

MÉDIAS &
INFORMATION,
ON APPREND!

ÉDITION
2016-2017



CANOPÉ
ÉDITIONS

AGIR

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, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, 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 ;
- accompagner la parole des élèves dans le cadre scolaire, pour les former à la responsabilité et à l'exercice de la liberté d'expression.

Dans chaque académie une équipe du CLEMI peut conseiller les enseignants et les personnels d'éducation et les accompagner dans la mise en œuvre d'activités d'éducation aux médias avec les élèves. Voir leur adresse en page 3 de couverture ou sur le site clemi.fr.

Directeur de publication

Jean-Marc Merriaux, directeur général
du Réseau CANOPÉ/CLEMI

Directeur délégué, CLEMI

Franck Chaumont

Direction scientifique et pédagogique du CLEMI

Isabelle Féroc-Dumez

Coordination pédagogique

Carole Helpiquet

Coordination éditoriale

Catherine Douçot

Ont contribué à ce numéro :

Koffi Ahiaku-Sadia, Nathalie Barbery, Jean-Paul Delbrayelle, Véronique Dijeu, Christophe Dupuis, Rose-Marie Farinella, Isabelle Féroc-Dumez, Carole Helpiquet, Mathieu Jeandron, Anne Lechaudel, Isabelle Martin, Alexandra Maurer, Christophe Pacaud, Francine Périer, Karen Prévost-Sorbe, Michel Reverchon-Billot, Elsie Russier, Virginie Sassoon, Renaud Taillard, Bénédicte Van Poppel, Didier Vin-Datiche, et l'ensemble de l'équipe du CLEMI.

Conception graphique

DES SIGNES studio Muchir et Desclouds

Mise en pages

Jean-Jacques Desuraune

Photos

Couverture : Les élèves de l'école Decamps (Paris 16^e) participent au lancement de la 27^e Semaine de la presse à la BNF. © J.Cherifi /CLEMI

p. 4, 21 : Réalisation d'une Une. Classe maternelle de l'école Constantin Pecqueur (Paris 18^e). © CLEMI

p. 44 : Les élèves du collège Guy Flavien (Paris 12^e) découvrent la rédaction de BFM TV. © J.Cherifi /CLEMI

Édito

DE MADAME NAJAT VALLAUD-BELKACEM

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



Devant les troubles de notre époque, chacun cherche des réponses et des informations, notamment auprès des médias. Mais, parallèlement, les Français sont nombreux à s'interroger sur le crédit à accorder aux nouvelles provenant des instances médiatiques. À la quête de sens s'ajoute une crise de confiance. Dans ce contexte, les théories complotistes et conspirationnistes connaissent une audience grandissante, notamment sur Internet. L'attrait pour ces théories et la défiance envers les médias, qui se développent parmi les plus jeunes, exigent une réponse claire. Il était urgent d'aborder à l'École la question du fonctionnement et des dysfonctionnements des réseaux d'information, de démocratiser l'accès à l'actualité et de développer une capacité critique de compréhension des discours et des images.

Voilà tout l'enjeu de l'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI). Elle est l'un des piliers, avec l'Enseignement Moral et Civique (EMC), du Parcours Citoyen, et s'appuie sur la création de médias scolaires. Par la pratique et l'engagement qu'elle engendre, nos élèves apprennent à s'exprimer et à publier au sein d'espaces de paroles responsables. L'ÉMI permet aux jeunes d'être capables d'appréhender les nouvelles du monde, alimente leur réflexion sur celui-ci et sur leur rôle de citoyen dans un monde globalisé. La liberté d'expression aussi, cela s'apprend : l'École est un des lieux privilégiés de cet apprentissage.

L'enjeu est immense. Il nécessite une mobilisation collective. Le CLEMI, service du réseau CANOPÉ, fort de son expertise historique en éducation aux médias et des partenariats engagés depuis plus de 30 ans avec les médias, offre à la fois un soutien à la formation des enseignants grâce aux actions portées sur tout le territoire par son réseau de formateurs, et à la production de ressources pédagogiques dédiées, comme cette brochure *Médias et information, on apprend!* éditée chaque année depuis 10 ans, qui demeure un outil essentiel pour vous faire découvrir et développer des activités et des projets en ÉMI dans vos classes et vos établissements. Le COP, comité d'orientation et de perfectionnement du CLEMI, a aussi rédigé une nouvelle feuille de route pour accompagner tous ces enjeux dans les prochaines années. C'est un outil essentiel pour guider l'action ministérielle.

Guider, accompagner, tel est le sens de cette brochure. Elle vous apporte, sur ce sujet complexe, les pistes nécessaires pour aborder l'ÉMI. Par les connaissances, les savoirs, et les pratiques que vous transmettez à nos élèves, vous leur permettez de ne pas être des spectateurs passifs, mais des acteurs. C'est, pour eux, pour l'ensemble de notre société, un travail essentiel que vous menez. L'École de la République prépare les élèves au monde d'aujourd'hui : mais elle leur donne aussi les outils pour façonner celui de demain. Et elle le fait grâce à vous.

NAJAT VALLAUD-BELKACEM

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

Édito

DE JEAN-MARC MERRIAUX ET ISABELLE FÉROC-DUMEZ

Réseau CANOPÉ / CLEMI

Dans le cadre de cette brochure, que l'équipe du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI) a repensée en profondeur, il nous semble important de rappeler les enjeux de l'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) et l'ambition qui est la nôtre : renforcer la formation initiale et continue des enseignants sur cette question. Tel est l'objectif de cet outil au service de tous les enseignants, des cadres de l'Éducation nationale, des enseignants stagiaires, des éducateurs et animateurs.

Une feuille de route portant la stratégie pour les prochaines années du CLEMI (service du réseau CANOPÉ et opérateur du ministère de l'Éducation nationale) a été élaborée afin d'explicitier les principales orientations des actions dans le cadre de la refondation de l'École. Cette feuille de route rappelle le cadre réglementaire et mentionne en particulier la loi de la « Refondation de l'École de la République » qui a inscrit dans ses textes l'Éducation aux Médias et à l'Information – dimension essentielle de la formation citoyenne – au même rang que les apprentissages fondamentaux.

De fait, aujourd'hui, les articles L.111-2 et L.131-1-1 du Code de l'éducation sont désormais modifiés et déclarent que tout enfant a droit à une formation scolaire qui intègre une pratique raisonnée des outils d'information, de communication et l'exercice de sa citoyenneté dans une société de l'information et de la communication.

L'article L.321-3, concernant le contenu des enseignements en primaire, indique que l'esprit critique est un instrument fondamental de la connaissance et qu'un accent doit être mis sur la compréhension et l'usage autonome et responsable des médias. L'article L.332-5 montre qu'au collège il s'agit d'aborder la question des médias numériques à la fois sous l'angle de la technologie et des enjeux sociétaux qui en découlent mais aussi de développer chez les élèves la conscience d'un lien étroit entre technologie, savoirs et société, qui constitue la base d'une Éducation aux Médias et à l'Information.

L'Éducation aux Médias et à l'Information, se déclinant à travers une pédagogie et des projets dédiés, contribue aux missions que la Nation confie à son École et participe activement aux grandes évolutions actuelles du système éducatif. Le CLEMI, service du réseau CANOPÉ, est là pour apporter toute son expertise, son savoir-faire, avec l'ensemble des partenaires, dans un esprit collectif et collaboratif, pour permettre à l'éducation aux médias et à l'information d'être au cœur des enjeux éducatifs du XXI^e siècle.

Pour l'année scolaire 2016-2017, l'Éducation aux Médias et à l'Information doit accompagner la « Grande mobilisation de l'École pour les valeurs de la République », elle doit aussi participer à l'éducation au et par le numérique et est totalement intégrée à la réforme du collège. Ces thématiques marqueront pleinement les enjeux de la rentrée scolaire de 2016.

Cette brochure vous propose des pistes pédagogiques pour vous accompagner dans l'exercice de votre métier et vous aider à répondre aux enjeux actuels de l'ÉMI à l'École.

JEAN-MARC MERRIAUX

Directeur général du réseau CANOPÉ / CLEMI

ISABELLE FÉROC-DUMEZ

Directrice scientifique et pédagogique du CLEMI – Service du réseau CANOPÉ

L'Éducation aux Médias et à l'Information : un enjeu prioritaire à partager !

Les faits tragiques de l'année 2015 nous ont rappelé l'urgente nécessité de la formation des élèves dans la société de l'information.

Si ces événements ont accru l'importance accordée aux médias, il n'empêche que l'ÉMI ne se réduit pas à l'éducation aux médias : il est donc nécessaire de préciser d'emblée la place et le rôle de ces apprentissages dans le parcours scolaire des élèves. L'UNESCO (déclaration de Moscou 2012*) insiste clairement sur la complémentarité de ces deux entrées dans la construction du citoyen et dans la conquête de son autonomie de penser et d'agir. Les séminaires « Cultures numériques, Éducation aux Médias et à l'Information », tenus à Lyon en mai 2013 et en août 2014 dans le cadre de l'IFLA, ont permis de préciser ce concept.

Sauf à considérer que tout est média, il y a bien deux champs de compétences spécifiques pour ces apprentissages indissociables, l'un visant la construction intellectuelle de l'élève (rapport IGEN/IGB 2009, *L'accès et la formation à la documentation du lycée à l'université : un enjeu pour la réussite des études supérieures*), l'autre, la construction d'une citoyenneté éclairée, émancipatrice et responsable. Cependant, ces deux approches ont une seule et même visée : l'acquisition d'une culture du doute fécond et du discernement salvateur.

Si l'enjeu est de construire chez les élèves une réelle culture de l'information (qui inclut les questions de sa compréhension et de sa fabrication), il ne peut y avoir de guerre de territoires, de chasses gardées. Au sein de l'École, il ne peut s'agir que d'une responsabilité partagée, que chaque discipline, chaque spécialité, chaque dispositif, chaque espace de vie scolaire vient garantir. Mais cette responsabilité s'étend au-delà de l'École par l'implication des parents, des associations complémentaires de l'École, des partenaires que sont les organismes de presse et les professionnels des bibliothèques.

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

Cette cohérence est à réaliser d'abord entre le monde de l'École et celui de la lecture publique. Elle doit pouvoir se traduire par des politiques éducatives territoriales concertées autour de l'accès aux ressources et à l'information entre lieux d'apprentissages et lieux de médiation. Elle est aussi à réaliser entre l'École et les structures d'accueil des élèves en dehors du temps scolaire pour permettre une meilleure articulation entre lieux de construction des compétences et lieux de leur mise en œuvre.

Il est certes question de responsabilité partagée, pour autant dispose-t-on – à l'école – d'une expertise partagée ? À l'heure où les élèves ont un accès illimité à l'information (sans toujours disposer des outils intellectuels permettant d'en repérer, la qualité, la pertinence, la fiabilité), aucune discipline n'échappe à la remise en question de ses contenus, pourtant stabilisés et scientifiquement validés. L'Éducation à l'Information et aux Médias, par les savoirs, méthodes et démarches qu'elle propose permet la confrontation fructueuse entre les savoirs enseignés et les informations, parfois erratiques, dont disposent les élèves. Aussi chaque enseignant, au sein de sa discipline, doit pouvoir contribuer à cette confrontation et, pour ce faire, mobiliser des expertises.

L'École française a la chance de bénéficier des compétences des professeurs documentalistes dans ce domaine, leur spécialisation en sciences de l'information et de la communication en fait :

- des intervenants privilégiés auprès des élèves pour leur formation, notamment la construction des compétences du socle,
- les partenaires incontournables des professeurs de discipline et des personnels d'éducation pour la mise en place de séquences intégrant l'Éducation à l'Information et aux Médias,
- les interlocuteurs de référence du chef d'établissement pour en concevoir la programmation et la mise en œuvre notamment au cours du cycle 4,
- les acteurs essentiels de l'articulation entre l'établissement et son environnement pour la promotion des partenariats sur cette question particulière.

Le domaine de l'Éducation aux Médias et à l'Information (ou celui de l'ÉMI pour reprendre la formulation officielle), doit impliquer tous les membres de la communauté éducative, dans leur ensemble. Et, si le développement de l'esprit critique peut être considéré comme le système immunitaire du cerveau (l'esprit critique, système immunitaire du cerveau - François Taddei - RNE 2016), alors c'est la stimulation de nos défenses immunitaires que l'ÉMI doit viser !

* http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/In_Focus/Moscow_Declaration_on_MIL_eng.pdf

MICHEL REVERCHON-BILLOT

Inspecteur Général de l'Éducation Nationale – Groupe établissements et vie scolaire

DIDIER VIN-DATICHE

Inspecteur Général de l'Éducation Nationale – Doyen du groupe établissements et vie scolaire

Présidents des jurys des CAPES Documentation

Guide d'usage

Vous venez de recevoir l'édition 2016 de la brochure *Médias & Information, on apprend!*, que depuis 10 ans le CLEMI-CANOPÉ et la GMF éditent conjointement à votre intention. En cette rentrée c'est une édition aux contenus pédagogiques renouvelés en profondeur que nous avons le plaisir de vous proposer.

DES CONTENUS CONFORMES AUX NOUVEAUX PROGRAMMES

Conformément aux nouveaux programmes et au Socle commun de connaissances, de compétences et de culture, les pistes pédagogiques pour le Premier degré et le Second degré ont en effet été actualisées. Le traditionnel dossier central vous ouvre, quant à lui, de nouveaux horizons d'actions en ÉMI en vous permettant de :

- redécouvrir les dispositifs d'action pédagogiques mis en œuvre par le CLEMI et ses partenaires, grâce à des témoignages d'enseignants du 1^{er} et du 2nd degré qui les ont expérimentés dans leurs classes ;
- mettre en œuvre des actions ÉMI auprès des publics spécifiques ;
- s'approprier quelques canevas d'activités en ÉMI réalisables au collège dans le cadre d'Enseignements Pratiques Interdisciplinaires (EPI) et déclinés en thématiques.

LES NOTIONS CLÉS

Vous retrouverez aussi dans la brochure des pages dédiées aux ressources institutionnelles (entrées dans les programmes), juridiques (droits et devoirs), statistiques [pratiques médiatiques des Français], pédagogiques et scientifiques.

L'ANNUAIRE DE VOS RÉFÉRENTS ACADÉMIQUES*

Enfin, vous disposerez de l'annuaire des coordonnateurs académiques qui s'engagent à vous accompagner dans vos actions de formations sur tout le territoire.

DE NOMBREUSES EXTENSIONS MULTIMÉDIAS À TÉLÉCHARGER

De nombreuses ressources audiovisuelles vous sont également proposées en ligne sur le site du clemi.fr et « augmentent » les contenus papier. Vous pourrez les consulter directement sur vos Smartphones ou vos tablettes grâce au QR code qui signale leur présence au fil des pages.



^[*] Voir page 3 de couverture.

Sommaire

1	ÉDITO DE MADAME NAJAT VALLAUD-BELKACEM Ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche		
2	ÉDITO DE JEAN-MARC MERRIAUX ET ISABELLE FÉROC-DUMEZ		
3	L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION : UN ENJEU PRIORITAIRE À PARTAGER !		
4	GUIDE D'USAGE		
5	SOMMAIRE		
6	DE L' ÉAM À L'ÉMI : MISE EN PERSPECTIVE HISTORIQUE ET PROSPECTIVE		
7	UN POINT SUR L'ÉMI À L'ÉCOLE EN FRANCE		
8	SOCLE COMMUN ET MÉDIAS SCOLAIRES : LES TEXTES		
	PISTES PÉDAGOGIQUES DU 1^{er} DEGRÉ		
11	Feuilleter la presse		
12	Écrire pour informer		
13	Observer la Une et la page d'accueil d'un journal		
14	Rechercher une information sur Internet		
15	Décoder les images dans les médias		
16	Décoder la représentation des filles et des garçons dans les médias		
17	Devenir lecteur d'images en regardant la télévision		
18	Exercer son esprit critique face à la pub		
19	DISPOSITIFS ÉMI DU CLEMI		
20	Faire participer sa classe à la SPME		
22	Faire participer sa classe à la Journée Du Direct		
23	Faire participer sa classe au concours Médiatiks		
24	Faire participer sa classe au Wikiconcours		
	DOSSIERS THÉMATIQUES		
25	Info, intox sur le web, comment faire la différence dès le primaire?		
26	La radio, un média au service de la pédagogie		
27	Tweeter en ULIS		
	CANEVAS EPI		
28	Vulgarisation scientifique : de l'expérience à l'article		
29	Médias, pluralisme et démocratie		
30	Interpréter et comprendre les sondages dans les médias		
31	Médias étrangers : histoire, économie et langage		
32	LES PROFESSEURS- DOCUMENTALISTES, « MAÎTRES D'ŒUVRE DE L'ÉMI »		
	PISTES PÉDAGOGIQUES DU 2nd DEGRÉ		
33	S'informer : du média au transmédia		
34	Vérifier les sources		
35	Apprendre à débattre en classe		
36	S'informer, d'un écran à l'autre		
37	Exploiter des données en classe		
38	Décrypter la pub dans les médias		
39	Construire une veille d'actualité		
40	Intégrer les réseaux sociaux numériques dans la classe		
41	L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS : UNE NÉCESSITÉ À L'HEURE DU NUMÉRIQUE OMNIPRÉSENT		
42	TEXTES, IMAGES ET SONS POUR LA CLASSE : DES DROITS ET DES DEVOIRS		
44	L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION DANS LA VIE DE L'ÉTABLISSEMENT		
45	LES FRANÇAIS ET LES MÉDIAS		
47	RESSOURCES		
48	ÊTRE COORDONNATRICE CLEMI		

De l'ÉAM à l'ÉMI : mise en perspective historique et prospective

D'OÙ VIENT L'ÉMI ?

