ministère
éducation nationale
jeunesse
vie associative

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

CLEMI

LE CLEMI, L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS D'INFORMATION

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

Centre du ministère de l'Éducation nationale, service du CNDP, il organise des formations destinées :

- à connaître le système des médias, déchiffrer les messages d'information et découvrir la nécessité d'une lecture critique et pluraliste de l'actualité ;
- à accompagner la parole des élèves dans le cadre scolaire, pour les former à la responsabilité et à l'exercice de la liberté.

Il existe dans chaque académie une équipe du CLEMI qui peut vous conseiller et vous accompagner dans la mise en œuvre de vos activités d'éducation aux médias avec vos élèves. Vous en trouverez les adresses sur le site www.clemi.org

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

www.clemi.org

GMF

Publication réalisée grâce au soutien de
la GMF - Garantie Mutuelle des Fonctionnaires

ÉDITION 2012

ÉDUQUER AUX MÉDIAS ÇA S'APPREND !

ÉDITION 2012

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE

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

Dossier conçu et réalisé par :
Évelyne Bevort, Pierre Frémont, Loïc Joffredo.

Avec la collaboration de : Pascal Famery, Michel Guillou, Carole Hourt, Isabelle Martin, Christophe Pacaud, Bruno Rigotard au CLEMI.

Et les contributions de :
Catherine Becchetti-Bizot (Inspecteur général de l'éducation nationale/Groupe des Lettres) pp. 34 et 43,
Françoise Chapron (Maître de conférences à l'IUFM de Rouen) p. 22,
Jean-Marie Charon (Sociologue des médias, CEMS/EHESS pp. 46 et 47,
Sylvie Condette (Maître de conférences, Université Lille-3) p. 33,
Véronique Dijeau (Division des Affaires juridiques, CNDP) p. 38.

Conception graphique et mise en page : Serge Nicolas/Work Division.
Photo de couverture : © Oli Scarff/AFP Image Forum.
Photographes de presse dans l'attente de l'apparition du Prince William et de Kate Middleton au balcon du palais de Buckingham, le 29 avril 2011.
Photos pages 4 et 7 : © Getty Images.

Ministère de l'Éducation nationale
Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information
Directrice : France Renucci

© CNDP-CLEMI, novembre 2011
ISBN : 978-2-240-90073-9

Ce document est imprimé par l'Imprimerie de Montligeon, 61400 Saint-Hilaire-le-Châtel, sur du papier issu de forêts gérées durablement, certification FSC.

L'éducation aux médias est au service des fonctions les plus profondes de l'École, celles de la transmission des savoirs. L'École se doit d'être le lieu des technologies de l'information et de la communication. Car qui mieux que l'École peut former, éduquer et sensibiliser les futurs citoyens aux exigences et aux enjeux de l'information et de la communication ?

Les statistiques sont éloquentes : 84 % des jeunes de 12 à 17 ans ont accès à internet. 71 % des jeunes se connectent quotidiennement. 52 % participent à des réseaux sociaux. 83 % ont un téléphone mobile*. Cette situation fait émerger une génération spontanée de technophiles et de journalistes citoyens qu'il est crucial de former massivement. En effet, la question de l'éducation aux médias ne peut en aucun cas être cantonnée à un sujet de spécialistes. Il est donc très important de faire partager ces enjeux décisifs par l'ensemble de la communauté enseignante, afin d'être à la hauteur du défi auquel nous sommes confrontés.

Pour relever ce défi, le ministère de l'Éducation nationale peut s'appuyer sur un opérateur de qualité, le CLEMI. Ce dernier est chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif et il s'en acquitte avec beaucoup d'efficacité, grâce à une collaboration étroite avec les rectorats, les inspections académiques, les établissements et les professionnels des médias.

Parce que les technologies de l'information et de la communication modifient nécessairement les approches pédagogiques, il convient d'inventer des réponses adaptées pour réussir une transmission efficace des savoirs grâce à ces technologies. C'est pourquoi l'éducation aux médias doit être appréhendée comme une voie transversale qui concerne tout aussi bien le socle commun de connaissances et de compétences, les démarches par projet, les programmes d'enseignement, mais aussi la vie des établissements.

Afin d'ancrer ces enjeux au cœur du système éducatif, un référentiel de compétences en éducation aux médias concernant les élèves a vu le jour en 2010. Un second référentiel, à destination des enseignants, est en cours d'élaboration : il donnera une meilleure visibilité globale à l'éducation aux médias, soulignera sa place majeure à l'école, précisera les domaines de compétence professionnelle dans l'éducation aux médias et rappellera l'exigence de formation professionnelle indispensable pour suivre l'évolution de l'environnement des médias.

L'éducation aux médias est un enjeu démocratique essentiel. Elle est porteuse de vertus multiples et fondamentales pour nos élèves : la maîtrise de la langue française, bien sûr, mais aussi la capacité à respecter autrui, à s'exprimer sans violence, à organiser des débats, à être, en somme, un citoyen en puissance, capable de réflexion et de participation.

JEAN-MICHEL BLANQUER
Directeur général de l'enseignement scolaire

Avec toute ma confiance,

* Source : enquête du CREDOC, 2009

SOMMAIRE

03 Éditorial de Jean-Michel Blanquer
05 Sommaire
06 L'éducation aux médias, un savoir du XXIe siècle

08 **L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS À L'ÉCOLE PRIMAIRE**
10 À la découverte de la presse : le feuilletage
11 Écrire un article
12 Exploiter les ressources d'Internet
13 Lire les images dans les médias
14 La radio : pratique d'écoute et production orale
15 Se repérer dans les images de la télévision
16 La publicité dans les médias
17 L'information météo
18 La Une, une « image » du journal à parcourir d'un site à l'autre

19 Débuter une activité d'éducation aux médias

20 **L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS AU COLLÈGE ET AU LYCÉE**
22 Les professeurs documentalistes et l'éducation aux médias
23 Le CPE, les élèves et les médias
24 Un média à travers ses sites
25 À la Une des journaux
26 Traitement d'un événement dans les médias
27 Le fait divers
28 Les sources : des agences aux réseaux sociaux
29 La place des débats dans les médias
30 Le journal télévisé
31 Images et visuels d'information : diversité et spécificité
32 Les rôles de la publicité dans les médias
33 L'identité numérique, une forme d'écriture de soi en ligne…

34 Des textes pour une démarche d'éducation aux médias
35 La place de l'éducation aux médias dans l'enseignement des lettres
36 L'éducation aux médias dans la mise en place du bac professionnel en trois ans
37 Questions clés pour démarrer un média scolaire
38 Textes, images et sons pour la classe : des droits et des devoirs
39 Propositions de référentiels de compétence en éducation aux médias
45 Les Français et les médias
46 Journalistes et convergence
48 Bibliographie et sitographie
50 Les équipes académiques du CLEMI

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS, UN SAVOIR DU XXIe SIÈCLE

L'École doit-elle s'intéresser aux médias ? Quelle place doit-elle leur faire dans ses enseignements ? Leur maîtrise nécessite-t-elle une formation, une initiation ? Peut-on dire que l'éducation aux médias est un apprentissage fondamental ?

Autant de questions qui, pour chacune d'entre elles, pourraient donner naissance à de longs développements, à des débats passionnés, tant les domaines auxquels elles renvoient sont chargés d'un fort potentiel symbolique tout en constituant une expérience qui, bien que partagée par tous, reste essentiellement personnelle.

Comme l'a récemment rappelé au nom de la Commission européenne Viviane Reding, *« le public cible [de l'éducation aux médias] ne cesse de croître et de changer, à mesure que les « migrants numériques » s'efforcent de rattraper les « natifs », et alors qu'une créativité sans borne semble donner aux contenus médiatiques de nouvelles formes ou les emmener sur de nouvelles voies presque chaque jour. Quelle que soit l'ampleur de la tâche, l'éducation aux médias est l'un des objectifs essentiels que doit poursuivre la politique publique pour que tous les citoyens européens puissent profiter pleinement des avantages de la société de l'information »*[1]. La culture des jeunes d'âge scolaire est une mosaïque ou un puzzle au sein desquels les apports médiatiques s'ajustent et se superposent sans qu'ils en aient forcément conscience. Ces apports informels interfèrent en profondeur avec la culture scolaire et familiale.

Depuis vingt ans, les médias se développent de manière si rapide et si diversifiée, à la fois en termes de contenus, de supports et de modes de consommation, que l'on peut se demander si le mot a le même sens aujourd'hui qu'hier (multiplication des chaînes de télévision, des radios, des médias en ligne, des magazines spécialisés, des titres de presse gratuits, des réseaux sociaux...).

Le phénomène de la convergence numérique, qui change radicalement notre mode de consommation des médias, achève de mêler les pratiques et les discours et modifie notre rapport au réel, au savoir, à la société ; tout usager des médias est maintenant récepteur et producteur et doit à ce titre acquérir une double compétence critique par rapport à cette double responsabilité.

L'éducation aux médias est devenue, par la force de la révolution de la société de l'information, une modalité indispensable dans la construction des savoirs. Elle prend de plus en plus la forme d'un apprentissage en amont des disciplines. Elle permet à la fois de dissiper les filtres médiatiques qui font aujourd'hui écran à la très grande majorité des informations et des connaissances, et de développer une capacité à intervenir de façon pertinente et responsable.

GARANTS ET RÉGULATEURS DE LA DÉMOCRATIE

Ce faisant, les médias prennent aussi une part croissante comme garants (grâce au pluralisme de l'information) et régulateurs (comme manifestation de la liberté d'information et comme lieux de débats) de la démocratie. C'est dans cette logique que le CLEMI délimite l'univers des médias auquel il consacre ses travaux et pour lesquels il propose des activités pédagogiques.

Les médias sont porteurs d'information(s) et de valeurs. Pourquoi ne pas les prendre en compte dans les activités de la classe ? Pourquoi ne pas apprendre à porter un jugement sur la qualité de leurs contenus, à identifier les valeurs qui fondent la légitimité des médias ? À s'initier aux écritures médiatiques, à leurs différents codes et à en mesurer les enjeux ? Va-t-on pour autant sortir des savoirs que l'école est chargée de transmettre, ajouter des activités, s'aventurer sur des territoires mal explorés ?

La démarche proposée par ce livret montre que l'éducation aux médias est déjà présente dans les instructions officielles de nombreuses disciplines. Le socle commun de connaissances et de compétences, publié en 2006, accentue cette prise en compte en évoquant, pour chacune des 7 compétences retenues, de nombreuses références aux médias. C'est

"L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS EST DEVENUE, PAR LA FORCE DE LA RÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION, UNE MODALITÉ INDISPENSABLE DANS LA CONSTRUCTION DES SAVOIRS"

le cas dans la compétence 1, portant sur la maîtrise de la langue française, ou dans la compétence 4, sur les technologies de l'information et de la communication. De son côté, la compétence 6 précise que *« les élèves devront être capables de jugement et d'esprit critique, ce qui suppose : [...] être éduqué aux médias et avoir conscience de leur place et de leur influence dans la société. »* Les programmes des disciplines intègrent de nombreuses références à l'éducation aux médias en termes de compétences comme d'activités. Pour citer des exemples récents, l'enseignement professionnel accorde une large part à la réflexion sur l'information dans tous ses états, tout comme les enseignements d'exploration en classe de seconde générale et technologique.

L'École doit-elle s'intéresser aux médias ? Tout porte donc à répondre « oui ». C'est même indispensable. Elle doit s'y intéresser parce que les élèves acquièrent grâce à eux une culture intuitive, incomplète, sans repères, forcément inégale selon leurs milieux familiaux. Elle doit leur permettre un usage raisonné et créatif des différents supports et des différents contenus. Elle doit prendre en compte cette culture, lui faire une place dans ses dispositifs d'appropriation des savoirs, sous peine de voir de nombreux élèves se détourner des disciplines traditionnelles, dont le sens et la pertinence leur échappent de plus en plus.

