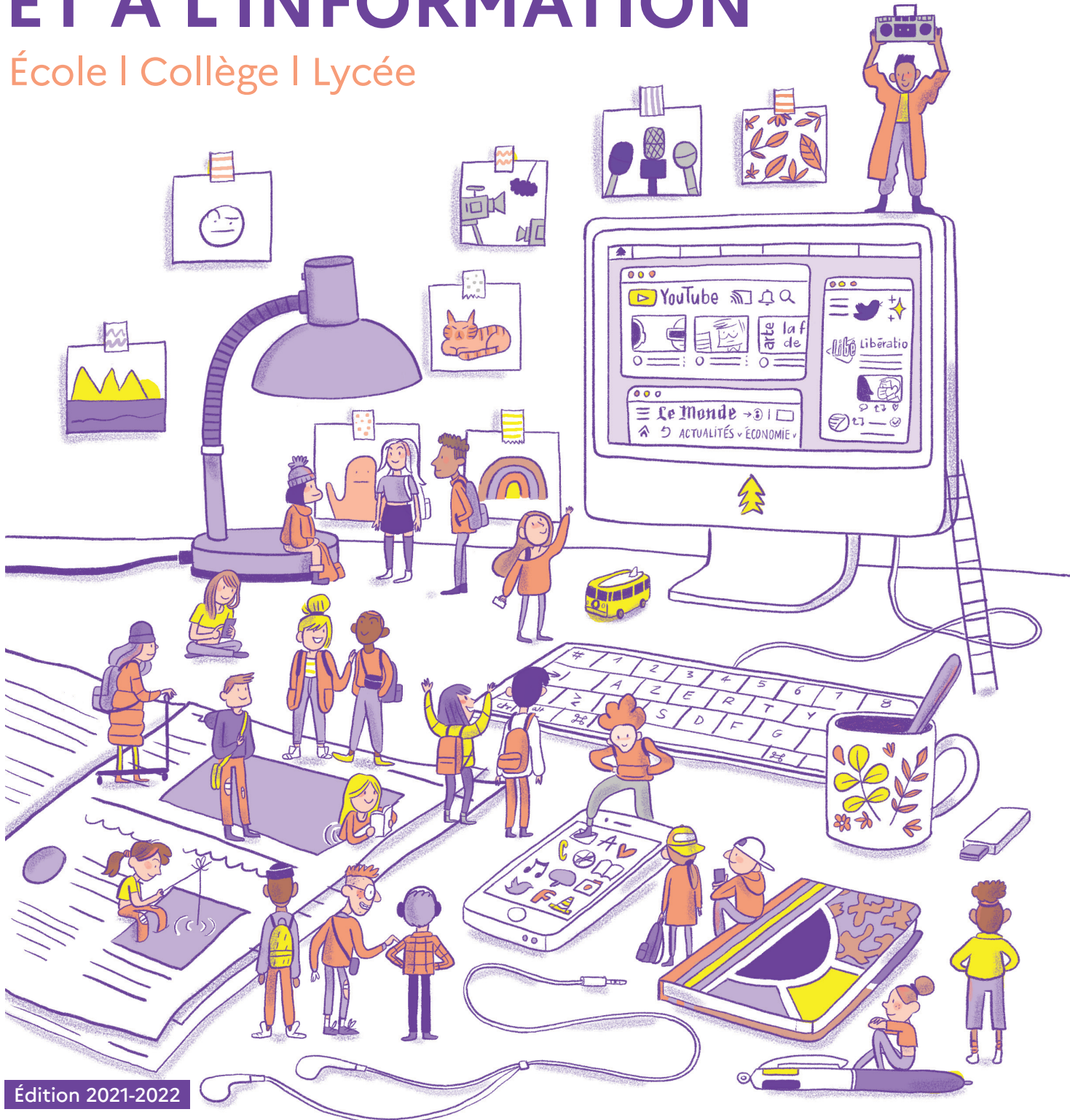


# ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

École | Collège | Lycée



Édition 2021-2022

---

Le CLEMI est chargé de l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI) dans l'ensemble du système éducatif.

Il a pour mission de former les enseignants et d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias, avec le concours actif des professionnels des médias.

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

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

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

#### Directrice de publication

Marie-Caroline Missir, directrice générale de Réseau Canopé

#### Directeur délégué du CLEMI

Serge Barbet

#### Directrice scientifique et pédagogique

Isabelle Féroc Dumez

#### Coordination du dossier

Sébastien Rochat, responsable du pôle Studio du CLEMI  
Elsie Russier, responsable du Pôle Labo formation du CLEMI

#### Coordination éditoriale

Sophie Gindensperger

#### Ont collaboré à ce numéro

Anaïs Adriaens-Allemand, Koffi Ahiaku-Sadia, Nathalie Barbery, Faouzia Cherifi, Vincent Coquaz, Audrey Démonière-Rouvel, Véronique Dijeu, Pascal Famery, Amélie Fleury, Xavier Gillet, Pauline Guyomarc'h, Raphaël Hérédia, Iris Iriu, Sylvain Joseph, Pauline Le Gall, Alexandra Maurer, Anne Lejust, Damien Leloup, Karen Prévost-Sorbe, François Rose, Virginie Sassoon, Éric Schweitzer, Adrien Sénécat, Lionel Vighier.

#### Ont également contribué à ce numéro

Jean-Marc Merriaux (Directeur du numérique pour l'Éducation)  
Élisabeth Carrara (Inspectrice générale de l'Éducation, du Sport et de la Recherche)

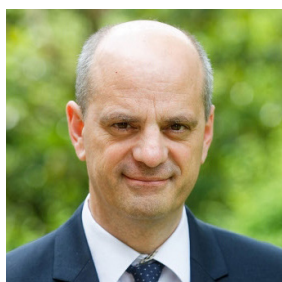
#### Mise en pages

Isabelle Soléra

#### Illustration

Leslie Plée

# ÉDITO



**Jean-Michel Blanquer**  
Ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports

Chers professeurs,

L'Éducation aux médias et à l'information est un des plus grands défis éducatifs de notre époque. La mort du professeur Samuel Paty nous a rappelé avec horreur combien se joue, à travers son enseignement, la transmission même des valeurs de la République et de ses principes fondamentaux. Au-delà des enjeux éducatifs autour de la liberté d'expression, de l'histoire du dessin de presse et de la caricature, ou encore de la formation de l'esprit critique, ce n'est pas autre chose qu'un modèle de société que nous voulons préserver et léguer aux générations futures. Je tiens ainsi à saluer et à rendre hommage à tous les professeurs qui contribuent à cette Éducation aux médias et à l'information, indispensable à la construction du citoyen libre et éclairé.

La place de l'Éducation aux médias et à l'information a été considérablement renforcée dans les nouveaux programmes du lycée : de cette intention programmatique, il faut faire une réalité dans les enseignements et une force pour les apprentissages. En complément, le nouvel enseignement obligatoire d'1h30 en classe de seconde, « Sciences numériques et technologie », permet également de comprendre les enjeux sociétaux associés aux usages numériques, et donc d'en adopter un usage réfléchi.

Service de Réseau Canopé, le Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information est le premier acteur de cette politique. Il assure la formation continue des professeurs, produit des ressources, organise la Semaine de la presse et des médias dans l'École® et de nombreuses autres actions éducatives visant à sensibiliser les élèves à ces enjeux civiques.

Pour faire face à l'ampleur des besoins exprimés par les professeurs, nous devons désormais aller plus loin. Un chantier structurant pour l'Éducation aux médias et à l'information a été lancé en début d'année, dont les premières mesures débiteront en cette rentrée. Il a permis d'identifier l'ensemble des formations et ressources pédagogiques existantes ou à créer pour que chaque professeur, du 1<sup>er</sup> comme du 2<sup>nd</sup> degré, et quelle que soit sa discipline, dispose de tout l'appui nécessaire pour inscrire l'EMI dans son enseignement.

Cette brochure en fait partie. Actualisée chaque année par le CLEMI, elle constitue un outil opérationnel précieux pour accompagner nos professeurs dans la construction de séquences riches et variées pour leurs élèves, qu'il s'agisse de la création d'une webradio, de la rédaction d'un article de presse ou de l'identification d'une infox.

Je souhaite à tous nos professeurs une excellente lecture de ce document, certain qu'ils en feront le meilleur usage.

# ÉDITO

En 2023, le CLEMI aura quarante ans, l'âge d'internet<sup>1</sup>. Si le numérique constitue le quotidien de ses équipes, il ne les a jamais déviées de leur mission de formation des nouvelles générations à une citoyenneté libre et éclairée par un usage raisonné des moyens d'information. Mission plus que jamais d'utilité citoyenne pour laquelle le CLEMI garantit la mobilisation de l'ensemble des acteurs de l'éducation et des médias.

L'Éducation aux médias et à l'information s'est imposée au fil du temps comme un pilier du parcours citoyen qui doit accompagner l'élève tout au long de son cursus, de manière transversale dans les programmes et à tous les degrés de sa scolarité. Cette ambition est gravée dans le marbre de notre République, inscrite dans la «loi de l'École», dans ses textes officiels comme dans de nombreux rapports en France et à l'international. Les réformes successives des programmes ont permis de la rendre plus concrète.

Loin de détourner le CLEMI de son projet originel, le numérique en révèle au contraire l'importance pour aider les enseignants à aborder avec leurs élèves les enjeux d'une citoyenneté plus que jamais essentielle à enseigner à l'ère des plateformes et des réseaux sociaux.

Renforcer l'Éducation aux médias et à l'information ainsi qu'à la citoyenneté numérique en s'appuyant sur le CLEMI est une priorité qui a été réaffirmée avec force, le 5 novembre 2020, à l'issue des États généraux du numérique pour l'éducation, consultation nationale lancée par Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, qui constitue un des axes du Grenelle de l'Éducation.

Dans le prolongement des recommandations de plusieurs rapports importants sur les défis citoyens du numérique, l'Éducation aux médias et à l'information est une nouvelle fois placée au centre de toutes les attentions, appelée à de nouvelles évolutions et à un renforcement de ses méthodes et de ses pédagogies dans les enseignements.

Cette priorisation intervient dans le contexte tragique de l'assassinat de Samuel Paty, professeur d'histoire géographie, ciblé parce qu'il enseignait la liberté d'expression à ses élèves de 4<sup>ème</sup>. Cet attentat islamiste, commis au moment où se tenait le procès des attaques terroristes commises en janvier 2015, a rappelé l'enjeu capital de transmission des Valeurs de la République à l'École et du rôle fondamental des enseignants.

Enseigner l'Éducation aux médias et à l'information à l'école, au collège et au lycée n'a jamais été aussi important pour renouveler la promesse démocratique. Cette brochure, dans sa nouvelle édition, s'adresse aux enseignants de tous les degrés et de toutes les disciplines, à tous ceux qui entrent dans le métier et se préparent à endosser cette grande et belle mission de former des citoyens qui auront à faire vivre, demain, les Valeurs de notre République laïque, sociale et démocratique.

**Serge Barbet**  
Directeur délégué du CLEMI

---

1. Le 1<sup>er</sup> janvier 1983, le réseau ARPANET adopte officiellement le protocole TCP/IP qui sera la base d'internet.

# SOMMAIRE

Le CLEMI, un acteur institutionnel majeur de l'EMI	4	<b>RESSOURCES PÉDAGOGIQUES PREMIER DEGRÉ</b>	
L'EMI, au cœur de la mission pédagogique des professeurs documentalistes	6	Découvrir la presse	28
L'EMI en mouvement : les accompagnements institutionnels	7	Apprendre avec des images de presse	29
Textes, images et sons pour la classe : des droits et des devoirs	8	Qu'est-ce qu'un média d'information ?	30
		Une séquence pour découvrir le dessin de presse	31
		Une séquence pour expérimenter la liberté d'expression et ses limites	33
		Appréhender la notion d'angle en radio	35
		Écrire pour informer : réaliser un article, un reportage	36
		Rechercher une information sur internet	37
<b>LES DISPOSITIFS DU CLEMI</b>		<b>RESSOURCES PÉDAGOGIQUES SECOND DEGRÉ</b>	
Faire participer sa classe à la SPME	10	Comprendre et expérimenter la liberté d'expression	38
Faire participer sa classe au concours Médiatiks	12	Les frontières d'Internet dessinées par la censure	39
Faire participer sa classe au concours Zéro Cliché	13	Des "fake news" aux multiples facettes	40
Faire participer sa classe au concours Arte/CLEMI Reportage	14	Évaluer l'information	41
Se former à Classe Investigation	15	Détecter les biais cognitifs liés à l'environnement	42
Développer une dimension internationale dans ses projets d'EMI	16	Covid-19 : évaluer la fiabilité des discours scientifiques sur YouTube	43
		D'où viennent les théories du complot ?	45
		Décrypter la rhétorique complotiste	46
		Comprendre une ligne éditoriale	47
		Petite typologie des publicités cachées	48
		Les traces, l'ombre de l'identité numérique	49
		Les nouveaux formats de l'info	50
		Visualiser des données avec la photo et la vidéo	51
		Les mêmes, nouvelle forme de langage médiatique	52
		Proposition de référentiel EMI pour les enseignants et les formateurs	54
		GMF, partenaire de l'Éducation nationale	55
		Bibliographie	56
<b>FOCUS DÉCLIC' CRITIQUE</b>			
Utiliser Déclic' Critique pour décoder les médias et déjouer les infos	17		
Les ateliers Déclic' Critique du CLEMI	20		
<b>MÉDIAS SCOLAIRES</b>			
Socle commun et médias scolaires	22		
Pourquoi créer un média scolaire ?	24		
Créer et publier un journal scolaire en classe ou au club journal	25		
Créer une webradio	26		
Créer une webTV	27		
<hr/>			
Une version numérique du dossier est disponible sur le site CLEMI.FR			

## LE CLEMI, UN ACTEUR INSTITUTIONNEL MAJEUR DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION (EMI)

### LES PRÉMICES DE L'EMI, UNE HISTOIRE NATIONALE ET INTERNATIONALE

Dans les années soixante émerge en France un courant associatif « presse-école » qui rassemble de façon inédite des journalistes et des enseignants. Quand le ministre de l'Éducation nationale René Haby préconise en 1976 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 », en raison de « l'intérêt que présente l'usage pédagogique de la presse dans les différentes disciplines »<sup>1</sup>, l'éducation par les médias devient légitime. En 1973, à l'UNESCO, le Conseil international du cinéma et de la télévision (CICT) promeut une autre approche éducative : « On entend par éducation aux médias l'étude, l'enseignement et l'apprentissage des moyens modernes de communication et d'expression considérés comme faisant partie d'un domaine spécifique et autonome de connaissances dans la théorie et la pratique pédagogiques à la différence de leur utilisation comme auxiliaires pour l'enseignement et l'apprentissage dans d'autres domaines de connaissances tels que celui des mathématiques, de la science et de la géographie. » Le concept « d'éducation aux médias » (EAM) englobe « 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. »<sup>2</sup>.

Dans un contexte national et international<sup>3</sup> propice est alors créé, en 1983, le Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (CLEMI)<sup>4</sup> sous l'impulsion de l'universitaire Jacques Gonnet<sup>5</sup>. Le CLEMI est missionné pour former les enseignants à pratiquer en classe l'analyse des médias et à accompagner la production de journaux et de médias scolaires. Lancée en 1989, la Semaine de la presse et des médias dans l'école<sup>6</sup>, opération majeure du Ministère de l'Éducation nationale, continue d'initier à la presse plus de quatre millions d'élèves et 230 000 enseignants, proposant pour l'édition 2021 le thème « S'informer pour comprendre le monde ».

Durant les années 2000, des recommandations successives contribuent à renforcer dans le monde l'éducation aux médias<sup>6</sup>. En France, un rapport de l'Inspection générale l'affirme comme une compétence scolaire qui vise à la fois la maîtrise des codes et des langages médiatiques et le développement de l'esprit critique dans une perspective citoyenne, définie comme : « 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 »<sup>7</sup>.

Au tournant des années 2010, s'impose au niveau international une convergence de l'éducation aux médias avec l'éducation à l'information : la « Media Information Literacy » (MIL) ou éducation aux médias et à l'information (EMI) apparaît<sup>8</sup>.

Au regard des évolutions technologiques et sociales du début du XXI<sup>e</sup> siècle qui ont transformé les moyens d'information, la notion d'information s'est enrichie : au-delà de sa dimension liée à l'« actualité » encore appréhendée à travers les dispositifs de presse, elle se déploie dans des dimensions complémentaires, celle des connaissances liées au « document » et celle des « données numériques ». L'information médiatique désormais « augmentée » requiert de la part de tous les citoyens des usages raisonnés, maîtrisés et autonomes des technologies de l'information et de la communication, et l'acquisition de compétences médiatiques transversales, dès leur plus jeune âge et tout au long de la vie scolaire et personnelle.

La convergence de différentes « littératies » (médiatique, numérique, informationnelle, culturelle et sociale) conduit les élèves à acquérir une culture des médias et de l'information, en développant des compétences opératoires de recherche, d'évaluation critique et d'organisation de l'information (savoir chercher, trier, évaluer et classer), ainsi que de création (savoir produire, mixer et publier).

1. B.O. n° 38, 21/10/1976

2. L'Éducation aux médias, UNESCO, 1984

3. Déclaration de Grünwald de 1982

4. Arrêté ministériel du 26 avril 1983

5. Jacques Gonnet et Pierre Vandevoorde, Rapport d'orientation pour l'Introduction des moyens d'information dans l'enseignement, 1983.

6. Se référer à : Déclaration de Prague de 2003 ; Proclamation d'Alexandrie de 2005 ; Agenda de Paris - 12 recommandations pour l'EAM de 2007 ; Recommandations de la Commission des Communautés européennes du 20 août 2009.

7. Catherine Becchetti-Bizot et Alain Brunet, L'Éducation aux médias, Enjeux, état des lieux, perspectives, Rapport IGEN/IGAENR n° 2007-083.

8. Se référer aux Douze recommandations sur la maîtrise de l'information et des médias, Déclaration de Moscou de 2012.

L'EMI invite les élèves à évaluer de façon distanciée et critique l'information provenant des médias et d'autres diffuseurs (tels que les bibliothèques et les archives, ou encore les réseaux sociaux numériques), en interrogeant la valeur des messages qu'ils diffusent auprès des publics et la pertinence des modes de production de l'information. Cette approche éducative les amène à réfléchir sur les rôles et les fonctions des médias et des autres diffuseurs d'information dans leur vie personnelle et celle des sociétés démocratiques.

### LES ACTIONS DU CLEMI, AU CŒUR DES ENJEUX DÉMOCRATIQUES DE L'EMI

Face aux infox, aux croyances accordées aux théories du complot, et aux postures de radicalisation qui se diffusent dans nos sociétés à différentes échelles et auprès de divers publics, renforcer l'EMI est un enjeu démocratique majeur. Ancrer cette approche éducative plus fortement dans les pratiques d'enseignement, en l'intégrant davantage dans la formation initiale et continue des enseignants, en lien avec d'autres partenaires institutionnels et associatifs, est désormais une préoccupation forte pour l'école. L'EMI se constitue comme un champ de pratiques professionnelles plurielles et distribuées, de savoir-faire formels et informels, ainsi qu'un champ de recherche, domaines qui restent à structurer et à renforcer, à la croisée des mondes de l'école, des médias, de la culture, de la recherche et de la famille.

Le CLEMI, service de Réseau Canopé, opérateur du ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, demeure l'acteur institutionnel clé de l'EMI en France, chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif. « *Il a pour mission de promouvoir [...] par des actions de formation, l'utilisation des moyens d'information dans l'enseignement afin de favoriser une meilleure compréhension par les élèves du monde qui les entoure tout en développant leur sens critique [...]* »<sup>9</sup>.

Dans un principe de coéducation avec les familles, l'école est un lieu privilégié pour l'acquisition et le développement de connaissances et de compétences transversales de pensée critique au regard de l'information. Telle qu'elle est définie dans les textes institutionnels, comme les recommandations du Conseil supérieur des programmes (CSP) pour l'école maternelle (cycle 1) et pour les cycles 2 et 3, les programmes des cycles 2, 3 et 4 à l'école élémentaire et au collège, ainsi que dans les nouveaux programmes de la réforme du lycée, l'EMI peut être développée dans un continuum pédagogique, allant de la maternelle au lycée dans toutes les disciplines sco-

lares<sup>10</sup>. Dans le 2<sup>nd</sup> degré, les professeurs-documentalistes sont désignés en tant que maîtres d'œuvre de l'EMI<sup>11</sup>.

Fort de son expertise et de ses partenariats médiatiques (presse papier, radio, télévision, internet), le CLEMI national, accompagné de son maillage territorial assuré par son réseau de coordonnatrices et de coordonnateurs académiques, est l'interlocuteur expert de l'école, capable d'apporter des réponses adaptées aux demandes de formation et aux besoins d'accompagnement pédagogique des enseignants, du 1<sup>er</sup> et du 2<sup>nd</sup> degrés, quelles que soient les disciplines, à travers une offre enrichie et diversifiée d'actions de formation (stages en présentiel et en modalités hybrides, parcours Magistère, pour divers publics enseignants et éducateurs) et de ressources pédagogiques et éducatives (fiches pédagogiques, fiches ressources, modules vidéo, jeux, guides famille). Le CLEMI propose également un référentiel de compétences pour les enseignants et les formateurs (cf. p.54).

Dans un contexte institutionnel où diverses instances, dans de récents rapports<sup>12</sup>, expriment un nécessaire renforcement de l'EMI et des moyens dédiés à sa mise en œuvre, et où émergent des priorités telle que la nécessité de « Développer la citoyenneté numérique et renforcer l'éducation aux médias et à l'information en s'appuyant sur le CLEMI »<sup>13</sup>, l'opérateur poursuit activement ses participations au sein de plusieurs groupes de travail (GT Esprit critique du Conseil scientifique de l'Éducation nationale; GT EMI au Ministère de l'Éducation nationale) et d'instances éducatives internationales, afin que se développe encore davantage une éducation critique aux médias et à l'information au sein de la communauté éducative.

Isabelle Féroc Dumez,  
directrice scientifique et pédagogique du CLEMI

10. Loi d'Orientation et de Programmation pour la Refondation de l'École (Loi n° 2013-595 du 8 juillet 2013). Parcours citoyen : mesure 3 des Onze mesures pour une grande mobilisation de l'École pour les valeurs de la République (janvier 2015). Socle commun de connaissances, de compétences et de culture, B.O. n° 17, 23 avril 2015.

B.O. spécial n° 2, 26 mars 2015 (programme d'enseignement de l'école maternelle : cycle 1) ; B.O. spécial n° 11, 26 novembre 2015 (programmes d'enseignement du cycle 2, du cycle 3 et du cycle 4) ; B.O. n° 31, 30 juillet 2020 (modification des programmes du cycle 1, du cycle 2, du cycle 3 et du cycle 4) ; B.O. spécial n° 1, 22 janvier 2019 (programmes de Seconde et Première de lycée général et technologique) ; B.O. spécial, 25 juillet 2019 (programmes de Terminale de lycée général et technologique) ; B.O. spécial n° 5, 11 avril 2019 (programmes de lycée professionnel) ; B.O. n° 1, 6 février 2020 (programmes de Première et Terminale de lycée professionnel). Cf. Repérage de l'EMI dans les programmes par le CLEMI : [clemi.fr/fr/emi\\_et\\_programmes.html](http://clemi.fr/fr/emi_et_programmes.html).

11. Lettre de mission des professeurs documentalistes, Circulaire n° 2017-051 du 28 mars 2017.

12. Plan national de prévention de la radicalisation – CIPDR, 23 février 2018, en particulier : 1.1.4 Renforcer les défenses des élèves - Mesure 2 ; Rapport d'information sur l'école dans la société du numérique – Commission des affaires culturelles et de l'éducation – Assemblée nationale, 10 octobre 2018, en particulier : Proposition n° 1, Proposition n° 2 et Proposition n° 6 ([rapport en ligne ici](#)).

Avis du Conseil économique, social et environnemental, séance du 11 décembre 2019, publié au JORF « Les défis de l'éducation aux médias et à l'information », en particulier : Préconisation n° 2 ([en ligne ici](#)).

13. « Les États généraux du numérique pour l'Éducation : une stratégie pour demain co-construite avec l'ensemble de la communauté éducative », 4-5 novembre 2020. Parmi les 40 propositions, en particulier : Proposition n° 12.

9. Extrait du Code de l'Éducation (articles L.111-2 et L.131-1).

## L'EMI, AU CŒUR DE LA MISSION PÉDAGOGIQUE DES PROFESSEURS DOCUMENTALISTES

« Enseignants et maîtres d'œuvre de l'acquisition par tous les élèves d'une culture de l'information et des médias »<sup>1</sup>, les professeurs documentalistes incarnent, aux côtés de leurs collègues enseignants d'autres disciplines et de la communauté éducative dans son ensemble, un rôle essentiel dans l'impulsion, le déploiement et le renouvellement de l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI). Une implication forte qui se lit dans les textes autant qu'elle s'incarne dans les actes pédagogiques.

### POUR UNE CITOYENNETÉ ÉCLAIRÉE

L'EMI est institutionnalisée en 2013 par l'article 53 de la Loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'École de la République<sup>2</sup>. Cette même année, le Référentiel de compétences des métiers du professorat et de l'éducation pose comme première compétence commune à tous les professeurs et personnels d'éducation de faire partager les valeurs de la République, notamment en aidant « les élèves à développer leur esprit critique, à distinguer les savoirs des opinions ou des croyances, à savoir argumenter et à respecter la pensée des autres »<sup>3</sup>.

Médiatique, informationnelle, sociale et citoyenne, technique et numérique, didactique et pédagogique. C'est autour de ces cinq cultures que le CLEMI a récemment structuré un référentiel de compétences EMI pour les enseignants. La maîtrise de ces compétences et leur actualisation conduit à un nécessaire partage de l'ambition pédagogique. Une implication collective de tous les enseignants est indispensable, dans laquelle le professeur documentaliste détient une place privilégiée, dans la mesure où sa pratique professionnelle le conduit à :

- réaliser une veille permettant repérage et partage de nouvelles ressources et pratiques ;
- gérer un fonds documentaire facilitant un accès autonome aux ressources ;
- apprendre aux élèves à chercher, évaluer et diffuser l'information.

Info news, Info-doc, info data... Les professeurs documentalistes investissent les trois acceptions de l'information, comme le montrent par exemple certaines séances consacrées à l'infodémie pour apprendre à évaluer l'information médiatisée à caractère scientifique, notamment sur les réseaux sociaux, d'autres consacrées à l'écriture journalistique d'un podcast en vue de développer l'acquisition de compétences orales par la pratique de la webradio, ou encore à l'analyse et la réalisation de datavisualisations pour comprendre les possibles exploitations de données... Les thématiques d'intervention auprès des élèves sont variées et s'inspirent des questionnements sans cesse renouvelés de notre société ou des évolutions des programmes scolaires.

Cette approche dynamique se retrouve également dans la diversité des modalités d'intervention des professeurs documentalistes, dont la mission « pédagogique et éducative »<sup>4</sup> conduit à :

- animer ou coanimer des séquences ou séances intégrées dans une progression des apprentissages ;
- participer à l'ingénierie pédagogique à l'échelle d'un établissement ou d'une académie (TraAM) ;
- impulser et accompagner des projets de productions médiatiques ;
- impulser, faciliter, organiser la participation à la Semaine de la presse et des médias dans l'école ou à diverses opérations (Médiatiks, concours de unes, concours Zéro cliché, Europorters...).

Dans nos sociétés hyperconnectées, apprendre à s'informer est devenu un acte engagé, utile, citoyen et, pour que s'informer aide à mieux comprendre le monde, savoir chercher, valider et publier une information est devenu indispensable. Spécialiste de l'information documentaire et enseignant, le professeur documentaliste œuvre pour cet accès autonome et réfléchi à l'information et aux connaissances.