En France, en 1976, le ministre de l'Éducation nationale René Haby préconise « d'adjoindre à l'utilisation des instruments pédagogiques traditionnels celle de la presse, qu'elle se présente sous forme écrite ou qu'elle utilise les moyens audiovisuels » ; il souligne « l'intérêt que présente l'usage pédagogique de la presse dans les différentes disciplines ». BO n° 38, 21/10/1976

En 1979, l'UNESCO propose de qualifier d'Éducation Aux Médias (ÉAM) : « toutes les manières d'étudier, d'apprendre et d'enseigner à tous les niveaux [...] et en toutes circonstances l'histoire, la création, l'utilisation et l'évaluation des médias en tant qu'arts pratiques et techniques, ainsi que la place qu'occupent les médias dans la société, leur impact social, les implications de la communication médiatisée, la participation, la modification du mode de perception qu'ils engendrent, le rôle du travail créateur et l'accès aux médias ». UNESCO (1984)

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

« Toute démarche visant à permettre à l'élève de connaître, de lire, de comprendre et d'apprécier les représentations et les messages issus de différents types de médias auxquels il est quotidiennement confronté, de s'y orienter et d'utiliser de manière pertinente, critique et réfléchie ces grands supports de diffusion et les contenus qu'ils véhiculent ». Rapport IGEN/IGAENR n° 2007-083

L'ÉMI : SAVOIRS ET COMPÉTENCES ?

Au regard des évolutions technologiques et sociales du début XXI^{ème} siècle, qui transforment les moyens d'information, l'Éducation Aux Médias est intégrée à une plus large Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI), qui permet d'introduire dans le champ médiatique l'information, au-delà de sa dimension « actualité » (News via les dispositifs de presse) telle qu'elle était conçue dans l'Éducation Aux Médias. L'information doit s'appréhender à d'autres niveaux : tel que celui des connaissances liées au « document » en relation avec le savoir (*knowledge*), et celui de la donnée (*data*) ou trace numérique. Une information qui se voit donc « augmentée » par le document et le numérique et qui exige de la part des citoyens - et futurs citoyens que sont les élèves - des usages raisonnés, maîtrisés et autonomes. Les élèves doivent acquérir et mettre en œuvre une compétence médiatique, et désormais transmédiatique (plusieurs médias), à la fois lorsqu'ils reçoivent l'information et lorsqu'ils la produisent et la diffusent. Cette compétence transversale majeure traverse la vie scolaire et personnelle des élèves et se nourrit de

différentes « littératies » : médiatique, technologique [numérique, par exemple], informationnelle, culturelle et sociale. Éduquer aux médias, c'est développer des compétences opératoires d'organisation de l'information-document [savoir chercher, trier, évaluer et classer], de création et de traitement des données numériques, et plus que jamais aiguïser l'esprit critique des élèves.

« L'Éducation aux Médias et à l'Information (ÉMI) traite du rôle et de la fonction des médias et des autres diffuseurs d'information (comme l'Internet, les bibliothèques et les archives) dans nos vies personnelles et dans les sociétés démocratiques. Elle promeut les droits des individus à communiquer et à s'exprimer, et à rechercher, recevoir et diffuser des informations et des idées. Elle encourage l'évaluation des médias et des autres diffuseurs d'information en interrogeant leurs modes de production, les messages qu'ils diffusent et le public qu'ils ciblent. » UNESCO (2012)

L'École reste le lieu privilégié pour réussir la construction des connaissances et des compétences de pensée critique au fondement de l'ÉMI, dans un continuum pédagogique de la maternelle au lycée. L'enjeu majeur est d'ancrer l'ÉMI dans la formation initiale et continue des enseignants, en lien avec d'autres partenaires institutionnels et associatifs. En effet, dans une société en mouvement, l'ÉMI apparaît comme un champ de pratiques professionnelles plurielles et distribuées, de savoir-faire formels et informels, qu'il reste à construire et à élever, à la croisée des mondes de l'École, des médias, de la culture et de la famille.

LE CLEMI : UN ACTEUR INSTITUTIONNEL EN MOUVEMENT

Le CLEMI, fondé en 1983, service du Réseau CANOPÉ opérateur du Ministère de l'Éducation nationale, est l'acteur institutionnel clé de l'ÉMI en France. Son ancrage historique lui a permis de développer des partenariats solides, une expertise dans tous les domaines médiatiques (presse papier, radio, télévision, Internet), et une compétence pointue de conseil à la création et au soutien des médias scolaires, au service de l'expression des élèves. La Semaine de la presse et des médias dans l'école, son opération phare depuis plus d'un quart de siècle, traduit son engagement citoyen auquel s'ajoutent d'autres dispositifs CLEMI plus récents tels que La Journée Du Direct, le Wikiconcours, le concours Arte-Reportage ou encore le concours des médias scolaires et lycéens Médiatiks qui mettent en lumière la production médiatique des élèves, avec l'enjeu de la publication responsable à l'heure des réseaux sociaux.

Le CLEMI national et le maillage territorial du réseau académique assurent des réponses adaptées aux demandes de formation et aux besoins d'accompagnement pédagogique des enseignants, de 1^{er} et 2nd degrés, quelles que soient les disciplines. [Cf. bilan annuel de la formation CLEMI]

Quelques repères...

Les textes internationaux fondateurs de l'Éducation aux médias : Déclaration de Grünwald (1982) - Déclaration de Prague (2003) - Proclamation d'Alexandrie (2005) - Agenda de Paris (12 recommandations pour l'ÉAM - 2007) - Recommandations de la Commission des Communautés européennes du 20 août 2009.

Éducation aux médias : modes et permanences par Jacques Gonnet (1997) : http://www.clemi.org/fichier/plug_download/25354/download_fichier_fr_j.gonnet.pdf

Un point sur l'ÉMI à l'École en France

Diverses occurrences dans la Loi d'Orientation et de programmation pour la Refondation de l'École (du 8 juillet 2013), dans le Socle commun de connaissances, de compétences et de culture (SCCC), dans les nouveaux programmes et la Réforme des collèges (rentrée 2016) rappellent que toutes les disciplines sont concernées par l'ÉMI qui doit permettre aux élèves :

- d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication,
- de comprendre et d'utiliser les médias de façon autonome,
- de produire et de diffuser des contenus.

Le Socle (SCCC) définit pour la première fois les compétences directement liées à l'ÉMI et contribue à la définition d'un programme de cette éducation. Dans le cadre de l'instauration d'un parcours citoyen, le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche a demandé au Conseil supérieur des programmes de renforcer les contenus de l'éducation aux médias et à l'information dans les programmes de l'école élémentaire et du collège. Par exemple, la pratique de l'argumentation et du débat dans les classes sera développée dès l'école élémentaire.

ONZE MESURES POUR UNE GRANDE MOBILISATION DE L'ÉCOLE POUR LES VALEURS DE LA RÉPUBLIQUE

Créer un nouveau parcours éducatif de l'école élémentaire à la terminale : « le parcours citoyen » [mesure 3]

« Le parcours sera construit autour : [...] d'une éducation aux médias et à l'information prenant pleinement en compte les enjeux du numérique et de ses usages. Indissociable de la transmission d'une culture de la presse et de la liberté d'expression, l'éducation aux médias et à l'information est un enseignement intégré de manière transversale dans les différentes disciplines. Il 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.

Le ministère veillera à ce 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. Dans l'enseignement agricole, cette éducation aux médias et à l'information sera

renforcée dans le cadre de l'éducation socioculturelle. Le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI) restera pleinement engagé sur ces enjeux pour le ministère. »

CONVENTION SUR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Éducation artistique et culturelle, éducation aux médias et à l'information.

Une feuille de route conjointe du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et du ministère de la Culture et de la Communication a été présentée le 11 février 2015.

http://www.education.gouv.fr/cid86202/education-artistique-et-culturelle-education-aux-medias-et-a-l-information.html#L_education_aux_medias_et_a_l_information

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

« Les récents événements ont montré l'impératif pour chaque jeune de maîtriser la lecture, le décodage de l'information et de l'image, dans les médias, sur Internet et les réseaux sociaux ; il s'agit d'apprendre à rechercher des sources fiables, à aiguiser son esprit critique et à se forger une opinion, compétences essentielles pour exercer une citoyenneté éclairée et responsable en démocratie.

Dans le cadre de l'instauration d'un parcours citoyen, le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche a demandé au Conseil supérieur des programmes de renforcer les contenus de l'éducation aux médias et à l'information dans les programmes de l'école élémentaire et du collège.

La pratique de l'argumentation et du débat dans les classes sera développée dès l'école élémentaire. »

DES MOYENS DÉDIÉS À LA CRÉATION DE MÉDIAS COLLÉGIENS ET LYCÉENS

« Parce que l'éducation aux médias passe aussi par la mobilisation des élèves eux-mêmes, le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche veillera à ce qu'au sein de chaque collège et chaque lycée, soit créé un média (journal, radio, plateforme collaborative). Les moyens dédiés seront renforcés. »

Socle commun et médias scolaires : les textes*

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

Propositions de mise en activité ÉMI

DOMAINE 1 Les langages pour penser et communiquer

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

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

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

Préparer une interview (écrit)

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

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

DOMAINE 2 Les méthodes et outils pour apprendre

Organisation du travail personnel

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

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

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

Coopération et réalisation de projets

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

Il apprend à gérer un projet, qu'il soit individuel ou collectif. Il en planifie les tâches, en fixe les étapes et évalue l'atteinte des objectifs.

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

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

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

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

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

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

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

Choisir ou créer des iconographies illustratives ou informatives.

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

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

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

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

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

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

Propositions de mise en activité ÉMI

Outils numériques pour échanger et communiquer

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

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

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

Apprendre à publier en ligne.
Connaître le cadre légal.
Appréhender le transmédia.

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

DOMAINE 3 La formation de la personne et du citoyen

Expression de la sensibilité et des opinions, respect des autres

L'élève apprend à résoudre les conflits sans agressivité, à éviter le recours à la violence grâce à sa maîtrise de moyens d'expression, de communication et d'argumentation. Il respecte les opinions et la liberté d'autrui, identifie et rejette toute forme d'intimidation ou d'emprise.

Écouter et débattre, savoir argumenter.
Utiliser un vocabulaire approprié.

La règle et le droit

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

Connaître les grandes lois et leurs processus d'élaboration.
Liberté d'expression, Liberté de la presse.
Respect du droit d'auteur, du droit à l'image et de la charte des journalistes jeunes.

Réflexion et discernement

L'élève vérifie la validité d'une information et distingue ce qui est objectif et ce qui est subjectif. Il apprend à justifier ses choix et à confronter ses propres jugements avec ceux des autres. Il sait remettre en cause ses jugements initiaux après un débat argumenté, il distingue son intérêt particulier de l'intérêt général. Il met en application et respecte les grands principes républicains.

Créer un contenu médiatique à partir de recherches documentaires : savoir chercher, savoir vérifier, savoir organiser, savoir publier.
Apprendre à recouper les sources et à s'assurer de leur fiabilité.
Participer aux conférences de rédaction : discussion argumentée à propos des choix, de la hiérarchie et du traitement des sujets.

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

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

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

S'engager dans un média scolaire : partager, échanger, communiquer.
Agir au service d'un engagement citoyen.
Participer activement à un climat scolaire bienveillant.

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

Propositions de mise en activité ÉMI

DOMAINE 4 Les systèmes naturels et les systèmes techniques

Démarches scientifiques

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

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

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

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

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

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

L'espace et le temps

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

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

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

Composer un corpus de vocabulaire pertinent.

L'élève se repère dans l'espace à différentes échelles, il comprend les grands espaces physiques et humains et les principales caractéristiques géographiques de la Terre, du continent européen et du territoire national : organisation et localisations, ensembles régionaux, outre-mer. Il sait situer un lieu ou un ensemble géographique en utilisant des cartes, en les comparant et en produisant lui-même des représentations graphiques.

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

Organisations et représentations du monde

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

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

Invention, élaboration, production

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

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

DES DISPOSITIFS CLEMI POUR PROLONGER LES ACTIVITÉS ÉMI

Ces dispositifs (voir page 19) sont tous inscrits aux actions éducatives du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Ils valorisent la prise d'initiatives, la créativité, l'engagement et l'entrée concrète dans une activité médiatique, seul ou en groupe. Par ces activités de production médiatique dans le cadre scolaire, les élèves, accompagnés de leurs enseignants, apprennent en faisant (*learning by doing*). Ils rencontrent tous les enjeux liés au numérique notamment et exercent diverses compétences essentielles telles que : savoir chercher, savoir vérifier, savoir publier.

FEUILLETER LA PRESSE

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

CYCLE 1

MANIPULER L'OBJET JOURNAL ET EN RECONNAÎTRE QUELQUES ÉCRITS

Proposer des jeux sensoriels : à partir du toucher (reconnaître papier journal et papier glacé), de l'odorat (l'encre du magazine), 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 les programmes de télévision, la météo, les jeux, les nouvelles... à partir de différentes images (photos, dessins, cartes, publicités) : repérer dans les écrits les lettres qui se ressemblent, celles qui sont de même taille, le titre, la date de parution...

CYCLE 2

RENTRE 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...

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 dans le journal 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.

Qui? Quoi? Quand? Où? Pourquoi? Comment?

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

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

Troisième domaine d'apprentissage^[1]

Caractériser les différentes images et leurs fonctions.

CYCLE 2

Français^[2]

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

Questionner le monde

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

Arts plastiques

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

CYCLE 3

Français^[2]

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

Arts plastiques^[2]

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

Sciences et technologie^[2]

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

Enseignement moral et civique^[3]

Éducation aux médias, dont la participation à la Semaine de la presse et des médias (CLEMI)

Source :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

[3] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

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.

Panorama de la presse d'actualité jeunesse (CLEMI Versailles) <http://www.education-aux-medias.ac-versailles.fr/panorama-de-la-presse-d-actualite-jeunesse>

ÉCRIRE POUR INFORMER*

Écrire sur un réseau social, dans une encyclopédie ou un journal papier...
À chaque niveau de l'école primaire il est possible de faire écrire un texte informatif par des élèves, en respectant des codes précis.

CYCLE 1

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

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

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

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

APPRENDRE À TWEETER

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

CYCLE 2

RÉDIGER UN TEXTE POUR INFORMER : LA NOTION DE MESSAGE ESSENTIEL

À la suite de la découverte des journaux imprimés, au moment de la création d'un journal d'école ou lors de la rédaction de tweets, proposer aux élèves de rédiger en groupe (de 2 à 4) de courts articles qui informent sur des événements proches d'eux (travaux réalisés en classe, visite, événement de la classe, de l'école). Il serait important que chaque article soit accompagné d'une photo apportant des informations qui seront utiles lors de la phase de rédaction.

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

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

CYCLE 3

DÉCLINER UNE MÊME INFORMATION SUR DIFFÉRENTS SUPPORTS

Au cours du cycle 3, on peut amener les élèves à bâtir des activités de classes qui vont permettre de produire de l'information en fonction du support utilisé et des destinataires auxquels les informations sont destinées.

En utilisant le réseau social Twitter (on aura au préalable créé pour la classe un compte), comparer des tweets de l'AFP, de quotidiens régionaux ou nationaux à propos de la même information. Utiliser dans le travail de comparaison la règle des 5 W (Qui? Quoi? Quand? Où? Pourquoi?).

Les élèves produisent ensuite un tweet de 140 caractères décrivant un événement de l'école, en appliquant les règles journalistiques étudiées précédemment.

Mettre en place un projet d'écriture collaborative sur Wikipédia (on aura au préalable créé pour la classe un compte) permettant d'aborder les notions essentielles à la recherche documentaire, notamment sur Internet, à l'écriture collaborative et au développement de l'esprit critique. Contribuer par exemple à l'enrichissement de l'article de Wikipédia sur sa commune.

* Voir aussi : *Médias et information, on apprend!*, édition 2015-2016, « dossier Créer, publier », p. 18-19 : <http://www.cleml.org/fr/tv/creer-publier/>

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



TWITTER À L'ÉCOLE DE ROMSÉE

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

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

CYCLE 2⁽²⁾

Français

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

Questionner le monde

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

CYCLE 3

Français

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

Sciences et technologie

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

Source :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Acou-Bouaziz [Katrin], Acou [Alexandre], *Internet à l'école, lancez-vous!*, Retz, 2015

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



Les « Unes » 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 espaces éditoriaux comme des « images complexes » aux codes spécifiques.

CYCLE 1

OBSERVER DES UNES DE JOURNAUX ET METTRE EN ÉVIDENCE LEURS INVARIANTS

Mettre à la disposition des élèves plusieurs numéros du même journal pour 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.

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.

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⁾

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

Cinquième domaine d'apprentissage⁽¹⁾

Utiliser des outils numériques : tablette numérique, ordinateur...

CYCLE 2⁽²⁾

Français

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

Questionner le monde

Commencer à s'approprier un environnement numérique.

Arts plastiques

Explorer dans les médias les liens entre récit et images.

CYCLE 3

Français⁽²⁾

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

Arts plastiques⁽²⁾

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

Sciences et technologie⁽²⁾

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

Enseignement moral et civique⁽³⁾

Éducation aux médias, dont la participation à la Semaine de la presse et des médias (CLEMI).