(1) Préface de l'ouvrage « L'éducation aux médias *en Europe : controverses, défis et perspectives »*, Bruxelles, 2009.
(2) Directive 2007/65/EC : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index_en.htm
(3) La compétence médiatique dans un monde numérique. Texte adopté par le Parlement européen à Strasbourg, le 16 décembre 2008 : www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=

S'INSCRIRE DANS UN CADRE GLOBAL

La réflexion sur l'éducation aux médias, sur les rapports de l'école et des médias, est largement partagée par les systèmes éducatifs en Europe. Certains vont même jusqu'à en faire une matière d'enseignement, comme le Royaume-Uni. La Commission européenne y voit aujourd'hui un axe fondamental et urgent de travail afin d'asseoir la liberté d'expression et le droit à l'information, de participer ainsi à la construction et à la défense de la démocratie et de relever les défis de la société de l'information. Cette obligation d'éducation aux médias dans l'ensemble des États membres devrait aboutir à partir de 2012 à un rapport régulier rédigé par la Commission sur les différents niveaux d'éducation aux médias des populations concernées [2].

Au-delà du cadre proprement européen, des organismes internationaux comme l'Unesco développent eux aussi une réflexion sur ce domaine, que la culture anglo-saxonne désigne sous le terme de *media literacy* (traduit par « alphabétisation aux médias » ou par « compétence médiatique » [3]) pour mieux en souligner dans une société de l'information la valeur de savoir fondamental au même titre que la langue maternelle.

Pour un enseignant du XXIe siècle, l'éducation aux médias apparaît désormais comme une occasion d'inscrire sa discipline ou son enseignement dans un cadre global tout en en respectant les contenus. Les séquences proposées ici constituent des exemples de pistes pédagogiques inscrites à la fois dans les axes des programmes disciplinaires, dans le socle et dans les points fondamentaux de l'éducation aux médias. Ils sont développés dans le cadre d'un référentiel de compétences élèves, qui tente d'embrasser d'un seul regard l'ensemble des savoirs, des savoir-faire et des attitudes constitutifs de cet enseignement, en fonction des trois grands paliers de l'enseignement obligatoire, le CE1, le CM2 et la 3e, et dans celui d'un référentiel enseignant, qui se cale sur les dix compétences professionnelles de l'enseignant.

Dans tous les cas, l'éducation aux médias, en faisant largement appel à des méthodes de pédagogie active, au partenariat avec des professionnels des médias, à la démarche de projet, permet d'instaurer au sein de la classe un nouveau rapport entre l'enseignant et l'élève, entre celui-ci et le savoir, rendant plus motivant l'enseignement et plus légitime l'enseignant. ●

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS À L'ÉCOLE PRIMAIRE

1 - EXEMPLES D'ACTIVITÉS ET D'OBJECTIFS

	OBJECTIFS PAR CYCLE		
Thèmes des activités	CYCLE 1	CYCLE 2	CYCLE 3
À la découverte de la presse : le feuilletage	Manipuler l'objet journal et en reconnaître quelques écrits	Rentrer dans la lecture d'écrits de presse	Comprendre l'organisation d'un journal
Écrire un article		Apprendre à rédiger un texte pour informer	Comprendre les modalités d'écriture d'un article de presse
Exploiter les ressources d'Internet	Découvrir un support	Conduire les élèves vers une pratique de recherche sur Internet	Familiariser les élèves à une pratique raisonnée de recherche sur Internet
Lire les images dans les médias	Commencer à sérier différents types d'images	Conduire les élèves à prendre conscience qu'une image est une représentation, une reconstruction de la réalité	Mettre en évidence le caractère polysémique d'une image. Découvrir la relation texte/image
La radio : pratique d'écoute et production orale	Savoir identifier différents types d'éléments sonores	Favoriser la pratique de l'écoute et sa restitution orale	Sensibiliser les élèves aux techniques de la communication orale à partir de situations précises
Se repérer dans les images de la télévision	Commencer à sérier différents types d'images	Amener les élèves à prendre conscience de leur activité de téléspectateur	Repérer la spécificité de l'information à la télévision
La publicité dans les médias	Permettre aux élèves de repérer la présence et les indices de la publicité	Initier à la lecture des messages publicitaires	Questionner le fonctionnement d'un message publicitaire
L'information météo	Se repérer dans les pages d'un journal. Apprendre à décrypter une carte et ses symboles	Appréhender la spécificité de l'information météo dans les médias	Découvrir une cartographie particulière et un vocabulaire spécifique. Aborder quelques éléments d'analyse de l'image

Les exemples d'activités qui vous sont présentés pour l'école maternelle et l'école élémentaire relèvent d'objectifs et de compétences variés en éducation aux médias (tableau 1) et s'inscrivent dans les apprentissages fondamentaux (tableau 2).

Les fiches qui suivent s'appuient sur l'ensemble des supports médiatiques. Elles proposent des pistes d'activités adaptées aux trois cycles de l'école, favorisant des domaines de compétences tels que : la maîtrise de la langue française, les principaux éléments de mathématiques, la maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication, la culture humaniste, les compétences sociales et civiques, l'autonomie et l'initiative.

2 - EXEMPLES D'ACTIVITÉS ET DOMAINES DE COMPÉTENCES

	DOMAINES DE COMPÉTENCES PAR CYCLE		
Thèmes des activités	CYCLE 1	CYCLE 2	CYCLE 3
À la découverte de la presse : le feuilletage	• **S'approprier le langage :** prendre l'initiative de poser des questions, d'exprimer son point de vue • **Découvrir l'écrit :** identifier les principales fonctions de l'écrit • **Découvrir le monde :** reconnaître, nommer…	• **Maîtrise de la langue :** lire seul, dégager le thème d'un texte court ; décrire des images : illustrations, photographies… • **Découverte du monde :** repérage de l'espace et du temps	• **Maîtrise de la langue :** Rédiger un texte d'une quinzaine de lignes (récit, description, dialogue…) • **Maîtrise des Tice :** savoir utiliser l'outil informatique pour présenter un travail, effectuer une recherche en ligne, identifier, trier des informations
Écrire un article		• **Maîtrise de la langue :** production de textes • **Maîtrise des Tice :** commencer à s'approprier un environnement numérique	• **Maîtrise de la langue :** rédiger des textes courts de différents types (récits, descriptions, portraits)… • **Maîtrise des Tice :** utiliser l'outil informatique pour communiquer ; faire preuve d'esprit critique face à l'information et à son traitement • **Autonomie et initiative :** s'impliquer dans un projet individuel ou collectif
Exploiter les ressources d'Internet	• **Découvrir l'écrit :** identifier les principales fonctions de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…)	• **Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication :** commencer à s'approprier un environnement numérique	• **Maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication** : *« Les élèves apprennent à maîtriser les fonctions de base d'un ordinateur : utiliser un traitement de texte, écrire un document numérique, effectuer une recherche en ligne, identifier et trier des informations. »*
Lire les images dans les médias	• **Percevoir, sentir, imaginer, créer :** adapter son geste aux contraintes matérielles (instruments, supports, matériels)	• **Pratiques artistiques :** arts visuels *« Leur enseignement s'appuie sur une pratique régulière et diversifiée de l'expression plastique, du dessin et la réalisation d'images fixes ou mobiles. Il mobilise des techniques traditionnelles (peinture, dessin) ou plus contemporaines (photographie numérique, cinéma, vidéo, infographie…) »*	• **Maîtrise de la langue :** utiliser ses connaissances pour réfléchir sur un texte (mieux le comprendre ou mieux l'écrire) • **La culture humaniste :** lire et utiliser différents langages : cartes, croquis, graphiques, iconographie (…) en se servant de différents matériaux, supports, instruments et techniques
La radio : pratique d'écoute et production orale	• **Découvrir le monde :** comprendre et utiliser à bon escient le vocabulaire du repérage et des relations dans le temps et dans l'espace • **Percevoir, sentir, imaginer, créer :** *« Les activités visuelles et tactiles, auditives et vocales accroissent les possibilités sensorielles de l'enfant… »*	• **Maîtrise de la langue française :** s'exprimer clairement à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié • **Autonomie et initiative :** échanger, questionner, justifier un point de vue	• **Maîtrise de la langue :** s'exprimer clairement à l'oral comme à l'écrit en utilisant un vocabulaire approprié • **Autonomie et l'initiative :** respecter des consignes simples en autonomie ; s'impliquer dans un projet individuel ou collectif
Se repérer dans les images de la télévision	• **Découvrir le monde :** Se repérer dans le temps *« La notion de simultanéité est abordée dans des activités ou dans des histoires bien connues ; la représentation (dessins, images) contribue à la mettre en évidence. »* ; comprendre et utiliser à bon escient le vocabulaire du repérage et des relations dans le temps et dans l'espace	• **Maîtrise de la langue française :** s'exprimer clairement à l'oral • **Autonomie et initiative :** échanger, questionner, justifier un point de vue ; se représenter son environnement proche, s'y repérer, s'y déplacer de façon adaptée	• **Maîtrise de la langue française :** s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ; prendre la parole en respectant le niveau de langue adapté • **Les compétences sociales et civiques** : prendre part à un dialogue : prendre la parole devant les autres, écouter autrui, formuler et justifier son point de vue
La publicité dans les médias	• **S'approprier le langage :** comprendre un message et agir de façon pertinente ; nommer avec exactitude un objet ; prendre l'initiative de poser des questions ou d'exprimer son point de vue • **Découvrir l'écrit :** *« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…) »*	• **Maîtrise de la langue :** s'exprimer clairement à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié ; lire seul et comprendre un énoncé ; écrire de manière autonome un texte de 5 à 10 lignes (p. 20) • **Pratiques artistiques :** arts visuels (p. 19)	• **Maîtrise de la langue française :** s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ; rédiger un texte d'une quinzaine de lignes • **La culture humaniste :** pratiquer le dessin et diverses formes d'expressions visuelles et plastiques…
L'information météo	• **Découvrir l'écrit :** identifier les principales fonctions de l'écrit • **Découvrir le monde :** utiliser des repères dans la journée, la semaine et l'année ; situer des événements les uns par rapport aux autres	• **Découvrir le monde :** se repérer dans l'espace et le temps, *« Les élèves découvrent les formes usuelles de représentation de l'espace (photographies, cartes, mappemondes, planisphères, globes). »*	• **Maîtrise de la langue française :** lire avec aisance… • **Les principaux éléments de mathématiques et la culture scientifique et technologique :** savoir observer, questionner • **La culture humaniste :** identifier sur une carte et connaître quelques caractères principaux des grands ensembles physiques et humains de l'échelle locale à celle du monde

À LA DÉCOUVERTE DE LA PRESSE : LE FEUILLETAGE

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

DANS LES PROGRAMMES [1]

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE

CYCLE 1

S'approprier le langage
- comprendre un message et agir ou répondre de façon pertinente ;
- prendre l'initiative de poser des questions ou d'exprimer son point de vue... (p. 13).

Découvrir l'écrit
Identifier les principales fonctions de l'écrit : *« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports... (affiches, livres, journaux, revues, écrans...) »* (p. 13).

Découvrir le monde
- reconnaître, nommer, décrire, comparer, ranger, classer des matières, des objets selon leurs qualités et leurs usages ;
- utiliser des repères dans la journée, la semaine et l'année (p. 17).

CYCLE 2

Compétence 1 : Maîtrise de la langue
- lire seul et comprendre un énoncé, une consigne simple ;
- dégager le thème d'un paragraphe ou d'un texte court (p. 20) ;
- décrire des images : illustrations, photographies... (p. 31).

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

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue française
- comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient ;
- dégager le thème d'un texte
- répondre à une question par une phrase complète, à l'oral comme à l'écrit ;
- rédiger un texte d'une quinzaine de lignes (récit, description, dialogue...) en utilisant ses connaissances en vocabulaire et en grammaire (p. 27).

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

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.

La presse est très présente dès l'école maternelle où elle est d'abord identifiée comme un matériau pour confectionner des marionnettes, réaliser des collages et développer l'habileté manuelle des tout-petits. La presse est aussi un objet de lecture plein de sens. Elle offre une multitude de signes et de textes qui contribuent à la maîtrise de la langue et à la découverte de l'environnement des élèves.

PISTES PROPOSÉES...