---

Alexandra Maurer, professeure documentaliste et coordonnatrice CLEMI (académie de La Réunion)

1. MEN, Référentiel de compétences des métiers du professorat et de l'éducation, Bulletin officiel n° 30 du 25 juillet 2013

2. MEN, Loi n° 2013-595 du 8 juillet 2013 d'orientation et de programmation pour la refondation de l'École de la République

3. MEN, Référentiel de compétences des métiers du professorat et de l'éducation, Bulletin officiel n° 30 du 25 juillet 2013

4. MEN, Circulaire de mission des professeurs documentalistes, Bulletin officiel n° 13 du 30 mars 2017



# L'EMI EN MOUVEMENT : LES ACCOMPAGNEMENTS INSTITUTIONNELS

## L'EMI ET L'ENJEU MAJEUR DE LA FORMATION À L'ESPRIT CRITIQUE

Depuis le printemps 2020, les systèmes éducatifs du monde entier connaissent une crise sans précédent avec des fermetures d'écoles pour raisons sanitaires. L'École française a fait le choix de la continuité pédagogique et un grand nombre d'études constatent que le système scolaire français fait preuve de robustesse. Le mérite en revient en premier aux enseignants et aux personnels de direction ; il est à partager avec tous les acteurs, administratifs, techniques, de santé et l'ensemble des partenaires. Cette continuité, on la doit largement au recours massif au numérique ; la Direction du numérique pour l'Éducation qui assure la mise en place et le déploiement du service public du numérique éducatif a contribué à l'accompagnement d'usages dans des environnements sécurisés. Par sa compétence générale en matière de pilotage et de mise en œuvre des systèmes d'information, elle a accompagné les équipes de terrain. Cette crise a réaffirmé avec force l'importance fondamentale de l'éducation aux médias et à l'information. Plus encore que par le passé, les élèves ont eu à faire face à des informations erronées, partielles, mensongères, certaines d'entre elles pouvant être potentiellement dangereuses ; dans ce contexte, la formation à l'esprit critique est plus que jamais l'objectif principal de l'EMI qui, rappelons-le, est l'affaire de tous les enseignements. Puisse cette nouvelle édition de la brochure contribuer à son développement et à son affermissement, la DNE étant particulièrement engagée dans cette dynamique de formation au service des Valeurs de la République.

Jean-Marc Merriaux,  
Directeur du numérique pour l'Éducation

## UNE RESPONSABILITÉ COLLECTIVE

L'actualité nous rappelle régulièrement l'absolue nécessité, inscrite dans la loi, de développer « les connaissances, les compétences et la culture nécessaires à l'exercice de la citoyenneté dans la société contemporaine de l'information et de la communication ». Au sein du ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, c'est bien notre responsabilité collective et celle de chacun dans ses missions qui est engagée. Si, au collège et au lycée, le professeur documentaliste en est le maître d'œuvre, l'acquisition de cette culture de l'information et des médias commence dès le début de la scolarité obligatoire et prend pleinement sens lorsqu'elle se déploie dans un parcours de formation associant tous les champs disciplinaires. Dans un environnement informationnel complexe, il s'agit de donner aux élèves l'accès à l'information et à l'usage raisonné des médias qui leur permettra d'exercer leur liberté dans le respect d'autrui et des valeurs de la République. Dans le prolongement des actions menées par le CLEMI dans les académies, cette publication contribue à la réflexion sur l'EMI et propose des pistes pour que chacun se l'approprie.

Élisabeth Carrara,  
Inspectrice générale de l'Éducation, du Sport et de la Recherche

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

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

### QUE SONT LES ACCORDS SECTORIELS ?

Ces accords sont conclus entre, d'une part, le ministère de l'Éducation nationale et, d'autre part, les sociétés qui représentent les ayants droit. Renégociés tous les trois ans ou reconduits tacitement, ils précisent les conditions de mise en œuvre de l'exception pédagogique. Ils permettent, en outre, certains usages des œuvres conçues à des fins pédagogiques (OCFP) 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. Il est parfaitement légal, sous certaines conditions, de reproduire (faire une copie numérique) et de représenter (montrer, diffuser) en classe des œuvres dont la loi, très restrictive, ne permettait pas naguère la reproduction et la représentation, à moins d'en avoir acquis les droits. Dans certains cas, les œuvres concernées sont uniquement celles relevant du répertoire des sociétés de gestion collective, signataires de ces accords sectoriels.

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

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

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

de l'œuvre lors de son utilisation, ainsi que les artistes-interprètes, dans le cas des œuvres musicales.

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

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

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

#### Un livre

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

#### Un article de journal

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

#### Une image fixe (œuvres des arts visuels)

La notion d'extrait est ici inopérante. On utilisera donc l'image entière mais sous sa forme numérique. Sa définition sera limitée à 800 x 800 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 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.

## 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.

### Le Code de l'Éducation et l'EMI

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

Avec la collaboration  
de Véronique Dijeu et de Koffi Ahiaku-Sadia  
direction de la stratégie financière,  
juridique et de la simplification, Réseau Canopé

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

## FAIRE PARTICIPER SA CLASSE À LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE®

Événement pédagogique phare dédié à l'éducation aux médias et à l'information, la Semaine de la presse et des médias dans l'École® (SPME) permet chaque année à 4,5 millions d'élèves (de la maternelle à l'enseignement supérieur) de découvrir l'univers des médias dans leur pluralisme, leur diversité, d'échanger avec les professionnels et de développer une attitude citoyenne et réfléchie vis-à-vis de l'information.

Face à la pandémie, la Semaine de la presse et des médias dans l'École s'est déroulée dans un format inédit, 100% adapté au contexte sanitaire et avec une mobilisation sans précédent des acteurs de l'éducation (professeurs documentalistes, enseignants des disciplines, professeurs des écoles...), des médias et du numérique. Le CLEMI et ses partenaires ont proposé de nouveaux dispositifs innovants pour l'édition 2021 : webinaires, conférences et ateliers en ligne, 250 offres médias numériques...

Pour comprendre le monde qui les entoure, les élèves doivent plus que jamais apprendre à s'informer en exerçant leur esprit critique. Le nouveau thème, choisi pour deux ans, « S'informer pour comprendre le monde » permet ainsi de revenir aux fondamentaux de l'éducation aux médias et à l'information.



### PRÉSENTATION DU PROJET

La Semaine de la presse et des médias dans l'École est un temps fort de l'année, qui permet de mettre en perspective l'ensemble des enjeux de l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI). En offrant un accès à un panel de journaux et des offres numériques diversifiées, cette action éducative du CLEMI offre la possibilité de sensibiliser les élèves aux questions relatives à l'information, aux métiers du journalisme et à la responsabilité liée à la publication et au partage de contenus. Le professeur documentaliste « en diversifiant les ressources, les méthodes et les outils [...] contribue au développement de l'esprit critique face aux sources de connaissance et d'information »<sup>1</sup>.

Dans ce cadre, des collaborations peuvent être envisagées avec les professeurs disciplinaires ainsi que les CPE pour mener des projets.

1. Circulaire de mission des professeurs documentalistes, BO n° 13 du 30 mars 2017.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Développer les capacités à rechercher l'information, à la partager et à l'analyser.
- Se familiariser avec la lecture des journaux.
- Acquérir un esprit critique, débattre, échanger, respecter la parole de l'autre.
- Enrichir la culture générale des élèves par la recherche et le traitement d'information.
- Devenir des citoyens avertis et éclairés.

### COMPÉTENCES MOBILISÉES

- Justifier ses réponses de façon rationnelle, exercer un jugement, argumenter.
- Découvrir des représentations du monde véhiculées par les médias.
- Savoir chercher, trier et analyser l'information, travailler en équipe, savoir communiquer.
- Développer un esprit critique, savoir rédiger, savoir utiliser les outils numériques.

## DURÉE DU PROJET

Une à plusieurs semaines. Des projets peuvent commencer ou aboutir durant cette semaine.

Anticiper et valoriser des actions ciblées :

- Sortie d'un numéro/d'une émission spécial(e).
- Organiser un événement sur les réseaux sociaux autour d'une action des élèves (travail de community management, comprendre comment fonctionne la diffusion de l'information sur les réseaux sociaux).

## COMMENT CELA SE PASSE CONCRÈTEMENT ?

### Collège

Une entrée originale, permettant en outre une collaboration des professeurs de sciences, serait de travailler autour du datajournalisme et de la datavisualisation. Pour travailler ces notions avec les élèves, il est possible dans un premier temps de leur faire observer des infographies trouvées dans la presse, d'étudier avec eux leur présentation, de comparer un même graphique présenté dans des publications différentes, pour leur faire remarquer les différences de couleur, d'échelle et leur faire comprendre, par ces observations, que l'on peut mettre en scène différemment des chiffres identiques, en fonction de ce que l'on veut leur faire dire. Il est également possible d'en faire créer par les élèves : commencer par choisir un jeu de données (travail à mener par exemple sur les données open source<sup>2</sup>), en apprenant à les trier pour les rendre exploitables, à les mettre en forme dans un graphique (quel type de graphique ? À quelle échelle ? En utilisant quelles couleurs ?) et enfin orchestrer le tout dans une infographie en choisissant un angle.

### Lycée

Travailler sur les détournements de l'information permet, au lycée, l'accès à la parole et au débat. Les élèves peuvent s'exprimer plus librement (dans la limite de la loi). Ce travail peut être réalisé avec les professeurs ou les CPE, en accompagnement personnalisé, en heure de vie de classe, en EMC, hors cadre disciplinaire. Il s'agit de porter une réflexion sur les sources d'information, le rôle du numérique aujourd'hui et la nécessité de connaître les sources de toute information avant d'en valider la teneur.

Les élèves doivent prendre conscience que l'information doit être évaluée avant d'être relayée. Il est possible de travailler sur la façon dont les théories du complot se construisent, mais également sur les pratiques informationnelles des élèves (comment s'informent-ils ? Où s'informent-ils ? Quels outils utilisent-ils et dans quels buts ?) C'est également l'occasion d'apprendre à vérifier une information, de travailler sur les traces numériques. On peut ainsi aborder avec eux l'utilisation des images

diffusées et partagées sur les réseaux sociaux. Les élèves peuvent décrypter le style journalistique et les codes spécifiques de ces publications, notamment en observant des pure players (Brut, Slate, Mediapart, etc.).

### Au CDI et hors les murs

Dans le cadre d'une éducation aux médias sociaux, les élèves peuvent étudier le métier de journaliste à l'heure du web social. On peut analyser avec eux la présence et l'activité des médias sur les réseaux sociaux (fil Twitter de journaux et de journalistes, Discover du Monde sur Snapchat, compte Instagram de médias, etc.). Avec les instances auxquelles participent les élèves (CVL, CVC, MDL, Foyer socio-éducatif...) et les CPE, on peut travailler sur la visibilité de la Semaine de la Presse et des Médias sur d'autres espaces : installer un kiosque à la cafétéria, proposer des infographies avec des informations sur les médias, publier des productions sur l'ENT, proposer un concours de photojournalisme interne à l'établissement, etc.

## CONSEIL

Comme tout événement, la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École se prépare en amont. Le calendrier doit être cohérent et les activités réalisables. L'EMI est un enseignement transversal qui irrigue tous les programmes. Le professeur documentaliste « enseignant et maître d'œuvre de l'Éducation aux Médias et à l'Information »<sup>3</sup>, initie des séquences pédagogiques et des projets d'éducation aux médias et à l'information interdisciplinaires.

## RESSOURCES

Exemples de séances ou de projets pour la SPME :

- Académie de Créteil TraAM EMI sur la datavisualisation [\[en ligne\]](#)
- Académie de Nancy-Metz Le détournement de l'information par l'image [\[en ligne\]](#)
- Académie de Versailles Photos : de l'importance de la légende [\[en ligne\]](#)

---

Audrey Démonière-Rouvel et Pauline Le Gall,  
professeures documentalistes,  
chargées de mission CLEMI, académie de Créteil  
(2<sup>nd</sup> degré)

2. Liste de sources opendata pour la France (collectivités, administrations)

3. Circulaire de mission des professeurs documentalistes, BO n° 13 du 30 mars 2017

## FAIRE PARTICIPER SA CLASSE AU CONCOURS MÉDIATIKS

### PRÉSENTATION DU PROJET

Médiatiks est un concours de productions médiatiques scolaires ouvert à tous les cycles et à tous les supports (journaux imprimés et en ligne, radio, vidéo, reportage photo). À l'école, au collège et au lycée, c'est un formidable dispositif pour inciter les élèves, engagés dans un club journal ou dans un projet média, à produire de l'information en s'interrogeant sur la pertinence des sujets à traiter, l'angle à adopter...

Les conditions du concours et de l'évaluation des journaux permettent de tendre vers plus de rigueur et valorisent la découverte de la pratique de l'écriture journalistique.

Voir règlement du concours et calendrier sur [clemi.fr](http://clemi.fr)

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

### DURÉE DU PROJET

Pour être efficace, il faut fédérer une équipe de rédacteurs dès le début de l'année de façon à les former et

les rendre opérationnels rapidement, les dates limites de remise des journaux participant au concours étant souvent fixées une semaine ou quinze jours avant la date du jury, c'est-à-dire début mars. Le projet dure donc six mois, vacances comprises. Pour éviter stress et angoisse, il vaut mieux anticiper.

### COMMENT CELA SE PASSE-T-IL CONCRÈTEMENT ?

Création d'un club média 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.

### Le concours Médiatiks du reportage photo/Vues de chez nous

Davantage ouvert sur le monde, destiné à un plus large public et surtout moins chronophage que le journal scolaire, le reportage photographique est un excellent exercice pour « se lancer » dans la production médiatique avec ses élèves.

Le concours Médiatiks/Vues de chez nous organisé par CLEMI, en partenariat avec le festival ImageSingulières, place les élèves dans le rôle de producteurs d'images. Ils en comprennent donc d'autant mieux le processus de fabrication. Il s'agit pour les équipes participantes de produire un reportage de photographie documentaire, composé d'un maximum de 15 photos sur le sujet de leur choix. Le reportage doit comporter un titre, un chapeau, des légendes claires et bien entendu les crédits photos avec le nom des auteurs. Projet collectif et accessible dès la maternelle, ce concours permet aussi de valoriser le travail des élèves puisque tous les reportages sélectionnés en académie pour la phase nationale sont mis en ligne sur le site [La France vue d'ici](http://LaFrancevue.d'ici). Il permet d'aborder les notions essentielles d'éducation à l'image : notion d'angle, cadrage, point de vue, polysémie de l'image, importance de la légende et du rapport texte/image, droit d'auteur et droit à l'image...

Nathalie Barbery, professeure de Sciences Économiques et Sociales en lycée général, coordonnatrice académique du CLEMI de Dijon

# FAIRE PARTICIPER SA CLASSE AU CONCOURS ZÉRO CLICHÉ



Dessin primé en 2018  
(collège Camille  
Claudel de Latresne,  
Gironde)



Nouvelle génération, Nouvelles technologies,  
Vieux Clichés!

L'égalité entre les femmes et les hommes est un enjeu de société en général, et de l'Éducation aux médias et à l'information en particulier.

Initié par le CLEMI en 2013, le concours Zéro Cliché pour l'égalité filles-garçons invite les écoliers, collégiens et lycéens à déconstruire les stéréotypes sexistes dans les médias, le sport, la mode, l'école, la famille... Placé sous le marrainage d'Élisabeth Moreno, Secrétaire d'État chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes,

de la diversité et de l'égalité des chances, il est organisé en collaboration avec le magazine *Causette*, le site *Les Nouvelles News*, l'émission « Les Terriennes » de TV5 et le Défenseur des Droits.

## DÉROULEMENT

Il s'agit pour les élèves de réaliser une production médiatique (textuelle, visuelle, sonore ou audiovisuelle) s'attaquant aux stéréotypes sexistes.

Tous les genres journalistiques sont acceptés (article, billet d'humeur, interview, portrait, reportage, édito, dessin de presse, chronique, etc.).

Le concours est l'occasion pour les enseignants d'encourager la créativité des élèves, mais aussi d'aborder les fondamentaux de l'écriture journalistique : comment structure-t-on une production médiatique ? Quelles sont les questions essentielles auxquelles elle doit répondre ? Comment rechercher et évaluer ses sources ? Qu'est-ce qu'un angle de traitement de l'information ?

Dans ce cadre, plusieurs formats médiatiques sont acceptés :

- texte : un titre, un chapô, une signature (prénom.s, nom.s de l'auteur, niveau de la classe, nom de l'établissement, ville) ;
- dessin de presse ;
- audio/vidéo : ne pas dépasser trois minutes pour les formats audiovisuels.

## Critères pris en compte par le jury

Le jury récompense les meilleures productions d'élèves, qui sont également publiées sur les sites des médias partenaires. Lors des délibérations, il est particulièrement attentif aux critères suivants :

- qualité et pertinence du message en rapport avec la thématique ;
- qualité et pertinence de l'angle choisi ;
- qualités rédactionnelles : contenu, style, analyse/réflexion, écriture journalistique, respect de la grammaire et de l'orthographe (éviter les exposés en travaillant sur les notions d'angle et réponse aux questions essentielles : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? (en anglais, les 5W) ;
- qualités de réalisation : attractivité, maquette et mise en page, création graphique, illustrations, montage audio/vidéo, environnement sonore, qualité de l'image, etc. ;
- nature du projet : liberté d'expression des élèves, démarche d'élaboration, citoyenneté, place dans la vie de l'établissement, prise en compte du public cible ;
- responsabilité : signature des productions, identification et respect des sources.

## FAIRE PARTICIPER SA CLASSE AU CONCOURS ARTE/CLEMI REPORTAGE

Le CLEMI et Arte organisent depuis plusieurs années un concours de reportage vidéo à destination des lycéens et des collégiens de 3<sup>e</sup>. Le principe en est simple : les participants montent seuls ou en groupe un reportage de trois minutes maximum en utilisant les « rushes » qui ont été utilisés pour la réalisation d'un sujet diffusé dans Arte Journal.

Ces images sont gracieusement mises à disposition des participants par Arte. Chaque année, deux prix collégiens et deux prix lycéens sont attribués. Outre le fait qu'il permet de découvrir les coulisses de la réalisation d'un reportage, ce travail est un excellent moyen de découvrir et d'approfondir des notions journalistiques telles que le point de vue, l'angle... Par la réalisation, les élèves prennent conscience qu'informer c'est aussi choisir, et qu'avec les mêmes images il est possible de produire des reportages très différents.

### LE DÉROULEMENT

Les enseignants inscrivent leurs élèves en ligne entre le 1<sup>er</sup> septembre et le 15 octobre. À la clôture des inscriptions, ils reçoivent les identifiants leur permettant d'accéder à la plateforme de téléchargement des rushes. Les reportages, accompagnés d'une fiche technique et d'une note d'intention, sont déposés sur une plateforme avant la mi-mars. Un jury de sélection, composé de professionnels des médias et de formateurs du CLEMI (national et académique), se réunit à Paris pour désigner les deux équipes lycéennes et les deux équipes collégiennes lauréates. Ces équipes sont invitées chez Arte à Strasbourg en mai, où un jury composé de journalistes de la rédaction d'Arte Journal remet les premiers et deuxièmes prix pour chacune des deux catégories. .

### Le mot de Marco Nassivera, directeur de l'information chez Arte G.E.I.E.

« La création de ce concours il y a 15 ans procède de l'idée essentielle de la transmission. Au-delà de son rôle d'information, le rôle d'un média et surtout d'un média de service public, c'est de transmettre des savoir-faire éditoriaux, techniques ainsi qu'une éthique de l'information. Cette idée prend encore plus de sens aujourd'hui. Aider à comprendre les images, la manière dont on les fabrique et on les utilise pour relater un fait, rendre compte d'une situation en respectant des règles déontologiques, est un enjeu essentiel à l'heure de la circulation virale des images que chacun peut produire et diffuser. »

### Le témoignage de Charlène Rousseau, professeure de français au lycée Guy de Maupassant à Colombes (92), Lauréat de l'édition 2019 catégorie lycées

« J'ai fait participer mes élèves de Seconde au concours Arte CLEMI Reportage dans le cadre de l'enseignement d'exploration "littérature et société" à raison d'1h30 par semaine. Se lancer dans un projet comme ce concours, c'est réussir à mobiliser les élèves dans une démarche active d'éducation aux médias. L'image, la vidéo, rythment leur quotidien. Ils les consomment ou les créent sans toujours appréhender leur rapport aux médias. En se mettant à la place des journalistes, et en étant confrontés eux-mêmes aux questions qu'ils doivent se poser, aux choix qu'ils doivent faire, les élèves aiguisent leur esprit critique, ajustent leur regard sur les images, découvrent de nouveaux métiers et acquièrent de nouvelles compétences. La mise en activité autour d'un média leur fait oublier qu'ils sont en train de faire du français. Ils se découvrent des talents de création et d'écriture qu'ils ne se seraient peut-être pas permis ou imaginés dans le cadre scolaire. C'est une expérience marquante et riche d'enseignements. »

Pour plus de détails sur [le site du CLEMI rubrique « Concours »](#).

Éric Schweitzer, formateur CLEMI



## SE FORMER À CLASSE INVESTIGATION

Classe investigation est un jeu qui met les élèves dans la peau de journalistes. Développé par le Pôle studio du CLEMI, il permet de travailler sur la fabrique de l'info et constitue une bonne manière de conclure une séquence sur les fondamentaux en Éducation aux médias et l'information (EMI). Créé en 2019, il a été testé et adopté par de nombreux enseignants.

Les élèves sont plongés dans une enquête journalistique immersive. Par groupes de deux, ils doivent retranscrire les témoignages et indices qu'ils découvrent via texte, audio et vidéo, pour au final produire un contenu journalistique : un duplex vidéo, un flash radio, un petit article...



Le jeu se pratique en deux séances : deux heures pour récolter les sources et réaliser son reportage, puis une heure en classe entière pour analyser les productions et réfléchir ensemble à ce qu'est la fabrique de l'information. À l'issue du jeu, ils peuvent comparer leur travail avec celui d'une journaliste professionnelle, Mathilde Dehimi, reporter à France Inter. Les élèves découvrent ainsi les contraintes du métier de journaliste, et sont confrontés concrètement aux notions de source et de hiérarchie de l'information. Ils comprennent ainsi les rouages de la fabrique de l'information.

Le jeu se décline en deux scénarios : le premier, « Alerte au zoo », diffusé depuis janvier 2019, convient à des élèves de cycles 3, 4 et lycée, en ajustant les contraintes du

jeu. Celui-ci emmène les élèves à Nançay dans le Cher, où la disparition de deux fauves de leur enclos inquiète la population...

Le deuxième scénario, « Explosion à l'usine », diffusé depuis octobre 2020, aborde des notions d'EMI un peu plus poussées, et est destiné aux élèves de la Troisième à la Terminale. Les élèves sont cette fois-ci des correspondants en Normandie, alors qu'une explosion a retenti dans une usine Seveso.

Les deux scénarios permettent de travailler sur la façon dont l'information se fabrique : hiérarchie de l'information, choix des sources, responsabilité du journaliste, contraintes du métier... À chaque fois, un lien avec une situation médiatique réelle est proposé dans la phase de débriefing qui suit le jeu.



Classe investigation a été développé par le groupe de travail MediaLab, composé d'enseignants (1<sup>er</sup> et 2<sup>nd</sup> degré) et de journalistes, ainsi que du pôle Studio du CLEMI.

### Comment mettre en place le jeu ?

La diffusion de Classe Investigation passe par des séances de formation : sa prise en main nécessite en effet d'y avoir soi-même déjà joué une fois, ce qui permet de bien comprendre ses mécanismes et d'être bien préparé pour discuter de la fabrique de l'information lors du débriefing avec les élèves.

Des formations ont lieu en présentiel en académie (voir avec le coordonnateur CLEMI de votre académie), ainsi qu'en ligne. Le kit du jeu, entièrement en ressources numériques, est envoyé aux enseignants à l'issue de la formation.

Plus d'informations sur le site du CLEMI : [www.clemi.fr/classe-investigation](http://www.clemi.fr/classe-investigation)

## DÉVELOPPER UNE DIMENSION INTERNATIONALE DANS SES PROJETS D'EMI

À l'instar des circuits de l'information, qui se construisent aujourd'hui à l'échelle européenne et internationale, l'Éducation aux médias et à l'information se conçoit désormais comme un champ favorisant une approche transnationale. Cette réflexion se traduit par une orientation spécifique dans le choix des contenus : par exemple, en encourageant les regards sur le traitement de l'actualité hors de nos frontières, ou par la mise en œuvre d'échanges avec des classes à l'étranger. La mise en perspective des apprentissages des élèves avec ceux d'autres pays confrontés aux mêmes enjeux médiatiques est, en elle-même, source d'enrichissement.

### LES PARTENAIRES INTERNATIONAUX DE LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE®

Au cours de la Semaine de la presse et des médias dans l'École, les partenaires internationaux du CLEMI mettent à la disposition des enseignants des ressources utiles pour nourrir une ouverture internationale au sein d'une séquence d'Éducation aux médias et à l'information. Des médias comme la RTBF en Belgique, Radio Canada ou l'Agence Science-Presse au Canada, le *New York Times* mais aussi des organisations partenaires engagées en Éducation aux médias (le Conseil supérieur de l'Éducation aux médias en Belgique, la Conférence intercantonale de l'Instruction publique en Suisse romande, Habilomédias au Canada et la Fédération professionnelle des journalistes du Québec) proposent des ressources accessibles aux enseignants inscrits. Des correspondants de médias étrangers en France proposent également leurs interventions sous forme d'ateliers au cours de la SPME, une manière intéressante de percevoir l'actualité nationale sous le prisme international.

La logique de partenariat est essentielle à l'action du CLEMI, qui noue chaque année de nouvelles coopérations avec des organisations et des médias étrangers pour enrichir l'offre internationale à disposition des enseignants. Le CLEMI a notamment accompagné le Québec dans le lancement de sa propre Semaine de la presse et des médias en 2019. Des échanges virtuels entre classes ont été initiés, ainsi que des échanges de contenus. Par exemple, le programme 30 secondes avant d'y croire, parrainé par la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, est une ressource précieuse pour aborder les thématiques de lutte contre les fausses nouvelles. Au premier semestre 2022, la France présidera le Conseil de l'Union européenne, une occasion supplémentaire d'encourager l'engagement de partenaires européens.

### L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION POUR ENRICHIR L'APPRENTISSAGE DES LANGUES

Certaines ressources, mises à disposition par des médias étrangers mais aussi nationaux comme France 24, sont en langue anglaise ou encore en espagnol : une opportunité pour les enseignants souhaitant travailler également la dimension linguistique de l'EMI. Dans une perspective de coopération internationale, le CLEMI a par ailleurs procédé à la traduction en anglais d'une série de fiches pédagogiques.

Pour en savoir plus : L'action du CLEMI à l'international et les partenariats francophones du CLEMI

### L'éducation aux médias et à l'information, au cœur des projets collaboratifs européens avec le réseau eTwinning

eTwinning est une action européenne, rattachée au programme Erasmus + visant à créer des réseaux d'enseignants portant des projets d'échange à distance avec leurs élèves à l'aide du numérique. Cette action, ouverte aux enseignants de 43 pays, dont la France, a pour cette année comme thématique principale l'Éducation aux médias et à l'information. Le CLEMI propose des formations à disposition des enseignants inscrits sur la plateforme eTwinning pour favoriser la mise en œuvre de projets collaboratifs par-delà les frontières.

Anaïs Adriaens-Allemand, cheffe de projets International au CLEMI

## UTILISER DÉCLIC' CRITIQUE POUR DÉCODER LES MÉDIAS ET DÉJOUER LES INFOX

Dans le cadre des Ateliers Décllic' Critique, le CLEMI propose une formation à l'esprit critique en trois axes: la fabrique de l'information, les réflexes pour détecter une fausse info, et l'influence du modèle économique sur l'information. S'il est important de travailler avec les élèves sur la notion d'information et de leur donner les outils pour déjouer les infox, l'Éducation aux médias et à l'information consiste aussi à travailler avec eux d'autres thématiques, comme par exemple le financement de la presse.

### 1. PRÉ-REQUIS: COMMENT SE FABRIQUE L'INFORMATION ?

Avant de travailler sur la question des infox avec les élèves, il est nécessaire de définir avec eux ce qu'est une information, au sens de fait d'actualité (voir par exemple la fiche pédagogique « Qu'est-ce qu'une information ? » dans le dossier pédagogique du CLEMI 2018). Plusieurs critères peuvent être retenus : une information est d'abord un message qui doit avoir un intérêt pour le public. Il doit être factuel, vérifié et vérifiable. Et c'est un message qui est censé relayer des faits nouveaux.

Il est également important de distinguer un fait, c'est-à-dire un événement, d'une opinion, qui est l'expression d'un avis. Dans un même article ou un reportage télévisé, on peut retrouver à la fois des éléments factuels et des opinions.

Une fois que les élèves maîtrisent la notion d'information, on peut travailler sur les différents aspects de sa fabrique: par exemple, l'importance des sources, la question de la hiérarchie de l'information ou encore la notion d'angle.