Source :

(1) *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

(2) *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

(3) *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

RECHERCHER UNE INFORMATION SUR INTERNET

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

CYCLE 1

DÉCOUVRIR UN SUPPORT MULTIMÉDIA

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

Leur proposer de rechercher par le biais d'un moteur de recherche sur 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 hypertextes.

CYCLE 2

S'INITIER À LA RECHERCHE SUR INTERNET AVEC QWANT JUNIOR ⁽¹⁾

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

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

CYCLE 3

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

L'exercice a pour objectif de mettre en évidence la complémentarité des supports. Les élèves ont à leur disposition un quotidien régional, un quotidien national, un magazine d'information spécialisée et un accès à des sites Internet. À la suite de questions débattues dans le cadre du programme de géographie, demander aux élèves, répartis par 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 (Pertinence et fiabilité de l'information : précision, fraîcheur, identification de l'auteur, contextualisation, illustration, etc.).

⁽¹⁾ Qwant junior est un site de recherche sécurisé pour enfants.
Poussière d'étoiles est un autre moteur de recherche à destination des 8-13 ans.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1 ⁽¹⁾

Cinquième domaine d'apprentissage

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

CYCLE 2 ⁽²⁾

Questionner le monde

Pratiquer des langages

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

Modéliser des outils numériques

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

CYCLE 3 ⁽³⁾

EMC

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

Source :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

[3] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

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

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

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

DÉCODER LES 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 pourtant des outils de lecture pour en permettre une utilisation réfléchie.

CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

Constituer deux corpus d'images : l'un trouvé dans la presse (journaux, magazines, hebdomadaires de télévision...) et le second constitué d'images apportées par les enfants. Demander aux élèves 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.

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). 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. Il s'agira de photographies d'actualités, d'images publicitaires, de 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.

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...)?

* Voir aussi : *Médias et information, on apprend !*, édition 2015-2016, « dossier Créer, publier », p. 18-19 : <http://www.cleml.org/fr/tv/creer-publier/>



ÉCRIRE UN
WEBDOCUMENTAIRE
EN CM2.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

Troisième domaine d'apprentissage

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

CYCLE 2⁽²⁾

Développer l'esprit critique

Français

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

Arts plastiques

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

CYCLE 3⁽²⁾

Français

- Observer et analyser des documents iconographiques.

Histoire et géographie

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

Arts plastiques

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

Source :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

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

DÉCODER LA REPRÉSENTATION DES FILLES ET DES GARÇONS DANS LES MÉDIAS

La presse écrite et la télévision véhiculent de nombreux stéréotypes. L'observation critique des représentations dans les médias permet de prendre conscience de ceux-ci et de favoriser des conduites non-sexistes.

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⁽¹⁾ ou de vente de jouets destinés l'un aux garçons, l'autre aux filles. Décrire la première page de ces deux 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.

CYCLE 2

OBSERVER LA MISE EN ŒUVRE 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), 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 ?

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.

^(*) Par exemple, Charlotte aux fraises : <http://www.jeuxjeuxjeux.fr/jeux/charlotte-aux-fraises>
Voir aussi le site Habilomedias : <http://urlz.fr/3LYE>
Et notamment la fiche -conseil "Discuter avec les jeunes du sexisme dans les médias" : <http://habilomedias.ca/fiche-conseil/discuter-avec-jeunes-sexisme-medias>

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1

Troisième domaine d'apprentissage⁽¹⁾

Échanger sur les différentes représentations d'un même objet pour dépasser les stéréotypes.

CYCLE 2

Domaine 5 du socle commun⁽²⁾

Inventer des histoires en manipulant et en jouant de stéréotypes.

Enseignement moral et civique⁽³⁾

Aborder des préjugés et des stéréotypes à partir de situations de la vie de la classe ou de situations imaginaires afin d'organiser des débats.

CYCLE 3

Domaine 3 du socle commun⁽²⁾

L'éducation physique et sportive permet de travailler l'application des principes de l'égalité fille/garçon.

Enseignement moral et civique⁽³⁾

- L'égalité entre les filles et les garçons.
- Exercer son jugement critique à partir de faits issus de la vie de la classe, de l'école et hors l'école en vue de lutter contre les préjugés (racisme, sexisme, homophobie...).

Source :

- (1) BO spécial n° 2 du 26/03/2015.
- (2) BO spécial n° 11 du 26/11/2015.
- (3) BO spécial n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Louart (Carina), Paicheler (Pénélope), *Filles et garçons, la parité à très petits pas*, Actes Sud Junior, 2015.

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 décodage des stéréotypes de genre : www.genrimages.org

Filles et garçons sur le chemin de l'égalité, de l'école à l'enseignement supérieur : <https://cdn.reseau-canope.fr/archivage/valid/NT-8133-9558.pdf>

Outils « Égalité filles garçons » : <https://www.reseau-canope.fr/outils-egalite-filles-garcons.html>

DEVENIR LECTEUR D'IMAGES EN REGARDANT LA TÉLÉVISION

Bien avant de savoir lire, les enfants sont exposés à l'abondance et à la diversité des images télévisuelles. Permettre aux enfants 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 et les conduire à acquérir un esprit critique et devenir des lecteurs avisés d'images.

CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

Distinguer les images de divertissement (dessins animés) des images de publicité (initiation à l'esprit critique).

Enregistrer au préalable des extraits de dessins animés et des extraits de publicités diffusés entre ces dessins animés :

- Faire repérer dans les dessins animés les personnages et leur statut (jeunes, parents, personnages de dessins animés).
- Faire chercher dans ces images les objets de leur quotidien et les classer par nature (alimentation, vêtement, jouets...).
- Comparer les extraits de publicité avec les extraits de dessin animés.

L'objectif est de faire prendre conscience dès le plus jeune âge que les enfants sont des cibles publicitaires.

CYCLE 2

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

Avoir au préalable 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 déjà visionné, demander aux élèves de décrire les indices visuels et sonores sur lesquels ils s'appuient pour identifier le genre de l'extrait.

CYCLE 3

REPÉRER LA SPÉCIFICITÉ DE L'INFORMATION À LA TÉLÉVISION

Enregistrer au préalable un JT et questionner les élèves : regardent-ils de temps en temps le JT ? Qu'est ce que pour eux l'actualité ?

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

Permet d'introduire la notion de temps et de choix de l'info.



UN JOURNAL TÉLÉVISÉ
EN PRIMAIRE

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1^[1]

Troisième domaine d'apprentissage

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

CYCLE 2^[2]

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

Français^[2]

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

Arts plastiques^[2]

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

Éducation musicale^[2]

Décrire et comparer des éléments sonores.

Enseignement moral et civique^[3]

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

CYCLE 3^[2]

L'ÉMI développe l'esprit critique

Arts plastiques^[2]

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

Enseignement moral et civique^[3]

Entraînement à l'argumentation et au débat argumenté.

Source :

[1] BO spécial n° 2 du 26/03/2015.

[2] BO spécial n° 11 du 26/11/2015.

[3] BO spécial n° 6 du 25/06/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

EXERCER SON ESPRIT CRITIQUE FACE À LA PUB

Les messages publicitaires sont de plus en plus intrusifs dans la vie des enfants : presse, télévision, radio, Internet... Il est essentiel d'apprendre aux élèves à exercer leur esprit critique. Pour une éducation à la consommation et aux médias, leur proposer de devenir des créateurs de messages publicitaires.

CYCLE 1

APPRENDRE À REPÉRER LES PUBLICITÉS DANS LES MÉDIAS

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

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

CYCLE 2

LIRE DES MESSAGES PUBLICITAIRES ET EXERCER UN REGARD CRITIQUE

Lister tous les endroits où l'on peut trouver de la publicité pour faire prendre conscience qu'elle est partout, et pas uniquement dans les médias (dans la rue, les transports en commun, les stades...).

Après distribution de journaux et magazines : faire repérer l'emplacement des publicités et demander d'identifier les produits. Montrer que la publicité cible un public précis (images différentes si magazine féminin, journal ou magazine pour enfants). Proposer à chaque élève de choisir une publicité qui lui a particulièrement plu (ou déplu) et de discuter les raisons de son choix.

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

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

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

CYCLE 3

ANALYSER PUIS PRODUIRE UN MESSAGE PUBLICITAIRE

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

- Analyser les slogans : jeux de mots, rimes... Le nom du produit apparaît-il ?
Prolongement : Proposer une liste de slogans, sans image et demander d'effectuer un tri. Discuter des critères de tri. Faire associer slogan et produit et/ou à sa marque. Est-ce toujours possible ?
- Analyser les images : Comparer image du produit et produit réel. Attirer l'attention sur le fait que les images ne reflètent pas toujours la réalité pour donner envie d'acheter.
- Faire créer par l'élève (ou en groupe) sa propre publicité pour un produit d'une marque inventée : slogan, visuel, logo. Mettre en valeur les productions des élèves : Internet, exposition.
- À partir de publicités télévisées ou radiophoniques : visionnage/écoute puis questionnement : de quelles publicités se souviennent-ils ? Pourquoi ? Qu'ont-ils retenu ? Différence télévision/radio (rôle du son, du choix des mots, de la voix, de la musique...) : est-il facile de donner envie sans image ? Proposer de faire l'exercice à la maison en famille.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

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

Troisième domaine d'apprentissage

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

CYCLE 2⁽²⁾

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

Français

Attendus de fin de cycle :

- Produire des énoncés clairs en fonction des situations de communication.
- Rédiger un texte cohérent [1/2 page environ].

Arts plastiques

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

CYCLE 3⁽²⁾

Histoire et géographie

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

- Utiliser les outils numériques en vue de réalisations collectives.

Arts plastiques

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

Source :

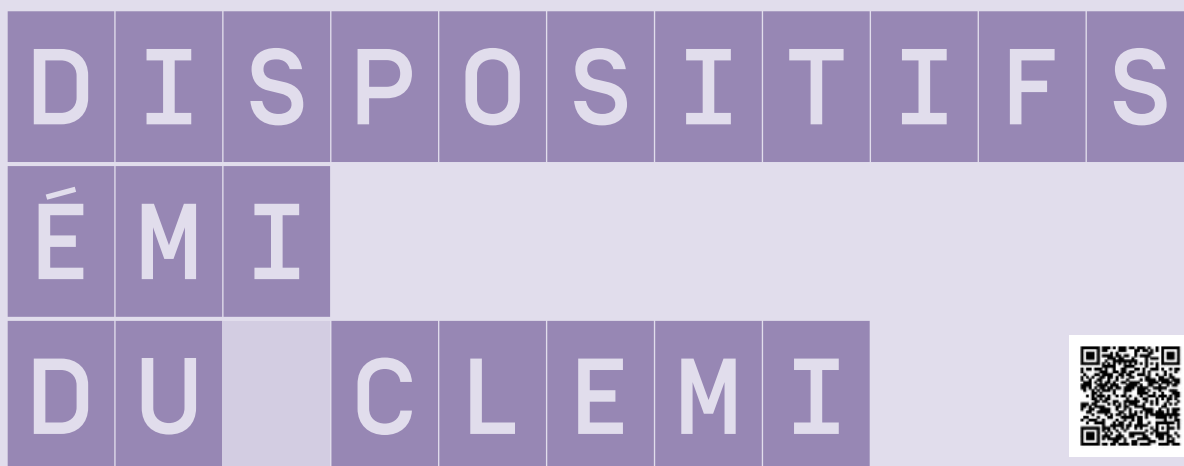
[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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



UN CADRE POUR DÉBUTER

Ce dossier central (p.19 à 31), conçu par le CLEMI et ses équipes, vous propose des exemples de mises en activité pour des élèves de premier et second degrés. Ces démarches pédagogiques et éducatives se déploient dans les dispositifs CLEMI d'impulsion nationale (inscrits aux actions éducatives du ministère).

Le dossier valorise également des projets singuliers en ÉMI qui concernent les publics à besoins spécifiques (école inclusive), ou encore l'utilisation de la radio en lycée professionnel ou à l'école primaire.

La transversalité originelle de l'ÉMI trouve à s'exprimer plus que jamais au cœur des nouveaux programmes scolaires, arrimée au Socle de connaissance, de compétences et de culture.

La Réforme du collège offre un cadre concret propice à l'exercice de l'ÉMI, porteur de sens pour les apprentissages fondamentaux. Avec les EPI (Enseignements Pratiques Interdisciplinaires), une opportunité exceptionnelle s'offre aux enseignants : celle d'une construction transdisciplinaire de leur progression pédagogique, la possibilité de partir de l'environnement direct des élèves - dont l'environnement médiatique traditionnel et numérique - pour la construction de connaissances, la valorisation d'une approche intellectuelle systémique, qui permet d'envisager l'acte pédagogique sous un angle neuf, coopératif, créatif et citoyen.

Les 8 thématiques de travail proposées pour encadrer la mise en œuvre des EPI permettent un regard didactique et pédagogique renouvelé : « Transition écologique et développement durable », « Information, communication et citoyenneté », « Langues et cultures de l'Antiquité », « Langues et cultures étrangères/régionales », « Monde économique et professionnel », « Corps, santé, bien-être et sécurité », « Culture et création artistiques » et « Sciences, technologie et société ». L'ÉMI trouve sa place à plusieurs égards dans ces champs structurants et plus naturellement dans celui intitulé « Information, communication et citoyenneté ». Le dispositif EPI complète d'autres pratiques pluridisciplinaires déjà en place à d'autres niveaux (TPE, AP...).

Le professeur-documentaliste (voir p.32) apparaît comme un acteur central pour impulser une dynamique transdisciplinaire que la Vie scolaire (voir p.44) peut également porter au sein de l'établissement, dans le souci d'accompagner l'expression citoyenne de tous les élèves.

SE REPÉRER DANS LES DISPOSITIFS CLEMI

Parmi les dispositifs CLEMI dans lesquels s'inscrivent les actions et projets ÉMI nous avons sélectionné dans ce dossier :

LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE® (SPME)

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 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 livrer le thème de la Semaine à venir.

LA JOURNÉE DU DIRECT

La JDD est une opération nationale qui 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 leurs productions - texte, son, image, vidéo, multimédia - autour de l'actualité proche ou lointaine.

MÉDIATIKS

Chaque année, des milliers d'élèves deviennent acteurs de leurs médias et réalisent, dans le cadre de l'école, des journaux, des cyber-journaux, des émissions de radio, de webRadio ou de web-TV, des blogs... Organisé à l'échelle académique et nationale, Médiatiks est le plus important concours de médias scolaires en France, s'adressant à tous les élèves, du primaire au secondaire. Il implique tous les supports médiatiques : journaux papier, webRadios, webTV, sites et blogs.

WIKICONCOURS

Une activité innovante qui permet aux lycéennes et lycéens de contribuer à l'encyclopédie libre Wikipédia dans le cadre d'un concours national.

LA REVUE DE LA PRESSE SCOLAIRE ET LYCÉENNE

Publiée chaque année par le CLEMI, elle fournit des exemples de ce que produisent les élèves dans leurs journaux. www.scoop.it/t/des-nouvelles-des-eleves:<http://url.exen.fr/81265>

Faire participer sa classe à la SPME

par ANNE LECHAUDEL

Professeur des écoles, formatrice CLEMI, académie de Paris

PRÉSENTATION DU PROJET

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

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

COMPÉTENCES MOBILISÉES

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

MATÉRIEL ET BUDGET

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

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

DURÉE DU PROJET

La séquence avec les élèves dure 2 heures. La préparation prend à peu près le même temps car choisir les articles prend du temps.

PORTRAIT Avant de passer le concours de professeur des écoles, j'ai travaillé cinq ans à l'IUFM dans le développement et l'utilisation des nouvelles technologies. J'ai eu la chance d'y rencontrer une formidable enseignante du second degré, pionnière des Classes Médias. Elle m'a transmis sa passion et m'a permis d'intégrer l'équipe du CLEMI Paris que je n'ai plus quittée depuis 17 ans ! Ensuite, pendant plusieurs années, nous avons jumelé nos classes : ses collégiens de ZEP et mes petits écoliers d'un quartier privilégié de Paris étaient réunis afin de réfléchir sur une thématique développée par un média (presse, télévision, radio, Internet...). Une expérience très riche.

Aujourd'hui, le rôle de l'école primaire est avant tout d'apprendre aux élèves à lire, écrire et compter. Cependant, le monde dans lequel nous vivons, et l'omniprésence des médias, font que l'on ne peut s'affranchir d'éduquer nos jeunes élèves afin de les aider à devenir des usagers capables de comprendre et d'utiliser de façon responsable et critique ces médias.

Les enseignants du premier degré ont souvent de l'appréhension, des craintes, face à cet enseignement. La Semaine de la presse et des médias dans l'école® constitue une opportunité formidable pour oser « se lancer » et franchir le pas. AL

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

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

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

TRAVAIL COLLECTIF : RASSEMBLEMENT-DISCUSSION

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

SUR LE TEXTE

- Tous les articles apparaissent-ils dans les mêmes rubriques (question intéressante pour un fait divers) ?
- Tous les articles ont-ils à peu près la même longueur ?



- Tous les articles répondent-ils aux questions qui, quoi, quand, où, comment, pourquoi? Les réponses sont-elles les mêmes?
- Y a-t-il des informations différentes? Si oui, lesquelles? Des informations supplémentaires apportées par certains articles? Quelles sont les sources citées? Sont-elles identiques? Y a-t-il des mots comme : selon, d'après; des témoignages...?