AU CYCLE 1

MANIPULER L'OBJET JOURNAL ET EN RECONNAÎTRE QUELQUES ÉCRITS

- **Proposer des jeux sensoriels :** à partir du toucher (reconnaître papier journal et papier glacé), de l'odorat (l'encre du magazine ou du journal), de l'ouïe (le bruit du papier déchiré, déchiqueté, froissé...).
- **Proposer différentes sortes de tris :** qualité du papier, format, présence ou absence de couleurs, de photos... Établir des classements entre magazines et quotidiens d'information pour adultes et journaux d'information pour enfants.
- **Proposer de retrouver l'annonce des programmes de télévision, les prévisions de la météo, les jeux, les nouvelles... à partir de différentes images (photos, dessins, cartes, publicités) :** de repérer dans les écrits les lettres qui se ressemblent, celles qui sont de même taille, le nom du journal, la date de parution...

AU CYCLE 2

RENTRER DANS LA LECTURE D'ÉCRITS DE PRESSE

- **Demander aux élèves :**
  – de « lire » dans le journal ou le magazine de leur choix ce qui les intéresse ; d'expliciter ce qu'ils ont « lu » (photo, dessin, carte, schéma, BD, numéro de page, petites annonces, mots, phrases, titres, publicité...) ; de préciser les indices qui ont permis de les repérer ;
  – de rechercher dans les pages intérieures du journal des images ou des articles qui parlent de sport, de la météo, des programmes de télévision ou qui proposent des jeux. Faire observer aux élèves les écrits qui figurent en haut de la page en gros caractères (le nom des rubriques). Les lire ou les écrire, les définir.
- **Travail sur les marqueurs typographiques :** proposer aux élèves de découper le texte qui a retenu leur attention, de le coller sur une feuille, de surligner les majuscules, les signes de ponctuation...
- **Travail sur le temps :** faire comprendre que le journal n'est pas un objet unique mais qu'il s'inscrit dans le temps : relever la date et le jour de parution du journal ou du magazine.

AU CYCLE 3

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

- **Travail sur les Unes :**
  – observer différentes Unes d'un même journal et retrouver, soit en les coloriant soit en les entourant, les éléments communs à toutes les Unes. Il s'agit de mettre en évidence les invariants : nom du journal, logo, date, prix, format ;
  – relever les titres de la Une et retrouver à l'intérieur du journal les rubriques et les articles correspondants...
- **Travailler sur les liens entre les articles, les photos, les dessins, les graphiques :** à partir, par exemple, d'un jeu de photocopies des images d'une part, et des articles correspondants d'autre part. Retrouver les images qui illustrent ou complètent le mieux l'article. Établir ce qui fait sens entre image et texte.
- **Relever, en les soulignant, les éléments essentiels d'un article pour faire repérer les questions de référence :** Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? Comment ? Quelles informations les éléments non soulignés apportent-ils : Le commentaire du journaliste ? Le point de vue de témoins ? Des informations complémentaires sur des lieux, des personnages ?
- **À partir des articles rédigés pour le journal de la classe ou de l'école, tenter de retrouver les questions de référence.**

ÉCRIRE UN ARTICLE

Les articles de presse sont originaux par rapport à d'autres types d'écrits (littéraire, poétique, documentaire...). Leur écriture obéit à des codes précis. Le texte journalistique a deux objectifs prioritaires : aller à l'essentiel de l'information et retenir l'attention d'un grand nombre de lecteurs.

On pourra faire découvrir aux élèves les caractéristiques d'un article de presse afin qu'ils puissent produire, rédiger et organiser, sur papier ou sur écran, des textes informatifs concernant des sujets qui les intéressent. On sera attentif aux contraintes d'écriture induites par le choix du support.

PISTES PROPOSÉES...

AU CYCLE 1

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

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

→ **CONSIGNES :** raconter un fait en prenant soin de répondre aux questions suivantes : De qui s'agit-il ? De quoi s'agit-il ? Quand a-t-il eu lieu ? Où s'est-il déroulé ? Et éventuellement l'expliquer : Comment ce fait s'est-il passé ? Pourquoi cela a-t-il eu lieu ?

AU CYCLE 3

COMPRENDRE LES MODALITÉS D'ÉCRITURE D'UN ARTICLE

→ **PRÉALABLE :** avoir repéré les fonctions du journal, sa structure et les types de contenus que l'on peut y trouver *(cf. fiche 01)*.

- **À partir de la lecture d'articles trouvés dans la presse régionale sur support papier ou en ligne, ou dans les quotidiens d'information à destination des jeunes sur des thèmes du programme (histoire, géographie, éducation civique...), proposer aux élèves :**
  - d'observer les éléments qui accompagnent le corps de l'article (titre, chapeau, légende, photo, signature...). En quoi facilitent-ils la lecture de l'article ? Le titre contient-il des informations susceptibles d'éclairer le lecteur sur le contenu de l'article, incite-t-il à le lire ?
  - de résumer ces articles par des phrases en répondant si possible aux questions de référence de l'information : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? Comment ?
- **Rédiger un dossier pour le journal de la classe ou de l'école sur l'environnement proche (l'école, le quartier...) en incluant différents types de textes informatifs (reportage, interview, portrait, brève*) qui apportent des regards et des informations complémentaires sur le thème :**
  - prévoir d'éventuelles illustrations qui accompagnent les articles ;
  - rédiger pour chacun des articles des titres qui donnent envie de les lire, des légendes pour comprendre les images (photos, cartes, dessins) ;
  - réfléchir à l'organisation des textes et des images selon le support choisi (rubrique, emplacement) ;
  - on peut décider de saisir les articles, de les mettre en forme : choisir la typographie (police de caractères, style, taille) des titres, du corps du texte, des légendes.
- **Envisager l'écriture d'un journal numérique, sur le site de l'établissement s'il y en a.** On familiarisera préalablement les élèves avec le principe des liens hypertextes. Les articles seront regroupés pour constituer un journal numérique de la classe ; on pourra alors travailler sur la structure du journal et ses rubriques en définissant au préalable une arborescence.

* Voir le « Glossaire des termes de presse » à télécharger sur le site du CLEMI : www.clemi.org, rubrique « Ressources pour la classe », sous-rubrique « Lexique ».

DANS LES PROGRAMMES [1]

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE

CYCLE 2

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

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

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue française
- rédiger des textes courts de différents types (récits, descriptions, portraits) en veillant à leur cohérence, à leur précision (pronoms, mots de liaison, relations temporelles en particulier) et en évitant les répétitions ;
- savoir utiliser un dictionnaire (p. 27).

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

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

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.

EXPLOITER LES RESSOURCES D'INTERNET

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

DANS LES PROGRAMMES [1]

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE

CYCLE 1

Découvrir l'écrit
Identifier les principales fonctions de l'écrit : *« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…) »* (p. 13).

CYCLE 2

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

CYCLE 3

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

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

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.

Cette fiche propose quelques étapes pour découvrir le média Internet et appréhender ses usages.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

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

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

AU CYCLE 2

CONDUIRE LES ÉLÈVES VERS UNE PRATIQUE DE RECHERCHE SUR INTERNET

- **À l'occasion de l'exploration d'un thème concernant, par exemple, la vie animale ou les habitats, proposer aux élèves de travailler sur la page d'un moteur de recherche et de trouver des informations ou des images pour alimenter ou illustrer un projet d'écriture :**

- préparation : identifier sur la même page d'un moteur deux ou trois sites adaptés aux élèves ;
- leur faire repérer, à partir des codes couleur et typographiques, les trois niveaux « d'écrits » proposés pour chacun des sites sélectionnés. Les nommer : le titre, le texte accompagnant la réponse à la recherche et leur adresse ;
- lire avec les élèves les trois niveaux d'information de ces sites : leur demander de proposer des hypothèses sur le contenu de chacun des sites ;
- vérifier avec eux leurs hypothèses en les accompagnant dans la lecture et la découverte des sites ;
- rechercher avec eux, à partir d'un moteur de recherche, des images correspondant à leur sujet.

AU CYCLE 3

FAMILIARISER LES ÉLÈVES À UNE PRATIQUE RAISONNÉE DE RECHERCHE SUR INTERNET

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

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

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

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

LIRE LES IMAGES DANS LES MÉDIAS

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

Commencée dès le cycle 1, la lecture des images traverse toutes les disciplines.

PISTES PROPOSÉES...

AU CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

- **Constituer un corpus d'images trouvées dans la presse (journaux, magazines, hebdomadaires de télévision...) et d'images apportées par les enfants.** Leur demander de repérer les différences essentielles entre ces images : couleur ou N/B, format, sujet, support ; de les classer selon différents genres : BD, dessins, photos, photos publicitaires, photos de vacances, portraits de camarades de la classe... Constituer un « coin images » dans la classe.
- **Visionner une vidéo composée d'extraits de programmes télévisés connus des enfants et leur proposer de retrouver :** une publicité, la météo, un dessin animé, un documentaire animalier, un journal télévisé... Leur demander de justifier leur réponse.
- **Activités manuelles.** Travailler le schéma corporel : compléter sa photo d'identité, ou l'autre moitié du corps d'une photo découpée... Reconstituer une image découpée sous forme de puzzle. Prolonger une image en dessinant le hors cadre.

AU CYCLE 2

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

- **Faire retrouver par les élèves, dans des magazines ou des journaux pour enfants, différents types d'images (cartes, photos, dessins d'illustration) et leur demander :** de parler de ces images (« ce que je vois »), et de dire ce qu'ils en comprennent (« ce que raconte l'image »). Faire prendre conscience aux élèves des différentes interprétations qu'ils proposent.
- **Avec un appareil photo numérique ou classique :**
  - photographier les enfants dans différentes situations et activités de la journée. S'attacher à réaliser dans ces prises de vue différents types de plans des enfants (gros plan, plan d'ensemble...) ;
  - observer avec eux les clichés réalisés : retrouver les lieux précis où ils ont été pris (dans la cour ? dans la classe ? où précisément ?). Leur faire préciser à chaque fois ce que montre la photo, ce qu'elle ne montre pas ;
  - proposer aux élèves de réaliser un reportage photographique sur l'école en choisissant les différents types de lieux, de situations. Prendre soin de leur faire adopter des angles de prises de vue variés. Proposer une réflexion collective sur les clichés réalisés.

AU CYCLE 3

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

- **Choisir une photo d'actualité d'un format assez grand :** la photocopier en la recadrant avec un cache en papier blanc. Demander aux enfants d'imaginer et de dessiner le hors-champ sur la photocopie. Comparer avec la photo initiale. Faire expliciter la notion de champ et de hors-champ.
- **Proposer à l'ensemble des élèves une photographie sans légende :** demander à chacun d'écrire une légende qui lui paraisse adaptée à cette image. Essayer de dégager si les élèves ont perçu ou non la même chose dans cette image et à partir de quels indices se sont constituées ressemblances et différences.
- **Visionner un extrait de reportage sur un sujet relatif au programme de géographie :** repérer et comparer les informations apportées par les images et celles apportées par le commentaire. De quels ordres sont-elles (description, données historiques, économiques...) ?

DANS LES PROGRAMMES [1]

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE

CYCLE 1

Percevoir, sentir, imaginer, créer
Adapter son geste aux contraintes matérielles (instruments, supports, matériels) (p. 16).

CYCLE 2

Pratiques artistiques
- **Arts visuels**
  « Leur enseignement s'appuie sur une pratique régulière et diversifiée de l'expression plastique, du dessin et la réalisation d'images fixes ou mobiles. Il mobilise des techniques traditionnelles (peinture, dessin) ou plus contemporaines (photographie numérique, cinéma, vidéo, infographie...) » (p. 19).

CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue
- utiliser ses connaissances pour réfléchir sur un texte (mieux le comprendre ou mieux l'écrire) ;
- rédiger un texte d'une quinzaine de lignes (récit, description, dialogue, texte poétique, compte rendu) ;
- savoir utiliser un dictionnaire.

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

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/04/2008.

LA RADIO : PRATIQUE D'ÉCOUTE ET PRODUCTION ORALE

Les jeux auditifs sont courants, en particulier à l'école maternelle. Ils s'appuient, la plupart du temps, sur la reconnaissance de sons familiers. Or, dans l'environnement sonore des élèves, les médias audiovisuels restent très présents. Ils sont caractérisés et identifiables par une qualité de sons qui leur appartient en propre.