- Voir trois épisodes Décllic' Critique :
- « Comprendre la hiérarchie de l'info avec les JT »
  - « L'information internationale dans les JT : repérer les sources »
  - « Comment déceler un point de vue dans un documentaire »

Autre thématique particulièrement adaptée aux pratiques des élèves : l'influence du format sur la production de contenus journalistiques. Lorsque des médias traditionnels investissent des plateformes comme Twitch ou Snapchat, la nécessité d'adapter le format à une influence sur le contenu. Dans le cadre d'un atelier avec des lycéens, nous avons comparé le contenu d'une story Snapchat du Monde et le journal papier du même jour. Hiérarchie de l'information, mise en image et format publicitaire, tout diffère d'un support à l'autre.



- Voir l'épisode Décllic' Critique : « Découvrir Snapchat : du divertissement à l'information »

## 2. SAVOIR DÉTECTER UNE FAUSSE INFORMATION

Une fois ces notions de base acquises, on peut travailler avec les élèves sur les différentes méthodes pour détecter les fausses informations. Il en existe plusieurs formes dont la nature varie en fonction de l'intention de son émetteur (voir fiche info [Des fake news aux multiples facettes](#), p. 40). On peut évoquer par exemple les sites « appeau à clics », qui publient un maximum d'informations fausses, souvent étonnantes, un peu « trash », pour générer du trafic et nourrir leur trafic publicitaire. Dans un autre registre, il y a aussi les sites satiriques comme le Gorafi ou scienceinfo.fr dont l'intention première est de faire rire, de souligner un travers de notre société, même si cela repose aussi sur un modèle économique lié à la publicité.



→ Voir les deux épisodes Déclic' Critique: « Comment repérer un site satirique » dans le 1<sup>er</sup> et le 2<sup>nd</sup> degrés.

Ces « infox » (qui impliquent une intentionnalité, une volonté de tromper celui qui reçoit l'information) sont à distinguer de l'erreur journalistique. Les journalistes peuvent commettre des erreurs, sans avoir l'intention de tromper volontairement le lecteur ou le téléspectateur.

Pour déjouer ces infox, il est nécessaire de rappeler quelques règles de base aux élèves :

- Toujours chercher à identifier l'auteur d'un article ou les auteurs d'un site et se méfier des sites anonymes ou des articles non signés.
- Ne pas confondre la source d'une information et la personne qui la partage. Le nombre de vues d'une vidéo ou d'un article n'est pas un gage de fiabilité. Selon une étude de l'Université de Columbia et de l'Institut National Français, relayée par Slate en juin 2016, 59% des articles partagés sur Twitter ne sont pas lus par celui qui les partage.

– Recouper l'information avec d'autres sources. Plus l'information est étonnante, plus il faut chercher de sources fiables. Si plusieurs médias reconnus donnent la même information avec des sources différentes, alors il y a de fortes chances qu'elle soit vraie.

→ Pour travailler sur cette question des infox, vous pouvez regarder cet épisode Déclic' Critique: « Comment vérifier l'authenticité d'une vidéo publiée sur les réseaux sociaux ».

## 3. L'INFLUENCE DES MODÈLES ÉCONOMIQUES SUR L'INFORMATION

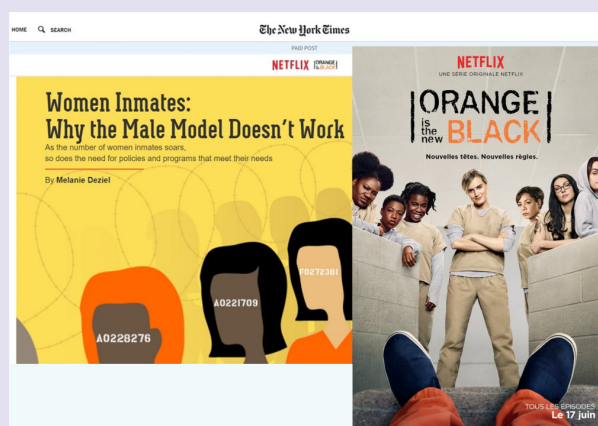
Le modèle économique de n'importe quel support médiatique (site d'information, vidéos YouTube, presse magazine) a des conséquences sur le contenu éditorial. On peut distinguer deux types d'influence : celui de la publicité et celui des actionnaires.

### Publicité, info et divertissement

Les médias financés par la publicité doivent respecter un certain nombre d'obligations. Selon la loi de 1986, « *tout article de publicité à présentation rédactionnelle doit être précédé de la mention « publicité » ou « communiqué »* ». La loi de 2004 a précisé que la presse n'est pas seulement concernée par cette obligation, toutes les publications en ligne le sont.

Mais le terme « publicité » n'est jamais utilisé pour identifier un tel contenu (on parle plutôt de contenu sponsorisé, publi-reportage, publi-communication, brand content, etc.). Par exemple, des youtubeurs comme Cyprien publient des vidéos financées par des annonceurs (éditeurs de jeux ou marques). Ce sont des publicités discrètes, voire cachées, dans la mesure où elles sont rarement indiquées comme telles.

Ce mélange des genres existe aussi dans les contenus d'information. Par exemple, le *New York Times* a financé un reportage sur les femmes en prison, entièrement sponsorisé par la plateforme Netflix qui diffuse une série sur cette thématique, *Orange is the new black*.



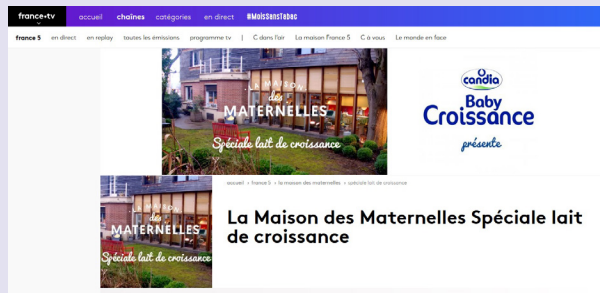
Dans ce cas précis, ce mode de financement n'a pas eu de conséquences sur le contenu mais dans certains cas, des doutes peuvent apparaître sur l'influence de l'annonceur. En 2016 par exemple, le *Guardian* a publié une enquête dénonçant les conditions de travail de sous-traitants de Nestlé dans une rubrique sponsorisée par le principal concurrent de la marque (voir l'article d'Arrêt sur images intitulé « *Guardian: un article sur Nestlé et l'esclavage... sponsorisé par un concurrent* »).



Capture d'écran du *Guardian* du 1<sup>er</sup> février 2016

Autre exemple, plus problématique, avec une émission de France 5: « La maison des maternelles ». En novembre 2017, la marque de lait Candia a financé un numéro de cette émission, diffusée sur le site de la chaîne publique, et consacrée au lait de croissance.

À l'exception d'un panneau au générique indiquant « Candia Baby Croissance présente », aucun autre élément dans cette émission de 52 minutes ne permet de comprendre qu'il s'agit d'un programme financé par une marque. L'animatrice évoque simplement « une émission un petit peu spéciale aujourd'hui » sans dire explicitement que la marque Candia, qui apparaît à plusieurs moments dans l'émission (dans des reportages et au cours d'une rubrique « cuisine »), a payé la production. Ce mélange des genres est d'autant plus problématique qu'au cours de l'émission, aucune critique ne sera émise à l'égard d'un produit controversé, dont les bienfaits réels pour la santé suscitent des interrogations (voir l'article d'Arrêt sur images intitulé « *Candia s'offre une émission entière de la maison des maternelles* »).



Ce type de vidéo n'est pas un cas isolé. France Télévisions a récidivé en 2019 avec une émission spéciale bois de la maison France 5, financée par l'industrie du bois.

### L'influence des actionnaires

Dans la plupart des médias, l'indépendance d'une rédaction est garantie par une charte. Les cas de censure sont, de fait, assez rares même s'ils existent. Par exemple, en 2015, une enquête sur le Crédit mutuel a été déprogrammée de Canal + à la demande de l'actionnaire principal, Vincent Bolloré. Plus récemment, en mars 2021, un humoriste critiquant les activités de Bolloré en Afrique a vu son sketch censuré sur les chaînes du groupe Canal+, C8 et Comédie +.

Au-delà de ces cas, plutôt rares, il y a aussi la question de l'auto-censure. Par exemple, les affaires judiciaires sont peu traitées dans les journaux qui appartiennent à des actionnaires mis en cause (*Le Figaro* relayait peu les affaires judiciaires de son actionnaire, Serge Dassault). Mais ce sujet reste complexe et subtil, il ne faut pas en faire une règle générale. En février 2021, dans le cadre d'une enquête sur le Luxembourg et ses avantages fiscaux, *Le Monde* a épinglé Xavier Niel, co-proprétaire du journal. Une preuve de l'indépendance de la rédaction et la confirmation qu'un actionnaire ne dicte pas aux journalistes ce qu'ils doivent écrire.



Un exemple de traitement journalistique différencié en fonction de l'actionariat : la une de *Libération*, à droite, et celle du *Figaro*, à gauche, à la mort de Serge Dassault, propriétaire de ce dernier (29 mai 2018)

Retrouvez toutes les ressources sur [clemi.fr/conference-declic](http://clemi.fr/conference-declic)

Sophie Gindensperger, Sébastien Rochat et François Rose, formateurs CLEMI

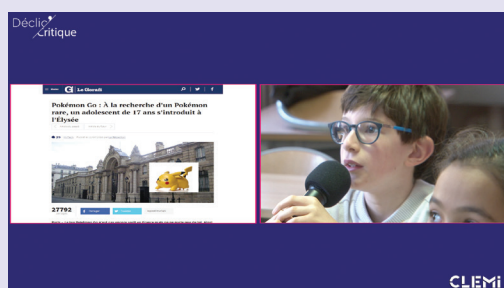
## LES ATELIERS DÉCLIC' CRITIQUE DU CLEMI

Le CLEMI intervient dans les classes et propose des ateliers Décllic' Critique dans le 1<sup>er</sup> et le 2<sup>nd</sup> degré. Objectif? Apprendre aux élèves à décoder les médias et l'information. Chaque atelier dure environ une heure et sensibilise les élèves aux problématiques de l'EMI.

Infox, sources, fact-checking, data visualisation, protection des données: comment et quand les élèves sont-ils confrontés à ces sujets? Comment démêler le vrai du faux, identifier un site web, démasquer une publicité cachée sur YouTube ou sur Snapchat? Quelles activités peut-on proposer en classe pour que les élèves acquièrent des réflexes de vérification? Déclencher un déclic pour développer leur esprit critique, tel est le sens des Ateliers Décllic' Critique du CLEMI. Ces ateliers sont filmés et font ensuite l'objet d'un montage vidéo

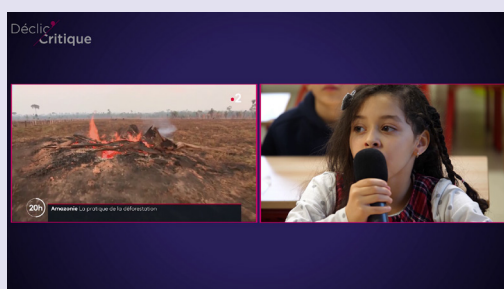
de 5 minutes illustrant des cas concrets d'éducation aux médias et à l'information. Ces modules vidéos, diffusés sur la chaîne YouTube du CLEMI, sont destinés aux enseignants. Ils sont accompagnés d'un kit pédagogique comprenant une fiche information qui contextualise le sujet, une fiche pédagogique (incluant objectifs, entrées programmes, déroulement de la séance, prolongements), ainsi que toutes les ressources (images, vidéos) afin que les enseignants puissent mettre en œuvre cette activité en classe.

### QUELQUES EXEMPLES DE THÉMATIQUES POUR LE 1<sup>er</sup> DEGRÉ



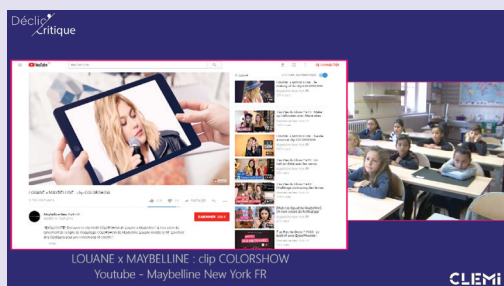
#### Comment identifier un site web: le cas des sites satiriques

Quels sont les bons réflexes à acquérir pour vérifier la nature d'un site web? Avec des élèves de CM1, nous avons analysé un article du site Le Gorafi dans lequel on nous explique qu'un adolescent a pénétré à l'intérieur de l'Élysée pour attraper un Pokémon. Qui est l'auteur de l'article? Comment déterminer la fiabilité d'une source? Quel est l'objectif d'un site comme le Gorafi? Cette étude de cas permet d'aborder la spécificité des sites satiriques.



#### L'information internationale dans les JT: repérer les sources

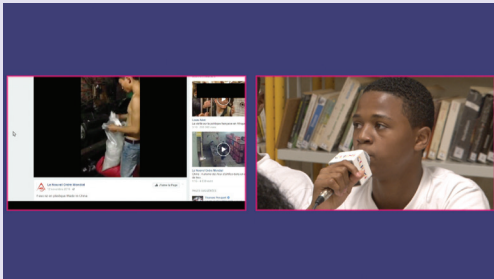
Couvrir le monde plus rapidement, réduire les distances et les coûts de déplacement des journalistes sont des défis quotidiens pour les JT qui sont concurrencés par les chaînes d'information en continu et internet. Comment font les chaînes de télévision lorsqu'elles n'ont pas de journaliste sur place? Comment savoir qui a tourné les images? Comment expliquer que certaines images soient les mêmes dans les différents journaux télévisés? Quelle différence peut-il y avoir avec le reportage d'un envoyé spécial? Un atelier pour apprendre à s'interroger sur la source des images.



#### Comment différencier un clip d'une publicité sur YouTube

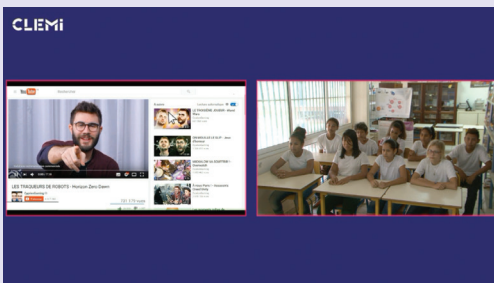
Sur YouTube, il est parfois difficile de faire la distinction entre une vidéo classique et une vidéo rémunérée par un annonceur, mais qui n'est pas explicitement signalée comme une publicité. La chanteuse Louane diffuse par exemple des clips sur cette plateforme et participe, en même temps, à des publicités qui prennent la forme de clips. Des élèves de CM1 voient-ils la différence? Comment distinguer un clip d'une publicité sur YouTube?

## QUELQUES EXEMPLES DE THÉMATIQUES POUR LE 2<sup>nd</sup> DEGRÉ



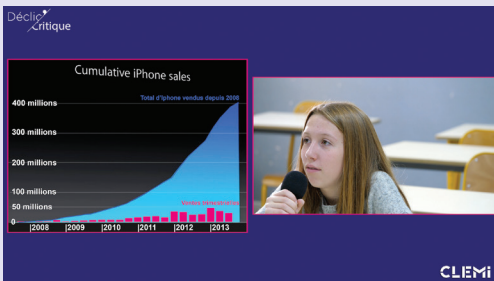
### Comment vérifier l'authenticité d'une vidéo publiée sur les réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux, des vidéos contenant de fausses informations circulent et sont parfois relayées par les élèves. Comment faire acquérir aux élèves un réflexe de vérification avant de partager une vidéo sur Facebook ou Twitter? Comment les inciter à croiser les sources? Étude de cas avec une vidéo qui circule sur Facebook et YouTube, intitulée « Riz en plastique made in China », montrée à des élèves de 4<sup>e</sup>.



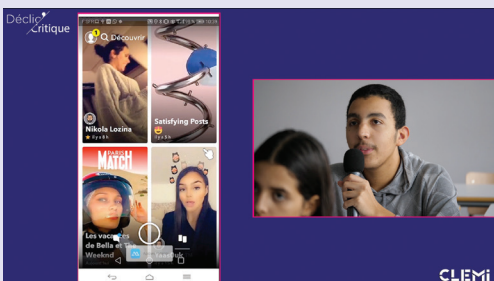
### Comment repérer une publicité discrète sur YouTube

Toute publicité doit être mentionnée comme telle. Si un youtubeur reçoit une rémunération d'un annonceur pour produire une vidéo, il doit cocher une option qui affiche le message « inclut une communication commerciale » au début d'une vidéo. Mais ce terme est-il compréhensible pour des élèves de 4<sup>e</sup>? Comment repérer une publicité discrète sur YouTube? Exemple avec l'analyse d'un extrait vidéo de la chaîne Cyprien Gaming.



### L'usage de la data visualisation dans les médias

Comment résumer un sujet complexe en un coup d'œil? La data visualisation consiste à transposer des données chiffrées en graphiques compréhensibles pour tous. Dans la presse, sur Internet ou dans les journaux télévisés, les rédactions ont de plus en plus recours à ces infographies. Mais comment met-on en image l'information? Quels sont les avantages et les limites de la data visualisation dans le journalisme? Et comment cet outil est-il utilisé dans le champ de la communication? Pour répondre à toutes ces questions, nous avons montré plusieurs exemples de data visualisation à des élèves de 2<sup>de</sup>.



### Information et publicité sur Snapchat: comment se repérer?

Dans l'application Snapchat, la rubrique « Découvrir » agrège les stories d'influenceurs et celles produites par des médias comme *L'Équipe*, *Le Monde*, *Vogue* ou *Cosmopolitan*. Mais comment se repérer dans ces stories? En quoi la navigation au sein de cette application a-t-elle une influence sur le contenu produit? Quelle est la différence de traitement de l'information entre le Snapchat du *Monde* et la version papier du quotidien? Comment repérer un contenu sponsorisé d'un influenceur? Pour analyser la spécificité de ce réseau social, nous avons montré différentes stories à des élèves de 1<sup>re</sup>.

## SOCLE COMMUN ET MÉDIAS SCOLAIRES

[Bulletin officiel n° 17, 23 avril 2015]

Décliné en cinq domaines, le Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture (SCCCC) invite les enseignants à la production de médias scolaires.

OBJECTIFS DE CONNAISSANCES ET DE COMPÉTENCES POUR LA MAÎTRISE DU SOCLE COMMUN	PROPOSITIONS DE MISE EN ACTIVITÉ EMI
<p align="center"><b>DOMAINE 1: LES LANGAGES POUR PENSER ET COMMUNIQUER</b> Comprendre, s'exprimer en utilisant la langue française à l'oral et à l'écrit</p>	
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.	Préparer une interview (écrit). Poser des questions pertinentes pour faire une interview ou un débat.
L'élève s'exprime à l'écrit pour raconter, décrire, expliquer ou argumenter de façon claire et organisée.	Écouter, échanger, écrire pour une production médiatique maîtrisée, en prenant appui sur des faits, des entretiens ou des dépêches d'agence.
<p align="center"><b>DOMAINE 2: LES LANGAGES POUR PENSER ET COMMUNIQUER</b> Organisation du travail personnel</p>	
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.	Participer à une équipe de rédaction: gérer un calendrier, établir un rétroplanning, gérer son temps, planifier des temps d'interview, de rédaction, de relecture.
<p align="center">Coopération et réalisation de projets</p>	
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.	Participer aux conférences de rédaction: discussion argumentée à propos des choix, de la hiérarchie et du traitement des sujets.
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 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.
<p align="center">Médias, démarches de recherche et de traitement de l'information</p>	
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.	Choisir ou créer des iconographies illustratives ou informatives.
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.	Créer un contenu médiatique à partir de recherches documentaires: savoir chercher, savoir vérifier, savoir organiser, savoir publier.
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.	Utiliser des réseaux sociaux pour promouvoir le média, mettre en place une veille d'information. Travail sur le respect du droit d'auteur et du droit à l'image.
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.	Lire et comparer des documents médiatiques. Identifier les spécificités de chaque média.
<p align="center">Outils numériques pour échanger et communiquer</p>	
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.	Apprendre à publier en ligne. Connaître le cadre légal. Appréhender le transmédia.
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.	Sensibiliser aux enjeux de l'acte de publication (identités, traces, droits et devoirs), y compris en ligne.



**OBJECTIFS DE CONNAISSANCES  
ET DE COMPÉTENCES POUR LA MAÎTRISE  
DU SOCLE COMMUN**

**PROPOSITIONS DE MISE  
EN ACTIVITÉ EMI**

**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 des moyens d'expression, de communication et d'argumentation.

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.

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

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.

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.

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

**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 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.

**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.

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

L'élève 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 formule des hypothèses sur ses significations et en propose une interprétation en s'appuyant notamment sur ses aspects formels et esthétiques.

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

Invention, élaboration, production

L'élève imagine, conçoit et réalise des productions de natures diverses, y compris littéraires et artistiques.

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

## POURQUOI CRÉER UN MÉDIA SCOLAIRE ?

La pratique d'un média scolaire permet à chaque élève qui s'y investit de développer des compétences fondamentales comme lire, écrire, s'exprimer, argumenter et réfléchir. Cela lui donne l'occasion d'entretenir des rapports différents avec les enseignants qui animent le projet, mais aussi d'être reconnu dans sa capacité d'initiative, dans sa créativité et dans ses compétences qui sortent du registre purement scolaire.

De plus, le média scolaire propose un cadre collectif qui offre aux élèves l'occasion d'acquérir une solide culture du débat et de la prise en compte des opinions différentes. Il est un excellent outil pour leur faire comprendre comment se fabrique l'information et apprendre à se prémunir contre les manipulations qui peuvent l'altérer.

Ils y apprennent à publier, à rechercher des informations fiables, à les recouper et les traiter, ce qui enrichit leur pratique spontanée des réseaux sociaux et d'internet. Mieux : ils s'expriment sur l'actualité et les sujets qui leur tiennent à cœur, et peuvent même, pour les plus grands, se familiariser avec la responsabilité éditoriale.

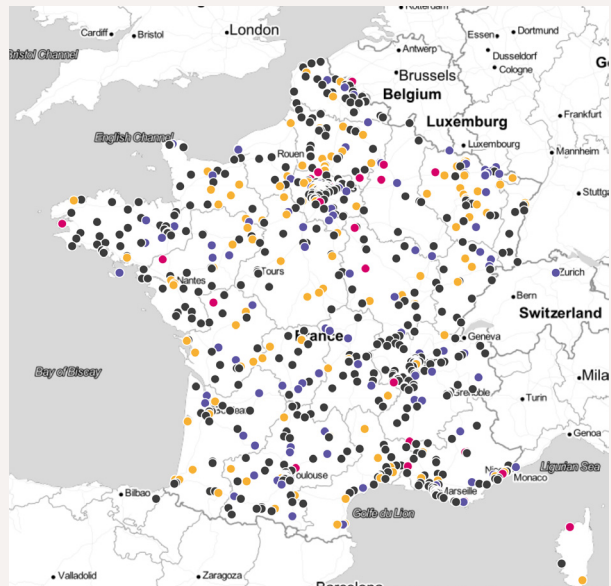
L'existence d'un média scolaire contribue par ailleurs grandement au dynamisme de la vie de l'établissement, en favorisant le dialogue entre tous les acteurs.

## LA CHRONIQUE DES MÉDIAS SCOLAIRES

Chaque mois, le CLEMI sélectionne une série d'articles, vidéos et sujets radio parus dans les médias scolaires de toute la France. Au programme, le coup de cœur du mois et un focus sur un média à travers une interview au long cours, qui permet de mieux en comprendre les rouages. Enfin, la sélection du CLEMI dresse un panorama de ce qui a retenu notre attention dans les semaines précédentes. À retrouver sur [Clemi.fr](http://Clemi.fr)

### Dépôt pédagogique

Le CLEMI assure une mission de conseil à la création et au soutien des médias scolaires au service de l'expression des élèves. Depuis 2002, il est le dépositaire pédagogique officiel des journaux réalisés par les élèves dans leurs établissements scolaires, et a ainsi constitué un fonds unique, signalé dans le Répertoire national des bibliothèques et des fonds documentaires (RNBFD) de la Bibliothèque nationale de France [Circulaire n° 2002-025 du 1<sup>er</sup> février 2002].



## LA CARTE DES MÉDIAS SCOLAIRES

Chaque année, des milliers d'élèves prennent la parole et réalisent, avec l'aide de leurs enseignants, des journaux papier et/ou en ligne, des programmes radio et des vidéos. Afin de valoriser les médias scolaires, le CLEMI a conçu une carte interactive et collaborative. Inscrivez votre média pour le valoriser ! À retrouver sur [Clemi.fr](http://Clemi.fr)



© J. Cherifi/CLEMI

# CRÉER ET PUBLIER UN JOURNAL SCOLAIRE EN CLASSE OU AU CLUB JOURNAL

## RÉALISER UN MÉDIA AUTHENTIQUE

Le média scolaire ne doit pas être instrumentalisé à des fins disciplinaires, même s'il permet d'améliorer les compétences générales des élèves: lire, écrire, compter, s'exprimer, débattre, argumenter, synthétiser, organiser, etc. Il doit être avant tout un vrai média, destiné à des lecteurs avec lesquels dialoguer et qui repose sur le fonctionnement collectif d'une équipe de rédaction. Sa ligne éditoriale est définie par les élèves, selon leur goût et leurs centres d'intérêt. Parallèlement à la production de contenus, les élèves observeront les médias professionnels, (graphisme, ligne éditoriale, rubriques, genres journalistiques, iconographie, etc.), et découvriront leur fonctionnement (conférence de rédaction, métiers, notion de responsabilité, etc.). Avec le journal en ligne, ils réfléchiront à leurs usages sur la Toile et à l'écriture numérique: liens hypertextes, fonctionnalités sociales (les commentaires, etc.), infographies, narrations multimédia.

## À L'ÉCOLE: CONCEVOIR UN JOURNAL

Plusieurs séances seront nécessaires pour cerner le média à créer et pour que chacun y trouve une place. L'analyse de la presse professionnelle (imprimée et/ou numérique) servira à établir une typologie des contenus sous forme de tableau. Identifier: signatures, colonnes, encadrés, couleurs, titres, sous-titres, photographies, dessins, schémas, etc. Noter ce que les élèves disent sur le tableau; introduire quelques mots du lexique journalistique. Mener des recherches sur les métiers exercés (cartographie de l'Observatoire des métiers de la presse ou des ressources de l'Onisep). Proposer aux élèves de choisir leurs rôles dans le journal: rédacteur en chef, reporter, rédacteur ou photographe, illustrateur, secrétaire de rédaction, maquettiste, animateur de communauté, etc. Prévoir un changement de rôles pour que chacun expérimente une place différente. Définir les rubriques du journal: les élèves feront part des sujets qu'ils souhaitent aborder lors d'une discussion collective. Mettre en place une conférence de rédaction. Ce rendez-vous régulier, propice aux débats, accentuera la tonalité collective du journal. L'ouvrir à des intervenants extérieurs, journalistes ou lecteurs.

## AU COLLÈGE: JOURNAL ET RÉSEAUX

Créer un blog, complémentaire du journal papier, permet de diversifier les contenus, d'offrir une plus large diffusion au journal et une meilleure réactivité à l'actualité générale ou à celle de l'établissement. Communiquer et étendre la diffusion du média: les réseaux (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) contribuent à élargir le cercle des lecteurs. C'est l'occasion de travailler sur l'image du journal, de faciliter les interactions avec le public. L'animation de communauté fera l'objet d'un travail de groupe. Publier des contenus sur des plateformes de partage, puis les intégrer sur son média: du son avec SoundCloud, de la vidéo sur YouTube, Dailymotion ou autres. Inciter les élèves à proposer une utilisation pertinente de ces réseaux.

## AU LYCÉE: LA RESPONSABILITÉ DE PUBLICATION

Les journaux lycéens disposent d'une réglementation spécifique qui permet aux lycéens, même mineurs, d'exercer la responsabilité de publication<sup>1</sup>. Les nouveaux programmes du lycée incitent fortement les lycéens à s'exercer à la prise de parole publique, en profitant des moyens médiatiques dont ils disposent. Les enseignants ont un rôle essentiel à jouer dans cette expérience pour amener les élèves à assurer la responsabilité de publication dans leurs médias. Quel que soit le projet de journal, le désir d'expression des élèves devra rencontrer le besoin d'information de leur public. Tout retour des lecteurs sera une occasion d'éducation pour toute la rédaction. L'enseignant encouragera les élèves à prendre en compte les réactions tant positives que négatives; le débat impliquera toute la rédaction; la déontologie sera interrogée, de même que la conformité des contenus du journal avec les lois sur la presse. Au fil des situations rencontrées, l'équipe de rédaction pourra élaborer une charte des droits et devoirs des journalistes lycéens. Elle s'appuiera sur les chartes professionnelles existantes et sur la charte des journalistes jeunes de l'association Jets d'Encre.