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

- Le journaliste respecte une véritable neutralité. Son interprétation des faits n'apparaît pas ou très peu. La lecture est neutre.
- Le journaliste a utilisé plusieurs termes qui traduisent son point de vue personnel sur les faits.
- Le journaliste donne-t-il son avis? Souhaite-t-il nous informer, nous convaincre, nous faire rire, nous faire réagir, nous sensibiliser, nous séduire...? Son article est-il convaincant?

SUR LES ILLUSTRATIONS

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

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

SUGGESTIONS DE SUJETS D'ARTICLES QUI PEUVENT ÊTRE CHOISIS :

L'école (cantine, rythmes scolaires, notes, les jeux à la mode dans la cour...) • Un événement climatique, tremblement de terre... • Une découverte scientifique, l'environnement • La pauvreté, les conditions de vie des enfants dans d'autres pays • La sortie d'un nouveau film d'animation, la vie de leurs idoles...

Les articles doivent être proches des préoccupations des enfants, ils peuvent être sur des sujets plus ou moins légers. Les événements tragiques qui ont touché notre pays ont montré que les enfants désirent eux aussi être informés. Ils se posent de nombreuses questions, ont besoin de comprendre, de débattre. C'est malheureusement dans ce genre de contexte que l'Éducation aux Médias et à l'Information se révèle indispensable.

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

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

Prolongement : étudier comment est traitée cette info dans un autre média (télévision ou radio).

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

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

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

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

MON CONSEIL

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

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

Faire participer sa classe à la Journée Du Direct

par JEAN-PAUL DELBRAYELLE

Professeur des écoles, chargé de mission CLEMI, académie de Nice, spécialiste dans la création de Webmédias scolaires

PORTRAIT Professeur de Technologie depuis plus de vingt ans, j'ai quasiment enseigné tout au long de ma carrière en ZEP, zone sensible et aujourd'hui REP+. Passionné depuis toujours par l'éducation au numérique et aux médias, j'ai très rapidement intégré ces enseignements dans mes pratiques quotidiennes. Au départ, mes projets tournaient autour du webJournal mais depuis quelques années il m'a paru important d'y ajouter le média radio. JPD

PRÉSENTATION DU PROJET

Du webJournal à la webRadio. Depuis plusieurs années, nous avons créé dans mon établissement une classe de 6^e thématique intitulée « Médias numériques ». Celle-ci a pour but de motiver les élèves de quartiers difficiles qui perdent rapidement confiance en eux.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

La mise en place d'une pédagogie de projet autour de la création d'un média apporte un contexte propice à de nombreux apprentissages : lutte contre l'échec scolaire, apprentissage de l'écrit, maîtrise de l'oral, travail d'équipe et citoyenneté...

Cette classe a aussi pour but d'apporter aux élèves des compétences dans le domaine de l'éducation au numérique. C'est surtout le moyen d'ouvrir le collège sur l'extérieur, de faire sortir les élèves de leur quartier...déplacer les murs de la classe en leur permettant de publier de chez eux sur notre webJournal. Enfin c'est aussi un outil pour valoriser le travail des élèves et « faire aller » le collège vers les parents, eux qui ont tant de réticences à venir au collège, même lors des réunions parents-professeurs.

MATÉRIEL ET BUDGET

Nous avons rapidement acheté un studio radio pour ajouter le travail sur l'oralité à notre projet. Le coût ne dépasse pas les 800 euros pour une configuration à 5 micros, capable d'émettre sur le Web. Quant à l'hébergement de notre webJournal sur un serveur privé, le coût ne dépasse pas les 70 euros l'an.w

DURÉE DU PROJET

La classe Medias numériques dispose d'1 heure hebdomadaire dédiée aux productions médiatiques. Pour le travail mené lié à la JDD, il faut compter 8 heures donc un projet sur 8 semaines.

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

Lorsqu'on anime ce genre de projet autour des médias, il est important de créer des moments forts pour créer une dynamique et une cohésion de groupe et ce, dès le début de l'année. La Journée du Direct, organisée par le CLEMI, est une excellente occasion de fédérer rapidement les élèves autour d'un projet commun.

Tous les ans une thématique est proposée par le CLEMI : par exemple, l'an dernier, faire un focus sur le développement durable dans le cadre de la COP 21. J'ai ainsi mobilisé des collègues de la classe (en particulier le professeur de lettres) et le professeur documentaliste, qui est toujours d'une aide précieuse pour les recherches documentaires. Il est bon de rappeler que produire un média est toujours un travail d'équipe. Le point de départ fut une sortie sur un salon local traitant de développement durable, où nos jeunes élèves ont pu interviewer des acteurs de ce domaine. Par la suite notre idée fut de réaliser une émission de radio dans les conditions du direct sur le ton d'un JT un peu décalé mêlant interviews, micro-trottoir, informations et faux duplex dans plusieurs langues.

Participer à cette Journée Du Direct a donné beaucoup plus de force à ce travail, l'enjeu dépassait le cadre de notre seule classe et nos élèves savaient qu'ils allaient sans doute être écoutés dans toute la France. De plus, cela nous a permis de créer un événement au sein même du collège et de valoriser, auprès de tous, notre travail. Les parents d'élèves aussi étaient de la partie et ont pu écouter l'émission sur le blog de la Journée Du Direct mis en ligne par le CLEMI. Ce fut aussi un moyen de découvrir les travaux des autres établissements et de discuter sur de futurs projets. Il sortira de cette expérience une équipe de jeunes journalistes soudés et motivés pour aller encore plus loin.

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

Les inscriptions se font tôt dans l'année et la Journée du Direct se déroulant vers la fin novembre, il ne faut pas que cela soit un frein qui vous empêche de vous lancer dans l'aventure. Il faut anticiper l'action et se fixer des objectifs réalisables sur une courte période de temps, tout en apportant aux élèves, dès le début de l'année, les compétences nécessaires à la production souhaitée (vidéos, audio ou publication en ligne).

MON CONSEIL

Ne soyez pas trop exigeant avec vous-même en termes de qualité technique, il faut privilégier la spontanéité des élèves, et que cela reste pour eux un plaisir ! Ils auront tout le reste de l'année pour s'améliorer grâce à vous ! Le jeu en vaut la chandelle !

Notre émission à écouter : <https://soundcloud.com/gaell/c6-music-radio-emission-climat-version-courte>
Voir aussi : *Médias et information, on apprend!*, édition 2015-2016, « dossier Créer, publier », p. 24-25 : <http://www.clemi.org/fr/tv/creer-publier/>

Faire participer sa classe au concours Médiatiks

par NATHALIE BARBERY

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

PRÉSENTATION DU PROJET

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

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

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

COMPÉTENCES MOBILISÉES

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

DURÉE DU PROJET

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

LE PRIX MÉDIATIKS



PORTRAIT Je suis Professeuse de sciences économiques et sociales depuis plus de 30 ans ! Et pour tout enseignant de cette discipline, l'intérêt pour les médias est quasi « naturel », puisque l'objectif de cette discipline est de contribuer à la formation citoyenne des élèves grâce à la maîtrise de connaissances et de savoirs qui favorise la participation au débat public sur les grands enjeux économiques, sociaux et politiques. Les médias sont ainsi utilisés à la fois comme source d'information pour illustrer ou actualiser les cours, mais ils font aussi l'objet d'analyse économique et sociopolitique.

Depuis le début de ma carrière, j'ai initié mes premiers élèves à l'éducation aux médias en participant à un concours de Unes lors d'une des 1^{ères} Semaines de la presse. Puis en créant au lycée un club journal, (Le Canard de Bonaparte!). Cette passion pour les médias s'est déclinée de multiples façons au cours de ma carrière : étude des médias, participation des élèves à des émissions régionales destinées aux jeunes (« Vecteurs jeunes / FR3 Bourgogne »), rencontres avec des journalistes professionnels (Christophe Barbier (alors chef du service politique de L'Express), Carine Bécard (Journaliste au service politique de France Inter)...), ou des journalistes réfugiés politiques dans le cadre de l'opération Renvoyé Spécial organisée par la maison des journalistes, visite de médias parisiens (Les imprimeries du Monde, L'Express, France Inter, 20 Minutes...), réalisation de magazines sur le thème de la citoyenneté, lors de Journées citoyennes organisées par la mairie du Breuil (71), participation aux concours médias du CLEMI académique (concours d'articles, de dessins de presse, d'interviews...), réalisation avec des lycéens de petits journaux en anglais dans le cadre de la section Euro Sciences économiques et sociales...

L'expérience la plus enrichissante reste la production d'information par les élèves qui deviennent alors acteurs de leur média. Une façon de les sensibiliser aux enjeux de la publication, encore plus forts à l'heure du numérique, de la production en bi-media et des réseaux sociaux. NB

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

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

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

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

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

MON CONSEIL

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

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

Gagnant 2016 des Grands Prix Médiatiks lycéens journal papier : *HersalC dinero* (lien sur le site) http://clemi.fr/fichier/plug_download/78688/download_fichier_fr_finale_versionhersalc_dinero.11.pdf

Gagnant 2016 des Grands Prix Médiatiks lycéens journal en ligne : *TheoNet* autre (lien sur le site)

Faire participer sa classe au Wikiconcours

par KAREN PRÉVOST-SORBE

Coordonnatrice CLEMI, académie d'Orléans-Tours

PORTRAIT Enseignante en Histoire – Géographie – EMC, je me suis lancée dans le Wikiconcours lycéen sans réelle compétence. Je n'avais jamais contribué à l'encyclopédie en ligne Wikipédia. Mais, comme mes élèves, je l'utilise régulièrement. Ce projet est né, suite à une formation proposée au Plan Académique de Formation dans l'académie Orléans-Tours. KP-S

PRÉSENTATION DU PROJET

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

Les bénéfices attendus étaient multiples :

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

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

- Améliorer un article existant considéré à l'état d'ébauche ;
- Créer un article, en ayant vérifié sa pertinence encyclopédique ;
- Privilégier les articles sur des sujets de proximité.

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

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

DURÉE DU PROJET

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

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

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

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

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

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

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

MON CONSEIL

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

Info ou intox sur le web, comment faire la différence dès le primaire ?

par ROSE-MARIE FARINELLA

Professeur des écoles, académie de Grenoble

PORTRAIT Journaliste, puis professeur des écoles, je me suis intéressée à l'éducation aux médias quand j'ai changé de métier. Préoccupée par la diffusion des idées racistes et complotistes sur Internet et consciente, qu'à l'ère cybériste, les élèves, dès leur plus jeune âge, avaient besoin d'acquérir de nouvelles compétences pour s'informer et communiquer, j'ai conçu un scénario pédagogique au cours de l'été 2014 pour leur apprendre à trier et vérifier l'information. R-MF

PRÉSENTATION DU PROJET

Donner des clés aux élèves pour faire la différence entre vraies et fausses informations qui circulent sur la toile. À la fin de la séquence pédagogique, un diplôme « d'apprenti hoaxbuster » est décerné aux élèves. Ce projet a été expérimenté 2 années consécutives en CM2.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Forger l'esprit critique des élèves pour les aider à devenir des cybercitoyens avertis qui ne se fassent pas manipuler, respectueux des valeurs de la République sur les territoires numériques.

COMPÉTENCES MOBILISÉES

Compréhension / esprit critique / créativité / éducation à la Citoyenneté / consommation (voir le MOOC # EMI DIY, les 7 C de Divina Frau Meigs).

DURÉE DU PROJET

Organisée en 8 séances d'1h 30 (ou 16 x 45 minutes), la séquence peut-être allégée dans sa durée, en fonction du public et des objectifs ciblés.

MATÉRIEL ET BUDGET

Un micro-ordinateur connecté à Internet et un vidéo projecteur. Pas de dépenses à prévoir.

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

Principaux leviers : la curiosité des élèves et leur motivation à s'impliquer dans ce projet. Internet est un sujet qui les intéresse beaucoup, mais leur enthousiasme pose néanmoins un problème : répondre à toutes leurs sollicitations est chronophage.

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

La séquence est organisée en 3 parties.

Reconnaître un hoax* : c'est-à-dire comprendre ce qu'est une vraie info, observer la différence entre publicité et rédactionnel, explorer les différents médias et connaître les règles du métier de journaliste.

Pour saisir la difficulté de retranscrire la réalité qui est complexe, les élèves appréhendent les notions d'objectivité et de subjectivité avec des improvisations. Une partie de la classe se « met dans la peau » de journalistes, pendant que les autres jouent les interviewés. Ces exercices leur permettent de découvrir les différents points de vue des protagonistes impliqués dans un événement, qui apportent des éclairages complémentaires mais parfois contradictoires. Distanciation et esprit critique sont nécessaires pour aborder une information et se forger sa propre opinion. Un esprit critique qui doit être d'autant plus aiguisé pour se repérer sur la toile, que n'importe qui peut écrire et publier n'importe quoi, sans être soumis à aucune règle déontologique.

Discerner l'info, de l'intox. Pour mener leur investigation, les élèves dissèquent les informations et remontent jusqu'à leurs sources en identifiant l'auteur, la date de leur diffusion et le site. Ce site est-il fiable ? Est-ce un site d'information sérieux, parodique, ou plus ou moins douteux, coutumier des hoax ?

Puis, ils découvrent une stratégie : croiser les informations sur plusieurs médias fiables et écarter celles en provenance de sites non fiables. Autre élément déterminant : l'importance de la contextualisation des textes et des iconographies. Une photographie peut être manipulée de 1001 manières, on peut la modifier avec la technique (ex. : Photoshop), le choix du cadrage peut changer le message, on peut mentir sur sa légende et donner des analyses erronées. Il faut donc observer les détails d'une image, retracer son origine et son parcours sur la toile. En 2016, les élèves ont créé des capsules vidéos pour expliquer avec leurs mots comment débusquer les hoax, et ne pas diffuser des contenus haineux, racistes, sexistes ou complotistes.

Règles de prudence pour surfer sur Internet et les réseaux sociaux. Une exposition virtuelle de posters créés par les élèves a été mise en ligne en juin 2015.

MON CONSEIL

Faire appel à la créativité des élèves, favoriser la dimension ludique (jouer au détective pour traquer les hoax par exemple), et les responsabiliser, en leur proposant des activités « de grands » : débattre, argumenter, décrypter textes et images.**

* Glossaire sur l'infopollution, « Hoax, rumeurs et désinformation »

http://eduscol.education.fr/numerique/edunum-thematique/fichiers/glossaire_infopollution.pdf

** <http://www.ac-grenoble.fr/ien.cluses/spip.php?article583>

La radio, un média au service de la pédagogie*

par FRANCINE PERRIER

Professeur-documentaliste au lycée professionnel de Bonneville, Haute-Savoie

PORTRAIT Je suis professeur-documentaliste en lycée professionnel hôtelier. Je m'intéresse beaucoup à l'éducation aux médias et au processus d'apprentissage chez les élèves. En lycée professionnel, la plupart de nos élèves ont un profil « kinesthésique », c'est-à-dire qu'ils ont besoin de faire pour apprendre. En ce qui concerne l'éducation aux médias, il est donc important que les élèves soient eux-mêmes en situation de création. FP

PRÉSENTATION DU PROJET

Chroniques radiophoniques en lien avec la formation professionnelle.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

En ÉMI : mieux connaître le média radiophonique, l'écriture journalistique d'une chronique. Être conscient des droits à respecter.

En discipline : savoir rechercher des informations, les sélectionner et les restituer. Être capable d'informer oralement sur un sujet précis.

COMPÉTENCES MOBILISÉES

Compétences documentaires, disciplinaires

Rechercher, sélectionner, restituer, écrire, parler, écouter

DURÉE DU PROJET

Cette séquence demande environ 5 heures. Mais ce temps peut être diminué si la partie enregistrement et le montage s'effectuent en dehors des cours, en autonomie.

MATÉRIEL ET BUDGET

Les élèves peuvent s'enregistrer sur leur smartphone, à partir des casques des labos de langues ou sur du matériel de pro selon ce dont vous disposez ! Vous pouvez aussi emprunter du matériel auprès de Canopé.

Le montage s'effectue ensuite sur Audacity, logiciel libre et gratuit de traitement sonore. Simple d'utilisation, il permet d'enregistrer, de couper/coller des extraits, d'ajouter des fichiers son...

Téléchargeable à cette adresse : <https://framsoft.org/article1039.html>

Des tutoriels d'utilisation sont disponibles ici : <http://leblogaj.over-blog.com/article-34307343.html>

La diffusion des chroniques est faite sur le site de l'établissement. Les élèves peuvent choisir une image libre de droit pour illustrer leur propos.

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

- Partir des représentations et des connaissances des élèves : ont-ils l'habitude d'écouter la radio ? Si oui, qu'écoutent-ils à la radio ? Qu'est ce qu'une chronique radiophonique ?
- Écouter différents exemples de chroniques prises dans plusieurs radios et noter les éléments récurrents : jingles, génériques, rôle de l'animateur, déroulement, introduction, références, interviews plateau, reportages, micro-trottoir, chute...
- Choisir un sujet sur lequel travailler par groupe de 2 ou 3.
- Rechercher des informations sur le thème choisi.
- Rechercher sur le logiciel documentaire des articles, des livres ou des sites internet présélectionnés sur le sujet.
- Constituer un dossier de collecte. Noter ses sources.
- Reformuler : Qui ? Quand ? Quoi ? Où ? Pourquoi ? Comment ?
- Réfléchir à la forme de restitution orale : un seul chroniqueur ? Un animateur et des invités qui débattent ? Une interview en direct ? Insertion d'un reportage ?...
- Faire un plan du papier et organiser les informations.
- Rédiger en respectant les règles de l'écriture journalistique.

