIVERSITAIRE

LE CLEMI travaille avec des chercheurs dans le cadre universitaire et participe à des projets de recherche nationaux et internationaux, souvent en relation avec la Commission européenne et l'Unesco (EMEDUS…). Il se place à la croisée des sciences de l'information et de la communication et des sciences de l'éducation. Il favorise la circulation des savoirs en lien avec les pratiques et usages pédagogiques. Il organise des colloques et participe à des publications en partenariat avec des équipes de recherche tout en appuyant les jeunes chercheurs.

Clemi.fr **« International et recherche »**

LE CONSEIL D'ORIENTATION ET DE PERFECTIONNEMENT

Instance de réflexion et de proposition, le COP accompagne les actions du CLEMI. Réuni deux fois par an, il est composé de soixante-trois personnalités réparties en trois collèges : les pouvoirs publics, les acteurs et usagers du système éducatif et les professionnels de l'information et de la communication. Il est présidé par Didier Mathus.

AGIR
POUR VOUS
ACCOMPAGNER
AU QUOTIDIEN

Nouveaux enseignants, cette brochure vous est particulièrement destinée. Elle vous propose des pistes pédagogiques, des idées d'activités en éducation aux médias et à l'information qui font toujours le lien avec les programmes et les dispositifs en vigueur. Alors, lancez-vous !
Le CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information) vous accompagne dans vos initiatives.
Il existe dans chaque académie une équipe du CLEMI qui peut vous conseiller et vous accompagner dans la mise en œuvre des activités d'éducation aux médias avec vos élèves.
Vous en trouverez les adresses sur le site www.clemi.fr

CLEMI
391 bis, rue de Vaugirard, 75015 Paris
Tél. : 01 53 68 71 00 - Fax : 01 42 50 16 82
www.clemi.fr

Cette publication a été réalisée grâce au soutien de la GMF, qui accompagne les enseignants dans leur démarche éducative en leur fournissant des outils utiles à la transmission des savoirs. Innovation, engagement, solidarité sont les valeurs qui animent la GMF, assureur de référence des personnels de l'enseignement et partenaire du CLEMI depuis 2006.

CANOPÉ ÉDITIONS
AGIR

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

CLEMI

ISSN 2425-9861
ISBN 978-2-240-03727-5
Exemplaire gratuit