Pour aller plus loin

[Le site clemi.fr](http://le.site.clemi.fr): onglet médias scolaires.

<sup>1</sup>. Depuis janvier 2017, la loi «Égalité et citoyenneté» permet à tous les jeunes de plus de 16 ans d'être directeurs de publication.

## CRÉER UNE WEBRADIO

La webradio conjugue le travail sur les modes d'expression (oralité et écriture) avec ceux des techniques de réalisation (création, production et diffusion en ligne) et des démarches d'apprentissage collaboratives (investigation, projet).

Mettre en œuvre une webradio avec ses élèves permet de développer et de valider des compétences transversales du socle commun, de maîtrise de la langue, de culture numérique et d'éducation aux médias et à l'information, de culture humaniste, sociale et civique, d'autonomie et d'initiative.

### LES SCÉNARIOS D'USAGE PÉDAGOGIQUE DE LA WEBRADIO

Cinq scénarios technico-pédagogiques, d'une complexité croissante, peuvent concourir à mettre en œuvre ces apprentissages :

- 1 Enregistrer un podcast pour apprendre à poser sa voix (intonation, accentuation des mots importants, ponctuation), contrôler son débit (parler fort, articuler, respirer), comprendre l'écriture journalistique, écrire pour être écouté (adapter le vocabulaire au public ciblé) et savoir capter un son. Pour cela, on peut utiliser un enregistreur numérique ou un téléphone couplé avec un micro extérieur.
- 2 Monter une émission à partir de plusieurs podcasts pour apprendre à définir une ligne éditoriale (choix et hiérarchisation des sujets), comprendre les enjeux du montage sonore, monter un son avec une voix et habiller une émission. Pour cela, on peut utiliser un logiciel de montage audio comme Audacity ([audacityteam.org](http://audacityteam.org)) ou une application comme [FranceInfo Junior](http://FranceInfoJunior).

À partir du scénario suivant, la pédagogie de projet prend tout son sens (définition des rôles de chacun et du déroulé de l'émission avec un conducteur, document qui comporte tout le déroulé des sujets d'une émission).

- 3 Créer une émission dans les conditions du direct pour apprendre à gérer l'appréhension et/ou le stress, communiquer autrement que par la parole lors de l'émission et se confronter à la technique en temps réel.
- 4 Insérer un podcast dans une émission en direct pour apprendre à programmer les passages direct/podcast.

- 5 Diffuser une émission en direct pour apprendre la notion d'auditeurs (communiquer sur la date et l'heure de l'émission) et poursuivre l'apprentissage de la gestion de l'appréhension et/ou du stress.

Pour cela, il sera nécessaire d'avoir un studio de webradio et un logiciel de gestion des podcasts ("cartoucheur") comme Directeasy (ou une application comme [bossjock jr](http://bossjockjr)), d'un serveur de streaming comme [Icecast](http://Icecast) et d'un logiciel de diffusion vers le serveur de streaming comme [B.U.T.T](http://B.U.T.T). (ou d'une application comme [icast 2](http://icast2)).

### CRÉER SON IDENTITÉ SONORE

À la radio, le son a plusieurs fonctions. Il définit l'identité de la station à travers ses jingles et ses virgules sonores, qui apportent une respiration dans une émission. Il enrichit aussi le reportage par des ambiances sonores. Sans images, il faut donner à l'imaginaire de quoi voir tout en écoutant.

Cet habillage sonore se crée avec les élèves. Quel que soit le matériel à disposition, tout est possible : depuis les matériaux qui composent la classe et son environnement proche (un stylo raclant le radiateur), le téléchargement de sons libres de droits, un montage de voix... Le jingle fait souvent quelques secondes à peine. Il annonce le début d'une chronique, d'une émission.

### METTRE UNE ÉMISSION À DISPOSITION DU PUBLIC

Pour les fichiers de faible taille, la mise en ligne du podcast se fait directement sur le site de l'établissement scolaire ou du blog dédié au projet médiatique. Pour les fichiers volumineux, il est préférable d'utiliser les plateformes académiques dédiées ou les audioblogs d'Arte ([audioblog.arteradio.com](http://audioblog.arteradio.com)).

---

Sylvain Joseph, formateur CLEMI

# CRÉER UNE WEBTV

Comme la webradio, la webTV est un bon outil de construction des compétences d'éducation aux médias et à l'information et de citoyenneté en lien avec les compétences disciplinaires. Les points communs entre ces deux médias sont la démarche d'apprentissage collaborative et le travail sur les modes d'expression. La différence réside en ce que la webTV implique de pratiquer l'audio et la vidéo (le décor, la lumière, le cadrage, etc.). En cela, les notions techniques à maîtriser sont plus complexes.

## LES SCÉNARIOS D'USAGE PÉDAGOGIQUE DE LA WEBTV

À l'instar des scénarios d'usage de la webradio, il est possible de décliner l'usage de la webTV en classe suivant trois scénarios, d'une complexité croissante :

- 1 **Réaliser une vidéo en un plan** (type youtubeur) permet à l'élève de s'impliquer pleinement dans l'écriture du scénario de la vidéo (recherche d'informations, utilisation des spécificités de l'écriture journalistique, être capable de s'exprimer à l'oral de façon expressive) et de découvrir les techniques de base de prise de vue et de son. Il n'a pas besoin de maîtriser l'ensemble des techniques audiovisuelles (pas ou très peu de montage). Pour cela, on peut utiliser une caméra ou un téléphone, couplé avec un micro extérieur, un pied (avec support) et une source lumineuse.
- 2 **Réaliser un reportage** permet à l'élève de comprendre le rôle du montage (éditorialisation, choix d'un angle...) et de maîtriser les techniques associées : habillage sonore (voix off, musique, bruit d'accompagnement...) et visuel (titrage, incrustation...). Pour cela, on peut utiliser un logiciel de montage vidéo comme iMovie (ou une application comme Adobe Clip).
- 3 **Réaliser un journal TV** permet à une classe (en utilisant la pédagogie de projet) de s'immerger dans la structuration d'un studio avec la réalisation des décors, le placement de l'éclairage, la définition du rôle de chacun, le déroulé de l'émission et de comprendre l'importance du rôle de la régie audiovisuelle (passage des reportages, insertion des incrustations, des titres en direct). Pour cela, il sera nécessaire d'avoir un studio de webTV composé de caméras traditionnelles (solution blackMagic par exemple) ou de tablettes (application Touchcast studio par exemple).

## LES INDISPENSABLES

**Le pied** permet de faire des plans fixes de qualité. Si l'on fait plusieurs prises, inutile de régler plusieurs fois le cadrage et la mise au point. Si toutes les prises sont réalisées avec les mêmes réglages, on peut plus facilement les mélanger au montage.

**L'éclairage** permet d'améliorer fortement la qualité de l'image et de mettre en valeur le sujet (visage, corps, objet etc...). Pour simplifier les manipulations, mieux vaut utiliser des projecteurs à LED conçus pour la photo.

**Le micro extérieur** permet d'améliorer la captation audio, l'élément le plus important en vidéo.

- Le micro sur perche permet de s'approcher au plus près de la source sonore sans entrer dans le champ de la caméra.
- Le micro cravate discret permet d'assurer une captation régulière de la voix. Il est fixé sur les vêtements et reste donc à la même distance de la source sonore et toujours tourné vers la bouche.
- Le micro main a les qualités de ses défauts : il n'est pas discret mais sa sensibilité directive est recommandée dans les milieux bruyants.

**Le fond vert** permet de réaliser les incrustations. Pour atténuer les ombres portées, il est nécessaire de l'éclairer.

---

Sylvain Joseph, formateur CLEMI

# DÉCOUVRIR LA PRESSE

## Objectifs

- Favoriser les activités de langage entre les élèves, leur apprendre à communiquer aux autres ce dont ils ont besoin (choix d'un journal ou d'un magazine...).
- Les initier au monde de l'écrit en leur faisant découvrir différents types de textes (logos, photos, cartes, schémas, dessins, lettres, mots).
- Mettre en place un comportement de lecteur : rendre l'enfant capable de construire du sens à partir de ce qu'il voit, et d'utiliser le journal selon son projet.

## Entrées programmes

### Cycle 1

Mobiliser le langage dans toutes ses dimensions. Découvrir la fonction de l'écrit. Agir, s'exprimer, comprendre à travers les activités artistiques. Caractériser les différentes images et leurs fonctions.

Source : BO spécial n° 11 du 26.03.2015

### Ressources

- CLEMI Paris, «[Panorama médias d'information jeunesse](#)».
- AGNES Jean, SAVINO Josiane, *Apprendre avec la presse*, Retz, 1999.

## DÉROULEMENT

### Manipuler l'objet journal et reconnaître quelques écrits

1. Laisser les élèves manipuler librement les journaux puis donner des consignes : plier le journal, le découper, coller les morceaux sur une feuille, empiler les journaux... Proposer aux élèves de faire un tri libre. Relever avec eux les indices qui leur permettent de les différencier (qualité du papier, présence de photos, le format, les couleurs, présence ou non de reliure).
2. Demander de découper, trier et coller des photos, des dessins, des cartes, des textes, des lettres. À partir des écrits, faire colorier les textes qui se ressemblent, qui sont de même taille.
3. Chercher dans le journal ce qu'ils connaissent (programmes de télévision, météo, jeux...) et catégoriser les différents types d'informations.
4. Former des groupes pour que les élèves puissent s'interroger en comité restreint. Organiser un temps de découverte d'albums pour chaque groupe. Comparer les journaux et les albums : quelles sont les différences entre les images d'un album (dessins) et les images du journal (souvent des photos) ? Étudier la couverture d'un album et la une du journal. Ce sera l'occasion d'apporter du vocabulaire pour parler du média et de définir sa fonction et celles des différents éléments qui le composent (une, titres, images, mise en page, bandeau, chapô, ours... pour les plus grands). Observer la différence dans la typologie et la présentation des textes. Lire un extrait d'album et un article de journal (plutôt extrait d'un journal pour enfants afin qu'il soit compréhensible). Demander aux élèves lequel provient d'un album et lequel provient d'un journal selon eux ? Faire verbaliser le fait que l'album raconte une histoire, avec des personnages et des lieux souvent imaginaires, alors que le journal parle de choses qui se passent « pour de vrai », dans notre pays ou dans le monde, ou encore d'animaux ou de la météo. Qui écrit un album ? Qui écrit un journal ?

5. Un questionnement en groupes avec l'enseignant devra préparer la présentation au groupe-classe. Comment reconnaît-on un journal ?

### Faire un kiosque en maternelle pendant la Semaine de la presse et des médias dans l'École®

Demander aux élèves d'apporter des journaux et des magazines. Élaborer en amont avec les élèves un questionnaire pour les parents que l'on mettra dans le cahier de liaison. Les parents auront ainsi un guidage pour comprendre les attentes de l'école.

Compléter leurs apports grâce aux titres réservés pour la Semaine de la presse. Avec le groupe-classe, découvrir les différentes sortes de presse : les élèves connaissent-ils les journaux qu'ils ont apportés, le public auquel ces derniers s'adressent ? En connaissent-ils le contenu ?

## MATÉRIEL NÉCESSAIRE

La plus grande variété de titres de presse possible (compléter les apports des élèves).

## REPÈRES POUR L'ÉVALUATION

L'élève est capable de faire la distinction entre un livre et un journal, une photo et un dessin. L'élève connaît la fonction d'un journal et sait repérer ses différents contenus (articles, illustrations, météo, jeux, etc.).

## TRACES ÉCRITES

Créer des affiches illustrées sur les différentes parties du journal.

# APPRENDRE AVEC DES IMAGES DE PRESSE

## Objectifs

- Permettre de percevoir la variété des images de presse dans leur forme, leur statut et leur mode de production.

## Entrées programmes

### ■ Cycle 1

Agir, s'exprimer, comprendre à travers les activités artistiques. Observer, comprendre et transformer des images. Caractériser les différentes images et leurs fonctions, distinguer le réel de sa représentation.

Source : BO spécial n° 11 du 26.03.2015

## Ressources

- GROISON David, SCHOULER Pierangélique, Prises de vue. Décrypter la photo d'actu, Actes-Sud Junior, 2012.

## DÉROULEMENT

### Commencer à catégoriser différents types d'images

Constituer un corpus d'images trouvées dans la presse et d'images apportées par les élèves. Demander à ces derniers, par groupes, de faire un premier tri pour les différences essentielles entre les images (couleur ou noir et blanc, format, sujet, support, etc.) puis de les classer selon différents genres : BD, dessins, cartes, photos, images publicitaires. En grande section, on peut ajouter des infographies.

Lire une actualité dans un quotidien (papier ou en ligne) et demander aux élèves de l'illustrer en choisissant des images dans le corpus ou en en produisant (dessin, photo).

### 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. Lors des travaux de groupes, faire écrire, sous forme de dictée à l'adulte, des hypothèses sur un événement d'actualité à partir d'une image : mettre en commun les différentes propositions puis découvrir la « vraie » version en lisant l'article correspondant aux élèves.

### Apprendre à légénder

Se familiariser avec les légendes

À l'occasion d'une sortie de classe, prévenir les élèves qu'ils devront faire un reportage photo avec l'appareil photo ou la tablette de la classe. Imprimer et distribuer les photos prises par les élèves.

Mettre en légende les photos

À l'oral ou sous forme de dictée à l'adulte, les élèves imaginent une légende, qui doit décrire la photo et apporter des informations supplémentaires (lieu, date, nom des personnages, etc.). Réaliser un montage son et image ou un affichage des textes créés associés aux photos.

Prolongement

Proposer des couples photo/légende incohérentes ou mensongères que les élèves doivent identifier.

Créer un reportage photo dans le cadre du concours Vues de chez nous.

## MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Panel d'images de presse.
- Appareil photo, tablette.

## REPÈRES POUR L'ÉVALUATION

- L'élève est capable d'identifier les différents types d'images et leurs fonctions.
- L'élève est capable de légénder une image.
- L'élève est capable d'extraire des informations à partir d'un document iconographique.

## TRACES ÉCRITES

Afficher les photos légendées par les élèves.



© François Rose

# QU'EST-CE QU'UN MÉDIA D'INFORMATION ?

## Objectifs

- Identifier les différents médias (presse écrite, audiovisuelle et web).
- Comprendre leur fonctionnement et leurs enjeux afin d'acquérir une distance critique et une autonomie suffisantes dans leur usage.
- Prendre conscience de ses habitudes en tant que lecteur, auditeur ou téléspectateur.
- Apprendre à s'informer.

## Entrées programmes

### ■ Cycle 2

#### Français

Pratiquer différentes formes de lecture.

#### Questionner le monde

Pratiquer des langages. Mobiliser des outils numériques.

### ■ Cycle 3

#### Français

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

#### Enseignement moral et civique

Le jugement : penser par soi-même et avec les autres.

#### Histoire et géographie

S'informer dans le monde du numérique.

Source : BO spécial n° 11 du 26.11.2015

## Ressources

- GUIBERT Françoise de, SAILLARD Rémi, INIZAN Sylvaine, Les Médias, Bayard Jeunesse, 2008.

## DÉROULEMENT

### Visionnage de la séquence vidéo des Clés des médias

Visionner la séquence en ligne sur le site du CLEMI « C'est quoi une information ? ».

Résumé collaboratif en faisant un tour de table. On essaye d'analyser la vidéo et d'expliquer concrètement les différentes notions abordées (rumeur, information, potin, opinion, anecdote... chercher les définitions de ces termes dans le dictionnaire). Selon l'âge des élèves et leurs réactions après un premier visionnage, on pourra en effectuer un second en autorisant la prise de notes, ou encore effectuer des pauses.

Il s'agit ensuite de déterminer quels sont les critères qui indiquent qu'il s'agit d'une information :

- quelque chose de nouveau ;
- quelque chose qui concerne un grand nombre de personnes ;
- quelque chose qui est vérifié et fiable.

Revenir sur les personnes interviewées. Leurs témoignages sont-ils suffisants pour croire l'information ? Et si elles n'avaient pas dit la même chose ? Aurait-on pu tout de même diffuser l'information ? Qu'aurait-on pu faire ? Où trouve-t-on des informations ?

### Où trouve-t-on de l'information ?

Poser la question : où trouve-t-on des informations ? Demander à chacun d'écrire sur un post-it le premier endroit auquel il pense. Réunir tous les post-it au tableau et commenter.

### Remarque

Les enfants pensent souvent au smartphone. Préciser qu'il ne s'agit pas d'un média mais d'un « outil » qui permet de consulter les médias, tout comme l'ordinateur ou la tablette.

Mettre au tableau l'affiche dessinée de la Semaine de la presse et des médias dans l'École® 2017 ou 2018 (cacher le titre). Laisser quelques minutes aux élèves pour observer puis analyser. Quelle est la nature de ce document ? Que voit-on ? À quoi cela fait-il penser ? À quoi peut servir cette affiche ? Dévoiler le titre, faire réagir et s'exprimer les élèves puis commenter.

### Qu'est-ce que la presse ? Les médias ?

On pourra comparer avec une ou plusieurs affiches plus anciennes. Qu'est ce qui a changé ? Pourquoi ? Noter les évolutions, notamment l'apparition d'Internet, et la modification de la représentation du journaliste.

Conclure en demandant aux élèves une définition des médias (moyens qui permettent de diffuser des informations). Les lister et formuler une définition commune.

Une ressource qui peut clore la séance et ouvrir éventuellement la suivante est la projection de la vidéo « C'est quoi les médias ? » proposée par le site 1jour1actu.

### Comparer des médias

Établir un tableau comparatif des différents médias. Rappeler (ou définir) auparavant les éléments que l'on peut y trouver : textes, son, images fixes (photos, dessins, infographies), vidéos.

Quels éléments y trouve-t-on ? À qui sont-ils destinés ? Où les trouve-t-on ? Où les consulte-t-on ? Quand ? Comment ? Sont-ils gratuits ? Quels sont les avantages et inconvénients de chacun ?

### Prolongement

Faire réaliser des affiches (une sur les médias en général et une par média).

Toutes les activités proposées dans cette fiche peuvent faire l'objet d'un regard réflexif sur les publications de la classe. S'intéresser aux rôles, droits et devoirs de l'élève producteur d'information.

## MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Post-it.
- Affiches de la Semaine de la presse et des médias dans l'École du CLEMI.

## REPÈRES POUR L'ÉVALUATION

- L'élève est capable d'identifier les différents médias et de comprendre leur fonctionnement.
- L'élève est capable de définir ce qu'est une information.
- L'élève commence à exercer un regard critique sur la source consultée.

## TRACES ÉCRITES

- Formuler une définition et lister les médias.
- Faire illustrer par les élèves.



# UNE SÉQUENCE POUR DÉCOUVRIR LE DESSIN DE PRESSE

Niveau de classe : CE1-CE2

## Objectifs

- Découvrir le dessin de presse
- Comprendre son lien avec l'actualité et son rôle

## Entrées programmes

- **Français**  
Dire pour être entendu et compris ; Participer à des échanges dans des situations diverses.
- **Arts plastiques**  
Articuler le texte et l'image à des fins d'illustration, de création ; Explorer dans l'environnement proche, dans les médias, dans les médiathèques, les liens entre récit et images.
- **EMC**  
Construire l'esprit critique : apprendre à s'informer ; développer les aptitudes au discernement et à l'esprit critique.
- **EMI Cycle 2**  
Rechercher, identifier et organiser l'information (Compétences info-documentaires)

CSP, Orientations pour l'éducation aux médias et à l'information (EMI), cycles 2 et 3, MEN, janvier 2018

## Ressources

- Toutes les ressources évoquées sont disponibles sur le site du CLEMI avec la version numérique de ce dossier.
- Dossier pédagogique de Cartooning for Peace [en ligne]

**Prérequis :** Plusieurs séances de découverte des différents supports de presse et de publicité sont souhaitables en préalable à cette séance (voir page 28).

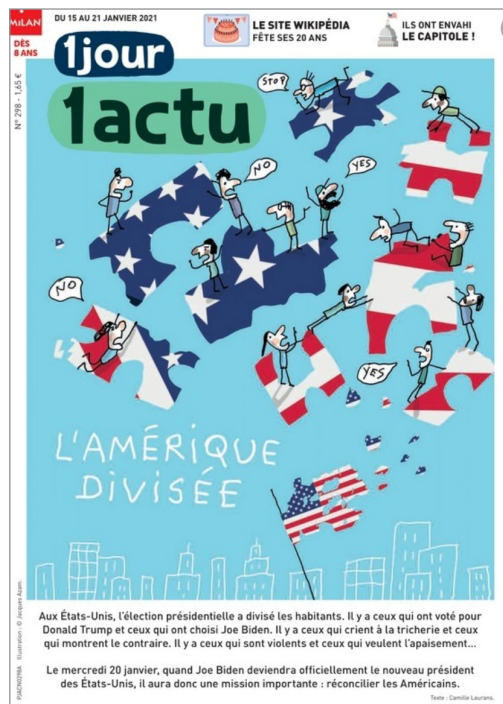
## Séance 1

**Objectif :** découvrir le dessin de presse et son rôle

**Modalités :** classe entière.

**Durée :** 30 à 40 minutes.

**Matériel :** plusieurs unes de journaux (à retrouver en ligne) comprenant des dessins de presse (une de *Mon quotidien* du 3 mars 2020 ; une de *1jour1actu* n° 298 du 15 janvier 2021 ; une du *Monde* du 11 avril 2010). En fonction du matériel disponible, afficher les documents au tableau en grand format, utiliser un vidéoprojecteur ou distribuer des photocopies aux élèves.



identifiés comme étant des supports d'information (via des éléments comme le nom du journal, le titre...). Le dessin doit apparaître parmi les éléments listés. Si ce n'est pas le cas, l'enseignant doit guider les élèves pour faire émerger la notion de dessin de presse, sur laquelle la classe va travailler.

Deuxième temps : les élèves doivent définir le rôle du dessin. Pourquoi est-il là ? Qu'évoque-t-il ? Que provoque-t-il chez nous ?

Au fil du débat, l'enseignant doit expliquer que le dessin et le texte présents sur la une sont complémentaires, que le dessin présente l'actualité autrement (de façon plus ludique, décalée, provocatrice) et qu'il touche le lecteur autrement, notamment en faisant appel à leurs émotions.

Dernier temps : les élèves examinent plus précisément la une du *Monde* proposée, plus ancienne mais particulièrement adaptée pour effectuer l'activité suivante. Consigne : « Est-ce que vous pouvez trouver, en regardant cette page, qui est le personnage représenté tout en bas à gauche (dans le dessin de Plantu) ? ». Le lien doit être fait, avec l'aide de l'enseignant si besoin, avec la photo du personnage réel, Alain Juppé, plus haut dans la page. Ce travail permet de faire découvrir la notion de caricature, qui pourra être étudiée plus précisément dans le cadre d'une autre séance.

## TRACE ÉCRITE

Elle est composée des réponses aux interrogations précédentes : le dessin de presse est un élément visuel que l'on trouve dans les journaux, il est lié à une actualité mais la présente autrement que le texte ; le dessin est là pour attirer l'attention du lecteur, pour le faire réfléchir ou pour le faire rire lorsqu'il s'agit d'une caricature, par exemple.

## Séance 2

**Objectif :** associer un dessin de presse et une actualité.

**Modalités :** par deux, puis en classe entière pour la mise en commun.

**Durée :** 40 à 50 minutes.

**Matériel :** des dessins de presse numérotés (deux par binôme), ainsi qu'un document-liste comportant les informations liées à tous les dessins distribués. Ces informations sont elles aussi

## DÉROULEMENT

Pour chaque étape, des échanges collectifs sont organisés. L'enseignant, qui mène et oriente les débats, liste au tableau les réponses pertinentes.

Premier temps : les élèves listent sur leurs ardoises les éléments qui composent les documents présentés, qui doivent être clairement

numérotées et peuvent prendre la forme de très courts articles (un titre et quelques lignes, avec parfois une photo). Plusieurs dessins peuvent traiter de la même information. L'enseignant peut expliciter certaines informations pour faciliter leur compréhension par les élèves et ainsi faciliter le déroulé de la séance.

**Différenciation pédagogique** : L'enseignant peut composer lui-même les binômes d'élèves en fonction des profils, et adapter la répartition des dessins en fonction des binômes.

---

## DÉROULEMENT

Premier temps : les élèves prennent connaissance de toutes les informations présentes sur le document. Ils doivent ensuite, en travaillant en binôme, associer les dessins aux textes informatifs correspondants (appairage).

Deuxième temps : les élèves expliquent par écrit comment ils ont établi ces associations, en indiquant les éléments qui leur ont permis de faire les liens (texte, photo, titre...). Une phrase-type, associée à un exemple, leur est proposée : « J'ai associé le dessin numéro... à l'information numéro... grâce à/au... ».

Troisième temps : sur la base de l'écrit réalisé, chaque binôme va présenter au groupe classe ses associations et expliquer ce qui fait penser que tel dessin est associé à telle information. Les élèves doivent aussi préciser ce que le dessin a voulu provoquer selon eux : faire rire, faire réfléchir...

Les associations sont validées ou non par le groupe classe et l'enseignant. Au fur et à mesure, sur une fiche distribuée à chaque élève, les dessins sont reliés aux différentes informations. En cas d'erreur d'un binôme, les associations concernées sont reprises collectivement.

## Séance 3

**Objectif** : réaliser un dessin en lien avec une actualité.

**Modalités** : en binôme.

**Durée** : 45 minutes.

**Matériel** : une nouvelle liste de textes informatifs, au moins autant qu'il y a de binômes constitués.

---

## DÉROULEMENT

Les binômes doivent réaliser un dessin de presse en rapport avec une information choisie dans la liste proposée. L'enseignant indique aux élèves que leur travail doit être clairement en lien avec l'information choisie, que la présence de texte est fortement recommandée pour faciliter ce lien, qu'il faut décider de l'intention du dessin (faire rire, faire réfléchir...). Ce travail de planification est résumé sur une fiche distribuée aux élèves afin de les guider durant leur travail. Il est important de souligner que la dimension « artistique » n'est pas primordiale et ne doit pas constituer un frein. Il est même possible

de légender le dessin (notamment pour l'identification des personnages) afin de faciliter sa compréhension. L'organisation en binômes doit favoriser l'échange et la réflexion, ainsi que la répartition des tâches (dessin et texte).

## Séance 4

**Objectif** : présenter son dessin en explicitant ses choix.

**Modalités** : en groupe classe, chaque binôme venant à tour de rôle présenter son dessin.

**Durée** : une heure.

**Matériel** : les dessins de presse réalisés par les élèves lors de la séance précédente ; une affiche avec toutes les informations disponibles numérotées.

---

## DÉROULEMENT

Le processus suivant est répété pour chaque dessin :

Dans un premier temps, l'enseignant choisit au hasard un dessin parmi tous ceux qui ont été réalisés par les élèves. Le groupe classe – les auteurs du dessin n'ayant pas le droit de s'exprimer à cet instant-là - doit alors essayer d'identifier l'information à laquelle est lié le dessin.

Dans un second temps, le dessin est présenté plus précisément à l'ensemble de la classe par ses auteurs, qui expliquent la façon dont ils ont travaillé et ce qu'ils ont voulu exprimer. On vérifie alors collectivement les éléments qui constituent le dessin : est-ce qu'on comprend facilement à quelle information il est lié (la recherche collective précédente donne des indications sur ce point) ? Le texte est-il présent et permet-il de mieux comprendre le dessin, soit en évoquant les mêmes éléments (ancrage du sens par redondance), soit en apportant des éléments d'information supplémentaires (relais du sens par complémentarité) ? Le dessin est-il drôle ou fait-il réfléchir ? Peut-il être interprété de façon différente en fonction de celui qui le regarde ?

L'évaluation du travail des élèves peut être basée sur l'observation des deux phases de cette séance : les élèves ont-ils respecté les consignes de réalisation des dessins, leur présentation est-elle cohérente avec leur travail, démontre-t-elle une compréhension de ce qu'est le dessin de presse ?

**Prolongement possible** : Faire le lien entre le dessin de presse et la thématique de la liberté d'expression - à laquelle les élèves doivent être initiés au cycle 2 - en travaillant sur la notion de caricature.