RÈGLES D'ÉCRITURE JOURNALISTIQUES

En radio, tout est écrit. Deux types de chroniques : chronique "info", de 2' à 2'30, très écrite ; chronique "programmes", de 3' ou 4', formulée dans une langue plus orale.

Les questions à se poser : pour qui écris-je ? Quel sujet ? Quel angle ? Sur quel ton ?

La forme d'une chronique : phrases courtes ; une seule idée par phrase ; vocabulaire simple précis et imagé ; verbes d'action au présent et à la forme active ; ponctuation pour bien marquer les respirations et les arrêts ; bien structurer son papier : un début, un milieu et une fin. Formules fortes pour l'attaque et la chute ; soigner les transitions : donc, ainsi, mais ...

Pour captiver les auditeurs : utiliser des procédés de proximité : « saviez-vous que ? » ; incorporer du témoignage ou des exemples concrets ; mettre en page le texte de manière aérée pour faciliter le passage à l'oralité.

Travail sur la voix. Ne pas oublier d'obtenir une autorisation d'utilisation de la voix. Travail à travers des exercices utilisés en théâtre**.

LEVIERS ET FREINS OBSERVÉS

Les élèves ont parfois du mal à passer à l'écriture. Leur montrer un exemple de chronique écrite les encouragera. Travailler en petit groupe est également motivant. Les élèves sont parfois timides devant le micro. Ne pas hésiter à les laisser seuls dans une petite salle pendant leur enregistrement. Bien leur rappeler que le sourire s'entend !

MON CONSEIL

Travailler avec le professeur de français pour la partie rédactionnelle. Mais cette séquence peut s'appliquer dans n'importe quelle discipline, même en EPS pour le souffle !

* Voir aussi : *Médias et information, on apprend !*, édition 2015-2016, « dossier Créer, publier », p. 24-25 : <http://www.cleml.org/fr/tv/creer-publier/>

** http://www.cleml.org/fichier/plug_download/75723/download_fichier_fr_radio.diction.pdf

Tweeter en ULIS

par **RENAUD TAILLARD**

Enseignant coordonnateur d'unités localisées pour l'inclusion scolaire (Ulis) *

PORTRAIT *J'ai commencé à m'intéresser à l'éducation aux médias en 2005, lors des émeutes urbaines. J'avais été interpellé par un élève qui, décrivant les violences vues la veille au journal télévisé, me certifiait qu'il devait s'agir de « la guerre en Irak ». J'ai donc commencé à réfléchir à la mise en œuvre de projets spécifiques ayant comme objet une meilleure compréhension des images médiatiques. RT @ulismontigny95*

QU'EST-CE QUE LA LOI HANDICAP ?

La loi Handicap du 11 février 2005 et la mise en application en 2009 de la loi révisée sur la protection juridique ont accordé pleinement le droit de vote aux personnes handicapées mentales. L'élève handicapé est un futur citoyen et il est donc essentiel de lui permettre d'aller vers une meilleure compréhension des différents contenus médiatiques, afin qu'il puisse développer son esprit critique, se forger une opinion, et soit en mesure d'exercer de la manière la plus éclairée sa citoyenneté.

PRÉSENTATION DU PROJET CIBLÉ

Une image vaut 1000 mots. Une image de presse doit donc valoir, à peu près, 7 tweets de 140 caractères... C'est en imaginant ce calcul un peu absurde que m'est venu l'idée de travailler l'Éducation aux Médias et à l'Image avec mes élèves.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Lire une image, pour mieux l'écrire, imaginer des écrits pour mieux la comprendre : telle est la raison d'être du projet de « twittographie de l'image de presse », mené cette année au collège Camille Claudel de Montigny-lès-Cormeilles.

Concrètement, il s'agit d'utiliser un compte twitter pour médiatiser la réflexion collective menée sur la lecture d'image et partager ce travail avec les abonnés (élèves, parents, professeurs).

COMPÉTENCES ÉLÈVES MOBILISÉES

Les compétences travaillées sont tripartites : maîtriser le langage pour penser et communiquer, maîtriser les techniques usuelles de l'information et de la documentation et s'exercer aux techniques et règles d'un réseau social.

Une image est décryptée en sept tweets qui s'organisent selon une même chronologie : identifier la source, définir le contexte, décrire l'image, en comprendre son titre, formuler le message délivré et parvenir à une analyse.

DURÉE DU PROJET

Ce projet peut être conduit à partir du mois de mars jusqu'en juin, avec un volume de 3 heures par semaine afin de mener un travail complet et régulier.

COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

Pour chaque publication, une même méthodologie est adoptée afin de favoriser l'émergence de procédures d'étayage. Les élèves constituent à l'oral une banque de mots-outils, puis ils rédigent des messages individuels qui font l'objet d'une discussion entre élèves et d'une rédaction collective.

Une fois les tweets individuels rédigés, ils sont corrigés par réécritures successives, avant d'être publiés sur le compte twitter associé au hashtag #im2press. 7 tweets sont publiés par image de presse.

Le projet est ambitieux au regard des besoins des élèves, dont les troubles cognitifs engendrent de nombreux obstacles pour accéder au sens : difficultés pour établir des liens de causalité et mémoriser des informations ; difficultés pour retrouver des données, pour se repérer dans l'espace et le temps ou établir des analogies et des différences...

MATÉRIEL ET BUDGET

Pour faciliter la rédaction, les élèves bénéficient de divers outils numériques :

- un Tableau Numérique Interactif (outils de traitement l'image comme le rideau, la loupe, le projecteur) ;
- 3 tablettes numériques connectées au TNI et permettant le partage d'écran ;
- 6 dictionnaires électroniques Casio permettant des recherches avec un clavier prédictif et une oralisation des définitions ;
- des logiciel de traitements de textes adaptés permettant la dictée vocale.

MON CONSEIL

Ce projet se révèle porteur de nombreux apprentissages pluridisciplinaires autant que sociaux. La démarche augmente la motivation des élèves et favorise le passage à l'écrit. C'est également une activité idéale pour s'initier à un usage responsable d'un réseau social.

Une image vaut mille mots. Elle vaut désormais, en Ulis, plusieurs tweets. Au plaisir de lire les vôtres : #im2press

* Les ULIS scolarisent des adolescents de 12 à 16 ans qui connaissent des Troubles des Fonctions Cognitives.

Vulgarisation scientifique : de l'expérience à l'article

Les publications de vulgarisation scientifique sont riches et variées ; connaître leur existence participe à la construction d'une culture scientifique, et permet de mettre en œuvre plusieurs compétences en Éducation aux Médias et à l'Information. Il s'agit de rendre l'élève producteur de contenu médiatique en rédigeant un article scientifique à partir d'une expérience qu'il a lui-même réalisée afin de vérifier une hypothèse.

THÉMATIQUE INTERDISCIPLINAIRE

Sciences, technologie
et société

PRODUCTION ENVISAGÉE

Articles mis en ligne sur
l'ENT de l'établissement

MEMBRES DE L'ÉQUIPE ÉDUCATIVE ENGAGÉS DANS LE PROJET

Professeur
documentaliste,
enseignants de SVT
et français

NIVEAU(X), GROUPES OU CLASSES

Classe de 4^e ou de 3^e

DURÉE ENVISAGÉE

18 h

LIEUX

CDI, laboratoire de SVT,
salle de classe

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Périodiques
scientifiques, matériel
d'expérience, logiciel
de traitement de texte,
appareil photo

INTERVENANT EXTÉRIEUR

Rencontre avec
un journaliste local,
un journaliste
scientifique,
un chercheur

BUDGET

Achat de périodiques,
rémunération de
l'intervenant, matériel
d'expérience

ORGANISATION [quelques pistes]

Présentation du projet

Bain de presse au CDI (papier et numérique)

DÉCOUVERTE DE LA PRESSE SCIENTIFIQUE, DÉFINITION DE LA « VULGARISATION »

Analyse de la structure d'un article. À rapprocher des étapes de la démarche scientifique (méthode scientifique inductive : observation, hypothèse, expérience, résultats, interprétation, conclusion).

Rencontre avec un journaliste de la presse locale ou d'un pure-player pour les fondamentaux de l'écriture journalistique (voir page 26).

PRÉSENTATION DES PROBLÉMATIQUES

Formulation d'hypothèses, recherches documentaires, propositions d'expériences.

Expérience scientifique, prise de notes, photos.

Rédaction de l'article en utilisant les règles et les codes de l'écriture journalistique.

Correction et mise en ligne sur l'ENT de l'établissement.

POUR ALLER PLUS LOIN

Sciences et médias. Fiche extraite de la brochure *Médias et Information, on apprend !*, édition 2014-2015 :
http://www.clemi.org/fr/ressources_pour_la_classe/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/238
Site Docs pour Docs : <http://www.docpourdocs.fr/spip.php?rubrique169> ;
DocSciences Canopé Versailles : <http://www.docsciences.fr/>
Universcience.tv : <http://www.universcience.tv/>
Blogs des sciences en français : <http://www.cafe-sciences.org/>
Une conférence-débat faisant le lien entre ÉMI et sciences par Pierre Lacueille, IA-IPR de physique chimie, 26 mars 2014 :
<http://www.cndp.fr/crdp-nancy-metz/index.php?id=3709>

DANS LES PROGRAMMES

SCCC^[1]

Domaine 1 – Langages pour penser et communiquer.

Domaine 2 – Méthodes et outils pour apprendre.

Coopération et réalisation de projets.

Domaine 4 – Systèmes naturels et systèmes techniques.

CYCLE 4

ÉMI

- Utiliser des documents de vulgarisation scientifique.
- S'entraîner à distinguer une information scientifique vulgarisée d'une information pseudo-scientifique grâce à des indices textuels ou paratextuels et à la validation de la source.
- Participer à une production coopérative multimédia en prenant en compte les destinataires.

STV

- Pratiquer des démarches scientifiques.
- Utiliser des outils numériques.
- Distinguer les faits des idées.

Français

- Communiquer par écrit et sur des supports variés (papier, numérique) un sentiment, un point de vue, un jugement argumenté en tenant compte du destinataire et en respectant les principales normes de la langue écrite.

^[1] Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture.

Médias, pluralisme et démocratie

Les attentats de l'année 2015 et leur cortège de rumeurs et autres théories du complot colportés sur les réseaux sociaux ont clairement mis au jour la méfiance des adolescents à l'égard des « grands médias ». Cet EPI a pour principal objectif de souligner aux yeux des élèves l'importance des médias dans le fonctionnement de la démocratie. Cela passe par une analyse des messages médiatiques qui met en avant les opinions dont ils sont porteurs, mais surtout par l'expression de l'opinion des élèves, à travers un débat nourri par la lecture des médias, et la production de messages médiatiques.

THÉMATIQUE INTERDISCIPLINAIRE

Information, communication, citoyenneté

PRODUCTION ENVISAGÉE

Rédaction et publication d'éditos, de billets d'humeur, de dessins de presse

MEMBRES DE L'ÉQUIPE ÉDUCATIVE ENGAGÉS DANS LE PROJET

Professeur-documentaliste, enseignants de français, arts plastiques et EMC

NIVEAU(X), GROUPE(S) OU CLASSE(S)

Classe de 3^e

DURÉE ENVISAGÉE

18 h
(9 séances de 2 heures)

LIEUX

CDI, salle de classe, salle pupitre

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Périodiques, logiciel de traitement de texte, matériel de dessin

INTERVENANT EXTÉRIEUR

Rencontre avec un dessinateur de presse ou un éditorialiste

BUDGET

Achat de périodiques, financement d'une ou deux sorties qui permettront de réaliser des reportages

ORGANISATION [quelques pistes]

Présentation du projet

Réflexion sur le rapport des élèves avec les médias. Partir de leurs pratiques : comment vous informez-vous ? À quels médias faites-vous confiance ? Pourquoi ? D'après vous, à quoi servent les médias ?

La presse d'opinion, garante du bon fonctionnement démocratique

Comparaison de la Une de trois quotidiens nationaux (*Libération*, *Le Figaro*, *L'Humanité*) concernant un sujet « sensible » (choix des titres, des photos, mise en scène de l'information). Mise en évidence de l'existence d'une presse d'opinion. Comparaison avec des pays où la pluralité de la presse n'existe pas.

Le dessin de presse, l'expression d'une opinion sur l'actualité

Parmi une grande quantité de dessins concernant l'actualité récente, par groupe : choix d'un dessin, recherche d'informations sur l'actualité traitée, réflexion sur les moyens mis en œuvre par le dessinateur pour délivrer son opinion.

Les dessinateurs de presse, des « fantassins de la démocratie » ?

Rencontre avec un dessinateur de presse et/ou travail à partir d'extraits du film et du livre « Caricaturistes, les fantassins de la démocratie », du webdocumentaire « Fini de rire », des interviews de Plantu sur le site du CLEMI. Prolongement : effectuer des recherches sur des caricaturistes censurés ou sanctionnés par la justice de leur pays.

Les médias, un quatrième pouvoir

Par groupe, recherche d'un événement, d'un scandale dans l'actualité récente, pour lequel un média a servi de « lanceur d'alerte ». Présentation orale de l'événement et de son traitement médiatique à la classe.

Les médias, un miroir de l'opinion

Constitution d'une revue de presse sur un sujet d'actualité choisi par les élèves. Observation de la diversité des genres journalistiques, des angles choisis, des points de vue exprimés.

Les médias contributeurs du débat démocratique

Organisation d'un débat sur le sujet choisi lors de la séance précédente. Pour préparer le débat : observation de quelques extraits de débats télévisés. Possibilité de diffuser le débat des élèves dans le cadre d'une émission de webTV ou de webRadio.

Écrire et dessiner pour exprimer son opinion – 1^{re} séance

Les élèves ont été incités à regarder les journaux télévisés de la veille. Après une rapide revue de presse, écriture individuelle d'un éditio ou d'un billet d'humeur ou réalisation d'un dessin sur un sujet d'actualité.

Écrire et dessiner pour exprimer son opinion – 2^e séance

Mise en commun des travaux des élèves. Réactions, propositions d'améliorations par le groupe. Corrections et réécritures. Publication des productions dans le média de l'établissement.

POUR ALLER PLUS LOIN

« Caricaturistes, fantassins de la démocratie ». Documentaire de Stéphanie Valloato, produit par Radu Mihaileanu, 106 min, 2014.

Webdoc « Fini de rire », O. Malvoisin, Arte : <http://cartoons.arte.tv/>

Plateforme numérique d'éducation à l'image : <http://www.le-bal.fr/2016/04/lancement-ersilia>

DANS LES PROGRAMMES

SCCCCC⁽¹⁾

Domaine 1 – Langages pour penser et communiquer.

Domaine 2 – Méthodes et outils pour apprendre.

Domaine 3 – Formation de la personne et du citoyen.

CYCLE 4

Français

- Communiquer par écrit et sur des supports variés (papier, numérique) un sentiment, un point de vue, un jugement argumenté en tenant compte du destinataire et en respectant les principales normes de la langue écrite.
- S'interroger sur la dimension morale et sociale du comique satirique.

ARTS

- La création, la matérialité, le statut, la signification des images : l'appréhension et la compréhension de la diversité des images ; leurs propriétés plastiques, iconiques, sémantiques, symboliques.

EMC

- Différencier son intérêt particulier de l'intérêt général : comprendre les enjeux de la laïcité (liberté de conscience et égalité des citoyens) ; reconnaître les caractéristiques d'une démocratie.
- L'engagement : agir individuellement et collectivement : opinion et débat démocratique.

⁽¹⁾ Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture.

Interpréter et comprendre les sondages dans les médias

À partir de l'observation de données chiffrées dans la presse (sondages, infographie, publicité...), les élèves découvrent la multiplicité des interprétations des nombres. Ils développent et exercent leur esprit critique par la lecture, la comparaison et la contextualisation des données étudiées, en identifiant la source, le commanditaire et le destinataire. Ils repèrent les éléments de présentation susceptibles d'orienter le sens, de privilégier un angle interprétatif. En français et en EMC, ils étudient des articles qui accompagnent les données statistiques, puis d'autres textes à visée persuasive.

THÉMATIQUE INTERDISCIPLINAIRE

Information, communication, citoyenneté

PRODUCTION ENVISAGÉE

Articles mis en ligne sur l'ENT de l'établissement

MEMBRES DE L'ÉQUIPE ÉDUCATIVE ENGAGÉS DANS LE PROJET

Professeur-documentaliste, enseignants de mathématiques, français, EMC

NIVEAU(X), GROUPES OU CLASSES

Classe de 4^e

DURÉE ENVISAGÉE

20 h

LIEUX

CDI, salle de cours

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Périodiques, connexion Internet

INTERVENANT EXTÉRIEUR

Rencontre avec un journaliste, infographiste ou statisticien

BUDGET

Achat de périodiques, rémunération de l'intervenant

ORGANISATION [quelques pistes]

Présentation conjointe du projet : 1 h

(maths/français/professeur-documentaliste)

À partir d'un article de presse récent, les enseignants expliqueront aux élèves comment l'article et la présentation chiffrée ou graphique peut les influencer.