DANS LES PROGRAMMES [1]

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE

CYCLE 1

Découvrir le monde
- se situer dans l'espace et situer les objets par rapport à soi ;
- utiliser des repères dans la journée, la semaine et l'année ;
- comprendre et utiliser à bon escient le vocabulaire du repérage et des relations dans le temps et dans l'espace (p. 16).

Percevoir, sentir, imaginer, créer
« Les activités visuelles et tactiles, auditives et vocales accroissent les possibilités sensorielles de l'enfant ; elles sollicitent son imagination et enrichissent ses connaissances et ses capacités d'expression ; elles contribuent à développer ses facultés d'attention et de concentration. » (p. 16).

CYCLE 2

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

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

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

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française
- s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ;
- comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient ;
- lire avec aisance… (p. 27)

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

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

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.

Apprendre à identifier et à nommer les sons entendus, prendre conscience des images qu'ils évoquent et savoir les expliciter participent à la mise en place d'une éducation aux médias et d'une éducation sensorielle. Produire une courte émission radiophonique avec les plus grands relève aussi de cette éducation.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

SAVOIR IDENTIFIER DIFFÉRENTS TYPES D'ÉLÉMENTS SONORES

- **Avec les élèves des classes maternelles, introduire dans les jeux auditifs habituels des éléments sonores radiophoniques, télévisuels, de jeux vidéo…** enregistrés ou provenant du téléviseur ou de la radio de la classe. Un enfant caché sous une table doit reconnaître le bruit proposé par les autres élèves ou l'enseignant. Jouer sur l'intensité du son : fort, faible, moyen. Jouer sur les effets : échos, distorsions…

AU CYCLE 2

FAVORISER LA PRATIQUE D'ÉCOUTE EN RÉALISANT UN DOCUMENTAIRE SONORE

- **Avec les élèves des classes élémentaires, dresser la liste des sons qu'ils rencontrent à l'école (rentrée des classes, cour de récréation, objet significatif de la classe, cantine…).** Enregistrer les sons déterminés avec le groupe à l'aide d'un petit magnétophone analogique ou numérique ou d'un ordinateur portable doté d'un micro. Au moment de la restitution, les élèves doivent reconnaître le lieu et/ou la période de la journée correspondant au son.

Il est possible de constituer une bibliothèque sonore numérique que l'on complète au fur et à mesure de l'année en faisant varier les thèmes (les sons provenant de différentes sources par exemple : télévision, radio, jeux vidéo…). On peut également proposer un podcast dont les sons placés chronologiquement induiraient le déroulement d'une journée type à l'école.

Cf. fiche « Créer son premier podcast avec Audacity » sur le site du CLEMI : www.clemi.org, rubrique « Production des élèves », sous-rubrique « radio et webradio ».

AU CYCLE 3

SENSIBILISER LES ÉLÈVES AUX TECHNIQUES DE LA COMMUNICATION ORALE À PARTIR DE SITUATIONS PRÉCISES

→ Il s'agit de sensibiliser les élèves aux techniques de la communication orale à partir de situations précises.

- **Rédiger et présenter un court bulletin d'information destiné aux autres classes et qui pourra être diffusé sur la sonorisation interne de l'école.** Choisir les sujets à partir de l'actualité trouvée dans la presse jeunes. Se documenter. Préparer les textes courts qui seront présentés en répondant aux questions suivantes : De quoi voulons-nous parler ? À qui adressons-nous ce message ? Pourquoi adresser ce message sous cette forme ? Sommes-nous suffisamment documentés sur le sujet ? Pourquoi ce message ? Comment le transmettre de façon vivante ?

Les réponses apportées à ces questions permettront de rechercher la meilleure forme radiophonique pour transmettre, partager une information, un point de vue : le reportage, l'interview, le commentaire…

Il est possible de mettre en ligne son bulletin météorologique commenté à l'aide d'un podcast.
Cf. fiche « Le bulletin météo en ligne », sur le site du CLEMI : www.clemi.org, rubrique « Production des élèves », sous-rubrique « radio et webradio ».

SE REPÉRER DANS LES IMAGES DE LA TÉLÉVISION

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

En partant de l'expérience personnelle des enfants, il s'agit dans cette fiche de proposer des activités qui permettent aux élèves de mieux appréhender leur activité de téléspectateurs.

PISTES PROPOSÉES...

AU CYCLE 1

COMMENCER À SÉRIER DIFFÉRENTS TYPES D'IMAGES

- **Enregistrer une série d'extraits de programmes télévisés connus des enfants, visionner ces extraits dans le cadre de la classe, et leur proposer de retrouver :** une publicité, la météo, un dessin animé, un documentaire animalier, un journal télévisé... Leur demander de justifier leur réponse.
- **À partir de l'adaptation télévisée d'un livre ou d'un album (*Babar* par exemple) :**

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

AU CYCLE 2

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

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

- **Avant de lancer des activités sur les images télévisuelles, il est intéressant d'interroger les élèves sur la façon dont ils regardent habituellement la télévision :** Où ? Quand ? Comment ? Avec qui ? Quoi ?
- **Les élèves regardent en continu les extraits (d'une durée moyenne de 2 minutes) :** Ont-ils reconnu des émissions ? Si oui, lesquelles ? Qu'ont-ils reconnu : la musique, les images, les personnages, l'animateur, le présentateur ? Parmi les émissions qu'ils reconnaissent, lesquelles regardent-ils le plus souvent ? À qui s'adressent-elles : aux adultes, aux enfants ? À partir d'un extrait reconnu par tous, demander aux élèves de décrire les indices visuels et sonores sur lesquels ils s'appuient pour identifier le sujet de l'extrait.

AU CYCLE 3

REPÉRER LA SPÉCIFICITÉ DE L'INFORMATION À LA TÉLÉVISION

- **Visionner un journal télévisé tout images sans consigne préalable :**

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

DANS LES PROGRAMMES [1]

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE

CYCLE 1

Découvrir le monde
- Se repérer dans le temps : *« La notion de simultanéité est abordée dans des activités ou dans des histoires bien connues ; la représentation (dessins, images) contribue à la mettre en évidence »* (p. 16) ;
- Comprendre et utiliser à bon escient le vocabulaire du repérage et des relations dans le temps et dans l'espace (p. 16).

CYCLE 2

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

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

CYCLE 3

Compétence 1 :
Maîtrise de la langue française
- s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ;
- prendre la parole en respectant le niveau de langue adapté.

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

Compétence 7 :
L'autonomie et l'initiative
- commencer à s'auto-évaluer dans des situations simples ;
- s'impliquer dans un projet individuel ou collectif (p. 28).

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.

LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS

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

DANS LES PROGRAMMES [1]

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE

CYCLE 1

S'approprier le langage
- comprendre un message et agir de façon pertinente ;
- nommer avec exactitude un objet ;
- prendre l'initiative de poser des questions ou d'exprimer son point de vue (p. 13).

Découvrir l'écrit
Identifier les principales fonctions de l'écrit : *« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports… (affiches, livres, journaux, revues, écrans…) »* (p. 13).

CYCLE 2

Maîtrise de la langue
- s'exprimer à l'oral en utilisant un vocabulaire approprié et précis ;
- lire seul et comprendre un énoncé ;
- écrire de manière autonome un texte de 5 à 10 lignes (p. 20).

Pratiques artistiques
Arts visuels (p. 19).

CYCLE 3

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

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

Compétence 6 : Compétences sociales et civiques
Prendre part à un dialogue : prendre la parole devant les autres, écouter autrui, formuler et justifier son point de vue (p. 28).

Source : (1) BOHS n° 3 du 19/06/2008.

Il s'agit de travailler sur un type d'images et de mettre en évidence les procédés utilisés en vue de transmettre des messages efficaces.

PISTES PROPOSÉES…

AU CYCLE 1

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

- **Partir de la découverte de différents types d'images trouvées dans la presse et rassemblées dans le « coin images » pour leur demander à quoi l'on reconnaît des publicités :**
  – dans les pages d'un journal ? Taille de l'image, écrit et image associés dans un cadre, produit reconnu…
  – à la télévision ? Lancement musical de la séquence de publicités, types d'images et de sons, rythme des histoires…
- **Proposer quelques publicités télévisées dont une à destination des enfants.** Au sein de la séquence diffusée, faire retrouver aux élèves une publicité pour une voiture, un produit alimentaire, un jouet ou autre… Connaissent-ils d'autres publicités ? Lesquelles ? D'après eux, pourquoi trouve-t-on ce type d'images à la télévision ?

AU CYCLE 2

INITIER À LA LECTURE DES MESSAGES PUBLICITAIRES

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

AU CYCLE 3

QUESTIONNER LE FONCTIONNEMENT D'UN MESSAGE PUBLICITAIRE

- **Reprendre les activités proposées pour le cycle 2 concernant l'analyse d'un spot télévisé en s'attachant plus particulièrement au message écrit et verbal :** il s'agit d'introduire la notion de slogan. Demander aux élèves de repérer dans les dialogues, dans les textes qui apparaissent à l'image ou en voix off, ce qu'ils ont retenu : Pourquoi (jeux de mots, répétition de son, phrase connue, déjà entendue…) ?
- **Sélectionner dans la presse magazine des publicités pour un même produit (par exemple eaux minérales, voitures, chaussures de sport…) et de marques différentes.** Mettre en évidence la distinction entre marque et produit. Demander aux élèves de remplir une grille de lecture pour chaque publicité comprenant quatre items : Quelle marque ? Quel produit ? Quel slogan ? Description de l'image : Que faut-il comprendre selon vous ? Mise en commun et confrontation des interprétations de chacun.
- **Proposer aux élèves :**
  – de créer un produit imaginaire, de lui donner un nom, d'en rédiger le slogan ;
  – de détourner une image publicitaire de sa fonction en la transformant (ajouts graphiques, collages d'éléments provenant d'autres images…).

L'INFORMATION MÉTÉO

Rituel tout autant qu'information, la météo tient une place particulière dans notre relation aux médias. Étudier la présentation de cette information dans des quotidiens, à la télévision ou sur Internet, peut être une bonne entrée pour la découverte des contenus des médias.

Ce travail à partir des médias contribue à une découverte des phénomènes climatiques et à améliorer la compréhension des informations météorologiques.

PISTES PROPOSÉES...

AU CYCLE 1

SE REPÉRER DANS LES PAGES D'UN JOURNAL. APPRENDRE À DÉCRYPTER UNE CARTE ET SES SYMBOLES

- **À la suite de la découverte du journal, on profitera du rituel matinal autour de la météo dans les classes pour faire retrouver aux élèves les pages météo dans des journaux du même jour (quotidien national ou régional, quotidien pour enfants). Ils précisent sur quels indices ils ont retrouvé la page.**

– découverte de la carte de France, de celle de la région ;
– identification des symboles : émettre des hypothèses sur les prévisions attendues ;
– acquisition de vocabulaire (ensoleillé, nuageux, pluvieux, orageux...). Comparer le temps annoncé dans le journal pour la journée et celui qu'il fait réellement aujourd'hui.

AU CYCLE 2

APPRÉHENDER LA SPÉCIFICITÉ DE L'INFORMATION MÉTÉO DANS LES MÉDIAS

- **Les activités proposées au cycle 1 sont reprises, accompagnées de nouvelles consignes :**

– demander aux élèves, une fois qu'ils ont trouvé la météo dans les pages du journal, de noter le nom du journal, la date de parution, le numéro de la page et le nom de la rubrique ;
– noter pour chaque journal le nombre de cartes et les zones géographiques représentées (France, région, département, Europe) ;
– mesurer et noter la place consacrée aux informations météorologiques dans chaque quotidien. Existe-t-il des différences importantes ? Émettre des hypothèses sur ces différences selon qu'il s'agit d'un quotidien pour enfant, d'un quotidien régional, national ;
– comparer les symboles : Sont-ils identiques d'un journal à l'autre ? Quels sont les phénomènes météo représentés ? Lire les températures : Où fera-t-il le plus chaud, le plus froid ? Peut-on connaître les prévisions pour demain et les jours suivants ?

AU CYCLE 3

DÉCOUVRIR UNE CARTOGRAPHIE PARTICULIÈRE ET UN VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE. ABORDER QUELQUES ÉLÉMENTS D'ANALYSE DE L'IMAGE

> PRÉALABLE : avoir réalisé un enregistrement de trois bulletins météo (France 2, France 3 Régions et Arte).