---

Xavier Gillet, formateur CLEMI,  
et Pauline Guyomarc'h,  
conseillère pédagogique et référente EMI  
1<sup>er</sup> degré pour le CLEMI Bretagne

# UNE SÉQUENCE POUR EXPÉRIMENTER LA LIBERTÉ D'EXPRESSION ET SES LIMITES

Niveau de classe :  
CM1-CM2

Tous les supports intégrés à cette séquence (vidéo et fiches élèves) sont disponibles sur le site du CLEMI.

## Objectifs

- Définir la notion de liberté d'expression et ses limites
- Participer à la réalisation d'une production médiatique en tenant compte des règles juridiques encadrant la liberté d'expression.

## Entrées programmes

- **Français**  
Comprendre des textes, des documents et des images et les interpréter. Dire pour être entendu et compris ; Participer à des échanges dans des situations diverses.
- **EMC**  
Comprendre les principes et les valeurs de la République française et des sociétés démocratiques.
- **EMI Cycle 3**  
Connaître ses droits et responsabilités dans l'usage des médias (citoyenneté et capacité à agir).

CSP, Orientations pour l'éducation aux médias et à l'information (EMI), cycles 2 et 3, MEN, janvier 2018

## Ressources

- Fiche pédagogique « Le débat en classe : c'est quoi, la liberté d'expression ? », sur [1jour1actu.com](http://1jour1actu.com) [en ligne].

**Prérequis :** Cette fiche pédagogique consacrée à la liberté d'expression présente une séquence d'approfondissement. Il est souhaitable que les élèves aient participé, au cycle 2, à des séances de découverte de cette notion, comme le recommandent les orientations du CSP pour l'EMI.

## Séance 1

**Objectif :** découvrir ou approfondir la notion de liberté d'expression, ses droits et ses limites.

**Modalités :** en classe entière.

**Durée :** 30 minutes.

**Matériel :** extraits de grands textes définissant la liberté d'expression : Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen (article 11), Déclaration universelle des Droits de l'Homme et du Citoyen (article 19), Convention européenne des Droits de l'Homme (article 10), texte à trous pour la trace écrite.

## DÉROULEMENT

Premier temps : l'enseignant présente les trois documents. Les élèves sont répartis en groupes de quatre, et chaque groupe se voit attribuer l'un des textes, avec pour consignes d'identifier le titre, la date, de déterminer à qui s'adresse le texte et quel est le message, en utilisant leurs propres mots.

Deuxième temps : chaque groupe vient présenter son travail. L'enseignant guide et oriente le débat et note au tableau les réponses pertinentes pour parvenir à lister ce qu'englobe la liberté d'expression. Le fait que deux groupes au moins aient travaillé sur chaque texte doit permettre d'aboutir à une présentation la plus complète possible. Doivent émerger à la fin de cette activité : le droit de dire et de penser ce que l'on veut sans être inquiété ; le droit de diffuser l'information et donc la liberté de la presse.

Troisième temps : un texte à trous, visant à définir ce que permet la liberté d'expression, est proposé aux élèves. Chaque espace vide est complété après validation collective de la réponse qui convient le mieux, sur la base des éléments listés au tableau.

## Séance 2

**Objectifs :** établir que la liberté d'expression a des limites, découvrir la notion de diffamation.

**Modalités :** en classe entière.

**Durée :** 45 minutes.

**Matériel :** déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen (article 11), vidéo « La liberté d'expression et ses limites » - Les Clés des médias, fiche élève.

## DÉROULEMENT

Premier temps : l'enseignant demande aux élèves de relire l'article 11 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen. Il attire leur attention sur la fin de la phrase (« [...] *sauf à répondre de l'abus de cette liberté, dans les cas déterminés par la loi* ») et leur demande ce que cela signifie selon eux. Une phase de débat collectif est organisée par l'enseignant. Les élèves sont invités à trouver des exemples dans leur vie quotidienne pour illustrer le débat. Il sera établi que la liberté d'expression a des limites, qui sont fixées par la loi.

Deuxième temps : les élèves visionnent le début de la vidéo Les Clés des médias sur la liberté d'expression (jusqu'à 0'38"). L'enseignant demande : « Qu'est-ce qui pose problème dans ce qu'a dit le voisin de Monsieur Pita ? ». Toujours en guidant et orientant si besoin le débat, il liste au tableau les réponses pertinentes : doivent apparaître l'accusation sur les sandwiches de M. Pita et les propos sur les personnes d'origine étrangère (ceux-ci feront l'objet de la séance 3). Puis la suite de la vidéo est diffusée (jusqu'à 1'10") pour définir et institutionnaliser la notion de diffamation, punie par la loi.

Troisième temps : une fiche est distribuée aux élèves. Elle propose d'abord un texte à trous, illustré par une capture d'écran de la vidéo, visant à définir ce qu'est la diffamation. Les élèves peuvent faire des propositions sur leurs ardoises puis chaque espace est complété après validation collective de la bonne réponse. Ensuite, pour intégrer cette notion dans le champ médiatique, les élèves sont invités à produire un court article qui peut être publié. Les élèves prennent le rôle d'un journaliste et trient une série d'affirmations dans un tableau à deux colonnes : « J'ai le droit de le publier » / « Je n'ai pas le droit de le publier car c'est de la diffamation ».



### Séance 3

**Objectifs :** établir que la liberté d'expression a des limites, comprendre la notion d'appel à la haine ou à la violence.

**Modalités :** en classe entière.

**Durée :** 45 minutes.

**Matériel :** vidéo : « La liberté d'expression et ses limites » - Les Clés des médias, fiche élève.

Premier temps : les élèves visionnent à nouveau le début de la vidéo Les Clés des médias (jusqu'à 1'10"). L'enseignant revient sur la notion de diffamation, traitée dans la séance précédente, qui portait sur l'accusation visant les sandwiches de M. Pita. Il rappelle que les élèves avaient repéré d'autres propos, sur les personnes d'origine étrangère, qui pouvaient poser problème, puis il diffuse la suite de la vidéo (jusqu'à 1'25") pour évoquer la notion d'appel à la haine ou à la violence, punie par la loi.

Deuxième temps : une fiche est distribuée aux élèves. Elle propose d'abord un texte à trous, illustré par une capture d'écran de la vidéo, visant à définir ce qu'est l'appel à la haine ou à la violence. Les élèves peuvent faire des propositions sur leurs ardoises puis chaque espace vide est complété après validation collective de la bonne réponse. Ensuite, pour faire réfléchir à cette notion dans le champ médiatique de la publication en ligne, les élèves doivent rédiger un article qui pourrait être publié sur un site internet d'école et, dans cette optique, trier une série d'affirmations dans un tableau à deux colonnes : « J'ai le droit de le publier » / « Je n'ai pas le droit de le publier car c'est un appel à la haine ou à la violence ».

### Séance 4

**Objectifs :** rédiger de courts textes informatifs en tenant compte des limites légales à la liberté d'expression.

**Modalités :** par binômes, puis en classe entière.

**Durée :** une heure.

**Matériel :** une fiche comportant une série d'informations permettant de réaliser le portrait d'un personnage et une fiche pour le bilan.

Premier temps : l'enseignant explique aux élèves, répartis en binômes, qu'ils vont devoir écrire un court article (maximum dix lignes) pour faire le compte-rendu d'un événement (totalement fictif). Les élèves devront donner un maximum d'informations, en respectant les limites fixées par la loi relative à la liberté d'expression (pas de diffamation, pas d'appel à la haine/violence). Il distribue à chaque binôme une fiche sur laquelle figurent une quinzaine d'informations, numérotées, au sujet de cet événement. Certaines sont exploitables mais d'autres non, car elles relèvent de la diffamation et/ou de l'appel à la haine ou à la violence.

Deuxième temps : les binômes rédigent leur article, tout en notant les numéros correspondant aux informations qu'ils ont choisi d'utiliser pour une publication. Pour celles qu'ils choisissent de ne pas publier, ils doivent préciser s'il s'agit selon eux de propos diffamatoires ou d'appels à la haine/violence.

Troisième temps : pour la mise en commun, l'enseignant demande à chaque binôme de présenter son travail et de donner les numéros des informations retenues à noter au tableau. Après la présentation de tous les groupes, un point est fait sur les informations qui ont été les plus utilisées et celles qui l'ont moins été, en expliquant pourquoi. Sur une fiche, les élèves complètent progressivement un tableau pour établir que telle information peut être publiée sans problème, ou au contraire qu'elle relève de la diffamation ou de l'appel à la haine/violence. Cette phase de bilan permet aux binômes de valider ou non les choix à effectuer pour la rédaction de l'article.

**Prolongements possibles :** Cette séquence peut être exploitée à nouveau sur la base d'actualités réelles, avec nécessité pour l'enseignant d'accompagner les élèves avec les ressources adéquates. Par ailleurs, une séquence peut être proposée pour faire découvrir aux élèves d'autres limites à la liberté d'expression : droit à l'image, droit au respect de la vie privée, règles de citation, plagiat... Cette fiche peut être mise en lien avec des séquences sur le dessin de presse et les caricatures, ou sur la notion de laïcité en EMC.

Xavier Gillet, formateur CLEMI,  
et Pauline Guyomarc'h,  
conseillère pédagogique et référente EMI  
1<sup>er</sup> degré pour le CLEMI Bretagne

# APPRÉHENDER LA NOTION D'ANGLE EN RADIO

L'angle est une notion qui permet au journaliste de choisir quel aspect d'un sujet il va traiter. Ainsi, notre compréhension du monde s'enrichit de la diversité des angles et de leurs éclairages multiples. Pour appréhender cette notion, un projet radiophonique permet aux élèves d'acquérir des compétences transversales en explorant les étapes de la fabrique de l'information.

## Objectifs

- Comprendre et identifier l'angle d'un sujet radiophonique.
- Distinguer sujet et angle.
- Produire un son en fonction d'un angle choisi.

## Entrées programmes

- **Français**  
Comprendre des textes, des documents et des images et les interpréter.
- **Histoire et géographie**  
S'informer dans le monde du numérique.
- **EMC**  
Identifier les informations et utiliser son esprit critique. Participer à un débat argumenté.
- **Sciences et technologie**  
S'approprier des outils et des méthodes. Mobiliser des outils numériques.

## Ressources

- ROBIN Christian. *L'angle journalistique, Techniques de créativité pour des écrits originaux*, CFPJ éditions, 2009
- Médias Climat, Comment les médias traitent-ils du changement climatique, étude de l'ONG Reporters d'Espoirs [\[en ligne\]](#). 07/07/2020
- Les « marronniers » dans les médias, fiche parue dans le dossier pédagogique de La Semaine de la presse et des médias dans l'École [\[en ligne\]](#). 2015

## DÉROULEMENT

### Identifier l'angle d'un sujet radiophonique

Les élèves sont répartis en groupe et travaillent sur un même thème d'actualité. Prenons l'exemple du réchauffement climatique. Chacun écoute et analyse un son par écrit ([voir la liste de sons sur le site du CLEMI](#)). Recherche : quel est le sujet ? Sur quelle radio a-t-il été diffusé ? Quand ? Quelle est sa durée ? Qui parle ? Quel est le genre journalistique (reportage, chronique, interview...) ? Qu'est-ce qu'on apprend sur le sujet ? Chaque groupe rédige une ou deux phrases pour résumer l'information. Ils peuvent s'aider du site internet de la radio. Mise en commun et réalisation d'une carte mentale collective. Questionnement : qu'est-ce que cette carte mentale nous montre ? Tous les journalistes n'ont pas traité le réchauffement climatique de la même manière. Plusieurs façons d'aborder ce sujet apparaissent sur la carte. Pourquoi ? Il est impossible de tout dire sur le sujet en quelques minutes. Chaque journaliste a traité une question ou un aspect. Expliciter la notion d'angle et la règle un son/un angle.

### Vers une typologie des angles

Étude comparative de la carte d'angles en groupe. Quelles différences ou ressemblances peut-on observer entre tous ces angles ? Quel classement peut-on faire ? Mise en commun. Amener la classe à repérer que des journalistes se sont davantage intéressés aux causes du réchauffement climatique, d'autres aux conséquences (réfugiés climatiques, biodiversité menacée), aux solutions (citoyennes, politiques, expérimentations scientifiques et technologiques), aux prévisions, aux acteurs publics (climatologues, Greta Thunberg, climato-sceptiques), à l'économie, etc. Découverte [d'un document ressource du CLEMI sur la typologie des angles](#) (disponible en ligne). Synthèse et rédaction d'une fiche ressource pour la classe.

### Le bon angle

Débat : quel angle vous intéresse le plus ? Pourquoi ? Aider les élèves à expliciter leurs critères de sélection et à exprimer ce qu'ils ressentent

(curiosité, étonnement, empathie, tristesse, colère par exemple). Réfléchir à d'autres angles possibles sur le réchauffement climatique. Comment les journalistes choisissent-ils un angle ? Y a-t-il un angle meilleur que d'autres ? Inviter un journaliste pour évoquer la loi de proximité (géographique, affective, sociale) et le lien entre l'angle et la ligne éditoriale.

### Un défi : « les marronniers »

Les marronniers sont des sujets qui reviennent chaque année, tels que les vacances, la rentrée des classes, Noël, etc. Les journalistes sont amenés à renouveler leurs angles pour conserver l'intérêt des auditeurs. Écoute de différents marronniers et explicitation de la notion. Inviter chaque groupe à choisir un marronnier et à concevoir une carte d'angles. La consigne est d'en trouver le plus possible. Demander aux élèves de trouver l'angle le plus amusant, surprenant, émouvant ou inédit. Rédiger et enregistrer une chronique ou une interview avec l'angle de leur choix. Jeu d'écoute collective. Objectif : identifier le marronnier et deviner l'angle choisi par chaque groupe.

En prolongement, réaliser une émission radio sur un thème commun en variant les angles et les genres journalistiques. Étudier l'angle en presse écrite, télévision et internet. Explorer la spécificité de l'angle « enfant » dans la presse écrite et les JT jeunesse. Cet angle consiste à aborder et à incarner un sujet à travers le portrait ou le vécu d'un enfant. Partez à la découverte du « journalisme de solutions » porté par [Reporters d'Espoirs](#), qui s'intéresse aux initiatives qui apportent des réponses concrètes à des problèmes de société, économiques, sociaux ou écologiques.

Anne Lejust, professeure des écoles  
(académie d'Orléans-Tours)

# ÉCRIRE POUR INFORMER : RÉALISER UN ARTICLE, UN REPORTAGE

## Objectifs

- Savoir distinguer information, rumeur, anecdote et opinion.
- Comprendre le travail des journalistes, identifier les sources.
- Comprendre le circuit de l'information.

## Entrées programmes

### ■ Cycle 2

#### Français

Produire des écrits en commençant à s'approprier une démarche.

#### Questionner le monde

Pratiquer des langages.

### ■ Cycle 3

#### Français

Comprendre des textes, des documents et des images et les interpréter. Produire des écrits variés en s'appropriant les différentes dimensions de l'activité d'écriture.

#### Culture littéraire et artistique

Expérimenter, produire, créer.

Source: BO spécial n° 11 du 26.11.2015

## Ressources

- Série « Les Clés des médias », « Qu'est-ce qu'une source ? » [Vidéo en ligne](#).
- Quentin Vaslin, « L'angle, la Clé du journalisme », [France Inter](#), 31 mars 2017.

## DÉROULEMENT

### Écrire pour informer : la notion de message essentiel

Après avoir lu des articles de presse, en avoir dégagé les invariants (titre, chapô, intertitres, signature, illustration, légende...), et étudié les différents éléments composant un article, les 5 W et les 2 H (who, what, when, why, where, how, how much), la pyramide inversée, proposer aux élèves d'écrire à leur tour des textes pour informer.

Avant de se lancer, rappeler les règles suivantes :

1. Définir le sujet de l'article, se demander en quoi il va intéresser les lecteurs puis choisir un angle (par exemple, si le sujet est les JO, différents angles seront possibles : le sport féminin, le dopage, les retombées pour le pays organisateur...).
2. Chercher l'information, vérifier et recouper les sources (au moins trois sources différentes qui disent la même chose).
3. Répondre aux questions suivantes : qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ce fait s'est-il passé ? Pourquoi cela a-t-il eu lieu ?
4. Être concis, précis, faire des phrases courtes.
5. Penser à illustrer (ne pas oublier légende et crédit) et signer son article.

### Réaliser un reportage

Préparer le reportage

- Les élèves identifient ce qu'ils savent déjà du sujet, ce qu'ils voudraient savoir de plus, ce qu'ils peuvent découvrir par des recherches documentaires.
- En groupe, ils définissent les informations qu'ils aimeraient transmettre à leur public.
- Constituer des petites équipes (deux ou trois élèves, pas plus). Chacune détermine l'angle de son reportage et se distribue les rôles : prise de notes et prise d'images.

Pendant le reportage

- Inciter les élèves à : ne pas avoir peur d'une prise de notes personnelles abondante, en notant des détails qui pourraient intéresser les lecteurs ; être attentifs aux lieux ; aux personnes rencontrées.
- Noter systématiquement l'heure, le lieu et les noms associés aux photographies.

Rédaction du reportage

- Avant la rédaction, proposer aux élèves une démarche méthodologique via une grille ou un canevas d'écriture tiré de l'étude de la partie précédente, « Écrire pour informer ».
- Puis, à partir de leurs carnets de notes, les élèves dressent une liste des informations (faits, détails, citations, descriptions...) qu'ils souhaitent garder. Ils choisiront alors le message essentiel qui servira de fil conducteur à la rédaction de leur article ainsi que la photographie et la légende qui l'accompagnera.

Prolongement

Réaliser une interview. Voir la fiche pédagogique en ligne sur le site du CLEMI.

## MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Du papier, ou mieux : un carnet de reporter pour que les élèves se prennent au jeu.
- Outils numériques de prise de notes et de captation d'images.

## REPÈRES POUR L'ÉVALUATION

- L'élève connaît les caractéristiques déterminant un message essentiel (7 questions de référence).
- L'élève s'approprie les règles de l'écriture journalistique.
- L'élève est capable d'illustrer par des images une information écrite.

## TRACES ÉCRITES

- Fiche avec les règles pour écrire un article (pyramide inversée, questions de base, etc.).
- Articles produits par les élèves.

# RECHERCHER UNE INFORMATION SUR INTERNET

## Objectifs

- Connaître les étapes d'une recherche d'information.
- Identifier différents outils et supports de recherche.
- Aborder les notions de pertinence et de fiabilité.

## Entrées programmes

### ■ Cycle 2

#### Français

Pratiquer différentes formes de lecture.

#### Questionner le monde

Pratiquer des langages. Mobiliser des outils numériques.

### ■ Cycle 3

#### Enseignement moral et civique

Le jugement : penser par soi-même et avec les autres.

#### Histoire et géographie

S'informer dans le monde du numérique.

Source : BO spécial n° 11 du 26.11.2015

## Ressources

- MOTTET Martine, « Faire une recherche, ça s'apprend ! », faculté des sciences de l'éducation, université Laval, 2018.
- Les Savanturiers, « La recherche documentaire sur Internet avec les élèves ». Vidéo en ligne.

## DÉROULEMENT

### Découvrir la complémentarité des supports

Les élèves ont à leur disposition un quotidien régional, un quotidien national, un magazine d'information spécialisé et un accès à des sites internet. À la suite de questions débattues dans le cadre du programme de géographie, demander aux élèves, répartis par groupes, de rechercher successivement :

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

Les élèves effectuent leurs recherches sur les différents supports à leur disposition. Proposer une grille pour préparer l'analyse (L'information a-t-elle été trouvée ? À quel endroit ? Comment ? Était-ce simple ?) 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.

Lancer les élèves dans une « bataille d'arguments » concernant les moyens de recherche d'informations : un groupe travaille sur les avantages de la recherche dans des documents « papier » et les inconvénients d'une recherche sur Internet, l'autre groupe fait l'inverse. On aidera les élèves en leur faisant penser aux moyens, au temps, à l'attention, à la prise de notes, à la mise à jour des informations, à leur étendue... Sans attendre une réponse claire mais plutôt un regard critique sur ces deux modes finalement complémentaires.

### S'initier à la recherche d'informations et découvrir un moteur de recherche

Les élèves doivent rechercher des informations et des images sur un thème (vie animale, habitat...) pour alimenter ou illustrer un projet d'écriture.

- Définition du sujet : relever avec les élèves les mots importants de leur sujet et rechercher leur définition dans un dictionnaire.
- Questionnement : lister avec les élèves l'ensemble des questions possibles autour du sujet.

- À partir de ce questionnement, sélectionner avec les élèves les mots-clés à utiliser pour leur recherche, en proposant éventuellement des synonymes. Faire émerger ou apporter aux élèves les notions de mot-clé et de mot vide.
- Entrer les mots-clés dans un moteur de recherche et observer la page de résultats. Dans un premier temps, privilégier le moteur de recherche Qwant Junior qui garantit la confidentialité des données, l'absence de publicité, la neutralité des requêtes remontées et la sécurité des recherches.
- Faire repérer aux élèves, à partir des codes couleurs et typographiques, les quatre informations proposées pour chacun des sites sélectionnés. Les nommer : le nom du site, son adresse URL, sa date de publication et son texte de présentation avec les mots-clés en gras.
- Leur demander de formuler des hypothèses sur le contenu de chacun des sites.
- Vérifier avec eux leurs hypothèses en les accompagnant pour la découverte des sites, la lecture et la sélection de l'information.
- Évoquer avec eux les notions de pertinence (Est-ce que je comprends cette information ? Est-ce qu'elle répond aux questions posées au départ ?) et de fiabilité (Est-ce que je sais qui a écrit cette information ? Quand ? Est-ce un site sérieux ?).

## MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Quotidiens régionaux et nationaux, magazines, ordinateurs avec accès internet.

## REPÈRES POUR L'ÉVALUATION

- L'élève connaît plusieurs moteurs de recherche et leur fonctionnement.
- L'élève est capable de déterminer des mots-clés pertinents pour sa recherche.
- L'élève s'interroge sur la fiabilité des résultats de ses recherches.

## TRACES ÉCRITES

Définitions d'un mot-clé et d'un moteur de recherche, les étapes d'une recherche documentaire.

# COMPRENDRE ET EXPÉRIMENTER LA LIBERTÉ D'EXPRESSION

Droit fondamental de la République française, la liberté d'expression est souvent l'objet d'une mauvaise compréhension de sa nature et de ses limites. Cette séquence, en s'appuyant tant sur les connaissances que sur une mise en situation, propose aux élèves d'appréhender cette valeur fondatrice de notre « vivre ensemble » et de la mettre en pratique avec humour.

## Objectifs

- Connaître la loi et ses limites concernant la liberté d'expression.
- Comprendre la caricature et ses limites.
- Expérimenter sa propre liberté d'expression dans les limites fixées par la loi.

## Entrées programmes

- **Cycle 4, EMC**  
Entrées du programme Culture de la règle et du droit, Culture de l'engagement, Respecter autrui
- **2<sup>de</sup> EMC**  
Liberté, Libertés
- **1<sup>re</sup> EMC**  
Rupture du lien social

## Ressources

- Daumier et ses héritiers, exposition sur le site de la BnF, page "Rapide histoire de la caricature" [en ligne]
- Dessins pour la paix. Livret pédagogique 2020 de Cartooning for Peace. [En ligne]
- Fini de rire, documentaire d'Olivier Malvoisin, 2013

## REPRENDRE LES FONDAMENTAUX

Première séance : Dans un premier temps, interrogeons les élèves sur leur vision de la liberté d'expression. Où est-elle visible dans leur quotidien ? Qu'est-ce qu'elle évoque pour eux ? Nous dressons ensemble un panorama de la liberté d'expression sous forme d'une carte mentale. Il faut être vigilant à ce que la presse et les journalistes apparaissent. Les élèves citeront certainement les réseaux sociaux ou internet. Il n'est pas inutile de rappeler que la liberté d'expression est un droit qui s'applique également aux communications numériques, et qu'internet n'est pas une zone de non-droit.

Appuyons-nous ensuite sur deux vidéos de la série « Les Clés des médias » : la première rappelle les bases de la liberté d'expression et ses limites [en ligne]. La seconde pose la question de la caricature, de sa fonction sociale [en ligne]. Ces vidéos permettent de niveler les connaissances et les a priori des élèves. Elles rappellent les limites de la liberté d'expression et l'utilité de la caricature.

On demandera aux élèves de relever les éléments constitutifs d'une caricature (repose sur l'humour, exagère un trait, est clairement annoncée comme telle, part d'un fait qui nous interpelle, concerne un fait ou une personne publique) ainsi que les différentes limites de la liberté d'expression (diffamation, calomnie, injure, appel à la violence, appel à la haine, apologie du terrorisme et des crimes de guerre). Ces éléments serviront ensuite pour évaluer des productions d'élèves.

Deuxième séance : Nous proposons aux élèves une rapide étude, formelle, de caricatures. On peut les choisir dans une visée historique ou bien dans une visée politique contemporaine (voir ressources).

Les élèves, par groupe de 2 ou 3, présentent d'abord la caricature qu'ils ont choisie en suivant la méthode d'analyse de documents traditionnelle (nature, source, date, contexte, thème principal, idée générale). Ils repèrent ensuite le trait humoristique. Ils recherchent l'adéquation

entre les éléments relevés dans la vidéo 2 et la caricature choisie. Cette dernière entre-t-elle dans les limites de la liberté d'expression telles que décrites dans la vidéo ?

## S'EMPARER DE SA LIBERTÉ D'EXPRESSION

Pour que l'expérience de l'élève devienne la plus intériorisée possible, on propose, après ce temps plus "scolaire", une activité plus libre et créative.

Les élèves en petits groupes sont invités à se concentrer sur des aspects de leur vie de lycéens ou de collégiens qui les choquent, les interpellent. Les thèmes possibles sont légion : inégalités entre filles et garçons, conditions de vie quotidienne et éventuels problèmes récurrents rencontrés dans l'établissement, double discours des adultes sur les usages du numérique (portables interdits mais professeurs et parents ravis au leur), etc. Ils tentent de trouver le trait d'humour lié à la situation choisie. Ils doivent ensuite composer une caricature sous forme dessinée. On leur rappellera que le talent de dessinateur n'est pas obligatoire, du moment que l'on reconnaît la situation avec des formes simples, ou décalquées. On peut ajouter des indications écrites (flèches, légendes, bulles, etc.) Le propos doit être clair, concis, frappant.

En reprenant comme grille d'auto-évaluation les composantes de la caricature et les limites de la liberté d'expression, ils s'assurent que leur idée de caricature respecte la loi et les personnes.

Pour prolonger le projet, on peut organiser un concours de caricatures interne à l'établissement.

Iris Iriu, professeure documentaliste  
(académie de Lyon)



# LES FRONTIÈRES D'INTERNET DESSINÉES PAR LA CENSURE

Si l'utopie d'un internet libre et ouvert est toujours présente, elle se confronte néanmoins à une réalité moins plaisante. Le web est aujourd'hui un espace fractionné, notamment grâce à des techniques de filtrage désormais très performantes. La Chine, avec son dispositif de surveillance et de censure d'internet, en est un parfait exemple.

## Objectifs

- Comprendre le rôle d'internet dans la liberté d'information et d'expression (EMC 2<sup>de</sup>).
- Connaître les principes techniques de filtrage et de censure du web (SNT 2<sup>de</sup>).
- Découvrir les frontières et l'inégalité d'accès à l'information à l'heure d'Internet (HG 1<sup>re</sup>).

## Ressources

- ALVIANI, Cédric. « Le nouvel ordre mondial des médias selon la Chine. » Reporters Sans Frontières, 2019.
- DEFRANOUX, Laurence. « Chine : la cybercensure s'infiltré dans tous les recoins du Net. » *Libération*, 24 juillet 2017.
- UNTERSINGER, Martin. « Trois fois moins de contenus terroristes en ligne repérés par la police française en 2018. » *Le Monde*, 27 mai 2019.

## DÉROULEMENT

### Des outils différents pour des usages similaires

Dans un premier temps, demander aux élèves de lister les applications disponibles sur leur smartphone et les sites internet qu'ils utilisent fréquemment. Comparer cette liste avec le classement des sites web les plus consultés dans le monde sur Alexa, un outil de mesure d'Amazon.

Après Google et YouTube, mais avant Facebook, apparaissent quatre sites d'origine chinoise : Tmall, Baidu, Qq et Sohu. Cette liste correspond-elle à leurs usages ? Si non, d'où proviennent les sites qu'ils ne connaissent ou n'utilisent pas ?