En ÉMI : 3 h

À partir des journaux disponibles et à l'aide du professeur-documentaliste, les élèves pourront repérer des infographies et des sondages afin de les comparer à d'autres sur le même thème (recherche Internet possible).

Insister sur les notions de source, de recoupement des informations (idéalement l'intervention du professionnel pourrait se situer pendant ces séances, avec préparation d'une interview en amont).

Les « bons exemples » seront rassemblés dans un dossier disponible sur l'ENT de l'établissement

En maths : 5 h

Étudier les représentations graphiques utilisées dans les journaux gratuits, quotidiens, hebdomadaires, presse spécialisée.

Remarquer les « erreurs » de proportionnalité, d'interprétation, d'échelle...

Se demander comment une infographie peut « influencer » le lecteur.

En français et ÉMI : 5 h

À partir d'articles récents dans différents périodiques sur le même thème, comparer le traitement de l'information.

À partir de textes plus anciens, voir comment les médias ont été utilisés à des fins de propagande.

Comment exprimer un point de vue en restant objectif?

Comment formuler une question/un résultat de sondage afin d'en modifier le sens? (Y compris dans la publicité).

En EMC : 2 h

Les sondages peuvent-ils influencer les citoyens?

Manipulés par qui? Pourquoi?

Travail de synthèse : 4 h

Rédaction de l'article (en binôme) présentant un sondage et son interprétation

POUR ALLER PLUS LOIN

Dossier pédagogique de la Semaine de la presse et des médias dans l'école® 2016.

Des statistiques dans les médias, fiche pédagogique 2014.

Réaliser une interview, fiche conseil 2014; infographier des dépêches, fiche pédagogique 2015; recherche de l'actualité et ses sources sur Internet, fiche pédagogique 2016; le circuit de l'info, fiche conseil 2016.

Sites d'instituts de sondages : insee.fr; ifop.com, harris-interactive.fr, etc.

DANS LES PROGRAMMES

SCCCCC^(*)

Domaine 1 – Langages pour penser et communiquer.

Domaine 2 – Méthodes et outils pour apprendre.

Domaine 3 – Formation de la personne et du citoyen.

CYCLE 4

Français

– Comprendre l'importance de la vérification et du recoupement des sources, la différence entre fait brut et information, les effets de la rédaction et du montage.

Mathématiques

– Recueillir des données, les organiser.
– Lire des données sous forme de données brutes, de tableau, de graphique.
– Calculer des effectifs, des fréquences.
– Calculer et interpréter des caractéristiques de position d'une série statistique.
– Résoudre des problèmes de pourcentage.

ÉMI

– Exploiter l'information de manière raisonnée.
– S'entraîner à distinguer une information scientifique vulgarisée d'une information pseudo-scientifique grâce à des indices textuels ou paratextuels et à la validation de la source.
– Produire, communiquer, partager des informations.
– Utiliser les plateformes collaboratives numériques pour coopérer avec les autres.

EMC

– Étude de l'influence des sondages d'opinion dans le débat public.

^(*) Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture.

Médias étrangers : histoire, économie et langage

La découverte des médias et du lexique désignant les médias (différent de langage médiatique) dans la/les langue(s) étudiée(s) par les élèves est une porte d'entrée pour appréhender la culture de l'autre, ainsi que sa propre culture médiatique. L'élève, par la restitution de son travail de recherche et de lecture, sous la forme d'une frise chronologique* ou de média interactif, devient producteur de contenus qui pourront être consultés et utilisés par toute la communauté éducative.

THÉMATIQUE INTERDISCIPLINAIRE

Langues et cultures étrangères

PRODUCTION ENVISAGÉE

Frise chronologique interactive sur l'histoire des médias.
Une interactive, pastilles sonores

MEMBRES DE L'ÉQUIPE ÉDUCATIVE ENGAGÉS DANS LE PROJET

Professeur-documentaliste, enseignants de SVT et français

NIVEAU(X), GROUPES OU CLASSES

Classe de 4^e ou de 3^e

DURÉE ENVISAGÉE

20 h

LIEUX

CDI, salle de classe

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Presse en langue étrangère, logiciel de traitement de texte, appareil photo, enregistreur, téléphone portable

INTERVENANT EXTÉRIEUR

Rencontre avec un journaliste local, un chercheur

BUDGET

Achat de titres de presse et d'ouvrages portant sur l'histoire des médias, rémunération de l'intervenant

ORGANISATION [quelques pistes]

Présentation du projet

Brainstorming : travail sur la représentation de la presse qu'ont les élèves (presse française et étrangère). Carte à remplir avec les connaissances des élèves en début d'année (elle pourra être complétée à la fin de l'EPI pour que les élèves puissent avoir une représentation du travail fourni et du chemin parcouru).

Bain de presse au CDI : découverte de la presse d'actualité.

Recherches documentaires pour identifier les sources pertinentes : sites faisant référence pour aborder l'histoire et des médias d'une part; corpus de sites en langue étrangère sur lesquels portera le travail de lecture et d'analyse.

Travail sur le lexique de la presse française à comparer avec celui de la presse en langue étrangère.

Rédaction de notices sur le lexique et l'histoire des médias; travail sur l'oralité : enregistrement de textes écrits et lus par les élèves afin d'enrichir une chronologie interactive.

Correction et mise en ligne sur l'ENT de l'établissement.

Plusieurs approches possibles :

- Travail sur les noms des titres de presse : font-ils sens ? (*La Repubblica, El Pais, Die Frankfurter Allgemeine Zeitung ; Mainichi Shinbun...*). Que disent-ils de l'histoire du pays, de la région ? de l'exercice de la démocratie, de la liberté d'expression ?
- Le journal (le quotidien) en lui-même : comment la périodicité est inscrite dans le vocable. Étude des termes la mentionnant (*giornale, diario, periodico, die Zeitung...*)
- L'entrée dans le journal, avec le vocabulaire de la Une (*Une y primera ? ou portada, titulo, ours [directorio?]*...)
- Travail sur l'histoire des médias et de la presse. Liens à faire avec l'histoire du pays, l'exercice de la démocratie. Travail de recherche portant sur l'exercice de la démocratie et le rôle de la presse et des médias (avec des cas de censure dans l'histoire du pays, par exemple). Montrer que la liberté d'expression n'est pas née ex-nihilo.

POUR ALLER PLUS LOIN

Infos d'ailleurs, fiche pédagogique CLEMI : http://clemi.fr/fr/ressources_pour_la_classe/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/234

(*) <https://www.youtube.com/watch?v=se0mTsUA-4c>

DANS LES PROGRAMMES

SCCCCC^(*)

Domaine 1 – Langages pour penser et communiquer.
Domaine 2 – Méthodes et outils pour apprendre, coréalisation de projets.
Domaine 4 – Systèmes naturels et systèmes techniques.
Domaine 5 – Représentations du monde et l'activité humaine.

CYCLE 4

Langues vivantes étrangères et régionales

- Comprendre des documents écrits issus de sources diverses.
- Mobiliser ses connaissances lexicales, culturelles, grammaticales pour produire un texte oral.
- Découvrir les aspects culturels d'une langue vivante étrangère et régionale.

Histoire - géographie

- Se repérer dans le temps.
- Identifier des continuités et des ruptures chronologiques pour s'approprier la périodisation de l'histoire.
- Exercer son esprit critique sur les données numériques, en apprenant à les comparer à celles qu'on peut tirer de documents de divers types.
- Utiliser ses connaissances pour expliciter, expliquer le document et exercer son esprit critique.

ÉMI

- Utiliser les médias et les informations de manière autonome.
- Exploiter l'information de manière raisonnée.
- Produire, communiquer, partager des informations.

(*) Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture.

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

PAR ALEXANDRA MAURER

Professeur-documentaliste et coordonnatrice CLEMI, La Réunion

Intégrée de manière transversale dans tous les champs du savoir, l'Éducation aux Médias et à l'Information est portée par tous les enseignants et notamment par les professeurs-documentalistes qui sont les « enseignants et maîtres d'œuvre de l'acquisition par tous les élèves d'une culture de l'information et des médias ». ^[1]

UN ENJEU CITOYEN MAJEUR

Savoir chercher une information, apprendre à identifier des sources fiables et pertinentes, comprendre les mécanismes de fabrication de l'information, connaître les processus de production et de diffusion de l'information... autant de compétences bien connues des professeurs-documentalistes. Or, dans une société de l'information et de la communication dans laquelle le numérique impacte chacune des étapes de la construction de l'information – sources, production, validation, diffusion, modèle économique... – toutes ces activités sont aussi des enjeux majeurs pour l'exercice d'une citoyenneté en action. C'est pourquoi l'Éducation aux Médias et à l'Information est devenue une priorité dans la mobilisation de l'École pour les valeurs de la République. ^[2]

UNE ENTRÉE DANS LES PROGRAMMES

Avec l'article 53 de la loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'École de la République ^[3], l'ÉMI fait son entrée dans les programmes du cycle 4 à la rentrée 2016. « Il s'agit de faire accéder les élèves à une compréhension des médias, des réseaux et des phénomènes informationnels dans toutes leurs dimensions : économique, sociétale, technique, éthique » ^[4], en travaillant les 27 compétences regroupées en 4 grands domaines : utiliser les médias et les informations de manière autonome ; exploiter l'information de manière raisonnée ; utiliser les médias de manière responsable ; produire, communiquer, partager des informations.

La démarche pédagogique est partagée puisque tous les enseignements sont sollicités. Pour autant la collaboration du professeur-documentaliste est primordiale dans la mesure où il « apporte son expertise et ses compétences » ^[5], anime des séances pédagogiques, permet un continuum des apprentissages, met à disposition des ressources, et participe activement à de nombreux projets ÉMI qui, à la rentrée 2016, pourront au collège prendre la forme d'EPI (enseignements pratiques interdisciplinaires).

UNE IMPLICATION PÉDAGOGIQUE TRÈS VARIÉE

- Animation ou coanimation de séances intégrées dans une progression des apprentissages.
- Ingénierie pédagogique à l'échelle académique dans le cadre des travaux académiques mutualisés appelés TraAM (par exemple la « matrice ÉMI : mise à jour février 2016 ^[6] » ayant pour objectif de faciliter la mise en œuvre de séances pédagogiques) ou dans le cadre d'un établissement (par la conception collaborative des EPI, notamment celui intitulé « Information communication, citoyenneté »).
- Incitation et accompagnement à la production puisque la création de médias scolaires (journal papier ou numérique, blog, webRadio...) est largement promue.
- Gestion de projets ÉMI, notamment lors de la Semaine de la presse et des médias dans l'école[®], action phare annuelle proposée par le CLEMI et souvent associée à des concours.

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

^[1] http://www.education.gouv.fr/cid73215/lereferentieldecompetencesdesenseignantsaubodu5juillet2013.html#Competences_specifiques_aux_professeurs_documentalistes

^[2] <http://www.education.gouv.fr/cid85644/onzemesurespourungrandemobilisationdelecolepourlesvaleursdelarepublique.html>

^[3] <http://eduscol.education.fr/cid83623/lemidanslaloirefondationdelecole.html>

^[4] http://www.education.gouv.fr/pid285/bulletin_officiel.html?cid_bo=94717

^[5] http://www.education.gouv.fr/pid285/bulletin_officiel.html?cid_bo=100720

^[6] <http://docs.actoulouse.fr/wp/?p=4682>

S'INFORMER : DU MÉDIA AU TRANSMÉDIA

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

COLLÈGE

DÉCOUVRIR UN MÉDIA EN LIGNE

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

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

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

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

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

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

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

LYCÉE

DÉCOUVRIR UN WEBDOCUMENTAIRE

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

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

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

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



RÉALISER UN WEBDOCUMENTAIRE
DE L'ÉCOLE AU SECONDAIRE
(CANOPÉ AMIENS)

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français

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

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

Culture littéraire et artistique

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

Histoire et géographie

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

Sciences et technologies

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

ÉMI

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

EMC

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

LYCÉE

Français

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

Littérature et société

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

EMC

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

Sources :

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

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

VÉRIFIER LES SOURCES

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

COLLÈGE

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

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

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

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

PRENDRE CONSCIENCE DES SOURCES DES DOCUMENTS DIFFUSÉS SUR INTERNET

Repérer l'origine du document : le site, l'adresse, la source des images^[1]. 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?

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? Constaté que les sujets les plus diffusés en ligne ne sont pas ceux qui font la une des médias traditionnels; observer la part des informations locales diffusées, tous les réseaux sociaux ne parlent pas de la même chose. Opposer et critiquer les avantages et les inconvénients de ce type d'informations « immédiates ». Chaque citoyen usager de ces réseaux sociaux peut-il être un « journaliste collaboratif »?

[*] Par exemple, via google images.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Culture littéraire et artistique

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

Histoire et géographie

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

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

Sciences et technologies

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

ÉMI

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

EMC

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

LYCÉE

Droit et grands enjeux du monde contemporain

Terminale - Internet et le droit.^[3]

Français

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

Histoire et géographie

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

Littérature et société

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

LVE

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

EMC

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

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

[2] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

[3] *BO* n° 8 du 13/10/2011.

[4] *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.

[5] *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.

[6] *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

André Gunther , *L'image sociale*, : <http://imagesociale.fr/>

APPRENDRE À DÉBATTRE EN CLASSE

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 repositionnent la place des débats et de leurs acteurs.

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 ?

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

CYCLE 4 - Comprendre des messages et des discours oraux.

ÉMI

Cycle 4 - Exploiter l'information de manière raisonnée : apprendre à distinguer subjectivité et objectivité dans l'étude d'un objet médiatique.^[1]

EMC

Cycle 3 - Le jugement : penser par soi-même et avec les autres : le débat argumenté.

Cycle 4 - L'engagement : agir individuellement et collectivement. Le rôle de l'opinion dans le débat démocratique.^[2]

LYCÉE

SVT

2^{de} - Comprendre les éléments d'un débat. Manifester un intérêt pour la vie publique.^[3]

Littérature et société

2^{de} GÉNÉRALE - Faire découvrir aux élèves différentes formes de la parole publique, ex : décryptage du débat télévisé.^[4]

Français

2^{de}, 1^{re} L^[5] et séries technologiques^[5]

Chapitre « L'éducation aux médias ». Les « questions d'énonciation » dans les textes, les discours et les dispositifs médiatiques.

BAC PRO TERMINALE - Comprendre comment la mise en scène de la parole contribue à son efficacité... [plateaux de télévision, tribunes politiques...].^[6]

EMC

1^{re} - Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information : spécificité et rôle des différents médias et éléments de méthode permettant la compréhension critique des informations dont ils sont porteurs (des réactions qu'ils suscitent [commentaires interactifs, blogs, tweets...]).^[2]

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

[2] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

[3] *BO spécial* n° 4 du 29/04/2010.

[4] *BO spécial* n° 9 du 30/09/2010.

[5] *BO spécial* n° 3 du 17/03/2011.

[6] *BO spécial* n° 2 du 19/02/2009.

POUR ALLER PLUS LOIN

Villeneuve [Gaël], *Les Débats télévisés en 36 questions-réponses*, 2013.

« Le débat en classe », Milan Presse, 2012.

EMC Méthodes et démarches - le débat argumenté : <http://eduscol.education.fr/cid92404/methodes-et-demarches.html>

S'INFORMER : D'UN ÉCRAN À L'AUTRE*

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

COLLÈGE

DÉCOUVRIR UN JOURNAL TÉLÉVISÉ DANS TOUTES SES DIMENSIONS

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

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

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

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

AU LYCÉE

ABORDER LES AUTRES FORMES DE L'INFORMATION TÉLÉVISÉE

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

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

[*] Voir aussi : *Médias et information, on apprend !*, édition 2015-2016, « dossier Créer, publier », p. 18-19.

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français

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

Arts plastiques

Cycle 4 - La narration visuelle.^[2]

ÉMI

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

EMC

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

LYCÉE

Littérature et société

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

LVE

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

Français

Bac Pro 2^{de} - S'intéresser à l'actualité, lire la presse, regarder un journal télévisé...^[4]

Enseignement scientifique

1^{er} L et ES - Utiliser des arguments scientifiques pour confirmer ou infirmer certaines affirmations véhiculées dans les médias.^[3]

Histoire-géographie

Terminale (séries L et ES) - Médias et opinions publiques.^[6]

EMC

1^{er} - Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information : spécificité et rôle des différents médias et éléments de méthode permettant la compréhension critique des informations dont ils sont porteurs.^[2]

Sources :

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

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

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

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

EXPLOITER DES DONNÉES EN CLASSE

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.

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. Répertoire les genres les plus utilisés et les thèmes auxquels ils s'appliquent : bases de données interactives, cartes interactives, graphiques, visualisations originales, time-line, animation, etc. Commenter l'attractivité et la clarté des réalisations observées. Comparer sur un même sujet, un traitement classique de l'information et une réalisation de datajournalisme.