- **À partir du visionnage d'un bulletin, proposer aux élèves de noter les mots connus/inconnus.** Rechercher leur définition dans un dictionnaire : dépression, anticyclone, perturbation, rafale, ondée, brume...
- **Faire observer aux élèves les différences de présentation d'un bulletin à l'autre à partir d'une grille d'analyse simplifiée qui portera sur :**

– le présentateur : sa présence ou pas, son costume, son cadrage (est-il présenté en gros plan, en plan américain, en plan général ?), sa place par rapport au téléspectateur, son élocution (lente, rapide ?) ;
– la cartographie : nombre et ordre d'apparition des cartes, pays et régions représentés ;
– les symboles et l'affichage des températures : Quels sont les phénomènes météo représentés ?

Lors de la mise en commun, conduire une réflexion sur le rôle des informations météo dans la vie de tous les jours, dans les activités humaines... et sur la fiabilité de ces informations.

- **Rechercher sur Internet la météo de la journée et des jours suivants de sa ville, de sa région, ou d'un pays de son choix.** Quelles différences fait-on avec les bulletins observés précédemment ?

DANS LES PROGRAMMES [1]

COMPÉTENCES DEVANT ÊTRE ACQUISES EN FIN DE CYCLE

> CYCLE 1

Découvrir l'écrit
Identifier les principales fonctions de l'écrit : *« Les enfants découvrent les usages sociaux de l'écrit en comparant les supports... (affiches, livres, journaux, revues, écrans...) »* (p. 13).

Découvrir le monde
- utiliser des repères dans la journée, la semaine et l'année ;
- situer des événements les uns par rapport aux autres (p. 16).

> CYCLE 2

Découvrir le monde
Se repérer dans l'espace et le temps : *« Les élèves découvrent les formes usuelles de représentation de l'espace (photographies, cartes, mappemondes, planisphères, globes) »* (p. 18).

Compétence 3 : les principaux éléments de mathématiques et la culture scientifique et technologique
- écrire, nommer, ranger les nombres entiers... ;
- calculer : addition, soustraction, multiplications ;
- utiliser les unités usuelles de mesure : estimer une mesure ;
- être précis et soigneux dans les tracés, les mesures et les calculs (p. 20).

> CYCLE 3

Compétence 1 : Maîtrise de la langue française
- s'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis ;
- comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient ;
- lire avec aisance... (p. 27).

Compétence 3 : Les principaux éléments de mathématiques et la culture scientifique et technologique
- lire, interpréter et construire quelques représentations simples : tableaux, graphiques ;
- pratiquer une démarche d'investigation : savoir observer et questionner ;
- mobiliser ses connaissances dans des contextes scientifiques différents (p. 28).

Compétence 5 : culture humaniste
- identifier sur une carte et connaître quelques caractères principaux des grands ensembles physiques et humains de l'échelle locale à celle du monde ;
- lire et utiliser différents langages : cartes, croquis, graphiques, chronologie, iconographie (p. 28).

(1) Source : BOHS n° 3 du 19/06/2008.

LA UNE, UNE « IMAGE » DU JOURNAL À PARCOURIR D'UN SITE À L'AUTRE

RESSOURCES

Le Net offre des ressources multiples et parfois inattendues pour réfléchir sur la Une des journaux.

- En parcourant le site du CLEMI **(www.clemi.org)**, vous trouverez dans la rubrique :
  - **« Ressources pour la classe »**, sous-rubrique **« Site des médias »** : des liens avec les sites des médias inscrits à la Semaine de la presse et des médias dans l'école® pour accéder aux Unes de quotidiens et de magazines variés.
  - **« Semaine de la presse »**, sous-rubrique **« Accompagnement pédagogique » :** « Un jour en Europe », un document réalisé par *Courrier International* en 2001 proposant les Unes des 75 quotidiens d'information les plus vendus dans 15 pays de l'Union européenne ; toujours réalisées par *Courrier International* en 2008, ce sont les « 100 Unes » des 27 pays d'Europe qui sont présentées.
  - **« Ressources pour la classe »**, sous-rubrique **« Fiches pédagogiques » :** une séquence classique d'activités sur la Une qui permet de synthétiser rapidement les notions de base de l'information écrite.

- Le site du Syndicat de la presse quotidienne régionale offre à voir et permet d'imprimer chaque jour sous un format A4 la première page des quotidiens régionaux : **http://unes.spqr.fr**

- Un site propose les unes des quotidiens nationaux et quelques-unes de grands quotidiens régionaux : **www.revue2presse.fr/presse/quotidien**

- On trouvera sur les sites de presse **www.ouestfrance-ecole.com** et **www.presse-ecole.com** des exercices pour travailler sur les Unes des quotidiens *Ouest France* et *Le Télégramme de Brest*. Le site **www.pressealecole.fr** de l'Association Région Presse Enseignement Jeunesse propose une fiche pratique pour comparer les Unes des quotidiens régionaux.

- On accédera à un grand nombre de Unes internationales du jour sur le site : **www.newseum.org/todaysfrontpages**

- Les rubriques (ressources, kiosque, outils, pistes, fiches...) des sites académiques du CLEMI proposent des pistes d'activités sur le thème, comme par exemple :
  - Opération kiosques - Travailler sur les Unes de la presse nationale et internationale : **www.crdp.ac-grenoble.fr/clemi**
  - La création d'une Une en maternelle **www.clemi.ac-aix-marseille.fr**
  - La composition de la Une : **www.ac-bordeaux.fr/pedagogie/education-aux-medias-clemi.html**
  - Le concours de unes de l'académie de Créteil : **www.crdp.ac-creteil.fr/animation/une/consignes**

- Un ouvrage aborde les modifications des fonctions des Unes lors de leur changement de support : *Du papier à l'Internet : Les Unes des quotidiens*, de Daniel Salles et Olivier Dufaut, SCÉRÉN-CNDP/CLEMI, 2010.

ACTIVITÉS

La Une, vitrine du journal, se présente comme une image. Elle est vue avant d'être lue, elle doit attirer le regard des lecteurs et les aider à se repérer dans le journal. Voici trois types d'activités permettant d'exploiter et d'analyser la Une des journaux dès le cycle 2 de l'école primaire. Il s'agit de conduire des élèves, encore non lecteurs ou débutants, à considérer cette première page comme une « image complexe » aux codes spécifiques.

1. La Une d'un journal, qu'est-ce que c'est ?

Objectif : mettre en évidence les invariants de la Une
Public : GS/CP/CE1
Matériel : différents numéros d'un même journal
Organisation : 3 groupes disposant de plusieurs numéros du même journal

Chaque groupe observe les différentes Unes et essaie de trouver, soit en les coloriant soit en les entourant, les éléments communs à toutes les Unes.

- Après la prise en compte de toutes les remarques, mettre en évidence au tableau les invariants : nom du journal, logo, date, prix et leur emplacement dans la page.
- Observation des images et constats : les publicités sont le plus souvent placées aux mêmes endroits, on retrouve toujours le même nombre de photos (2 ou 3)...

2. L'écrit dans la page de Une

Objectif : prendre conscience des différentes tailles de caractères des écrits de la Une et de leurs fonctions (titre, accroche, rapport texte-image)
Public : CP/CE1
Matériel : différents numéros d'un même journal
Organisation : collectif

Observation des différentes Unes et constats.

- Mise en évidence de l'utilisation de différents caractères typographiques (taille et graisse). S'interroger sur leurs fonctions : les gros titres pour attirer l'attention du lecteur ou de l'acheteur sur le contenu du journal ; les accroches qui renvoient à la lecture des pages intérieures ; les légendes des photographies placées en dessous ou à côté pour mieux comprendre de quoi il s'agit.

3. Reconstitution d'une page de Une

Objectif : reconstituer en utilisant ses connaissances une page de Une en tenant compte des emplacements potentiels des différents éléments
Public : GS/CP/CE1
Matériel : feuilles polycopiées, ciseaux, colle

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

DÉBUTER UNE ACTIVITÉ D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Si vous souhaitez vous lancer dans l'éducation aux médias, nous vous proposons de participer à des activités, coordonnées par le CLEMI, qui ont fait leurs preuves et qui permettent de procéder progressivement en suivant votre rythme. Elles favorisent ce que le socle commun de connaissances et de compétences nomme les compétences « sociales et civiques » et « l'autonomie et l'initiative des élèves ».

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

Les enseignants de tous niveaux et de toutes disciplines sont invités, au mois de mars de chaque année, à participer à la Semaine de la presse et des médias dans l'école®. Les enseignants inscrits reçoivent gratuitement les exemplaires des journaux qu'ils auront sélectionnés sur le site du CLEMI en janvier. Temps fort d'éducation aux médias, elle a pour objectif d'aider les élèves, de la maternelle aux classes préparatoires, à comprendre le système des médias, à former leur jugement critique, à développer leur goût pour l'actualité et à forger leur identité de citoyen.

Vous pouvez :

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

> Plus d'informations et des vidéos présentant des actions réalisées dans les classes dans la rubrique « Semaine de la presse » sur le site du CLEMI.

DES ÉLÈVES ACTEURS DE LEURS MÉDIAS

Chaque année, des milliers d'élèves réalisent eux-mêmes, avec l'aide de leurs enseignants, des journaux, des émissions de radio ou de télévision, des sites Web.

Motivés par la perspective d'être lus, vus ou entendus, ils élaborent une œuvre collective où chacun apporte ses talents particuliers et s'enrichit des aptitudes des autres, où chacun est amené à lire, écrire et argumenter dans une situation réelle. C'est aussi l'occasion pour eux de réinvestir des savoirs disciplinaires et d'utiliser les techniques de l'information et de la communication. Et quel meilleur moyen que de produire un média pour comprendre le fonctionnement des médias professionnels ? C'est pour les élèves un exercice complet et, pour le professeur, une autre manière d'enseigner.

Pourquoi ne pas vous familiariser avec ce type d'activité en vous joignant, au choix, à un dispositif existant comme *fax !* ou *Cyberfax ! Le journal junior international à distance*, en profitant de la Semaine de la presse et des médias dans l'école® pour lancer un projet avec vos élèves, en les faisant participer à un dispositif local, comme les « Classes presse » (académies de Rennes, de Caen et de Nantes), *Typo* (académie de Dijon), ou *Dix-15* (académie de Clermont-Ferrand), pour n'en citer que quelques-uns. Vous pouvez aussi faire un galop d'essai en créant une Une ou une double page, en produisant une édition unique papier ou en ligne sur une thématique ou un fait d'actualité. Vous pouvez aussi réaliser une émission radiophonique ponctuelle qui pourra être diffusée sur une radio associative ou publique locale ou encore une webradio. Enfin, l'aventure d'un journal ou d'un blog peut démarrer avec quelques pages et quelques rubriques pour s'étoffer progressivement *(voir page 37)*.