Sur ce même site, proposer aux élèves de comparer le classement de trois pays : France, États-Unis et Chine. Si les résultats sont dans l'ensemble communs pour les deux premiers, la Chine présente des sites inconnus et très peu utilisés en France.

Proposer aux élèves de rechercher les fonctions et équivalents connus de ces services chinois. Leur faire prendre conscience que leurs usages ne sont pas universels et qu'internet possède également sa géographie et ses frontières. Cependant, si les outils diffèrent, les besoins et pratiques se ressemblent : information, réseautage social, divertissement, achats en ligne, etc. Faire réfléchir les élèves aux différences et aux similitudes.

### Un exemple de surveillance et de censure d'internet

Dans un deuxième temps, travailler à partir du site Greatfire, qui recense les sites et mots-clés bloqués grâce au « grand firewall » de Chine. Quels sont les sites qui sont rendus indisponibles pour les internautes chinois ? Selon eux, pour quelles raisons ?

On découvre grâce à ce site l'ampleur de la censure des contenus numériques dans ce pays. Certains outils, comme Wikipédia ou Google, qui font partie de notre quotidien, y sont inaccessibles. Mais certaines requêtes sont également

filtrées sur le réseau social Weibo qui est, lui, hébergé en Chine.

Ce filtrage existe-t-il en France ? À quelle échelle peut-il exister ? Pour l'ensemble des citoyens, à l'échelle d'un établissement scolaire ou d'une entreprise ? Faire rechercher les lois ou dispositions qui peuvent justifier – ou non – le recours à des blocages dans des sociétés démocratiques.

### Le rôle des moteurs de recherche dans l'accès à l'information

Avant de diffuser la vidéo « Chine – le pays de la censure » (Hikari Productions, Arte), et après un éclairage historique sur le sujet, proposer aux élèves d'effectuer une recherche sur un sujet que l'on sait polémique : les manifestations de la place Tian'anmen.

Effectuer une recherche par images avec le moteur chinois Baidu ainsi qu'avec le moteur de recherche Google et comparer les résultats. On constate qu'ils sont sensiblement différents, Baidu n'affichant aucune image en rapport avec les événements de 1989. Les internautes n'ont pas accès aux mêmes résultats en fonction de leur localisation géographique. Quelles sont les conséquences de ce filtrage pour la liberté d'expression et la liberté d'information des citoyens de chaque pays ?

À l'issue du visionnage de la vidéo, proposer aux élèves d'effectuer une recherche d'informations complémentaires afin de réaliser une synthèse sur les dispositifs utilisés par le régime chinois pour filtrer internet et en expliquer la finalité. On peut également s'attacher à la distinction entre l'absence d'information et le déversement d'informations divertissantes et futiles afin d'occuper les réseaux : des parallèles peuvent-ils être observés dans l'univers informationnel qu'ils côtoient ?

# DES « FAKE NEWS » AUX MULTIPLES FACETTES

Cette expression anglo-saxonne galvaudée recoupe en fait des situations bien différentes. Tour d'horizon des différents types de fausses informations qui circulent, du simple canular à la désinformation volontaire.

## Ressources

- CheckNews, le site qui répond à vos questions [checknews.fr](http://checknews.fr)
- Le Décodex, pour savoir si un site est fiable ou non [lemonde.fr/verification](http://lemonde.fr/verification)
- Hoaxbuster, le site qui lutte contre les rumeurs [hoaxbuster.com](http://hoaxbuster.com)
- Les Observateurs France 24 [observers.france24.com/fr](http://observers.france24.com/fr)

« C'est une fake news ! », « attention aux fake news », « il faut lutter contre les fake news »... Cette expression évoque souvent le flot de désinformation qui pollue les réseaux sociaux et le débat public.

Mais il n'en existe pas de définition précise, si bien qu'elle est souvent utilisée à mauvais escient. Le président américain Donald Trump, par exemple, qualifie parfois de « fake news » des informations critiques à son égard, comme si l'emploi de cette expression coupait court à la discussion. On préférera donc utiliser les termes français appropriés pour distinguer plusieurs phénomènes différents.

## LES FAUSSES INFORMATIONS

Toute information se base sur des faits : ce qu'a dit quelqu'un, le résultat d'un match de football, la température mesurée à un endroit donné ce matin... Chaque journaliste va ensuite essayer de rapporter au mieux des événements à partir de ces faits. Ce travail n'est jamais entièrement neutre : deux personnes différentes raconteront une même histoire en mettant parfois certains faits plutôt que d'autres en avant.

Mais bien loin de ces considérations, il existe un certain nombre de personnes ou de sites internet prompts à faire circuler de fausses informations. Ils citeront par exemple des chiffres qui n'existent pas ou montreront des images qui ont été retouchées pour en dénaturer le sens, dans le but de soutenir leur propre discours politique. Par exemple, plusieurs sites internet peu scrupuleux ont affirmé en septembre 2017 que la sous-préfète en charge de la partie française de l'île de Saint-Martin se serait enfuie après le passage de l'ouragan Irma. En réalité, et de nombreux témoins en attestent, cette personne n'a pas quitté l'île à ce moment.

## LA MANIPULATION

S'informer serait plus facile si toute affirmation pouvait facilement se classer, au choix, dans le « vrai » ou le « faux ». La réalité est en fait bien plus compliquée : beaucoup de rumeurs partent de bribes d'informations qui sont en soi parfaitement réelles, mais viennent ensuite les déformer pour en changer le sens, souvent dans le but de faire passer un message politique.

Par exemple, un internaute a diffusé le 1<sup>er</sup> octobre 2017, jour du référendum sur l'indépendance en Catalogne, une vidéo montrant un policier donner des coups à plusieurs personnes dans la rue. La légende écrite par l'internaute dit : « La police espagnole attaque les Catalans ». Il s'agit en fait d'images bien réelles, mais qui ont été prises dans un tout autre contexte : elles remontent à une manifestation de novembre 2012 sans lien avec l'indépendance. S'il n'y a certes rien de « faux » à proprement parler dans cet exemple, partager cette vidéo sans en préciser la date cinq ans plus tard est très trompeur.

## LES SITES SENSATIONNALISTES OU « USINES À CLICS »

Comme pour les « manipulations », ces sites internet se fondent sur des histoires réelles. Mais au lieu d'essayer de présenter l'information de manière déontologique, ces sources d'informations peu scrupuleuses vont essayer de trouver le titre le plus accrocheur possible, quitte à déformer la réalité. Seul objectif : attirer le plus de lecteurs possible sur son site, ce qui permet de générer des revenus publicitaires.

## LES CANULARS

« Desigual va lancer une ligne de vêtements pour humains », « Grâce au changement d'heure, un insomniaque reste éveillé une heure de plus »... Autant de titres du site [legorafi.fr](http://legorafi.fr) qui ressemblent à s'y méprendre à ceux qu'on lit un peu partout dans la presse en ligne, mais qui se basent en réalité sur des récits imaginaires, pour faire rire.

Rien de bien méchant, donc, et peu de chances de se faire piéger a priori. À condition d'être bien réveillé. Mais attention, tout de même : les sites satiriques et parodiques se multiplient, et certains comme [actualite.co](http://actualite.co) proposent même à tout internaute d'inventer un article et de le partager sur les réseaux sociaux.

Adrien Sénécat, journaliste au Monde

# ÉVALUER L'INFORMATION

Face à l'amplification des désordres informationnels sur le web, savoir évaluer la qualité et la pertinence d'une information, mais aussi la valeur d'une source, sa fiabilité, la crédibilité de son auteur sont des compétences essentielles. Au-delà de la logique vrai/faux, il s'agit d'apprendre à adopter une démarche de questionnement critique face aux sources et à construire des critères d'évaluation de l'information.

## Objectifs

- Distinguer les sources d'information, s'interroger sur la validité et sur la fiabilité d'une information, son degré de pertinence.
- Distinguer un fait d'une opinion.
- Développer son esprit critique face aux informations.
- Connaître les méthodes et critères de validation d'une information.

## Entrées programmes

- **EMI cycle 4**  
Distinguer les sources d'information, s'interroger sur la validité et sur la fiabilité d'une information, son degré de pertinence.
- **Français cycle 4**  
Informé, s'informer, déformer ?
- **EMC 1<sup>re</sup> GT**  
Questionnement : Comment les fondements du lien social se trouvent aujourd'hui fragilisés ?

Sources : BO spécial n° 11 du 26.11.2015  
BO spécial du 22.01.2019

## Ressources

- CORDIER, Anne. *Ados en quête d'infos : De la jungle à la steppe, cheminer en conscience*. Presses Universitaires de Laval. Accompagner les ados à l'ère du numérique. À paraître.
- Décryptimages. [www.decryptimages.net](http://www.decryptimages.net)
- Les observateurs. Comment vérifier les images sur les réseaux sociaux ?, France 24. [\[en ligne\]](#)

## ■ DÉROULEMENT

### Construire des critères de fiabilité des sources

À la suite d'un travail de recherche mené sur Internet, les élèves doivent évaluer les informations trouvées et définir des critères de fiabilité des sites Internet sélectionnés. Les élèves, répartis par groupes, réfléchissent : quelles questions doit-on se poser face à une source d'information ? Quelle stratégie adopter pour vérifier une information, qu'elle soit documentaire ou d'actualité ?

Au cours d'une mise en commun, les élèves décrivent la stratégie qu'ils ont utilisée : essayer de contacter l'auteur, croiser les sources, lire les commentaires s'il y en a, analyser la présentation du site. Cette discussion fait émerger l'idée que chaque démarche peut se justifier en fonction du contexte de publication et du type de ressource ; il n'y a en effet pas de méthode idéale.

Par exemple, plusieurs sites Internet traitant de sujets polémiques ou controversés peuvent être considérés comme fiables, même s'ils apportent des éclairages opposés sur le même sujet.

Certains auteurs de bonne foi peuvent aussi commettre des erreurs : les reconnaître et les corriger est un autre signe de crédibilité. Enfin, certaines sources reprises et citées plusieurs fois dans un temps très court peuvent être sujettes à caution : vérifier l'information demande du temps.

Puis, à partir des résultats de leur travail en groupe, les élèves construisent de façon collaborative une liste de critères issue du questionnement quintilien (ou 5W) :

Qui est l'auteur du document, est-il un expert sur le sujet, peut-on le contacter ? Quelles sont les intentions de l'auteur : informer, convaincre, vendre, manipuler, faire rire, faire peur, etc. ? Quelle est la nature du site ou de l'éditeur ? Quelle est la pertinence des informations, les sources sont-elles citées ? Quel est l'intérêt du document ? D'où provient l'information ? De quand date l'information ? Comment se présente le site : clarté de la présentation et de la langue, type de publicités ?

\* Wikipédia : Vérifiabilité. [\[En ligne\]](#) Consulté le 01/04/2020.

### Vérifier l'origine des images fixes et animées

Proposer aux élèves plusieurs liens vers des images ou des vidéos en ligne, afin qu'ils vérifient leur validité :

Quel est le contexte de publication (journal, réseau social) ? Quelle est l'origine de l'image ? A-t-elle été publiée sur d'autres sites ? Quand a-t-elle été prise ? L'image a-t-elle été retouchée, manipulée ? La légende correspond-elle à ce que l'on voit ? Quel est l'objectif de son auteur ? L'image présente-t-elle des détails incohérents ? Un certain nombre d'outils peut être proposé (recherche inversée d'images et de vidéos, analyse des métadonnées, géolocalisation). Dans un second temps, proposer l'exercice inverse : légèrer une image ou réaliser le commentaire en voix off d'une vidéo, données sans contexte ni indice. Ce travail permet de placer l'élève en situation de producteur d'information. On peut ainsi travailler sur la différence entre images informatives et illustratives, entre commentaire et information, et sur la fonction des images par rapport au texte.

## PROLONGEMENTS

Faire contribuer les élèves à une encyclopédie en ligne (Vikidia ou Wikipédia par exemple), notamment en participant au Wikiconcours lycéen. En effet, sur Wikipédia, la « vérifiabilité » de l'information est une règle essentielle qui découle du principe de la neutralité de point de vue : « Une information ne peut être mentionnée que si les lecteurs peuvent la vérifier, par exemple si elle a déjà été publiée par une source ou référence de qualité. »\* Ce travail, mené sur la durée, permet aux élèves de réinvestir leurs apprentissages sur la validation des sources : croisement des informations, leur qualité et leur fiabilité, recherches sur la crédibilité de l'auteur, confrontation des points de vue et collaboration avec les contributeurs.

Elsie Russier, responsable du pôle Labo formation du CLEMI

# DÉTECTER LES BIAIS COGNITIFS LIÉS À L'ENVIRONNEMENT

Faut-il apprendre à notre cerveau à sauver la planète ? Face à des messages médiatiques sur les enjeux environnementaux, les biais cognitifs ont souvent un effet inhibiteur sur le passage à l'action. Pour les comprendre et les dépasser, il faut aussi interroger notre rapport à l'information.

## Objectifs

- Apprendre à cerner les biais cognitifs qui se glissent dans les enjeux environnementaux.
- Dans les médias, savoir repérer les erreurs liées à notre fonctionnement cognitif.

## Entrées programmes

### ■ 3<sup>e</sup>, EMC

La responsabilité de l'individu et du citoyen dans le domaine de l'environnement de la santé.

### ■ 2<sup>de</sup> GT. Géographie

Thème 1, sociétés et environnements : des équilibres fragiles.

### ■ 2<sup>de</sup> GT.

Adopter un comportement éthique et responsable - « enjeux contemporains de la planète ».

### ■ 1<sup>re</sup>, EMC

La responsabilité environnementale et les interdépendances Homme/Nature.

## Ressources

- France Inter. Biais cognitifs, la fabrique des histoires [émission en ligne] 58 min, publiée, le 30/09/2019.
- HEREDIA, Raphaël. Prof&Doc. Valider l'information, à la lumière des neurosciences et de la démarche scientifique. [en ligne] Publié le 12/08/2020.
- KAHNEMAN, Daniel. *Système 1/Système 2, Les deux vitesses de la pensée*. Flammarion, 2012.

Notre cerveau crée des automatismes (heuristic) qui peuvent induire des erreurs (biais cognitifs) liées à nos sens, notre attention, notre mémoire et notre raisonnement. Face à une situation complexe, il est attiré par des explications intuitives qui s'adaptent à ses croyances (pour mieux comprendre ces mécanismes, se reporter aux ressources).

En prendre conscience peut aider l'élève à interroger son rapport à l'information, notamment médiatique, pour gagner en discernement et agir en citoyen éclairé. Cette activité propose de cerner les biais inhérents au traitement médiatique de l'environnement.

## DÉROULEMENT

### Expliquer l'objectif

Explorer les biais du cerveau qui peuvent empêcher de bien informer/s'informer sur les enjeux environnementaux et freinent une action écologique.

### Découverte des biais cognitifs

Découvrir que le cerveau fonctionne par approximation ou intuition pour réagir vite dans un environnement ; mais que cela peut induire des erreurs dans certains cas (biais cognitifs). En avoir conscience peut permettre « d'inhiber » notre côté trop intuitif. Exemples à présenter (tirés des recherches de Daniel Kahneman) :

**Exemple 1 :** une batte et une balle coûtent 1,10 dollar. La batte coûte un dollar de plus que la balle. Combien coûte la balle ? Réponse : 0,05 \$. On a tendance à répondre 0,10 \$.

**Exemple 2 :** Linda, 28 ans, est célibataire, extravertie et brillante. Étudiante, elle était préoccupée par les questions de discriminations et d'égalité, elle participait à des manifestations pour les droits. Qu'est ce qui est le plus probable ?

1. Linda est employée de banque ;
2. Linda est employée de banque et est active dans une association féministe.

Réponse: 1. On a tendance à résoudre ce problème grâce à l'intuition ou des préjugés plutôt que par une logique statistique : plus le groupe d'appartenance est vaste, plus elle a de chances d'y appartenir.

### Visionnage d'une vidéo

On visionne la vidéo de la youtubeuse La Psy Qui Parle, *Les 5 biais psychologiques qui menacent notre planète*. Elle présente 5 biais liés à l'inaction en faveur de l'environnement.

- Biais d'inertie : résister à un changement, voir une nouveauté comme quelque chose de trop coûteux.
- Biais de confirmation : ne sélectionner que les informations qui confortent notre avis déjà établi.
- Biais de surconfiance (effet Dunning-Kruger) : surestimer ses connaissances ou compétences dans un domaine, car on ne voit pas l'étendue de ce que l'on ignore encore.
- Biais du temps présent : préférer régler un petit risque à court terme, plutôt qu'un risque majeur à long terme.
- Biais de disponibilité : tirer une conclusion d'après le dernier élément observé dont on dispose sur une question.

Les élèves font émerger des exemples de leur vie quotidienne pour chaque biais. Expliquer qu'avoir des biais est normal. Ils nous aident à vivre sans impliquer trop de ressources, même s'ils peuvent induire des erreurs.

## ACTIVITÉ PAR GROUPE : ASSOCIER DES MESSAGES MÉDIATIQUES AU BIAIS OBSERVÉ.

Analyser deux exemples : chaque groupe accède à 2 exemples médiatiques ([liste en ligne sur clemi.fr](#)). Il doit trouver le biais concerné parmi les 5 observés dans la vidéo. On peut imprimer des étiquettes avec chaque biais et sa définition.

Expliquer en quoi chaque information peut être liée à une erreur. Les élèves peuvent expliquer si le biais concerne l'émetteur, le récepteur, ou les protagonistes du message.

Présenter à la classe en énonçant en quoi chaque message était "biaisé".

À noter: rien n'est figé ! Chaque exemple est sujet à discussion.

Raphaël Heredia, professeur documentaliste /formateur CLEMI et Amélie Fleury, professeure documentaliste/formatrice CLEMI (académie de Besançon)

# COVID-19 : ÉVALUER LA FIABILITÉ DES DISCOURS SCIENTIFIQUES SUR YOUTUBE

Ils s'appellent DirtyBiology, Micmaths, Scilabus, E-penser, Manon Bril... Sur YouTube, leurs vidéos de vulgarisation atteignent des centaines de milliers de vues, salvées autant par leurs fans novices que les grands pontes scientifiques. Cependant, s'y retrouver dans l'offre pléthorique de la plate-forme n'est pas évident. Comment savoir si l'on peut faire confiance à une vidéo scientifique trouvée sur YouTube ?

## Ressources

- Science de comptoir. Peut-on faire confiance aux Youtubeurs scientifiques ? [En ligne] 2016.
- 350 ressources culturelles et scientifiques francophones en vidéo [en ligne]. Ministère de la culture. 2018.

Le 23 mars 2020, alors que la France et de nombreux pays dans le monde sont confinés à cause de la covid-19, est publiée une vidéo intitulée « Coronavirus, dangers immédiats et futurs ». Son auteur, « 4ovet24 », parle à l'internaute face caméra pendant plus de 14 minutes. « *Je vous parle depuis la Suisse et les montagnes suisses* », commence l'homme d'une cinquantaine d'années, qui, de sa voix grave et de son ton pédagogue, propose de répondre aux « *questions qui affluent* ».

Son vocabulaire est rapidement truffé de termes scientifiques, comme le « *récepteur ACE2* » ou « *la pointe protéique du virus* ». Selon lui, les personnes infectées puis guéries seraient les plus exposées au risque, car « *la deuxième vague d'infection est celle qui est véritablement létale* », évoquant un parallèle avec la grippe espagnole de 1918-1919. Partagée en cascade sur Facebook, la vidéo affiche aujourd'hui un compteur à plus de deux millions de vues, et suscite de nombreux commentaires affolés.


Devant un tel discours, difficile, quand on n'est pas soi-même médecin ou scientifique, d'évaluer la valeur de cette thèse. Évaluer l'expertise dans cette vidéo passe par un faisceau d'indices qui permet de lui donner plus ou moins de crédibilité.

## QUI EST L'AUTEUR ? QUE DIT-IL DE LUI ? A-T-IL DES ARCHIVES ?

C'est bien sûr la première question qui se pose, notamment pour évaluer l'expertise qu'il peut avoir sur tel ou tel domaine. Ici, un lien dans la description de la vidéo pointe vers un compte Twitter : celui de Pascal Borel, que sa bio présente comme « *Autodidacte passionné par les sciences humaines et l'évolution du vivant, je fais les liens entre les domaines financier, économique, politique et biologique.* » Au moment de la publication de la vidéo, il s'agit de la première de cette chaîne. Il faudra attendre quelques jours pour en voir apparaître d'autres, moins axées sur l'information scientifique. Si cela peut déclencher une petite alerte, il est évident que tous les youtubeurs ont forcément commencé par une première vidéo. C'est, par exemple, le cas de Mehdi Moussaïd, qui a lancé sa chaîne, Fouloscopie, en décembre 2018, avec « 10 conseils pour survivre pendant un mouvement de foule ». Cependant, dès les premières secondes de sa vidéo, il évoque la thèse qu'il a réalisée sur ce thème, et la description de la vidéo est très complète sur le profil de l'auteur. Par ailleurs, beaucoup d'internautes ont découvert cette vidéo sur la recommandation du youtubeur Dirtybiology, qui bénéficie d'une cote de confiance importante auprès de la communauté scientifique. Sans constituer un label définitif, ces éléments sont plutôt des marqueurs de confiance.



Captures d'écran de la chaîne YouTube 4ovet24.

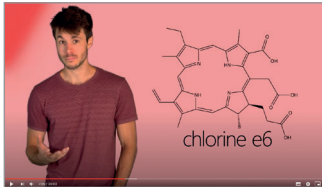


**4ovet24**  
25,6 k abonnés

ABONNE-TOI!

<https://www.instagram.com/4ovet24/>  
<https://twitter.com/PascalTBorel>

PLUS



Captures d'écran.

- Manon Brill
- Micmaths
- Dirty Biology
- Scilabus

## QUELLE EST SON EXPERTISE ?

Le lendemain de la publication de cette première vidéo, Pascal Borel en publie une deuxième, intitulée « qui suis-je ? », dans laquelle il explique notamment avoir longtemps travaillé dans l'import-export d'ananas. S'il n'a lui-même aucune expertise particulière en médecine, il invoque une culture familiale importante dans ce domaine, particulièrement par son père, le professeur Georges-Antoine Borel, docteur en médecine qui a été enseignant à la Faculté de médecine de l'Université de Lausanne.

Même s'il est important, ce critère des diplômes n'est pas toujours concluant : la légitimité d'un youtubeur scientifique ne se base pas forcément (et pas exclusivement) sur ses diplômes, mais se construit au fil de ses vidéos et de leur contenu. Par exemple, Bruce Benamran, qui vulgarise la science sur sa chaîne e-penser depuis 2013, est titulaire d'une maîtrise d'informatique, ce qui n'est pas en lien avec le thème de ses vidéos.

## LA TRANSPARENCE DES SOURCES

La légitimité des youtubeurs vient en grande partie de leur effort de transparence dans leur façon de travailler, et particulièrement dans le partage des sources d'information qu'ils ont utilisées dans leurs vidéos. Par exemple, dans cette vidéo de la youtubeuse Scilabus, les sources sont citées dans la description de la vidéo (en cliquant sur « plus »). Léo de DirtyBiology, quant à lui, partage dans la description un lien vers son document de travail comprenant l'ensemble des sources utilisées.

Sur la vidéo qui nous intéresse, dans laquelle Pascal Borel parle de « source sûre », impossible de savoir de quoi il s'agit. En effet, aucune source n'est indiquée dans la description de la vidéo.

## PLONGER DANS LES COMMENTAIRES

Plusieurs mois après la publication de cette première vidéo par Pascal Borel, elle fait l'objet de plus de 1500 commentaires. Certains le remercient, d'autres se montrent très sceptiques sur son analyse. La teneur du débat et la façon dont le youtubeur y participe lui-même peuvent être facteur de crédibilité : le youtubeur répond-il aux questions et/ou critiques (lorsque celles-ci sont argumentées et respectent les règles de politesse élémentaires) ?

## RECONNAÎTRE ET CORRIGER SES ERREURS, EN LIEN AVEC LA COMMUNAUTÉ SCIENTIFIQUE

La pratique la plus courante chez les youtubeurs est de tenir compte des critiques, lorsqu'elles sont argumentées et/ou qu'elles émanent de la communauté scientifique, soit pour y répondre, soit pour apporter des modifications, voire publier une nouvelle vidéo. Exemple, la youtubeuse Manon Brill, docteure en Histoire, a coupé des passages d'une vidéo sur le thème "Les erreurs sexistes dans l'archéologie" diffusée en mai 2020, après avoir reçu des précisions de la part d'un docteur en Biologie. Tous ses abonnés ne sont pas forcément d'accord avec sa décision mais elle explique longuement les enjeux du débat sur Twitter, en précisant qu'elle avait fait « relire sa copie » par une archéologue et une sociologue.

Certains youtubeurs pratiquent en effet un système de relecture par les pairs avant publication. Par exemple, dans sa vidéo intitulée « Cette pandémie, vue depuis 2021 », DirtyBiology remercie notamment Pierre Kerner pour sa relecture. Pierre Kerner est Maître de Conférences en génétique évolutive du développement à l'Université Paris Denis Diderot et à l'Institut Jacques Monod.

La vidéo de Pascal Borel ayant connu une forte viralité, elle a été soumise à plusieurs services de fact checking. CheckNews de Libération, tout comme les Décrypteurs de Radio Canada ont interrogé des experts reconnus à propos du discours de Pascal Borel. Leurs conclusions sont similaires : incompréhension face à des théories jugées farfelues et inutilement alarmantes. « *Ce qui n'ébranle pas Pascal Borel, qui invoque le principe de précaution comme justification à son partage d'informations douteuses* », indique CheckNews, qui a pu contacter l'intéressé. Celui-ci a continué à publier des vidéos pour partager ses opinions sur la pandémie par la suite, avec une audience plus confidentielle.

Sophie Gindensperger,  
journaliste et cheffe de projet au CLEMI  
François Rose, formateur CLEMI

## Activités pour la classe

Commencer par un exemple positif, en choisissant par exemple la vidéo de DirtyBiology citée ci-dessus et la regarder ensemble. En classe entière, s'interroger sur la légitimité de la vidéo, faire chercher aux élèves les indices, d'abord librement puis avec les critères développés ci-dessus. Pensez-ils pouvoir faire confiance à cette vidéo ? Pourquoi ?

Ensuite, regarder le début de la vidéo de Pascal Borel, d'abord faire remarquer les différents marqueurs de légitimité (prise de parole sûre, vocabulaire scientifique, énormément de vues...). Chercher ensuite à évaluer ensemble cette vidéo à l'aide des critères présentés dans la fiche, et en faisant des recherches suggérées par les élèves. Faire constater les différences entre les deux types de vidéo, puis faire le point sur les critères d'évaluation d'une vidéo sur YouTube.

# D'OÙ VIENNENT LES THÉORIES DU COMLOT ?

Les théories du complot prospèrent aujourd'hui sur les réseaux sociaux ; elles n'ont évidemment pas attendu l'existence de ces médias pour se développer. Et si elles se nourrissent de l'époque, elles reposent d'abord sur des mythologies bien implantées dans l'imaginaire collectif, ressurgissant au gré de l'actualité.

## Ressources

- Conspiracy Watch, le site de l'Observatoire du conspirationnisme et des théories du complot [en ligne]
- REICHSTADT, Rudy. *L'opium des imbéciles*, Grasset, 2019
- « Antidote », chronique hebdomadaire de France Inter sur l'actualité des théories du complot [en ligne]

Où, pourquoi, comment naît une théorie du complot ? On ne le sait pas toujours. Certaines sont créées de toute pièce dans un but politique : dans les années 1980, les services secrets soviétiques avaient créé et diffusé l'idée que le virus du sida aurait été conçu comme une arme bactériologique par les États-Unis. D'autres apparaissent, de manière plus ou moins spontanée, sans que l'on puisse toujours expliquer précisément pourquoi une théorie "marche" et d'autres non.

En revanche, il est clair, depuis désormais dix ans, que les théories du complot "incubent" et se développent principalement sur les espaces de discussion en ligne. Facebook et YouTube ont joué un rôle majeur dans la diffusion de théories du complot, en privilégiant les contenus qui choquent ou suscitent des réactions - ce qui est souvent le cas de la plupart de ces théories.