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

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

S'il 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

Sciences et technologie

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

Mathématiques

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

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

ÉMI

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

LYCÉE

Littérature et société

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

Histoire-géographie

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

SES

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

Sciences de gestion

1^{er} et terminale STMG - « Repérer l'origine d'une information et les étapes de sa transformation, de la donnée à l'information, de l'information à la connaissance et à sa transmission ». ^[7]

EMC

1^{er} - Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information : questions éthiques majeures posées par l'usage individuel et collectif du numérique. Quelques principes juridiques encadrant cet usage.^[8]

Sources :

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

POUR ALLER PLUS LOIN

Guide du datajournalisme, Eyrolles, 2014 :

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

L'École des Données, version française d'un projet de l'Open Knowledge Foundation : <http://ecoledesdonnees.org>

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

DÉCRYPTER LA PUB DANS LES MÉDIAS

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

COLLÈGE

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

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

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

LYCÉE

MONTRER COMMENT DES TECHNIQUES VISUELLES ET SONORES SOUTIENNENT UN MESSAGE PUBLICITAIRE

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

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

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

DÉBATTRE DES TECHNIQUES RÉCENTES EMPLOYÉES EN MATIÈRE PUBLICITAIRE

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

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

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français

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

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

Histoire des Arts

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

Arts plastiques

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

LVER

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

ÉMI

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

LYCÉE

Arts

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

Sciences de gestion

Terminale (séries STMG, spécialité : Mercatique) - Mercatique et consommateurs ; Mercatique et marchés ; Mercatique et société.^[6]

Arts appliqués et cultures artistiques

CAP^[6] - Design de communication : étude d'une campagne publicitaire.
Bac Pro^[6] - Connaître les composants plastiques et sémantiques de l'image.

Sciences Économiques et Sociales [enseignement d'exploration]

2^{de} - L'influence de la mode et de la publicité sur la consommation.^[6]

LVE

Bac Pro^[6] - Comprendre et réaliser un message publicitaire.

EMC

1^{re} - Questions éthiques majeures posées par l'usage individuel et collectif du numérique. Quelques principes juridiques.^[6]

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

[2] *BO spécial* n° 6 du 25/06/2015.

[3] *BO spécial* n°4 du 29/04/2010.

[4] *BO* n° 12 du 22/03/2012.

[5] *BO* n° 8 du 25/02/2010.

[6] *BO spécial* n°2 du 19/02/2009.

POUR ALLER PLUS LOIN

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

Lavanant (Didier), *Vices et vertus de la publicité*, Vuibert, 2007.

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

CONSTRUIRE UNE VEILLE D'ACTUALITÉ*

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

COLLÈGE

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

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

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

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

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

LYCÉE

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

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

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

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

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Français

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

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

Histoire et géographie

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

ÉMI

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

B2i

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

LYCÉE

Littérature et société

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

Informatique et création numérique

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

Sciences de gestion

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

Sciences économiques et sociales

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

B2i^[2]

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

Sources :

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

POUR ALLER PLUS LOIN

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

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

^[1] Voir aussi : *Médias et information, on apprend !*, édition 2015-2016, « dossier Créer, publier », p. 22-23 : <http://www.cleml.org/fr/tv/creer-publier/>

INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES DANS LA CLASSE*

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

COLLÈGE

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

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

Fiche téléchargeable sur

<http://www.pearltrees.com/clemibx/reseaux-sociaux/id8196928/item178314884#1242>

COLLÈGE LYCÉE

ORGANISER UN DÉBAT AU SEIN DE LA CLASSE

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

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

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

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

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

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

LYCÉE

MOBILISER UNE ÉQUIPE INTERGATÉGORIELLE ET PROMOUVOIR LE TUTORAT ENTRE ÉLÈVES

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

Présentation sur :

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

[*] Voir aussi : *Médias et information, on apprend !*, édition 2015-2016, « dossier Créer, publier », p. 28-29 : <http://www.clemi.org/fr/tv/creer-publier/>

DANS LES PROGRAMMES

COLLÈGE

Socle commun^[1]

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

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

ÉMI et nouveaux programmes^[2]

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

Sources :

[1] Décret n° 2015-372 du 31 mars 2015. BO n° 17 du 23/04/15.

[2] ÉMI et nouveaux programmes (cycle 4). BO spécial n° 11 du 26 novembre 2015.

LYCÉE

EMC

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

Enseignements exploration 2nde

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

Sciences de gestion

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

B2i

Domaine 1 - Construire des entités adaptées aux différents contextes [public, privé, professionnel].^[6]

Sources : [1] BO spécial n° 6 du 25/06/2015.

[2] BO spécial n° 4 du 29/04/2010.

[3] BO n° 31 du 27 août 2015.

[4] BO n° 12 du 22/03/2012.

[5] BO n° 31 du 29/08/2013.

POUR ALLER PLUS LOIN

Fiche Jeu « Créer un réseau social dans la classe » : <http://www.pearltrees.com/clemibx/reseaux-sociaux/id8196928#1243>

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

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

L'Éducation aux médias : une nécessité à l'heure du numérique omniprésent

PAR MATHIEU JEANDRON

Directeur du Numérique pour l'Éducation au ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Au moment où la pratique numérique se répand dans l'école, il est indispensable de donner du sens à son « institutionnalisation », pour éviter de cristalliser des oppositions ou des incompréhensions, et, comme cela a commencé à être fait avec les travaux de refondation de l'École en 2013, il faut régulièrement revenir à l'essentiel : penser l'École dont la société a besoin pour accueillir et former les élèves d'aujourd'hui et demain.

L'élève de 2017 est né avec le numérique. De façon immédiate, on perçoit son aisance « manipulative », l'omniprésence du numérique dans sa vie quotidienne et dans ses relations sociales. De façon beaucoup plus profonde, l'élève a été baigné, depuis l'enfance, dans ce qui fait unanimement l'immense succès du numérique au quotidien : l'immédiateté de l'accès à l'information, et en tout lieu ; la « gratuité » (réelle ou apparente) de nombreux services, avec la multiplicité de l'offre et la capacité de comparer, de choisir ; la réduction des distances, le décloisonnement, l'internationalisation (rien de plus commun que de jouer en ligne avec quelqu'un à l'autre bout du monde) ; la « banalisation » d'un monde de plus en plus régi par des « lois privées » (les conditions générales d'utilisation d'un service numérique utilisé par un milliard de personnes ont un impact plus important sur la vie courante de chacun que beaucoup de nos textes de loi...) ; la « dictature » de l'image, de l'exposition de soi, la mise en avant narcissique.

L'élève baigné dans le numérique se voit également offrir beaucoup plus tôt et avec une plus grande liberté que ses aînés une capacité d'interaction avec le monde et une intimité éloignées du regard des adultes, dès lors qu'il sera équipé d'un téléphone portable, c'est-à-dire en moyenne à l'entrée au collège. Bref, les transformations de l'élève liées au numérique, sont bien plus profondes que ses étonnantes capacités « manipulatoires ». Le grand enjeu de l'École dans les prochaines années, c'est d'enseigner à cet « élève augmenté », cet élève doté de cette prothèse numérique qui lui a forgé une certaine perception du monde et qui a ses atouts et ses défauts.

L'élève de 2017 vit dans une société qui a changé, et pas seulement par le seul effet du numérique. Les repères familiaux sont parfois chahutés, les structures locales et l'instruction religieuse sont globalement moins présentes, l'École reste le principal, si ce n'est le seul, point de repère stable pour la construction de l'individu. École dont les promesses d'ascenseur social sont également remises en cause, par la croissance économique limitée et le chômage de masse ; l'obtention d'un diplôme, un parcours scolaire complet ne sont plus une garantie contre le chômage. Et l'élève a besoin d'autres promesses, d'autres horizons que la seule fin de la scolarité et l'entrée dans la vie active,

que l'abrupt « passe ton bac d'abord ». L'École ne peut pas se contenter de transmettre ce qui a été déterminé « bon pour l'élève », l'École doit donner plus de sens, expliquer, motiver afin que les savoirs fondamentaux soient acceptés comme essentiels.

Cet élève de 2017 sera également confronté, dans sa vie professionnelle et personnelle, à des défis d'une nature particulière. Le travail, tel qu'on le connaît aujourd'hui, se transforme progressivement ; l'emploi salarié de masse a déjà décliné et risque de décroître sensiblement encore ; de nombreux métiers se transforment, certains vont disparaître ou presque, d'autres vont se développer mais on ne sait pas les décrire précisément. Les défis que la société va devoir affronter sont colossaux : crise environnementale, climatique et énergétique, besoin de renouvellement de la démocratie et des mécanismes de solidarité. Le défi majeur de l'École est d'apprendre à s'adapter, d'apprendre à apprendre tout au long de sa vie, d'apprendre à coopérer pour résoudre des problèmes. S'il est nécessaire que l'élève construise à cet effet une culture solide et un socle de compétences fondamentales, il est tout aussi indispensable qu'il apprenne à interagir avec d'autres, à collaborer, à « faire des liens », à créer, à sortir des cadres établis, à se confronter à des cultures différentes, ... Si nous souhaitons donner aux prochaines générations tous les atouts nécessaires, et dans la mesure où aucune autre structure sociale n'en a le potentiel, c'est à l'École de s'emparer de cet objectif, à tous les niveaux de la scolarité.

L'éducation aux médias s'inscrit précisément dans ce triple enjeu :

- développer l'esprit critique vis-à-vis du média de plus en plus exclusif qu'est le numérique sous toutes ses formes,
- donner du sens aux transformations de la société,
- permettre enfin aux élèves de tirer parti des nouveaux médias dans une vie professionnelle qui s'annonce chargée en défis.

Ces enjeux sont ceux de l'École, sans aucun doute.

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

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

QUE SONT LES ACCORDS SECTORIELS ?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PEUT-ON METTRE EN LIGNE CES ŒUVRES ?

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

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

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

Enfin, toute mise en ligne de travaux pédagogiques intégrant certaines œuvres ou extraits d'œuvres doit faire l'objet d'une déclaration auprès des représentants des ayants droit⁽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 (<http://creativecommons.fr/>).

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

Division des Affaires juridiques, Canopé

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

Une base de données consultable sur le site du Centre français d'exploitation du droit de Copie (CFC) à l'adresse www.cfcopies.com/copie-pedagogique/repertoire-oeuvres, permet d'accéder à la liste des œuvres dont l'utilisation est autorisée dans le cadre du Protocole d'accord sur l'utilisation des livres, des œuvres musicales éditées, des publications périodiques et des œuvres des arts visuels à des fins d'illustration des activités d'enseignement et de recherche conclu le 6 novembre 2014. Il convient toutefois de noter que ce protocole d'accord est échu au 31 décembre 2015 et est en cours de renégociation.

Pour en savoir plus :

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

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

VERS UN RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Dans le contexte d'une société de l'information en mouvement, l'Éducation aux Médias et à l'Information est une médiation indispensable pour la construction des savoirs. Il s'agit d'un apprentissage transversal inscrit dans la loi de la Refondation de l'École [de juillet 2013], qui se déploie dans les 5 domaines du Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture, de façon explicite. Afin de permettre la mise en œuvre de l'ÉMI par les enseignants, des référentiels de compétences sont nécessaires.

Le CLEMI a su proposer des référentiels de compétences élèves et enseignants pour l'EAM [Cf. brochures éditées depuis 2006]. Au regard du nouveau SCCC, des nouveaux référentiels de compétences élèves et enseignants doivent être élaborés. Pour cela le CLEMI propose d'impulser le travail, autour d'une communauté d'usagers de cette brochure et de porteurs de projets ÉMI de la communauté éducative [équipes CLEMI, chercheurs, corps d'inspection...]. Ce groupe de travail sera à l'œuvre dès la rentrée 2016 pour une proposition de référentiels début 2017.

L'Éducation aux Médias et à l'Information dans la vie de l'établissement

AU 1^{er} TRIMESTRE

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 des nouveaux venus ou la présentation de l'établissement à la rentrée ou pour des Portes ouvertes (vidéo, affiches, site), les élèves peuvent être associés à l'élaboration des différents supports et apprendre à maîtriser quelques compétences de communication.

Au moment des élections des délégués en début d'année, 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).

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 20) 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'ÉMI.

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, audio- blog accueilleront ainsi reportages et chroniques.

Saisir l'occasion de commémorations dans le cadre de l'établissement pour envisager un volet ÉMI : 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 page 3 de couverture), ou en s'informant auprès de la Réserve citoyenne de l'Éducation nationale (<http://bit.ly/1cOKiCn>).

Les Français et les médias

En 2015, plus de 9 Français sur 10 ont été en contact avec au moins deux médias et plus des deux tiers en ont utilisé au moins 3 en moyenne au cours d'une journée. Si télévision et radio représentent plus de la moitié des contacts médias et multimédias quotidiens des Français, les loisirs numériques et Internet en représentent aujourd'hui 37,2%, dont 23,8% pour les seuls loisirs numériques (musique, jeux vidéo, vidéo, téléphone). L'âge influence beaucoup le niveau des pratiques : les 13-24 ans ont plus de contacts avec les loisirs numériques [26,8 par jour] qu'avec les médias [22 par jour]. *(Médiamétrie, Média in Life 2015, 04/2016)*

PARTICIPATION AUX RÉSEAUX SOCIAUX

Plus d'une personne sur deux est membre d'un « réseau social » sur Internet. Les réseaux sociaux continuent à attirer de nouveaux utilisateurs, avec 62% des internautes fréquentant ce type de réseaux en 2015.

Proportion de personnes ayant participé à des réseaux sociaux sur Internet au cours des 12 derniers mois

12- 17 ans	79 %
18- 24 ans	92 %
25- 39 ans	81 %
40- 59 ans	44 %
60- 69 ans	26 %
70 ans et plus	11 %

(Baromètre du numérique, CREDOC, 2015)

ÉVOLUTION DE LA « CONSOMMATION » DE L'INFORMATION

En 2016, 90% des 18 ans et plus s'informent quotidiennement sur l'actualité et près des 2/3 [63%] plusieurs fois par jour. Les médias traditionnels – télévision, radio, presse – occupent la première place dans le domaine de l'information : les individus s'informent en majorité via les journaux télévisés [8 individus sur 10], les chaînes d'information en continu [52%], les radios généralistes ou d'information [49%] et la presse [49%]. L'usage des médias numériques [portails/pages d'actualité, pure players et réseaux sociaux] quant à lui progresse : en 2016, 38% des individus interrogés déclarent s'informer via les médias numériques contre 34% en 2013. 77% des 18-24 ans les utilisent pour s'informer.

En 2016, 17% des individus de 18 ans et plus qui consultent l'actualité le font via les réseaux sociaux. Facebook est le plus utilisé, devant Twitter. La viralité du contenu disponible est le principal ressort de l'usage de ces réseaux pour s'informer : 88% des individus consultent d'abord les articles et les vidéos partagés par leurs proches. *(Médiamétrie, Actu 24/7, 03/2016)*

Télévision

Durée d'écoute quotidienne par individu en 2015

3 h 44 (1 h 56 pour les enfants de 4 à 14 ans)

Part d'audience des chaînes en 2015

(En audience consolidée – incluant le visionnement en différé J+7 –, sur un total de 100)

TF1	21,4
France 2	14,3
M6	9,9
France 3	9,2
France 5	3,4
Canal +	2,6
Arte	2,2
Autres TV	37

(Médiamétrie, Médiamat annuel 2015, 03/2016)

Nombre d'individus de 15 ans et plus regardant la télévision chaque jour en live ou en replay sur les écrans internet

3 millions de personnes, pour 1 h 40 quotidienne

Si l'ordinateur reste l'écran n°1, les écrans mobiles se démarquent : chaque jour 1,4 million de personnes de 15 ans et plus les utilisent pour regarder la télévision.

Les jeunes de 15 à 24 ans sont les plus gros consommateurs de télévision sur les autres écrans : 820 000 s'adonnent chaque jour [11,2%] à cette pratique. 12% de leur durée d'écoute quotidienne de la TV se fait sur un ordinateur, un smartphone ou une tablette contre 2% pour les 15 ans et plus.

(Médiamétrie, Global TV 2016, période d'octobre à décembre 2015)

Radio

Audience cumulée

Plus de 43,3 millions d'auditeurs sur un jour de semaine

Durée d'écoute moyenne par auditeur

2 h 53

(Source : Médiamétrie, 126 000 Radio janvier-mars 2016)

Chaque jour, 6,4 millions de personnes écoutent la radio sur les supports multimédia soit 12% des Français de 13 ans et plus. Pour les 13-19 ans, cette proportion s'élève à 27% en janvier-mars 2016.

Nombre d'auditeurs radio quotidiens sur les supports numériques

(Audience cumulée en milliers et %, sur un jour de semaine, 13 ans et plus)

Mobile	3,1 millions [5,8%]
Ordinateur	1,7 million [3,2%]
TV	1,2 million [2,2%]
Tablette	586 000 [1,1%]
Baladeur	238 000 [0,4%]
TOTAL	6,4 millions [12%]

Contribution des supports multimédia dans le volume d'écoute de la radio

88,3% sur des postes dédiés à la radio :

11,7% du volume d'écoute radio sur des supports multimédia

(Médiamétrie, 126 000 Radio / Global Radio, vague janvier-mars 2016)

Presse écrite

En 2014, la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) dénombre 9 quotidiens nationaux d'information générale et politique, 55 quotidiens locaux (régionaux et départementaux) d'information générale et politique et 12 quotidiens gratuits d'information.

L'étude « One 2014/2015-Audipresse » montre que 32,8 millions de Français (individus de 15 ans et plus) lisent chaque jour au moins un titre de presse quotidienne ou magazine.

Etude One 2014/2015-Audipresse [Communiqué de presse, septembre 2015]

Lieux de lecture du média presse

Hormis la presse Tv majoritairement consultée au domicile [95%], la presse est lue hors du domicile à hauteur de 32% [vs 68% au domicile].

Sur un lieu de travail	11,6 %
Dans les transports	6,6 %
Chez des parents ou des amis	6,4 %
Dans une salle d'attente	5,4 %

Etude One 2014/2015-Audipresse [Communiqué de presse, septembre 2015]

MÉDIAS & INFORMATION, ON APPREND !