> Plus d'informations ? Consultez le site du CLEMI sur www.clemi.org ou prenez contact avec le coordonnateur académique du CLEMI de votre académie ***(voir pages 50 et 51).***

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS AU COLLÈGE ET AU LYCÉE

1 - AU COLLÈGE : THÈMES D'ACTIVITÉS EN RELATION AVEC LES PROGRAMMES

Thèmes des activités	DISCIPLINES ET NIVEAUX	
Un média à travers ses sites	• **Français**	**Pour l'ensemble des cycles -** Découvrir et étudier des textes documentaires et des textes de presse
	• **Technologie**	**Cycle central -** Rechercher, recenser, sélectionner et organiser des informations pour les utiliser **3e -** Distinguer les différents types de documents multimédias en fonction de leurs usages
	• **Éducation civique**	**6e -** Dans le cadre de la Semaine de la presse, mener un débat sur des questions d'actualité (recherche d'informations, rédaction d'un argumentaire...) **Cycle central -** Pour exploiter l'actualité, le professeur propose l'étude d'extraits d'articles de journaux, de sites Web... **3e -** Opinion publique et médias... le rôle d'Internet
À la Une des journaux	• **Français**	**4e -** Étude de l'image : approfondir les rapports entre texte et image autour de la notion d'ancrage... (caricature, dessin d'humour ou dessin de presse) **3e -** Rédaction d'un article de presse
	• **Éducation civique**	**6e -** Dans le cadre de la Semaine de la presse, mener un débat sur des questions d'actualité (recherche d'informations, rédaction d'un argumentaire...) **4e -** Pour exploiter l'actualité, le professeur propose l'étude d'extraits d'articles de journaux de l'année scolaire...
	• **LVI**	**Paliers 1 et 2 -** Exploitation de toutes sortes de documents authentiques et actuels (notamment à travers Internet : presse écrite, radiophonique et télévisée...)
Traitement d'un événement dans les médias	• **Français**	**Cycle central -** Développer la capacité et le goût d'écrire, en faisant rédiger des textes variés. Initiation à la grammaire du texte et de l'énonciation **3e -** Rédaction d'un article de presse
	• **SVT**	**Pour l'ensemble des cycles -** Développer une démarche critique vis-à-vis des images et des informations apportées par les médias, sur le monde naturel, les sciences...
Le fait divers	• **Français**	**Cycle central -** Développer la capacité et le goût d'écrire, en faisant rédiger des textes variés. Rédaction de récits à contraintes narratives particulières : changement de points de vue, variations chronologiques. - Rédaction d'un article de presse...
	• **Éducation civique**	**4e -** Exploiter un événement judiciaire d'actualité et sa couverture par des médias
Les sources des informations	• **Histoire-géographie**	**Pour l'ensemble des cycles -** Pratique et examen critique des différentes sources du savoir historique
	• **Découverte professionnelle**	**3e -** S'informer, analyser : repérer des sources d'information et de conseil (annuaires, organigrammes)...
La place des débats dans les médias	• **Français**	**Pour l'ensemble des cycles -** Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : ... celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale... et des textes de presse. Dans la mesure du possible, l'enseignant de français associe le professeur documentaliste à sa démarche.
	• **Éducation civique**	**3e -** Thème 3 du programme. Opinion publique et médias : partir des questions d'actualité prises dans la vie politique et sociale (un débat politique, une élection, une manifestation, un congrès, un sondage, etc.)
Le journal télévisé	• **Français**	**6e -** Étude de l'image : faire prendre conscience de l'existence de différents types d'images fixes et animées (tableaux, photographies publicité, BD, films...)
	• **Éducation civique**	**6e -** Dans le cadre de la Semaine de la presse, connaître un média d'information **Cycle central -** Exploiter l'actualité en fonction du programme : proposer l'étude d'extraits d'articles de journaux de l'année, de documents audiovisuels, de sites Web... **3e -** Opinion publique et médias... la diversité et le rôle des médias
	• **LVE**	**Palier 1 -** Exploitation de toutes sortes de documents authentiques et actuels à travers Internet : presse écrite, radiophonique, télévisée (...)
Images et visuels d'information : diversité et spécificité	• **Technologie**	**6e -** Montrer comment la numérisation de l'information développe la convergence technologique (photo, téléphonie, télévision...) et favorise sa diffusion **Cycle central -** Rechercher, recenser, sélectionner et organiser des informations pour les utiliser **3e -** Distinguer les différents types de documents multimédias en fonction de leurs usages
	• **Éducation civique**	**6e -** Dans le cadre de *la Semaine de la presse*, mener un débat sur des questions d'actualité (recherche d'informations, rédaction d'un argumentaire...) **Cycle central -** Pour exploiter l'actualité, le professeur propose l'étude d'extraits d'articles de journaux, de sites Web... **3e -** Opinion publique et médias... le rôle d'Internet
Les rôles de la publicité dans les médias	• **Français**	**Pour l'ensemble des cycles -** Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : information et textes de presse **4e -** Étude de l'image : approfondir les rapports entre texte et image autour de la notion d'ancrage... (caricature, dessin d'humour ou dessin de presse)
	• **Éducation civique**	**6e -** Dans le cadre de *la Semaine de la presse*, mener un débat sur des questions d'actualité (recherche d'informations, rédaction d'un argumentaire...) **5e -** Répondre aux questions que l'actualité peut susciter de la part des élèves **4e -** Pour exploiter l'actualité, le professeur propose l'étude d'extraits d'articles de journaux de l'année scolaire...

Dans l'enseignement secondaire, les références à l'éducation aux médias sont présentes dans de nombreuses disciplines, en particulier dans les programmes du bac professionnel en trois ans *(voir p. 36)* et les enseignements d'exploration en classe de seconde *(voir p. 35)*. Au collège comme au lycée, vous pourrez expérimenter des activités envisageables dans le cadre des instructions officielles en vous aidant des tableaux (1 et 2). Les activités présentées ici offrent des exemples d'opportunités pédagogiques, tant du point de vue des acquisitions liées aux disciplines que de celui des compétences sociales et civiques inscrites dans le socle commun. L'ensemble de ces activités seront engagées par et avec les professeurs documentalistes dont la fonction intègre tout naturellement l'éducation aux médias *(voir p. 22)*.

2 - AU LYCÉE : THÈMES D'ACTIVITÉS EN RELATION AVEC LES PROGRAMMES

Thèmes des activités	DISCIPLINES ET NIVEAUX	
Un média à travers ses sites	• **ECJS**	2de - S'appuyer sur l'histoire et l'actualité
	• **Géographie**	1re (séries L, ES, S) - Utilisation des TICE de manière critique
	• **LVE**	2de - Utilisation des registres de langues dont la langue journalistique
	• **B2i**	Domaine 4 - S'informer, se documenter
	• **Français**	Bac Pro 2de - Distinguer information, commentaire, prise de position, s'interroger sur le contexte de production d'une information...
	• **Littérature et société ***	2de - Donner aux élèves les moyens d'utiliser la presse et les nouveaux médias
À la Une des journaux	• **ECJS-Éducation civique**	2de - S'appuyer sur l'Histoire et l'actualité ; constituer un dossier de presse CAP - Un grand événement à partir de la une des journaux
	• **Français**	Bac Pro 1re - Traiter et analyser une information : repérage, sélection, reformulation, hiérarchisation...
	• **LVE**	2de - Utilisation des registres de langues dont la langue journalistique Bac Pro - Comprendre les titres des médias étrangers, saisir l'essentiel d'un message publicitaire...
	• **Littérature et société**	2de - Place et rôle des médias dans la société
Traitement d'un événement dans les médias	• **Physique-chimie**	2de - Connaissance de l'actualité scientifique
	• **ECJS**	2de, 1re - L'actualité comme matière première de l'ECJS
	• **SVT**	Terminale (série S) - La presse de vulgarisation scientifique peut être soumise à un examen critique
	• **LVE**	1re - Identifier la pertinence d'une information, d'un article ou d'un reportage
	• **Prévention-Santé-Environnement**	Bac Pro - Rechercher, décoder, traiter l'information ; analyser des articles de journaux
	• **Biotechnologie ***	2de - Aborder l'actualité scientifique par des films, des articles scientifiques...
Le fait divers	• **Littérature et société ***	2de - Les messages médiatiques (fait divers, information ou émotion ?)
	• **Français**	2de,1re (séries L et technologiques) - Chapitre « L'éducation aux médias » Bac Pro 2de - Rédiger un article de presse (reportage, fait divers, brève)
	• **LVE**	Bac Pro - Comprendre l'essentiel d'une brève, d'un fait divers...
	• **ECJS**	2de - Évocation d'une grande affaire judiciaire
Les sources des informations	• **SVT**	Terminale (série S) - La presse de vulgarisation scientifique peut être soumise à un examen critique
	• **Français**	Bac Pro 2de - S'interroger sur le contexte de production d'une information, identifier les sources
	• **Histoire et géographie**	2de - S'exercer à une réflexion critique sur les sources de nature différente
	• **Littérature et société ***	2de - Travailler sur les messages médiatiques (la circulation de l'information et les réseaux sociaux)
	• **LVE**	1re, Terminale (2012) - Synthétiser des informations de sources diverses
La place des débats dans les médias	• **SVT**	2de - Comprendre les éléments d'un débat. Manifester un intérêt pour la vie publique
	• **Littérature et société ***	2de - Faire découvrir aux élèves différentes formes de la parole publique
	• **Français**	2de, 1re (séries générales et technologiques) - Les « questions d'énonciation » dans les textes, les discours et les dispositifs médiatiques. Bac Pro Terminale - Comprendre comment la mise en scène de la parole contribue à son efficacité
	• **Philosophie**	Terminale - Mettre en œuvre une conscience critique du monde contemporain
	• **ECJS**	Terminale - Débat argumenté portant sur des questions suscitées par l'actualité
Le journal télévisé	• **Littérature et société ***	2de - Le journal télévisé : quelle écriture de l'actualité ?
	• **LVE**	Bac Pro - Comprendre les grandes lignes d'un journal télévisé
	• **Enseignement scientifique**	1re (séries L et ES) - Utiliser des arguments scientifiques pour confirmer ou infirmer certaines affirmations véhiculées dans les médias
	• **ECJS**	Terminale (séries L, ES, S) - Analyse et questionnement de l'information
	• **Français**	Bac Pro 2de - S'intéresser à l'actualité, lire la presse, regarder un journal télévisé...
	• **Programme de santé et social ***	2de - Exploitation d'articles scientifiques de « vulgarisation », de supports médiatiques
Images et visuels d'information : diversité et spécificité	• **Littérature et société ***	2de - Images et langage : donner à voir ; étudier les différents statuts de l'image, les différents types de relations entre textes et images
	• **Méthodes et pratiques scientifiques ***	2de - Science et vision du monde ; images fixes et images mobiles
	• **Français**	2de et 1re (séries L) - Être capable de lire et d'analyser des images
	• **Arts appliqués et cultures artistiques**	Bac Pro - Connaître les composants plastiques et sémantiques de l'image
	• **Physique-chimie**	1re (série STL) - Qu'est-ce qu'une image ? Terminale (série S) - Produire des images, observer
	• **Enseignement scientifique**	1re (série L) - Un des deux thèmes est la représentation visuelle du monde
Les rôles de la publicité dans les médias	• **Arts**	Nombreuses mentions de la publicité dans les programmes
	• **SES**	Terminale (série ES) - Conduire l'élève à la connaissance et à l'intelligence des économies et des sociétés contemporaines
	• **Arts appliqués et cultures artistiques**	CAP - Design de communication : étude d'une campagne publicitaire
	• **LVE**	Bac Pro - Comprendre et réaliser un message publicitaire

* Enseignement d'exploration

LES PROFESSEURS DOCUMENTALISTES ET L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Les professeurs documentalistes contribuent à l'éducation aux médias comme leurs collègues enseignants de discipline. Au CDI, les supports produits par les différents médias constituent des ressources au service des apprentissages et des vecteurs d'ouverture vers l'actualité et le monde pour les élèves.

En 2005, la circulaire sur la Semaine de la presse et des médias dans l'école®, dont ils sont souvent les relais locaux, rappelait que « *la fréquentation du CDI est implicite dans beaucoup d'activités liées à l'éducation aux médias et mentionnées dans les programmes et compléments de programmes, telles que la lecture de l'image, la découverte des différents médias, la lecture d'articles de presse, la recherche d'information.* » Divers rapports ont aussi souligné leur nécessaire contribution et leur rôle spécifique dans l'équipe éducative.

UNE ÉDUCATION PAR ET AUX MÉDIAS

Les collections de périodiques, vidéogrammes, quotidiens d'actualité (surtout dans les lycées) et les ressources numériques de l'Internet (dont les sites de la presse et les blogs d'actualité) proposées au CDI servent d'appui pour les enseignements disciplinaires en collège et au lycée dans toutes les filières.
Le professeur documentaliste est amené à conduire une politique d'acquisition de « supports médias » et de signalement de ressources numériques en collaboration avec les professeurs et en liaison avec leurs besoins et ceux des élèves.

L'utilisation de ces ressources nécessite une formation des élèves à la maîtrise des sources d'information dont le professeur documentaliste est chargé en collaboration avec ses collègues (capacité à distinguer les sources, les évaluer, sélectionner les informations, les exploiter, en faire une synthèse en vue de productions documentaires diverses), composante d'une culture de l'information globale.

Dans ce contexte, la fameuse règle des 5W est utilisée par le professeur documentaliste comme une technique pour prélever l'information, alors qu'elle est une règle d'écriture d'un genre de discours pour le professeur de français. Ainsi, chacun apporte son regard et ses objectifs spécifiques dans les activités menées avec les élèves et il est important d'y avoir réfléchi pour collaborer efficacement.