## DES ILLUMINATIS À QANON, LES MÊMES ARCHÉTYPES

Les grandes crises facilitent l'apparition de théories du complot - les attentats du 11 septembre 2001 ou commis au cours l'année 2015 en France ont donné naissance à des dizaines d'entre elles. Et la pandémie de Covid-19 a entraîné l'apparition de multiples théories, des plus simples (« Le virus a été diffusé volontairement par Pékin ») aux plus bizarres (« La pandémie est une couverture pour installer des antennes 5G qui contrôleront nos pensées »). La quasi-totalité d'entre elles ont cependant un point commun : l'idée qu'un petit groupe tire les ficelles dans l'ombre, pour son propre intérêt et contre celui du plus grand nombre.

Même les théories les plus récentes puisent presque toujours dans de grands archétypes que l'on retrouve à différents moments de l'histoire. Le mouvement américain QAnon, créateur de théories du complot ultra contemporaines, qui fait de Donald Trump un héros luttant en secret contre une conspiration de pédophiles satanistes, emprunte des éléments à des théories antisémites anglaises remontant au XII<sup>e</sup> siècle, et au mythe des illuminatis. Certaines s'inspirent aussi d'éléments bien réels : des siècles d'assassinats politiques nourrissent l'idée que JFK a pu être tué par la CIA ou le FBI, et l'existence

des programmes de surveillance d'Internet de la NSA (National Security Agency) américaine a facilité le développement de théories du complot sur la 5G.

Le caractère "universel" de ces théories fait qu'elles ne disparaissent jamais complètement. La théorie du "pizzagate", par exemple, postulait en 2016 que des enfants étaient violés et torturés par des hommes politiques américains dans la cave d'une pizzeria de Washington (un des adeptes de cette théorie y a ouvert le feu). Elle se diffusait encore largement en 2020 sur le réseau social TikTok, auprès d'un public jeune qui la découvrait pour la première fois.

## ASSOUVIR NOS BESOINS PSYCHOLOGIQUES

Ces théories sont séduisantes parce qu'elles répondent parfaitement à nos besoins psychologiques et exploitent nos biais cognitifs : elles offrent une explication simple à une réalité complexe ou douloureuse ; elles flattent notre ego en nous faisant croire que nous sommes plus malins que les "moutons" qui croient à la "version officielle" ; leurs adeptes forment des communautés soudées, motivées, au sein desquelles il est facile de se sentir intégré.

Le complotisme transcende ainsi de nombreuses barrières et grilles d'analyse classiques. On trouve des partisans de théories du complot dans toutes les classes sociales, partout dans le monde. Il ne semble pas y avoir de corrélation entre la propension à croire à des théories du complot et le niveau d'étude, ni avec les capacités intellectuelles mesurées par test. Mais un lien existe entre croyance et convictions politiques : l'individu attiré par les extrêmes est plus aisément séduit par ce type de théories<sup>1</sup>.

Damien Leloup, journaliste au Monde

1. Voir le Baromètre de la confiance politique, Sciences Po Cevipof [en ligne] et l'Enquête complotisme 2019 : le conspirationnisme et l'extrême droite par la Fondation Jean Jaurès et Conspiracy Watch [en ligne].

# DÉCRYPTER LA RHÉTORIQUE COMPLOTISTE

Comment repérer des énoncés de nature ou à tendance complotiste ?  
À quels indices les reconnaît-on ? Quels arguments, souvent fallacieux, les sous-tendent ?  
Cette activité propose de prendre le temps de déplier le mille-feuille argumentatif propre aux discours complotistes en étudiant des vidéos qui en parodient les codes.

## Objectifs

- Reconnaître une publication de nature complotiste.
- Identifier les éléments rhétoriques d'un discours complotiste.

## Entrées programmes

- **EMI cycle 4**  
Exploiter l'information de manière raisonnée
- **Français 4<sup>e</sup>**  
Comprendre l'importance de la vérification et des sources, la différence entre fait brut et information, les effets de la rédaction et du montage
- **Histoire et géographie 1<sup>re</sup> GT**  
S'informer : un regard critique sur les sources et modes de communication
- **EMC 1<sup>re</sup> GT**  
Fondements et fragilités du lien social

## Ressources

- OUATIK, Bouchra. « Oui, il y a eu de véritables complots », Radio Canada, 30 mai 2020 [en ligne]
- BRONNER, Gérald. *La démocratie des crédules*. PUF, 2013
- PRÉVOST-SORBE, Karen. Réagir face au complotisme, en classe. Fiche info du CLEMI [en ligne]
- « Qu'est-ce que le complotisme ? », Vidéo Décod'actu France Télévisions [en ligne]
- « La théorie du complot », Les Clés des médias, France Télévisions / CLEMI [en ligne]
- VIGHIER, Lionel. Carte mentale des procédés du discours complotiste [en ligne]

Il ne s'agit pas ici de débattre de la véracité de ces théories, mais plutôt de permettre aux élèves d'affûter leur esprit critique, de prendre du recul. Il faut également être à l'écoute des pratiques informationnelles des élèves pour adapter le contenu et la démarche du cours.

**Prérequis :** maîtriser les notions de source et d'information, de parodie ; savoir différencier complot et théorie du complot.

## DÉROULEMENT

### Visionnage / Lecture d'un document complotiste parodique

Des exemples satiriques :

- Le complot chat (réalisé dans le cadre du programme « Mon Ciel ! » par W. Laboury avec les élèves de 2GA du Lycée M. Vionnet à Bondy) [En ligne].
- Vidéos du Before du Grand Journal [En ligne].

Les vidéos de genre "parodie" sont à privilégier pour éviter de contribuer en classe à la propagation d'infox, ainsi que d'éventuelles polémiques difficiles à gérer, même si le thème même du complotisme peut engendrer du débat.

### Compréhension et analyse

Au fil de l'analyse, on fait élaborer une carte mentale à trois branches : les procédés audiovisuels ; les procédés argumentatifs ; les procédés rhétoriques.

Premier questionnement : que cherchent à démontrer le ou les auteur(s) ? L'enseignant vérifie la compréhension de la thèse même du complot par les élèves. Quelle impression est créée ? Avant d'entamer une analyse approfondie, cette question amène les élèves à repérer les intentions, et comment elles se traduisent : voix grave, synthétique, ton adopté, musique, effets sonores, montages, morphing, etc.

Deuxième questionnement : Quelles sont les preuves avancées ? Les élèves relèvent les différents procédés rhétoriques et argumentatifs. Ils peuvent regarder à nouveau librement la vidéo.

Procédés argumentatifs récurrents :

- une base reposant sur des faits authentiques (partant de la réalité, s'appuyant sur de vrais documents) ;
- un mille-feuille argumentatif (accumulation rapide de preuves, d'arguments) ;

- l'évocation de l'absence de hasard, d'où des corrélations présentées comme des causalités ;
- des formes visuelles (paréidolie), des chiffres ou des mots décelés par des calculs, des superpositions, des arrêts sur image ;
- une seule interprétation fournie, celle qui conforte la thèse principale ;
- une suite logique entre des événements difficiles à comprendre ;
- une promesse de contre-vérité ou le démenti de la version officielle de l'explication des faits ;
- une vérité détenue par l'auteur, de façon quasi exclusive ;
- des arguments invérifiables ;
- des coupables récurrents, difficiles à interroger (élites, groupes obscurs et/ou êtres appartenant au champ de la croyance) ;
- l'idée des citoyens bernés, des "moutons".

Procédés rhétoriques récurrents :

- un usage de champs lexicaux de la vérité, de la sécurité ;
- un discours manichéen, sans nuances ;
- un discours chargé d'émotion (violence, haine, colère) ;
- une part d'implicite (des causes et/ou des accusations que le public doit deviner) ;
- un locuteur impliqué dans son propos (subjectivité) ;
- un spectateur interpellé (utilisation de la 2<sup>ème</sup> personne), parfois exhorté à répandre le message ;
- des expressions types, parfois stéréotypées.

### Recul critique

Répartition des élèves par groupes. Chaque groupe s'occupe d'un procédé utilisé dans la vidéo : à leur avis, pourquoi ce procédé est-il utilisé ? Quel effet produit-il ? En quoi peut-il contribuer à convaincre le public ? Qu'en pensent-ils eux-mêmes ? Ont-ils déjà été confrontés à ce type de procédé ?

### Synthèse

Retour sur l'essentiel à retenir de la séance pour conserver un esprit critique face aux publications rencontrées, en répondant à la question suivante : à quoi reconnaît-on une publication, du moins un énoncé à tendance complotiste ?

Lionel Vighier, professeur de lettres et chargé de missions EMI (académie de Versailles)



# COMPRENDRE UNE LIGNE ÉDITORIALE

Pourquoi un média décide-t-il de traiter un sujet ? Selon quels critères un journal choisit-il de mettre en avant un fait d'actualité plutôt qu'un autre ? Et pourquoi le traitement d'un même événement peut-il être différent en fonction du média ? Derrière ces interrogations sur la fabrique de l'info, il s'agit de comprendre la notion de ligne éditoriale.

## Ressources

- POULAIN Isabelle, PONCET-OLLIVIER Séverine, Les 8 critères de la ligne éditoriale [en ligne]. Académie de Versailles, 07/01/2015
- Atelier Décllic' Critique, Comprendre la hiérarchie de l'information avec les JT [en ligne], CLEMI, 13/11/2019
- Module d'activités. Comprendre la hiérarchie de l'information d'un média et sa ligne éditoriale [en ligne], CLEMI, mars 2020
- Module d'activités. La notion de point de vue [en ligne], CLEMI, mars 2020

La ligne éditoriale définit l'identité d'un média et correspond à l'ensemble des choix rédactionnels effectués par les journalistes lors des conférences de rédaction. Elle fixe une ligne directrice et oriente la manière dont sera traitée l'actualité. Car il faut bien distinguer le fait d'actualité (information récente, factuelle, vérifiée, qui intéresse le plus grand nombre) et le traitement éditorial de ce fait d'actualité (un journaliste choisit un angle, c'est-à-dire un aspect particulier d'un sujet d'actualité). En ayant une ligne éditoriale, un média s'assure ainsi de la cohérence des sujets traités, à la fois sur le fond (les différents thèmes abordés) ou sur la forme (tonalité de la publication ou de l'émission).

Chaque média a donc sa propre ligne éditoriale : celle-ci détermine le choix des sujets, les angles choisis, la hiérarchie de l'information, c'est-à-dire la place accordée aux informations jugées les plus importantes.

## DIFFÉRENTS CRITÈRES DE TRAITEMENT DE L'ACTUALITÉ

Une ligne éditoriale se définit par différents critères : la thématique de la publication (revue spécialisée, média généraliste), le public cible (les sujets et le ton du média seront différents en fonction de l'âge par exemple), les orientations idéologiques ou les valeurs défendues par les médias (un média selon son orientation politique ne mettra pas en avant les mêmes thématiques). En fonction de ce critère, l'actualité peut être traitée différemment.

D'autres facteurs peuvent influencer la ligne éditoriale d'un média, comme le format ou la périodicité. Par définition, une chaîne d'info en continu suivra l'actualité à chaud, en flux, quand une publication hebdomadaire ou mensuelle pourra davantage approfondir ou enquêter sur des sujets complexes. Au sein d'un média, le support peut également influencer sur la ligne éditoriale : *Le Monde* (papier/web) et l'application Snapchat du *Monde* ne mettent pas en avant les mêmes sujets (voir module Décllic' Critique du CLEMI sur ce thème).

## LA LIGNE ÉDITORIALE, LE RÉSULTAT DE CHOIX QUOTIDIENS

Le modèle économique peut aussi avoir une influence puisqu'un actionnaire d'un média peut infléchir une ligne éditoriale. C'est la raison pour laquelle les journalistes, en cas de rachat de leur média, peuvent en démissionner (tout en ayant des indemnités). Ce dispositif, appelé « clause de cession », évite aux journalistes de rester dans un média dont la ligne éditoriale pourrait être changée par l'actionnaire et ne plus correspondre aux valeurs du journaliste. C'est par exemple ce qui s'est passé lors du rachat du groupe Mondadori (*Grazia*, *Top Santé*, *Closer*) par Reworld Media en octobre 2019 : 58 % des journalistes en CDI (soit 194 personnes) ont fait jouer leur clause de cession. En cause : la réputation de Reworld Media, qui change la nature même des titres rachetés. Dans leurs magazines, il n'y a plus de « rédacteurs en chef », mais des « directeurs de marque » ; les journalistes sont remplacés par des « rédacteurs de contenus », qui publient des articles mais aussi des publiereportages. Avec cette nouvelle ligne éditoriale assumée, le magazine devient une marque au service d'annonceurs.

La ligne éditoriale est donc une notion-clé pour comprendre la ligne directrice d'un média. Mais s'il existe des chartes éthiques ou déontologiques pour rappeler les règles journalistiques, il n'existe pas de document écrit indiquant précisément la ligne éditoriale d'un journal. Celle-ci est le résultat de choix quotidiens, effectués par les journalistes et les rédacteurs en chef. Construire et maintenir une ligne éditoriale est donc un processus dynamique, qui fait l'objet de nombreux débats internes au sein de chaque média. Des débats d'autant plus importants que la ligne éditoriale est une sorte de pacte tacite entre les journalistes et leurs lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs. Si la ligne éditoriale ne correspond plus à son public, un média peut voir son audience diminuer.

Sébastien Rochat, responsable du pôle studio du CLEMI

# PETITE TYPOLOGIE DES PUBLICITÉS CACHÉES

Comment faire passer au mieux un message publicitaire ? En laissant penser qu'il ne s'agit pas d'un message publicitaire. Du publi-rédactionnel à l'article de presse sponsorisé, en passant par le placement de produit par un youtubeur célèbre, revue de pub (cachée) à laquelle les élèves sont confrontés au quotidien, sans forcément le savoir.

## Ressources

- Article 20 de la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.  
[www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)
- Déclic' Critique, Comment repérer une publicité discrète sur YouTube, CLEMI. [clemi.fr](http://clemi.fr)
- Dossier « Publicité : les mille ruses », Arrêt sur Images. [arrestsurimages.net](http://arrestsurimages.net)
- LEHU, Jean-Marc. *La Publicité est dans le film*, Éditions d'Organisation, 2006.
- « Les Infiltrés », *M le magazine du Monde*, Louise Couvelaire, 5 septembre 2014.

## LE PLACEMENT DE PRODUIT

Difficile aujourd'hui d'allumer sa télévision, d'aller au cinéma ou de regarder un youtubeur sans qu'une voiture ou un téléphone ne soient mis en avant par les personnages à l'écran. Depuis 2010, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel impose une signalétique spécifique pour ces placements de produit (le symbole P en bas à droite de l'écran) à la télévision. Mais les youtubeurs français ou étrangers ne précisent pas toujours avoir été rémunérés par une marque pour faire la promotion d'un film ou d'un jeu vidéo. Pour y remédier, YouTube oblige désormais les vidéastes à indiquer aux internautes sur leur vidéo « Inclut une communication commerciale ». Une précision obligatoire puisque la loi française impose que le « message promotionnel » et « l'annonceur » soient tous deux « clairement identifiables ». Mais cette mention est-elle suffisante ? Les élèves comprennent-ils qu'il s'agit d'une forme de publicité ? Pas forcément.

Au-delà des produits, la fiction française se met par ailleurs au placement d'idées, quasiment impossible à détecter à l'œil nu. Exemples ? L'association des notaires de France a payé pour rendre plus moderne et sympathique un personnage de notaire, au cinéma, dans le film *Arrête de pleurer Pénélope* (2011). Même cas de figure avec la fédération française de rugby, qui a payé pour qu'un épisode de la série « Joséphine ange gardien » de TF1 soit consacré à un joueur de ce sport (« Les Infiltrés », *M le magazine du Monde*, Louise Couvelaire, 5 septembre 2014).

## LE PUBLI-RÉDACTIONNEL

Autre procédé très répandu de longue date : faire en sorte que le contenu publicitaire ressemble le plus possible à un article de presse dans la forme (interview ou reportage par exemple, avec titre, chapô et légende). Rédigé par l'annonceur ou son agence de publicité, le contenu est publié tel quel dans le journal. Ces contenus sont (plus ou moins) facilement reconnaissables grâce à la mention de type « Communication » ou « Publi-rédactionnel » (souvent discrète, en haut de page) et parfois grâce à une légère différence de maquette.

\* Publicité native  
\*\* Contenu de marque

## LE « NATIVE ADVERTISING\* » (ARTICLE, VIDÉO)

Sur Internet, les pratiques ont évolué et le « native advertising » a détrôné le publi-rédactionnel. Ici, ce n'est plus l'annonceur qui rédige le contenu, mais directement des journalistes, sur commande. Exemples ? Un test du jeu vidéo *Fallout 4*, publié en novembre 2015 par le magazine *Les Inrocks*, mais payé par l'éditeur du jeu, Bethesda. Ou encore un reportage, publié par Buzzfeed le 19 octobre 2017 sur « les cascadeurs hollywoodiens » qui réalisent les scènes de course poursuite en voitures, et commandé par le constructeur Ford.

En plus de la forme, le ton est aussi exactement le même que dans le reste du média concerné.

## LE « BRAND PUBLISHING\*\* »

Derrière le terme tout aussi barbare de « brand publishing » se cache une idée simple : pourquoi payer pour un seul contenu, quand on peut s'offrir un média tout entier ? Depuis quelques années, des entreprises se sont spécialisées dans la création de « médias » sur mesure pour les marques. Exemples ? Hello Life, le site d'actu sur la banque de BNP Paribas ou Le Bon Guide, financé entre autres par la SNCF. Ils sont édités par Webedia, entreprise française à qui appartient Allociné ou Jeuxvideo.com. Comment ça marche ? Concrètement, comme l'explique un responsable de Webedia, les annonceurs se font dans un premier temps discrets, histoire d'installer le média sans qu'il soit identifié comme un support publicitaire. Ensuite, généralement « au bout de six à neuf mois », les services et produits de la marque vont être progressivement mis en avant.

Vincent Coquaz, journaliste à *Libération* et formateur EMI

# LES TRACES, L'OMBRE DE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

L'identité numérique se construit à partir des traces volontaires ou involontaires, subies ou choisies, que laissent les internautes lors de leurs activités sur Internet (recherche et publication), particulièrement quand ils utilisent les réseaux sociaux et les objets connectés.

## Objectifs

- Contextualiser la notion de traces numériques.
- Découvrir les composantes des traces numériques et couvrir les liens avec l'identité numérique.

## Entrées programmes

- **Cycle 4 – EMI**  
Comprendre les notions d'identité et de trace numériques. Se familiariser avec les notions d'espace privé et d'espace public.
- **Technologie**  
Adopter un comportement éthique et responsable. Développer les bonnes pratiques de l'usage des objets communicants.

Source : BO spécial n° 11 du 26.11.2015

## Ressources

- Michel Arnaud et Louise Merzeau, Hermès – *Traçabilité et réseaux*, CNRS, 2009.
- Dominique Cardon, *Le design de la visibilité*, FYP Éditions, 2009.
- Antonio Casili, *Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet*, Idées économiques et sociales, 2012.

## DÉROULEMENT

### Vue numérique et vie privée

Utiliser le jeu « Médiasphère » comme outil de médiation, et notamment les questions de couleur jaune « Ma vie numérique », pour mettre en place un débat autour des notions de vie privée, vie publique, vie professionnelle et de l'influence qu'ont les traces numériques dans l'interconnexion de ces sphères.

Faire comprendre que les sphères privée, publique et professionnelle s'interconnectent à l'heure d'Internet et des réseaux sociaux et que ces interconnexions sont dues aux traces que nous laissons sur les réseaux.

### Découvrir la notion de traces numériques

#### Traces de navigation

Sur le navigateur Firefox, installer l'extension « Lightbeam », puis demander aux élèves d'effectuer une série de recherches sur différents sites. Une fois les recherches terminées, ouvrir l'extension « Lightbeam » pour visualiser sur un graphique les interactions de la navigation.

Le graphique met en évidence que ces interactions se répartissent en deux catégories : les sites visités par les élèves (représentés par des cercles) et les sites tiers connectés aux sites visités via des cookies (représentés par des triangles). Faire comprendre que ces traces relèvent de deux modes de navigation : volontaire (sites visités) et involontaire (sites tiers).

#### Traces de publication

Demander aux élèves, à l'aide du moteur de recherche Webmii, de réaliser une requête sur une personnalité. Une fois la page des résultats affichée, naviguez sur les différents profils proposés (Facebook, Twitter, etc.)

Faire identifier par les élèves les trois types de traces : traces liées au profil (créées lors de la création du profil), traces de publication (textes, images, vidéos, partages...) et traces de publication par des tiers (likes, commentaires, partages...). Faire comprendre que ces traces sont de deux types : volontaires (publication/profil) et subies ou héritées (publication de tiers).

### Traces liées aux objets connectés

Demander aux élèves d'utiliser la simulation interactive « Vivez une journée de données » [en ligne].

Mettre en évidence que nos objets connectés du quotidien (smartphone, carte bleue, badge de télépéage, carte de transport, montre connectée...) collectent des traces de différents types (localisation, santé, surveillance). Faire comprendre que les objets connectés permettent de retracer le quotidien de tout le monde.

### Liens entre traces et identité numérique

Regarder la vidéo « Dave le voyant », sous-titrée en français sur YouTube.

Demander aux élèves de réaliser le portrait des quidams ayant participé à l'expérience de Dave le voyant. Classer les traces selon les sphères auxquelles elles appartiennent (privée, publique, professionnelle). Engager une réflexion critique : quelles exploitations peuvent être faites des traces numériques collectées ? Faire comprendre que les traces collectées d'un individu peuvent permettre de réaliser son portrait fidèle.

## PROLONGEMENTS

Réaliser un album de fin d'études (« Yearbook »), réel ou virtuel, dans lequel apparaîtra le portrait numérique de chaque élève d'une classe. Les portraits seront constitués uniquement à partir des traces volontaires ou non, subies ou non. Ce travail, mené sur la durée, permet aux élèves de réinvestir les notions apprises sur les traces numériques, à savoir les différentes sphères de la vie numérique, les différents types de traces et le lien entre traces et identité numérique.

Sylvain Joseph, formateur CLEMI

# LES NOUVEAUX FORMATS DE L'INFO

Stories, vidéo-textes, podcasts, bandes dessinées : autant de nouveaux formats journalistiques qui renouvellent la relation aux lecteurs, réduisent et redessinent les frontières de l'information, à la lisière du récit, de la fiction ou du divertissement.

## Ressources

- EUTROPE, Xavier, « L'info sur Instagram : l'image plus forte que les mots ? », INA Global, 2018 [en ligne]
- EYRIÈS, Alexandre, PÉLISSIER, Nicolas : « Fictions du réel : le journalisme narratif », Cahiers de Narratologie n° 26, 2014 [en ligne]

## DE L'ÉPHÉMÈRE À L'ILLIMITÉ

L'avènement des médias sociaux et des chaînes d'information en continu a considérablement réduit le temps consacré au traitement de l'information d'actualité avant sa publication. Vidéos en direct, flux d'informations, stories font désormais partie du paysage médiatique. Ces contenus sont aussi devenus plus volatiles : difficile de se repérer dans la surabondance d'informations et de rechercher une information croisée au cours de sa navigation.

À l'inverse, on observe aujourd'hui une volonté de certaines rédactions de s'affranchir de ce modèle pour revenir à un travail plus approfondi d'éditorialisation, de vérification et de hiérarchisation de l'information, sans toutefois abandonner les possibilités techniques offertes par le numérique et la créativité. C'était l'objectif de la revue *XXI* à sa création : revenir à un traitement long et fouillé de sujets de fond, tout en créant un nouveau format de journalisme narratif, introduisant notamment la bande dessinée d'actualité dans la presse. Cette dimension créative se retrouve également dans le podcast<sup>1</sup>, format radiophonique protéiforme, produit dans un temps long, écoutable à volonté et sans contrainte de lieu ou de temps.

## QUAND L'INFORMATION REPREND LES CODES DE LA FICTION

Les formats tels que les stories ou les vidéos-textes, comme Brut ou Loopsider, privilégient les formats courts et les images. Les contenus sont calibrés pour un accès via smartphone : écran vertical, vidéos avec textes en surimpression pour un visionnage sans son. Ils présentent une information plus synthétique – voire réductrice – mais aussi plus spectaculaire, dans une gestion de l'économie de l'attention. Empruntant les codes de la culture web et les références aux séries ou au cinéma, ils utilisent une approche ludique, pédagogique et démonstrative.

La mise en scène de l'information et la narration prédominent à la fois dans le traitement des sujets mais aussi dans la circulation contrôlée entre les cartes, snaps ou images.

1. Par exemple, Transfert de Slate [slate.fr](http://slate.fr), Nouvelles écoutes [nouvellesecoutes.fr](http://nouvellesecoutes.fr) ou Binge Audio [binge.audio](http://binge.audio).

Très présente dans les stories, on retrouve cette pratique du storytelling dans la bande dessinée d'actualité : la narration de l'actualité nous rapproche de la fiction en utilisant les codes d'un genre plutôt fictionnel, parfois documentaire. La revue *Topo*, par exemple, se propose de « raconter l'actualité » en BD : il s'agit à la fois d'utiliser l'image comme support d'information mais aussi d'apprendre à lire le dessin.

L'image prédomine souvent : sur Instagram ou Snapchat, ce sont les images qui donnent le plus d'informations et qui introduisent un rapport divertissant à l'information.

Une autre initiative tout aussi intéressante est celle du site d'information *Les Jours*, qui propose aussi de « raconter l'actualité en séries », et fabrique des récits informationnels.

## DES MÉDIAS DE COMMUNAUTÉ

Les nouveaux formats numériques, notamment via les médias sociaux, facilitent les interactions entre émetteur et récepteur de l'information : sondages, votes, partages d'informations, commentaires ou appels au témoignage sont de plus en plus utilisés.

On répond aussi aux questions des lecteurs ; certains ont même fait de ce principe leur fondement, comme *Checknews de Libération*, qui se propose d'être un « moteur de recherche humain » et où des journalistes répondent aux questions des internautes.

Cette relation entre journalistes et lecteurs, pensée également pour construire des communautés d'utilisateurs autour d'un média, transforme la circulation du message : il peut être circulaire ou horizontal grâce aux logiques de likes, de partage et de citation.

Ces formats d'initiés demandent cependant de bien connaître le fonctionnement des plateformes, les modes de circulation dans les contenus, le code des genres ainsi que les modalités de publication et d'intervention.

Elsie Russier, responsable du pôle Labo formation du CLEMI

# VISUALISER DES DONNÉES AVEC LA PHOTO ET LA VIDÉO

La visualisation de données permet d'analyser et de rendre compréhensibles des données parfois complexes à appréhender. Si certaines formes sont assez répandues dans les médias (cartes, graphiques, infographies), ces derniers en renouvellent les codes, mettant en scène des objets ou proposant de courtes vidéos sur des réseaux sociaux comme TikTok.

## Objectifs

- Comprendre les objectifs des différents types de datavisualisation.
- Analyser et évaluer la pertinence d'un choix de données.
- Réaliser une production médiatique à partir de données chiffrées.

## Entrées programmes

- 2<sup>de</sup> **SNT**  
Les données structurées et leur traitement.
- 2<sup>de</sup> **Mathématiques**  
Statistiques et probabilités.
- 1<sup>re</sup> **STMG Sciences de gestion et numérique**  
Numérique et intelligence collective.

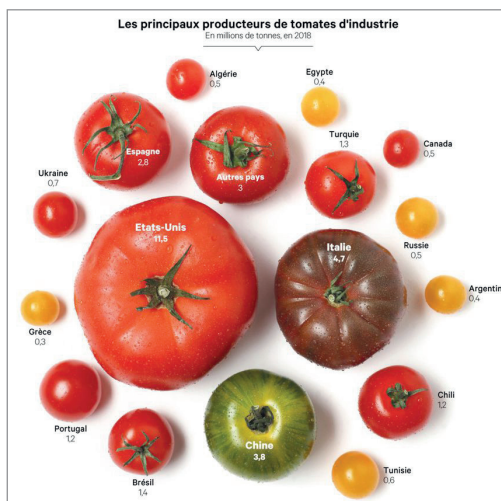
## Ressources

- Déclic Critique : l'usage de la datavisualisation dans les médias [\[en ligne\]](#)
- MAURER Alexandra. WEISS Denis. Parcours EMI. Le journalisme de données. [\[en ligne\]](#). 12/09/2020
- PearlTrees de l'équipe Data CLEMI Bordeaux [\[en ligne\]](#)

## DÉROULEMENT

Dans un premier temps, demander aux élèves de citer les différents types de représentation graphique de données qu'ils connaissent : cartes et graphiques, infographies, etc. A quoi servent ces images ? Dans quel contexte sont-elles utilisées ? Quelle est leur plus-value pour le lecteur ?