Nombre total de lecteurs de presse quotidienne

21 millions de personnes lisent au moins chaque jour un quotidien.

Quotidiens régionaux	8 millions
Quotidiens nationaux	8,1 millions
Quotidiens urbains gratuits	4,8 millions

Etude One 2014/2015-Audipresse [Communiqué de presse, septembre 2015]

Quotidiens d'information

Les 6 plus fortes diffusions de la presse quotidienne française en 2015

(Diffusion France Payée)

<i>Ouest France</i>	696 098
<i>Le Figaro</i>	311 326
<i>Le Monde</i>	267 897
<i>Sud Ouest</i>	252 676
<i>L'Équipe</i> édition générale	223 675
<i>La Voix du Nord</i>	221 951

[Source : L'Observatoire de la presse et des médias 2016, ACPM / OJD]

Presse magazine

Répartition par secteur en 2015, en %

(Diffusion France Payée)

Télévision	43,49
Féminins	22,99
Actualités	20,74
Loisirs	8,24
Famille	2,86
Jeunes	2,17
Associations	0,55
Masculine	0,03

[Source : L'Observatoire de la presse et des médias 2016, ACPM / OJD]

Magazines d'information

Les 5 plus fortes diffusions de la presse magazine d'information en 2015, en nombres d'exemplaires (Diffusion France Payée)

<i>L'Obs</i>	401 087
<i>Le Point</i>	364 085
<i>L'Express</i>	338 151
<i>Courrier international</i>	167 177
<i>Marianne</i>	156 646

[Source : L'Observatoire de la presse et des médias 2016, ACPM / OJD]

Sites web et applications mobiles et tablettes (OJD)

Actualités/Informations

Les 5 plus fortes fréquentations 2015, en nombre de visites

Sites Grand Public

LeMonde.fr	830 542 030
LeFigaro.fr	739 808 105
L'Équipe.fr	722 718 513
Tele-loisirs.fr	608 295 999
Lexpress.fr	389 293 509

Applications Mobile

Appli L'Équipe	951 140 567
Appli Tele-Loisirs.fr	532 634 951
Appli LeMonde.fr	330 718 509
Appli La Chaîne-Météo	320 149 357
Appli LeParisien.fr	260 395 769

Applications Tablettes

Appli Tab L'Équipe	169 126 670
Appli Tab Tele-Loisirs.fr	105 734 078
Appli Tab LeMonde.fr	72 684 091
Appli Tab La Chaîne-Météo	64 537 491
Appli Tab Télé 7	62 987 063

[Source : L'Observatoire de la presse et des médias 2016, ACPM / OJD]

PRATIQUES MÉDIATIQUES DES ENFANTS ET DES JEUNES ADULTES

Plus de 9 enfants sur 10 ont surfé sur Internet au cours du dernier mois. Si les 4-6 ans privilégient le téléviseur connecté, les 7-10 ans commencent à utiliser de manière indépendante l'ordinateur ou la tablette du foyer. Enfin, le smartphone est un écran majeur pour les 11-14 ans dont les 3/4 possèdent leur propre téléphone. Ils sont 27% à l'utiliser pour regarder des vidéos.

Top 5 des usages connectés des enfants

4-6 ans

Regarder la TV en direct	62%
Regarder des émissions / programmes TV après leur diffusion	62%
Dessiner, colorier en ligne	60%
Consulter des applications de sites créatifs	56%
Regarder des vidéos sur interne	56%

7-10 ans

Jouer à des jeux pour passer le temps	67%
Regarder des vidéos sur Internet	66%
Faire une recherche sur moteur de recherche	61%
Regarder la TV en direct	59%
Regarder des émissions / programmes TV après leur diffusion	58%

11-14 ans

Faire une recherche sur moteur de recherche	89%
Regarder des vidéos sur Interne	79%
Jouer à des jeux pour passer le temps	71%
Messagerie instantanée, chat, Texto/SMS online DM	69%
Regarder la TV en direct	65%

[Médiamétrie, WebO Kids, 03/2016, enquête réalisée en novembre 2015]

Temps hebdomadaire moyen passé sur Internet

1-6 ans	4 h 10
7-12 ans	5 h 40
13-19 ans	14 h 10

[Ipsos, Junior Connect'2016]

Hors écrans, pourcentage d'enfants et de jeunes lecteurs de presse jeunesse

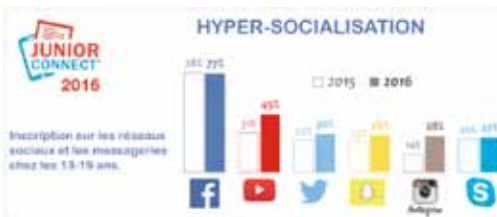
1-6 ans	71%
7-12 ans	73%
13-19 ans	41%

Temps hebdomadaire moyen de lecture de la presse magazine

1-6 ans	4 h 15
7-12 ans	4 h 02
13-19 ans	4 h 00

[Ipsos, Junior Connect'2016]

LES JEUNES ET LES RÉSEAUX SOCIAUX



Usage des réseaux sociaux chez les 12-17 ans

Motivations de leur participation aux réseaux sociaux

Entretenir les liens avec ses proches	96%	91%
Partager des photos ou des vidéos	92%	79%
Se divertir	88%	82%
S'informer sur l'actualité	77%	71%
Faire de nouvelles rencontres	30%	25%

* 12-17 ans

** ensemble des 12 ans et plus membres d'un réseau social

[Source : CREDOC, 2015]

RESSOURCES

DES OUVRAGES ET DES REVUES

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

Balle (Francis), *Les Médias*, PUF, Que sais-je ?, 2014

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

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

Charon (Jean-Marie), *Les Médias en France*, La Découverte, 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*, SCÉREN-CNDP/ CLEMI.

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

Jeanneney (Jean-Noël), *L'actualité au regard de l'histoire : De l'affaire Merah à l'élection du pape François*, Autrement, 2013.

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

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

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

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

Pasquinelli (Elena), Zimmermann (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*, SCÉREN, CLEMI, coll. « Éducation aux médias », 2012.

Trédez (Emmanuel), *Les réseaux sociaux, comment ça marche ?*, Fleurus, 2016.

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

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

<http://emiconf-2013.ens-lyon.fr/>

TDC [Textes et documents pour la classe] CANOPÉ/CLEMI

Les discours médiatiques, sn°1104 juin 2016
<https://www.reseau-canope.fr/notice/tdc-n-1104-1er-juin-2016.html#content>

DES SITES*

PROGRAMMES SCOLAIRES
<http://eduscol.education.fr>

ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET A L'INFORMATION

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

<http://presse-ecole-blogs.ouest-france.fr>
La fabrication et le fonctionnement d'un journal («Le journal en 10 questions»).

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

FranceTV : les Clés des médias.
<http://education.francetv.fr/matiere/education-aux-medias/cinquieme/article/les-cles-des-medias>

France TV : T'as Tout Compris.
<http://education.francetv.fr/emissions/t-as-tout-compris>

Voir aussi sur le site du CLEMI :
<http://clemi.fr/fr/tv/t-as-tout-compris/Eduscol>
<http://eduscol.education.fr/cid83624/emi-et-pratiques-pedagogiques.html>

Enjeux e-medias (Ceméa, Francas, Fcpe...)
<http://www.enjeuxmedias.org/+Education-aux-medias-+www.educasources.education.fr>

Agir contre le harcèlement à l'école.
<http://www.nonaharcelement.education.gouv.fr>

SE FORMER EN LIGNE

Le MOOC «DIY Education aux médias et à l'information» de l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3.

<https://hub5.ecolearning.eu/course/diy-do-it-yourself>

Le MOOC, ÉMI, ENS Cachan, Éric Bruillard, professeur à l'ENS Cachan.

<https://www.fun-mooc.fr/courses/ENSCachan/20008S02/session02/about>

RESSOURCES SUR LES MÉDIAS

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

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

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

AUTOUR DE L'IMAGE

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

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

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

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

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

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

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

www.ciclic.fr
Vocabulaire de l'analyse filmique, par l'Agence régionale du Centre pour le livre, l'image et la culture numérique (Ciclic).

PUBLICITÉ

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

www.snptv.org
Syndicat national de la publicité.

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

SITES EN RAPPORT AVEC LA TÉLÉVISION ET L'AUDIOVISUEL

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

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

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

À PROPOS DES USAGES D'INTERNET

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

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

www.hoaxbuster.com
Site francophone recensant les hoax circulant sur le Web.

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

LES JEUNES ET LES MÉDIAS

www.mediaeducation.fr
Plateforme de l'éducation à l'information et à la liberté d'expression.

www.lapressejeunesse.fr
Portail de La Presse Jeunesse.

<http://www.education-aux-medias.ac-versailles.fr/panorama-de-la-presse-d-actualite-jeunesse>
Panorama de la presse d'actualité jeunesse (CLEMI académie de Versailles).

<http://www.scoop.it/t/clemi-les-jeunes-et-les-medias>
CLEMI – Les jeunes et les médias. Sélection de ressources sur les pratiques médiatiques et numériques des enfants, des adolescents et des jeunes adultes.

<http://www.jetsdencre.asso.fr/>
Jets d'encre (Association nationale pour la promotion et la défense de la presse d'initiative jeune).

DES RESSOURCES FRANCOPHONES

<http://jeunesetmedia.wix.com/jeunesetmedias>
Association française Le Centre d'études sur les jeunes et les médias.

<http://www.media-animation.be/>
Association belge MediaAnimation ASBL.

<http://habilomedias.ca/>
Association canadienne HabiloMedias.

<http://www.jeunesetmedias.ch/fr/accueil.html>
Programme national suisse.

* Sites consultés en juin 2016

Être coordonnatrice académique CLEMI...

PAR KAREN PRÉVOST-SORBE

Coordonnatrice CLEMI Tours-Orléans

« Coordonner [verbe transitif] = Ordonner des éléments séparés, combiner des actions, des activités distinctes... »

Dictionnaire Larousse

ÊTRE COORDONNATRICE AU QUOTIDIEN...

Le coordonnateur académique CLEMI assure la mise en œuvre des actions d'Éducation aux Médias et à l'Information dans son académie. Il met en relation les équipes éducatives et pédagogiques avec des professionnels des médias, notamment la presse locale, les stations de France Bleu et de France 3, les télévisions locales de service public, les radios associatives... Il organise des formations dans le cadre des priorités nationales et du projet académique défini par le recteur. Il accompagne les équipes pédagogiques, les écoles et les établissements scolaires pour mettre en œuvre un projet d'éducation aux médias et l'information. Son action s'inscrit sur un territoire donné avec ses contraintes et ses atouts. Il peut être épaulé dans sa mission par une équipe de formateurs et d'animateurs pédagogiques. Cette organisation est essentielle pour mailler correctement le territoire et apporter une réponse de proximité. Il travaille également avec les médias, les collectivités territoriales, les ateliers CANOPÉ et les différents services déconcentrés de l'Éducation nationale.

Enseignante en Histoire-Géographie-EMC, j'ai été nommée coordonnatrice académique CLEMI en 2007 par le recteur. Ma mission étant académique, l'enjeu est d'impulser, accompagner et suivre des projets d'ÉMI sur l'ensemble du territoire. Et cela peut s'avérer compliqué.

L'académie Orléans-Tours est très étendue. Elle occupe la 3^e position parmi les 30 académies françaises (après celles de Toulouse et de Bordeaux). Elle compte 6 départements (Cher, Eure-et-Loir, Indre, Indre-et-Loire, Loir-et-Cher et Loiret). Il s'agit d'un territoire à dominante rurale.

Mon activité principale est la formation des personnels de l'Éducation nationale. Chaque année, des orientations sont définies (avec des invariants tels que la valorisation de l'expression des jeunes, la création de médias scolaires et lycéens, la préparation de la Semaine de la presse et des médias dans l'école®...). Elles prennent en compte les objectifs fixés par le projet académique, le Plan de Formation Académique et les besoins identifiés « sur le terrain ». Le travail avec les corps d'inspection est également essentiel afin que l'ÉMI soit intégrée dans tous les enseignements, dans le 1^{er} et le 2nd degré. Je suis aidée au quotidien par un référent académique 1^{er} degré et une petite équipe d'enseignants-formateurs.

Les attentats du mois de janvier 2015 m'ont montré que les orientations prises peuvent être révisées. Adaptabilité est le mot clef. L'actualité impose parfois de revoir ses champs de réflexion et de travail. Cela nécessite de s'auto-former et de travailler en réseau, en appui avec le CLEMI national.

Depuis 2007, ma mission de coordonnatrice académique a également considérablement évolué. La question du numérique est devenue incontournable. Les attentes sont fortes pour accompagner les élèves dans leurs pratiques médiatiques et numériques, les amener à mieux comprendre le monde qui les entoure et à développer un esprit critique. Ma mission s'inscrit plus que jamais dans l'éducation à la citoyenneté.

LES ÉQUIPES ACADÉMIQUES DU CLEMI

ACADÉMIE D'AIX-MARSEILLE

Thierry Guibaud
clemi@ac-aix-marseille.fr

ACADÉMIE D'AMIENS

Damien Cambay
clemi@ac-amiens.fr

ACADÉMIE DE BESANÇON

Marie Adam-Normand
coordination.clemi-fc@ac-besancon.fr

ACADÉMIE DE BORDEAUX

Isabelle Martin
isabelle.martin@ac-bordeaux.fr

ACADÉMIE DE CAEN

Emmanuelle Griffon
clemicaen@ac-caen.fr

ACADÉMIE DE CLERMONT-FERRAND

Nicole Pavoni
pavoni@ac-clermont.fr

ACADÉMIE DE CORSE

Marie Pieronne
clemi@ac-corse.fr

ACADÉMIE DE CRÉTEIL

Élodie Gautier
clemicreteil@ac-creteil.fr

ACADÉMIE DE DIJON

Nathalie Barbery
nathalie.barbery@ac-dijon.fr

ACADÉMIE DE GRENOBLE

Guy Cherqui
guy.cherqui@ac-grenoble.fr
clemi@ac-grenoble.fr
François Morel
fmorel2@ac-grenoble.fr

ACADÉMIE DE GUADELOUPE

Patrick Pergent
ce.clemi@ac-guadeloupe.fr

ACADÉMIE DE GUYANE

Elfrida Delmer-Davigny
clemi.ac-guyane@laposte.net

ACADÉMIE DE LILLE

Jean-Christophe Planche
clemilille@ac-lille.fr

ACADÉMIE DE LIMOGES

Magali Martin
magali.martin@ac-limoges.fr

ACADÉMIE DE LYON

Edwige Jamin
edwige.jamin@ac-lyon.fr

ACADÉMIE DE MARTINIQUE

Pierrette Leti-Palix
daac@ac-martinique.fr

ACADÉMIE DE MAYOTTE

Annie Le Quéau
Tél.: 02 69 64 03 28
cdp@mayotte.fr

ACADÉMIE DE MONTPELLIER

Alain Pinol
clemi@ac-montpellier.fr

ACADÉMIE DE NANCY-METZ

Philippe Spiegel
philippe.spiegel@ac-nancy-metz.fr

ACADÉMIE DE NANTES

Nicolas Quatrevaux
clemi@ac-nantes.fr

ACADÉMIE DE NICE

Lilia Parisot
lilia.parisot@ac-nice.fr

ACADÉMIE D'ORLÉANS-TOURS

Karen Prévost-Sorbe
karen.prevost@ac-orleans-tours.fr

ACADÉMIE DE PARIS

clemi@ac-paris.fr

ACADÉMIE DE POITIERS

Nicolas Billon
clemi@ac-poitiers.fr

ACADÉMIE DE REIMS

Jean-Pierre Benoît
jean-pierr.benoit@ac-reims.fr
Céline Harasiuk (assistante)
celine.harasiuk@ac-reims.fr

ACADÉMIE DE RENNES

Sylvie Patéa
clemi.bretagne@ac-rennes.fr

ACADÉMIE DE LA RÉUNION

Alexandra Maurer
alexandra.maurer@crdp-reunion.fr

ACADÉMIE DE ROUEN

Édouard Bessière
edouard.bessiere@ac-rouen.fr

ACADÉMIE DE STRASBOURG

Sophie Philippi
sophie.philippi@ac-strasbourg.fr

ACADÉMIE DE TOULOUSE

Laurence Janin
clemi@ac-toulouse.fr

ACADÉMIE DE VERSAILLES

Sylvain Joseph
clemi@ac-versailles.fr

DANS LES TERRITOIRES D'OUTRE-MER

NOUVELLE-CALÉDONIE

Christian Lucien
dir.cdp@ac-noumea.nc
dir@cdp.nc

AGIR POUR VOUS ACCOMPAGNER AU QUOTIDIEN

Nouveaux enseignants, cette brochure vous est particulièrement destinée. Elle vous propose des pistes pédagogiques, des idées d'activités en Éducation aux Médias et à l'Information qui font le lien avec les nouveaux 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.

Dans chaque académie une équipe du CLEMI est là pour vous conseiller et vous accompagner dans la mise en œuvre des activités d'éducation aux médias avec vos élèves (voir leurs coordonnées page 3 de couverture).

Suivre l'actualité du CLEMI et de l'Éducation aux Médias et à l'Information sur les réseaux sociaux :

 @LeCLEMI

 <https://www.facebook.com/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.