Le travail sur les supports de la presse d'actualité imprimés, audiovisuels ou numériques, ne saurait se limiter à cette entrée « documentaire » en raison de sa fonction sociale, de son rôle dans la formation de l'opinion et des enjeux politiques, économiques et sociaux qu'elle véhicule.

Les professeurs documentalistes contribuent donc aussi à une éducation aux médias visant le développement du jugement critique, l'autonomie intellectuelle et la citoyenneté. Ils ont ainsi une double « posture » qui offre de nombreuses occasions d'intervention en liaison avec leurs collègues enseignants.

Leur formation initiale intègre des savoirs et une réflexion sur les médias (typologie, contextes de production, enjeux, aspects juridiques et éthiques) adossés aux sciences de l'information et de la communication et sur l'éducation aux médias, ce qui leur permet d'apporter des savoirs spécifiques, au-delà de savoir faire dans les séquences organisées autour des médias.

DU PONCTUEL AU PROJET AU LONG COURS : UNE DIVERSITÉ D'ACTIONS ET D'OBJECTIFS

L'expérimentation menée en 2006 avec des documentalistes de divers établissements, consultable en ligne sur le site du CLEMI (rubrique « Dans les classes »), illustre la variété des entrées dans l'éducation aux médias : sur supports imprimés, audiovisuels et en ligne (notamment les activités autour de la télévision, toutes émissions confondues). Les professeurs documentalistes facilitent les contacts avec les professionnels, et peuvent apporter leur aide à la publication de journaux scolaires, de blogs... aussi bien en collège qu'en lycée, niveau qui permet des activités réflexives approfondies. Les pratiques numériques des jeunes (et notamment l'utilisation massive des réseaux sociaux), doivent conduire l'école à intégrer celles-ci afin d'amener les élèves à des usages raisonnés, efficaces, responsables et juridiquement respectueux de l'information et des personnes.

De la séance ponctuelle à l'organisation du « kiosque presse » au CDI lors de la Semaine de la presse et des médias dans l'école®, de la revue de presse régulière avec des élèves dans le cadre de leur formation (STG, BTS...) au projet média, voire à la classe « presse » à l'année, la collaboration peut prendre des formes et des temps de travail modulables et viser des objectifs très variés. Tous les dispositifs pédagogiques et éducatifs en vigueur dans le second degré sont autant d'occasions de traiter de thèmes médiatiques, y compris dans leurs dimensions émotionnelle et sociale.

Les enseignants de discipline ne doivent pas hésiter à construire des partenariats avec les professeurs documentalistes pour qui l'éducation aux médias est une de leurs missions et une composante de la politique documentaire de l'établissement (acquisitions et formations en lien avec le CDI).

FRANÇOISE CHAPRON
Maître de conférences à l'IUFM de Haute-Normandie,
Université de Rouen

LE CONSEILLER PRINCIPAL D'ÉDUCATION, PROMOTEUR D'UNE ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Organiser, conseiller, accompagner, communiquer, animer… Autant de verbes qui témoignent à la fois de la variété et de la vitalité des missions du CPE. Celles-ci l'amènent certes à utiliser les nouvelles technologies dans son travail quotidien mais aussi à contribuer à la mise en œuvre d'un projet éducatif global en partie dédié aux médias.

1. LA FONCTION DE CPE S'ARTICULE AUTOUR DE PLUSIEURS PÔLES

La circulaire n° 82-482 du 28 octobre 1982 explicite les missions du CPE dans l'établissement scolaire du second degré. On connaît mieux sa mission d'organisation et de contrôle des activités des personnels chargés des tâches de surveillance, ou celle de suivi individuel et collectif des élèves. On connaît moins bien sa mission de communication et d'animation au sein de l'établissement.
Or, le CPE a un rôle de tout premier plan en matière de socialisation démocratique. Il se soucie de l'amélioration du vivre ensemble, à la fois par la variété et la qualité des activités éducatives menées (qui visent le dialogue, l'intercompréhension, le respect mutuel) et par la mise en œuvre du règlement intérieur.
Il propose aussi des actions d'information et de prévention. De ce point de vue, dans le cadre partenarial du comité d'éducation à la santé et à la citoyenneté (CESC) ou de sa propre initiative, il propose au chef d'établissement des actions ciblées sur l'éducation aux médias.

2. LA CONTRIBUTION DU CPE À L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Parce qu'il situe son action éducative au plus près des élèves, parce qu'il est également proche des familles, le CPE a toute sa place dans l'éducation aux médias. Sans en être nécessairement un spécialiste, il est sensibilisé lors de sa formation initiale et continue à l'évolution des médias, à leurs enjeux sur le plan de la circulation des connaissances, aux bénéfices procurés aux élèves mais aussi aux dérives engendrées par une utilisation non maîtrisée des nouvelles technologies. En lien avec les enseignants et en particulier avec le professeur documentaliste, il peut encourager le développement d'un axe spécifique du projet d'établissement consacré à l'éducation aux médias. Cet axe pourrait de manière pertinente se situer dans le large volet « citoyenneté » du projet d'établissement.
Il pourrait recouvrir les points suivants :

- L'apprentissage des nouvelles technologies : quels outils pour quelle(s) utilisation(s) ;
- L'accompagnement pédagogique : comment faciliter cet apprentissage pour tous les élèves ;
- L'éducation aux médias dans ses aspects juridiques ;
- La prévention des conduites à risques : Le développement d'une vigilance institutionnelle, dans le cadre scolaire, et parallèlement, d'une vigilance parentale.
- La promotion des médias dans l'établissement : sur un plan pédagogique : environnement numérique de travail, salle pupitre, utilisation d'un tableau blanc interactif, cahier de textes électronique, etc. ; sur un plan plus ludique faisant appel au volontariat des élèves : site Internet de l'établissement, journal scolaire, club multimédia.

Ces différentes propositions témoignent d'une variété des possibles activités et d'un appel à l'initiative et à la participation active de chacun. Le projet d'établissement est un outil indispensable qui va offrir une médiatisation de ces activités et une cohérence d'ensemble. Ces propositions sont aussi un moyen intéressant de favoriser les rapprochements entre l'école et les familles, entre les adultes et les élèves, aussi entre les personnels eux-mêmes qui trouvent là une possibilité de collaborer, de développer des actions communes ou complémentaires au service des élèves.

3. QUELQUES PISTES D'ACTION

L'année scolaire est rythmée par un certain nombre de temps forts qu'il s'agit d'accompagner et de mettre en valeur.

a) La période de rentrée scolaire :

- La préparation d'une rentrée accueillante et les élections des délégués sont aussi une occasion de recourir aux outils de communication, notamment multimédia (vidéo, son, affichage électronique, canal télévisuel de diffusion…) pour la présentation au jeune élève de son nouveau cadre et des actions de sensibilisation dans les classes afin de préparer les élections.

b) Le 1er trimestre :

- C'est le début de la formation des élèves délégués et l'occasion d'un travail sur la prise de parole en public, la communication, la restitution des informations…
- Très vite dans l'année, il est utile d'envisager un travail dans chaque classe sur le respect de la charte informatique.
- Un travail collectif sur la préparation d'actions de prévention peut être initié : dans les domaines de la santé, de l'utilisation raisonnée et raisonnable des médias…
- Le lancement ou la relance des activités associatives dans le cadre du foyer socio-éducatif (FSE) ou de la Maison des Lycéens (MDL) est également à prévoir : journal de l'établissement et/ou journal des délégués, club journal pour tous les élèves (en version papier ou en ligne), club vidéo, club photo, club presse (en liaison avec le centre de documentation et d'information – CDI).

c) Les 2e et 3e trimestres :

- On suggérera l'organisation de débats avec l'utilisation d'outils multimédias (débats organisés pendant les cours, notamment en ECJS, en français, en SVT, en philosophie…, ou dans le prolongement des cours, lors d'une rencontre avec des intervenants extérieurs…).
- La participation à la Semaine de la presse et des médias à l'école : organisation de plusieurs manifestations (lecture commentée de la presse ; travail spécifique sur la notion d'information : son accès, sa construction et l'analyse qui peut en être faite…).
- Une contribution aux journées d'information : orientation, forum carrières, journées portes ouvertes de l'établissement.

Les possibilités d'action dans le domaine de l'éducation aux médias sont nombreuses et variées. Leur mise en œuvre et leur réussite sont liées à l'implication forte de tous les acteurs et à un soutien affirmé de l'équipe de direction et du CPE qui faciliteront ce projet éducatif tout au long de l'année.

SYLVIE CONDETTE
Maître de conférences, Université Lille-3

UN MÉDIA À TRAVERS SES SITES

Aujourd'hui, la majorité des médias (papier et audiovisuel) ont une version en ligne. Le support Internet conditionne des stratégies nouvelles de présentation et de contenu, rendues possibles par les différents niveaux de lecture induits par la technique.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

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

Technologie [1]
- **6e** - Montrer comment la numérisation de l'information favorise le développement et l'intégration de technologies convergentes (p. 14).
- **Cycle central** - Rechercher, recenser, sélectionner et organiser des informations pour les utiliser (p. 19 et 22).
- **3e** - Distinguer les différents types de documents multimédias en fonction de leurs usages (p. 27).

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

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

LYCÉE

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

Géographie [1]
- **1re (séries L, ES, S)** - Utilisation des TICE de manière critique (p. 20).

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

B2i [3] **Domaine 4 :**
- S'informer, se documenter (p. 1446) ;
- Identifier, trier et évaluer des informations (p. 1447).

Français Bac Pro [4]
- **2de** - Distinguer information, commentaire, prise de position, s'interroger sur le contexte de production d'une information... (p. 3).

Littérature et société [5]
- **2de** - Donner aux élèves les moyens d'utiliser la presse et les nouveaux médias (p.6).

Sources : (1) BOHS n°9 du 30/09/2010. (2) BOHS n° 4 du 29/04/2010. (3) B2i Lycée BO n° 29 du 20/07/2006 et BOHS n° 6 du 29/08/2006. (4) BO spécial n° 2 du 19/02/2009. (5) BO spécial n°4 du 29/04/2010.

Cette fiche se propose de montrer comment les médias utilisent les logiques d'Internet pour modifier et enrichir leurs propositions éditoriales.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR LES FONCTIONS D'UNE PAGE D'ACCUEIL D'UN MÉDIA

- **Repérer sur la page d'accueil du média :**
  - comment l'offre est proposée : la structuration des données, les dénominations, les découpages ;
  - identifier les différentes rubriques présentées (actualité, services, informations, archives...).
- **Comparer la version en ligne d'un journal et son édition papier :** citer les éléments absents de la version papier (liens vers d'autres sites, forums de discussion, blogs, archives...), de la version en ligne (BD, jeux...). Comment les images sont-elles déclinées sur la version en ligne ? Quelles sont leurs fonctions ? Comment la hiérarchisation est-elle donnée à voir ? Sous quelle forme ? Quelles sont les différentes informations proposées ? Quelles sont les différences principales avec le média dans sa forme habituelle (nombre d'informations, visibilité...) ?
- **Étudier la page d'accueil d'une chaîne de télévision :** Comment est-elle construite (éléments constitutifs, place accordée à l'image, identité graphique...) ? Quelle est l'offre proposée (type de services offerts et leurs liens avec la chaîne) ? Quels sont les apports du site et son rôle par rapport à la diffusion à l'antenne ?

AU LYCÉE

ÉTUDE DE L'ÉCRITURE HYPERTEXTE SUR UN SITE DE MÉDIA

- **Circulation dans les pages, dans les données (liens, archivages, périodicité...) :**
  - à partir de la lecture d'un article publié sur un site de presse, identifier les liens proposés autour de cet article : les activer l'un après l'autre, déterminer s'il s'agit de texte, d'image, de vidéo, de son. Introduire la notion d'écriture multimédia. Noter pour chaque document son mode d'écriture, son titre et sa date de publication ;
  - étudier la périodicité et l'archivage de l'information. Quelles sont leurs relations internes (chronologiques, complémentaires, expressions de points de vue différents) ?
  - à partir du site d'une chaîne de télévision ou d'une radio, observer l'offre proposée : information sur le média, émissions podcastables, liens avec d'autres sites, offres commerciales, publicités, place accordée aux téléspectateurs ou auditeurs... Quelles évolutions d'usage cela occasionne-t-il pour le récepteur ?