Observer plusieurs exemples de datavisualisation, notamment la série de "photoviz" des *Echos*, qui utilise des photos d'objets pour visualiser les données, analyser et donner du sens à l'information.



DR Les Echos (2019).

Regarder ensuite les vidéos produites par *Le Monde* sur le réseau social TikTok : par exemple, « Combien d'habitants dans le Monde en 2100 ? » ou encore « Si le système solaire était un couloir, où seraient les planètes ? ». Selon eux, quel est l'intérêt d'utiliser ce type de datavisualisation, qui mélange graphiques, photos ou vidéos ? Y retrouve-t-on tous les éléments d'une production journalistique (réponses aux 5W) ?

## Chercher et sélectionner des données

Proposer aux élèves de travailler en groupe sur le support de leur choix : vidéo ou photoviz, à partir de données issues de données statistiques en lien avec des points des programmes disciplinaires ou avec un événement d'actua-

lité. Cela peut aussi être l'occasion de découvrir les données ouvertes (open data), qui sont des données dont l'accès et l'utilisation sont libres, mais dont le traitement peut être complexe. Les élèves peuvent également réaliser un recueil de données au sein de l'établissement, par exemple sur les déchets alimentaires de la cantine, en relevant le volume par période, puis en prenant des photos de déchets suivant une échelle de proportionnalité. Les élèves doivent d'abord rechercher, trier et sélectionner les données pertinentes. Comme pour toute production médiatique, il faut trouver un angle pour aborder le sujet, et définir les objectifs de la visualisation de données : quelles informations souhaitent-ils illustrer ou expliquer ? À quelles questions doit-elle répondre ?

## Réaliser une datavisualisation

Avant de réaliser la photo ou la vidéo, il est indispensable de dessiner un croquis préparatoire, ou de rédiger un synopsis si l'on choisit le format vidéo.

Vient ensuite l'étape de la réalisation : après avoir mis en place les objets choisis, faire plusieurs essais de photos ou de vidéos. Il faut ensuite insérer une légende et des étiquettes de données, soit directement dans la mise en scène, soit avec un logiciel de retouche d'images, disponible sur l'ensemble des systèmes d'exploitation ou appareils mobiles. Si on décide de publier sur un réseau social, une vidéo sur TikTok ou une story sur Instagram par exemple, on peut utiliser les outils d'annotation et d'édition intégrés dans l'application.

Les réalisations devront obligatoirement mentionner les sources des données exploitées.

Afin d'évaluer la pertinence et la qualité des datavisualisations, plusieurs critères peuvent être retenus : simplicité, choix et lisibilité des données, clarté des images, choix des objets, originalité, citation des sources.

# LES MÈMES, NOUVELLE FORME DE LANGAGE MÉDIATIQUE

Aussi rapide à créer qu'à comprendre, modifiable et partageable à l'infini, le mème a envahi peu à peu l'ensemble de l'espace médiatique. En se généralisant, ce transfuge visuel de la culture web est devenu pour beaucoup d'internautes un moyen d'accéder à l'information.

## Ressources

- LAGARDE, Yann. À l'origine des « mèmes » [en ligne], France Culture, 2019.
- LELOUP, Damien. Le mème ou l'art du détournement humoristique sur Internet, [en ligne] *Le Monde*, 01/05/2012.

Qu'est-ce qu'un mème ? « *La question elle est vite répondue.* » Si cette réponse vous est familière, c'est que vous avez déjà croisé sur le web un de ces exemples de texte, photo ou courte vidéo, souvent teintés d'humour. Cette forme de langage médiatique largement partagée, commentée et modifiée, circule de façon virale sur les réseaux sociaux, allant même jusqu'à être reprise par les médias traditionnels et la publicité.



Capture d'écran d'un mème devenu viral en juin 2020.

## UNE FORME DE LANGAGE UNIVERSEL

Automne 1996 : selon cette [chronologie du web](#) du *Monde*, c'est à cette date que serait né le premier mème internet, « Dancing baby », une vidéo de nourrisson dansant sur fond noir. Mais avant de devenir un phénomène énonciatif sur le web, le créateur de ce terme, le biologiste Richard Dawkins, définit vingt ans plus tôt le mème comme une entité culturelle capable de se répliquer, se combiner, et évoluer, à l'image des gènes.

S'il est si rapidement assimilé et partagé, c'est en effet que le mème fait appel à des références culturelles communes, une forme de langage universel : chaque internaute qui le comprend montre son adhésion à un groupe culturel en le partageant à nouveau, parfois en le modifiant. Dans la majorité des cas, ces publications ont recours aux émotions. Ce format, qui fait appel à la connivence, permet de diffuser un discours politique ou d'évoquer une actualité plus dramatique en allégeant le propos, le rendant ainsi plus facilement partageable (à l'image, par exemple, du célèbre « Grumpy cat »). Au-delà de l'humour, il s'agit en effet bien souvent de faire circuler efficacement des opinions, comme l'a montré la récupération de Pepe The Frog

(« Pepe la grenouille ») par les partisans de Donald Trump. « C'est cette référence implicite – un signe de tête ou un clin d'œil indiquant un savoir partagé sur un événement ou une personne – qui fait la force des mèmes.[...] Les clés du discours (un événement récent, une déclaration politique, une campagne publicitaire ou une tendance culturelle plus large) n'y sont souvent pas citées, ce qui oblige le spectateur à faire lui-même un lien. Cet effort supplémentaire exigé de lui est une technique de persuasion, parce qu'il crée chez l'individu le sentiment d'être connecté aux autres », analyse dans la revue *Pour la science* Claire Wardle, chercheuse spécialisée dans la désinformation, qui craint que la simplicité du format en fasse un vecteur efficace d'infox.



Captures d'écran.

Mais comment un mème devient-il un mème ? Par quels mécanismes entre-t-il dans l'espace médiatique ? L'exemple du mème "Distracted boyfriend" (ou "Compagnon distrait") est à ce titre très intéressant.

Cette photo, prise en Espagne en 2015 par le photographe Antonio Guillem, est ce qu'on appelle communément une "photo de stock" mise à disposition de clients qui souhaitent illustrer une campagne marketing ou un site web avec des images génériques, montrant souvent des situations de la vie quotidienne. Mais c'est en 2017 que la photo est utilisée pour la première fois comme support d'une idée : sur un groupe Facebook consacré au rock, un internaute veut montrer que Phil Collins cède aux sirènes de la pop music, au grand dam du rock progressif. De là, la même image passe à une autre page du réseau social, puis à Twitter. Plus tard dans l'année surgit l'une des versions les plus populaires de ce mème : la jeunesse accompagnée du capitalisme, séduite par le socialisme.



Images archivées sur Knowyourmeme.com.

C'est à ce moment-là que la machine s'emballe : la photo devient un support pour toutes sortes de messages, sur une échelle de la plus terre-à-terre (« L'iPhone 10 » « Moi » « Ma carte de crédit ») à la plus pointue, chaque communauté en ligne s'en emparant à sa façon. Y compris des marques, comme la maison d'édition Penguin random house, qui en profite pour faire une petite leçon d'ortho-typographie ("tiret", "Moi", "savoir utiliser le point-virgule") ou encore Just Eat, qui avance la supériorité d'un repas à emporter sur le fait de cuisiner. Récupérer les mêmes pour atteindre un public plus jeune est une tendance que pointait Slate.fr en décembre 2019.

Comment expliquer ce succès ? « Il s'agit d'une version moderne d'un concours de légende photo », avance Tiffany Kelly sur le site Dailydot. « Le même ne demande aucune explication ou compréhension de la culture du même [...] Il est si facile à saisir, il



Capture d'écran du compte Twitter de Just Eat. *suffit de le regarder ».*

Consécration suprême, le 29 mai 2019, l'image saute même des réseaux sociaux à la vénérable une "papier" du cahier Affaires du New York Times. On y voit « Renault » se retourner vers « Fiat Chrysler », au détriment de « Nissan », dans un contexte économique de redéfinition des alliances entre les entreprises.



Photo David Enrich publiée sur Twitter.

Elsie Russier,  
responsable du pôle Labo formation  
du CLEMI,  
Sophie Gindensperger,  
journaliste et cheffe de projet au CLEMI

## Activités pour la classe

Proposer aux élèves de comparer deux types d'images autour d'un thème d'actualité : un même repéré sur un réseau social et une photo de presse légendée. Dans quelle image peut-on relever les réponses aux 5W ? Les deux images font-elles référence à des événements précis ? Quel est le ton utilisé par le texte accompagnant l'image ? Faire la différence entre les éléments explicites et implicites rencontrés dans les deux images.

On peut également proposer un dessin de presse à comparer aux deux premières images.

Dans un second temps, les élèves peuvent également proposer leurs propres memes à partir d'une image, en travaillant sur le ton humoristique et les références implicites de leur publication.

## PROPOSITION DE RÉFÉRENTIEL EMI POUR LES ENSEIGNANTS ET LES FORMATEURS

Expert dans la formation en Éducation aux médias et à l'information, le CLEMI a initié un travail expérimental d'identification et d'analyse des compétences des enseignants et formateurs de toutes les disciplines, du 1<sup>er</sup> et du 2<sup>nd</sup> degré.

### UNE RÉFLEXION TRANSVERSALE

Un groupe de travail, constitué de coordonnatrices et coordonnateurs académiques du CLEMI, de formateurs du 1<sup>er</sup> et du 2<sup>nd</sup> degrés, experts en formation initiale et continue, a consulté des experts nationaux et internationaux. À partir de différents documents et dispositifs proposant des référentiels et matrices de compétences, il s'est attaché à remplir plusieurs objectifs :

- recenser les compétences fondamentales de l'Éducation aux médias et à l'information (EMI) ;
- élaborer un document permettant aux enseignants et aux formateurs d'enseignants de se référer aux différents niveaux de compétences à acquérir et développer en EMI afin de permettre aux élèves de devenir des usagers autonomes et responsables des médias et de l'information.

### UNE DÉMARCHE ANALYTIQUE

L'approche adoptée par le CLEMI s'appuie, dans un premier temps, sur une recension claire des compétences que les enseignants doivent maîtriser pour éduquer aux médias et à l'information. La littératie médiatique, qui se construit tout au long de la scolarité, se fonde sur des compétences spécifiques qui doivent être travaillées de façon explicite en termes d'objectifs d'apprentissage au sein des activités d'EMI que les enseignants proposent en classe.

Elle vise également, dans un second temps, un travail de structuration des compétences en EMI, tout au long de la formation professionnelle de l'enseignant. Ainsi, cette proposition de référentiel offre à tout enseignant la possibilité d'initier une démarche d'auto-évaluation de ses propres compétences en EMI dans les cinq domaines identifiés, en se positionnant selon trois niveaux d'acquisition. Cette démarche d'analyse peut aider chaque enseignant à identifier ses points forts et ses faiblesses. Elle peut aussi lui permettre de repérer, dans les offres de formation (PDN ou PAF) et les dispositifs nationaux (proposés sur la [plateforme M@gistère](https://plateforme.m@gistere.fr)), les stages et les parcours qui lui permettront de renforcer ses pratiques professionnelles en EMI, de façon progressive et cohérente.

### UN RÉFÉRENTIEL EN CINQ AXES

Le référentiel ainsi proposé par le CLEMI distribue les compétences en EMI en cinq axes thématiques qui s'ancrent dans :

- une culture médiatique, constituée par la connaissance des médias, de leur fonctionnement, de leurs formats et de leurs langages ;
- une culture informationnelle, permettant de comprendre ce que sont les acteurs, les processus de production, de diffusion et de réception de l'information ;
- une culture sociale et citoyenne, construite à partir d'une connaissance partagée des droits et devoirs liés à l'usage des médias et de l'information, et d'une capacité à mettre en œuvre des pratiques informationnelles et communicationnelles éthiques et responsables en termes de vivre ensemble et de citoyenneté ;
- une culture technique et numérique, autorisant un accès égalitaire à une connaissance et à une maîtrise des outils permettant un usage raisonné, responsable et créatif de l'information et des médias ;
- une culture didactique et pédagogique, rendant compte des concepts, méthodes et courants en éducation les plus favorables à l'apprentissage-enseignement des fondamentaux de l'EMI.

Les compétences identifiées dans ce référentiel CLEMI peuvent s'évaluer selon trois niveaux d'acquisition progressive, correspondants à la découverte, au renforcement et enfin à l'expertise.

Le référentiel est disponible sur le site du CLEMI [www.cleml.fr/referentiel\\_cleml/](http://www.cleml.fr/referentiel_cleml/)

---

Isabelle Féroc Dumez,  
directrice scientifique et pédagogique,  
et Elsie Russier,  
responsable du pôle Labo formation du CLEMI

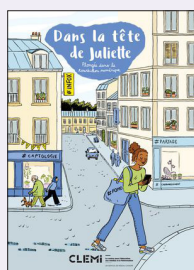


## GMF, PARTENAIRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE



GMF accompagne les enseignants dans leur démarche éducative en leur fournissant des ressources en Éducation aux Médias et à l'Information, en Éducation à la Sécurité Routière ainsi qu'en Éducation au Développement Durable. GMF est aussi partenaire du Conseil Scientifique de l'Éducation Nationale, dont elle soutient les travaux.

### ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION (EMI) AVEC RÉSEAU CANOPÉ ET LE CLEMI



#### La bande dessinée « Dans la tête de Juliette »

Nouvel outil pédagogique pour accompagner les pré-adolescents et adolescents, « Dans la tête de Juliette » nous plonge dans le tourbillon de la vie d'une adolescente connectée. Ses différentes expériences permettent de stimuler une réflexion critique et de livrer des conseils

pour développer un usage raisonné du numérique.

Cette BD soutenue par GMF est téléchargeable sur le site du CLEMI.



#### Le prix « CHERCHEURS EN ACTES »

Avec le CSEN,  
Réseau Canopé,  
Réseau INSPE, IH2EF  
et Ifé

Renseignements  
en ligne sur  
[reseau-canope.fr](http://reseau-canope.fr)

### ÉDUCATION À LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE (ESR)



GMF est engagée auprès des enseignants dans la Sécurité Routière et propose des outils en lien avec les programmes du ministère :

- L'outil « **Les deux font l'APER** » et le jeu concours « Trace ta route avec Max » pour les enseignants du premier degré,
- L'« **Atelier interactif ASSR** » et le projet interdisciplinaire « La route citoyenne en clip ! (ASSR2) » pour les enseignants des collèges,
- L'outil « **Vies Éclatées** » et le kit pédagogique réalisé en partenariat avec Réseau Canopé : des témoignages de jeunes pour voir la route autrement et sereinement. Cet outil est destiné aux professeurs des classes de 3<sup>e</sup> et lycées, lycées professionnels et CFA...

Ces programmes sont à télécharger sur :

<https://www.gmf.fr/education-nationale/ressources-pedagogiques/en-classe-pour-les-eleves>

### ÉDUCATION AU DÉVELOPPEMENT DURABLE (EDD)



GMF, mécène depuis 13 ans des Parcs Nationaux de France, propose en partenariat avec Réseau Canopé le programme « Entrez dans le paysage », qui met à la disposition des enseignants du second degré **10 propositions de séquences pédagogiques** : observation du paysage, aménagement du territoire, cartographie, etc., pouvant se combiner entre elles pour la construction d'un projet original.

Plus d'informations sur <https://www.reseau-canope.fr/entrez-dans-le-paysage>

# BIBLIOGRAPHIE

## OUVRAGES

- BALLE, Francis. *Les Médias*. PUF, 2020. Que sais-je ?
- BARBE, Lionel. MERZEAU, Louise. SCHAFFER, Valérie. *Wikipédia, objet scientifique non identifié*. PUF, 2015
- BIGOT, Laurent. *Fact-Checking vs Fake News - Vérifier pour mieux informer*. INA, 2019
- BOUSQUET, Aline. CARBILLET, Marion. MULOT, Hélène. NALLATHAMBY, Marie. *Éducation aux médias et à l'information : comprendre, critiquer, créer dans le monde numérique*. Génération 5, 2015
- CAGE, Julia. HERVÉ, Nicolas. Viaud, Marie-Luce. *L'information à tout prix*, INA, 2017
- CARDON, Dominique. *Culture numérique*. Presses de Sciences Po, 2019
- CHARON, Jean-Marie. *Rédactions en invention. Essai sur les mutations des médias d'information*. UPPR Éditions, 2018
- CITTON, Yves. *Pour une écologie de l'attention*. Seuil, 2014.
- CLEMI. *La Famille Tout-écran, guide pratique #2, conseils en éducation aux médias et à l'information*. CLEMI/Réseau Canopé, 2019 (2<sup>e</sup> édition)
- CORDIER, Anne. *Grandir connectés, les adolescents et la recherche d'information*. C&F éditions, 2015
- DAGNAUD, Monique. *Génération Y – les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*. Presses de Sciences Po, 2013
- DESORMEAUX, Didier. GRONDEUX, Jérôme. *Le complotisme : décrypter et agir*. Réseau Canopé, 2017
- FEROC DUMEZ, Isabelle, « Les enjeux citoyens de l'éducation aux médias » in Revue TDC, Citoyennetés, construction & éducation, n° 1114, avril 2018, p.46-49.
- FRAU-MEIGS, Divina. *Faut-il avoir peur des fake news ?* La documentation française, 2019
- GONNET, Jacques. *Éducation aux médias : les controverses fécondes*. Hachette Éducation, 2001
- JEHEL, Sophie, SAEMMER, Alexandra. *Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique*. Presses de l'Enssib, 2020
- JOUX, Alexandre. PELISSIE, Maud. *L'information d'actualité au prisme des fake news*. L'Harmattan, 2018

- LAMOUREUX, Mireille, TROUCHE, Luc. *Cultures numériques, éducation aux médias et à l'information*. Réseau Canopé, 2017
- LANDRY, Normand, LETELLIER, Anne-Sophie (Dir.), *L'éducation aux médias à l'ère numérique, Entre fondation et renouvellement*, Les Presses de l'Université de Montréal, 2016.
- MATTATIA, Fabrice. *Expliquer Internet et la loi en milieu scolaire*. Réseau Canopé/Eyrolles, 2015
- MAUDUIT, Laurent. *Main basse sur l'information*. Don Quichotte, 2016
- MAZET Sophie. *Autodéfense intellectuelle (le retour) Lexique pour esprits critiques*. Robert Laffont, 2020
- NITOT, Tristan. *Surveillance:// Les libertés au défi du numérique : comprendre et agir*. Éditions C&F, 2016
- PETIT, Laurent. *L'Éducation aux médias et à l'information*, PUG, 2020.
- RIVET, Philippe. PATARD, Dominique. KISLIN, Patricia. *La Presse en classe : découverte de la presse quotidienne régionale*. SCÉREN/CLEMI, 2012. Éducation aux médias
- TETU, Jean-François. *Le récit médiatique et le temps – Accélération, formes, ruptures*. L'Harmattan, 2018

## REVUES

- Animation & Éducation. *Éduquer aux et par les médias et l'information*. OCCE, n° 253-254, juillet-octobre 2016
- Cahiers pédagogiques. *Former l'esprit critique*. CRAP, n° 550, janvier 2019
- Cahiers pédagogiques. *Éduquer aux médias et à l'information*. CRAP, n° 536, mars 2017
- Communication & Langages. *L'éducation aux médias et à l'information : recherches et pratiques*. PUF, n°201, septembre 2019
- Lecture jeune. *Esprit critique. Les ados face aux fictions et aux fake news*, n° 169, mars 2019
- TDC (Textes et documents pour la classe), *Les discours médiatiques*. Réseau Canopé/ CLEMI, n° 1104, juin 2016
- TDC (Textes et documents pour la classe). *Citoyennetés, construction et éducation*. Réseau Canopé, n° 1114, avril 2018

# SITOGRAPHIE

## GÉNÉRALITÉS

- *Former et se former à l'EMI : enjeux et pratiques*. ENS Lyon. [emiconf.ens-lyon.fr](http://emiconf.ens-lyon.fr)
- Commission nationale de l'informatique et des libertés. [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)
- Institut national de l'audiovisuel. <https://www.ina.fr/>
- InterClass'Up, Le dispositif d'éducation aux médias et à l'information de france inter <https://www.interclassup.fr/>

## SUR LES MÉDIAS

- Arrêt sur images. [www.arretsurimages.net](http://www.arretsurimages.net)
- Assises internationales du journalisme. [www.journalisme.com](http://www.journalisme.com)
- INA, La revue des médias : <https://larevuedesmedias.ina.fr/>
- Reporters sans frontières : [rsf.org](http://rsf.org)

## AUTOUR DE L'IMAGE

- AFP. *Making-of, les coulisses de l'info* : <https://making-of.afp.com/>
- CICLIC. *Vocabulaire de l'analyse filmique* : <http://upopi.ciclic.fr/vocabulaire/>
- DOIZY, Guillaume. *Caricatures & Caricature* : [www.caricaturesetcaricature.com](http://www.caricaturesetcaricature.com)
- Ligue de l'Enseignement/Institut des images. *Decryptimages* : <https://www.decryptimages.net/>
- MEDIAPTE. *Parcours questions images médias...* : <http://mediapte.fr/parcours>
- Rencontres d'Arles. *Observer, Voir* : <https://observatoire.rencontres-arles.com/>

## SUR L'EMI

- Association Jets d'encre : [www.jetsdencre.asso.fr/](http://www.jetsdencre.asso.fr/)
- BNF/CLEMI. *La Presse à la Une et Histoires de fausses nouvelles* : <http://expositions.bnf.fr/presse/index.htm>
- Centre d'études sur les jeunes et les médias : [jeunesetmedia.wix.com](http://jeunesetmedia.wix.com)
- Lumni. Les Clés des médias, T'as Tout Compris, La Collab' de l'info : [lumni.fr](http://lumni.fr)
- Ligue de l'enseignement. *Les veilleurs de l'info. Mars 2019* : [https://lialigue.org/download/dossier\\_peda\\_veilleurs\\_info8VF.pdf](https://lialigue.org/download/dossier_peda_veilleurs_info8VF.pdf)
- Médiaéducation. *Plateforme de l'éducation à l'information et à la liberté d'expression*. [www.mediaeducation.fr](http://www.mediaeducation.fr)
- Syndicat des éditeurs de la presse magazine. *La Presse Jeunesse* : [lapressejeunesse.fr](http://lapressejeunesse.fr)

## RESSOURCES FRANCOPHONES

- CLEMI. Le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information. [www.clemi.fr/](http://www.clemi.fr/) (France)
- HabiloMedias. *Le centre canadien d'éducation aux médias et de littérature numérique*. [habilomedias.ca](http://habilomedias.ca) (Canada)
- Media Animation : [media-animation.be](http://media-animation.be) (Belgique)
- Office fédéral des assurances sociales OFASE. *Jeunes et médias – portail d'information consacré à la promotion des compétences médiatiques* : [jeunesetmedias.ch](http://jeunesetmedias.ch) (Suisse)

---

## LES ÉQUIPES ACADÉMIQUES DU CLEMI

---

### ACADÉMIE D'AIX-MARSEILLE

Virginie Bouthors  
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  
clemi@ac-bordeaux.fr

---

### ACADÉMIE DE CAEN

Céline Thiéry  
clemicaen@ac-caen.fr

---

### ACADÉMIE

#### DE CLERMONT-FERRAND

Anne-Valérie Orenes  
Jean-Emmanuel Dumoulin  
clemi@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 Barbéry  
clemi.dijon@ac-dijon.fr

---

### ACADÉMIE DE GRENOBLE

Alexandre Winkler  
ce.clemi@ac-grenoble.fr

---

### ACADÉMIE DE GUADELOUPE

Patrick Pergent  
ce.clemi@ac-guadeloupe.fr

---

### ACADÉMIE DE GUYANE

Nicolas Wiedner-Papin  
nicolas.wiedner-papin@reseau-canope.fr

---

### ACADÉMIE DE LILLE

Caroline Fromont  
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

Nathalie Méthélie  
nathalie.methelie@reseau-canope.fr

---

### ACADÉMIE DE MAYOTTE

Annie Le Quéau  
direction.cdp@mayotte.fr

---

### ACADÉMIE DE MONTPELLIER

Denis Tuchais  
clemi@ac-montpellier.fr

---

### ACADÉMIE DE NANCY-METZ

Didier Guise  
Didier.Guise@ac-nancy-metz.fr

---

### ACADÉMIE DE NANTES

Béatrice Clergeau  
Tiphaine Crosson  
clemi@ac-nantes.fr

---

### ACADÉMIE DE NICE

Roxane Obadia  
Lilia Parisot  
clemi@ac-nice.fr

---

### ACADÉMIE

#### DE NOUVELLE-CALÉDONIE

Clémence Rocca  
referent.clemi@ac-noumea.nc

---

### ACADÉMIE D'ORLÉANS-TOURS

Karen Prévost-Sorbe  
karen.prevost@ac-orleans-tours.fr

---

### ACADÉMIE DE PARIS

Anne Lechaudel (1<sup>er</sup> degré)  
anne.lechaudel@ac-paris.fr  
Céline Crochemore (2<sup>nd</sup> degré)  
celine.crochemore@ac-paris.fr

---

### ACADÉMIE DE POITIERS

Véronique Delhommeau  
clemi@ac-poitiers.fr

---

### ACADÉMIE DE REIMS

Jean-Pierre Benoît  
jean-pierr.benoit@ac-reims.fr  
Céline Harasiuk  
celine.harasiuk@ac-reims.fr

---

### ACADÉMIE DE RENNES

Sylvie Patéa  
clemi.bretagne@ac-rennes.fr

---

### ACADÉMIE DE LA RÉUNION

Alexandra Maurer  
alexandra.maurer@reseau-canope.fr

---

### ACADÉMIE DE ROUEN

Édouard Bessière  
edouard.bessiere@ac-rouen.fr

---

### ACADÉMIE DE STRASBOURG

Sophie Philippi  
sophie.philippi@ac-strasbourg.fr

---

### ACADÉMIE DE TOULOUSE

Laurence Janin  
clemi@ac-toulouse.fr

---

### ACADÉMIE DE VERSAILLES

Séverine Poncet-Ollivier  
clemi@ac-versailles.fr

Nouveaux enseignants, cette brochure vous est particulièrement destinée. Elle vous propose des ressources pédagogiques, des idées d'activités en Éducation aux médias et à l'Information (ÉMI) qui font le lien avec les textes officiels et les dispositifs en vigueur. Alors, lancez-vous! Le CLEMI vous accompagne dans vos initiatives.

Dans chaque académie, une équipe du CLEMI peut conseiller les enseignants et les personnels d'éducation et les accompagner dans la mise en œuvre d'activités en éducation aux médias et à l'information avec les élèves: voir leurs coordonnées page 3 de couverture et sur [le site du CLEMI](#).

Suivre l'actualité du CLEMI et de l'éducation aux médias et à l'information sur :

 [clemi.fr](http://clemi.fr)

 @LeCLEMI – @Laspme – @VeilleducLemi – #Éducmediasinfo

 [facebook.com/clemi.fr](https://facebook.com/clemi.fr)

 [www.clemi.fr/newsletter](mailto:www.clemi.fr/newsletter)

#### CLEMI

391 bis rue de Vaugirard – 75015 Paris  
Tél. 01 53 68 71 00 – [contact@clemi.fr](mailto:contact@clemi.fr)

---

#### GMF, partenaire de la brochure Éducation aux médias et à l'information

Les grands médias changent, s'adaptent, les réseaux sociaux modifient la production et la circulation de l'information, les connexions multiplient les possibilités donnant autant de nouveaux accès sur le monde. L'accompagnement de tous ces changements est aussi un enjeu pour la communauté éducative.

Fiches pédagogiques et fiches info pour les 1<sup>er</sup> et 2<sup>nd</sup> degrés, références aux textes officiels et sources bibliographiques ou sitographiques font une fois de plus la richesse de l'édition 2021-2022 de la brochure *Éducation aux médias et à l'Information*.



Pour GMF, il est essentiel d'accompagner les enseignants dans leur démarche éducative, de leur fournir des outils utiles à la transmission des bonnes pratiques dans le domaine de l'ÉMI. Innovation, engagement, solidarité sont les valeurs qui animent GMF, assureur des personnels de l'enseignement et partenaire du CLEMI depuis 2006.

ISBN 978-2-240-05038-0  
Réf. W0027446