- **Découvrir un webdocumentaire :**
  - observer l'un d'entre eux, de plus en plus présents sur les sites des médias (le monde.fr, arte.tv, france5.fr...), pour dégager l'identité éditoriale spécifique de ce nouveau mode d'informer : la narration n'y est plus linéaire, mais sémantique, l'internaute revenant à sa guise à n'importe quel point du documentaire ou visionnant l'intégralité du support en plusieurs fois : ne se rapproche-t-il pas un peu du livre ?
  - il intègre également tout type de format dans sa création : rechercher lesquels (photos, textes, illustrations, vidéos, bande-son). Enfin, il combine souvent séquences linéaires et nouveaux usages d'Internet (liens hypertextes, partage, interactivité), afin de donner une part centrale à l'internaute et recueillir directement son sentiment.
  - Comment l'information circule-t-elle dans un webdocumentaire ? On le qualifie parfois de « nouvel horizon du journalisme » : qu'en pensez-vous ?

À LA UNE DES JOURNAUX

La Une joue un rôle très particulier. Porteuse de l'identité du journal par son nom, sa maquette, elle est aussi la vitrine qui donne envie de connaître le contenu des pages intérieures. Elle témoigne du choix et de la hiérarchisation qu'une rédaction propose à partir des informations du jour.

Cet exercice permet une première approche du caractère sélectif et subjectif de l'information de chaque journal, selon sa sensibilité, sa ligne éditoriale et les lecteurs auxquels il s'adresse. Il est nécessaire pour ce type d'exercice de comparer des Unes de quotidiens d'un même jour.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

MISE EN ÉVIDENCE DU RÔLE DE LA PRESSE COMME VECTEUR DU PLURALISME DES OPINIONS DANS UNE SOCIÉTÉ DÉMOCRATIQUE

- **Travailler sur l'organisation des Unes et les modes de lecture proposés.** Malgré la grande diversité des Unes, repérer les éléments communs : bandeau ou *streamer* (placé tout en haut dans la page il occupe généralement toute la largeur du journal. On y annonce parfois un cahier hebdomadaire, une rubrique spéciale...), manchette (nom et logo du journal, date du jour, numéro, prix)... Dans certains quotidiens, on considère que le gros titre barrant la Une fait partie de la manchette. Oreille (espace encadré situé dans un coin supérieur de la Une), accroche (élément de texte mis en valeur afin d'attirer l'attention du lecteur, rivière de titres en colonnes), illustrations, sommaire, publicité...
- **Le choix et la hiérarchisation de l'information.** Relever et comparer les titres à la Une des quotidiens. Sélectionner les trois plus gros titres de chaque journal. Quels sont les sujets les plus importants ce jour-là ? Sont-ils identiques pour l'ensemble des journaux étudiés ? Les titres sont-ils accompagnés d'articles, de surtitres, de sous-titres, de photos, d'illustrations ou de renvois en pages intérieures ? Dans quelles rubriques sont-ils développés : s'agit-il des mêmes rubriques d'un journal à l'autre pour un même sujet ?
- **Le point de vue exprimé par le choix des titres et des photos.** Relever les unités de sens contenues dans chaque titre (réponses aux questions de référence : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Pourquoi ? Comment ?). Identifier les procédés utilisés (présupposés, allusions, invitations à la lecture), noter les effets de style (jeu de mots, vocabulaire émotionnel, métaphores, etc.). Distinguer les titres incitatifs et les titres informatifs.
- **Comparer avec la page d'accueil des journaux en ligne.** Noter les différences et les similitudes des titres, des accroches et des images.
- **L'étude des noms des quotidiens nationaux et régionaux** (avec une carte de France) permettra d'établir des références sur les zones géographiques couvertes (*Le Parisien*, *L'Alsace*...), les différents moyens de communication évoqués (*Le Télégramme*, *La Dépêche*, *Le Courrier*...) et d'aborder une histoire de la presse.

AU LYCÉE

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

- **Les activités du collège seront reprises et approfondies par exemple dans le cadre du cours de langue, en vue de dégager la dimension culturelle des choix de l'information.**
  Des comparaisons entre des Unes étrangères et françaises d'un même jour seront proposées en mettant en évidence les différentes informations retenues, la place accordée à chacune et les illustrations éventuelles. Lorsque les informations sont communes, préciser les traitements qui en sont faits et les points de vue exprimés. Une revue de presse internationale à partir des unes étrangères et françaises d'un même jour pourra être réalisée, traitant, par exemple, d'une rencontre sportive de dimension internationale.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : ... celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale... et des textes de presse. Dans la mesure du possible, l'enseignant de français associe le professeur documentaliste à sa démarche (p. 2).
- **4e** - Étude de l'image... les rapports entre texte et image sont approfondis autour de la notion d'ancrage... à travers la caricature, le dessin d'humour ou le dessin de presse (p. 10).
- **3e** - Rédaction d'un article de presse (p. 13).

Éducation civique [1]
- **6e** - Dans le cadre de la Semaine de la presse, mener un débat sur des questions d'actualité (recherche d'informations, rédaction d'un argumentaire...) (p. 15).
- **5e** - Répondre aux questions que l'actualité peut susciter de la part des élèves (p. 25).
- **4e** - Pour exploiter l'actualité, le professeur propose l'étude d'extraits d'articles de journaux de l'année scolaire... (p. 39).

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

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

LYCÉE

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

Français
- **Bac Pro 1re** [3] - Traiter et analyser une information : repérage, sélection, reformulation, hiérarchisation... (p. 8).

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

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

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

LE TRAITEMENT D'UN ÉVÉNEMENT DANS LES MÉDIAS

Le traitement d'une nouvelle ou d'un événement est rarement le même d'un média à l'autre. Le choix des mots et des images dans la relation d'un fait, mais aussi la place qui lui est accordée, ne sont pas sans conséquence sur le sens que le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur donneront à l'événement.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : ... celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale... et des textes de presse (p. 2).
- **Cycle central**
- Développer la capacité et le goût d'écrire, en faisant rédiger des textes variés (p. 8) ;
- Initiation à la grammaire du texte et de l'énonciation (p. 9).
- **3e** - Rédaction d'un article de presse (p. 13).

Éducation civique [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** Les élèves sont formés et éduqués à l'analyse de situations de la vie quotidienne et des enjeux politiques... (p. 3).

Géographie [1]
- **6e** - Un temps est consacré pour répondre aux questions que l'actualité peut susciter de la part des élèves (p. 13).

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

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

LYCÉE

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

ECJS [2]
- **2de,1re** - L'actualité comme matière première de l'ECJS.

SVT [3]
- **Terminale (série S)** - La presse de vulgarisation scientifique peut être soumise à un examen critique (p. 4-5).

LVE [4]
- **1re** - Identifier la pertinence d'une information, d'un article ou d'un reportage (B2).

Prévention-Santé-Environnement [5]
- **Bac Pro** - Rechercher, décoder, traiter l'information ; analyser des articles de journaux (p. 2 et 10).

Biotechnologie – Enseignement d'exploration [1]
- **2de** - Aborder l'actualité scientifique par des films, des articles scientifiques (p.5).

Sources : (1) BO spécial n°4 du 29/04/2010. (2) BO spécial n° 9 du 30/09/2010 et n° 21 du 26/05/2011. (3) BOHS n° 5 du 30/08/2001. (4) BO spécial n° 9 du 30/09/2010. (5) BO n° 30 du 23/07/2009.

Selon sa discipline, on choisira de travailler sur un événement attendu, un événement international, un événement scientifique, sportif ou une catastrophe naturelle... Dans tous les cas, il s'agit de travailler sur un sujet d'actualité commun aux trois ou quatre médias retenus.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

DÉGAGER LA NOTION DE POINT DE VUE, LES PARTICULARITÉS DU DISCOURS JOURNALISTIQUE ET SES DIFFÉRENTES FORMES

- **Noter le volume et l'emplacement du fait dans les différents médias :** par exemple, le nombre de colonnes qui lui sont consacrées, la rubrique dans laquelle il apparaît à l'intérieur du journal (événement, politique, étranger, société, économie, sciences, faits divers...).
- **Après une recherche sur les moments où différents médias** (réseaux sociaux, site d'informations sur Internet, radio, télévision – chaîne d'info continue et JT de chaîne généraliste –, quotidien imprimé, magazine) divulguent une information, les classer sur une échelle du temps de manière à faire apparaître les différentes temporalités propres aux médias. Puis dégager les évolutions du discours sur l'événement tenu d'un média à l'autre au fil du temps.
- **Relever la place du même événement dans les informations radiophoniques et télévisées** (premier titre, deuxième, autre...) et le temps qui lui est consacré.
- **Observer, analyser et comparer :** les différents genres journalistiques utilisés (éditorial, reportage, enquête, interview, brève...), la part du factuel, de l'analyse, de l'explication, du commentaire, le vocabulaire employé et les images produites...
- **Dans le cas d'un événement exceptionnel,** élargir l'analyse aux articles produits dans le cadre de journaux scolaires et lycéens à partir de la revue de presse annuelle de ces journaux consultable sur le site du CLEMI.
- **Réaliser un « micro-trottoir »** parmi les élèves et le personnel de l'établissement pour recueillir et rendre compte de la diversité de leur point de vue sur un événement qui fait débat dans l'actualité ou dans l'établissement.

AU LYCÉE

IDENTIFIER LES SOURCES, LES CONTROVERSES ET LES POINTS DE VUE PAR EXEMPLE DANS LE TRAITEMENT D'UNE ACTUALITÉ SCIENTIFIQUE ET DÉVELOPPER UNE ATTITUDE CRITIQUE PAR RAPPORT AU TRAITEMENT JOURNALISTIQUE DE CETTE INFORMATION

- **À travers des films, des articles scientifiques on s'attachera plus particulièrement à comparer, dans le type de traitement, la spécificité des discours produits et les différentes sources utilisées :** Qui parle : journaliste spécialisé, expert, institution, quels sont les arguments présentés...
- **La comparaison du traitement d'un événement international conduira à observer la présentation qui en est faite (titre, photos...), la prise de position d'un pays à l'autre ainsi que l'importance relative qui lui est accordée selon la presse française ou étrangère étudiée.** Comment peut-on expliquer ces différences ou ces ressemblances (proximité, importance de l'événement...) ?
- **Demander à un groupe d'élèves de rédiger un article** rapportant différents points de vue à partir d'une information scientifique prêtant à controverse en identifiant clairement les sources à l'origine de l'information et en distinguant précisément l'exposé des faits et leurs commentaires.

LE FAIT DIVERS

Les faits divers tiennent une place importante dans les médias. De l'anodin mais étonnant, à l'extraordinaire et souvent tragique, ils suscitent la curiosité. Présentés le plus souvent sous forme de brèves, certains faits divers atteignent la Une par leur ampleur symbolique. Au travers du texte journalistique qui les relate, ils alimentent certains genres littéraires comme le roman policier ou la nouvelle.

Les travaux sur le fait divers sont extrêmement variés et son appropriation par la littérature offre une bonne introduction à la notion de genre dans le cadre du cours de français.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

ANALYSER LES COMPOSANTES DU FAIT DIVERS

- **Relever dans la presse différents faits divers.** Noter le nom des rubriques sous lesquelles ils apparaissent. Réfléchir à la place du fait divers dans la hiérarchisation de l'information dans certains médias.
- **Répertorier les sujets, les classer par grands thèmes (accidents, délits, drames passionnels, informations insolites, du fait anecdotique au fait de civilisation).** Définir le type de sujet (heureux/malheureux, banal/exceptionnel, etc.).
- **Étudier les ingrédients du fait divers.** Lister ses composantes : personnages, lieux, décors, actions. Dresser un inventaire des stéréotypes (situation et personnage type, simplification de la réalité...), des clichés.
- **Travailler sur la construction narrative.** Étudier les procédés d'écriture. Montrer à partir d'une série d'articles autour d'un même événement (affaire Grégory, Omar Raddad...), l'effet de feuilleton... Écrire des faits divers à partir d'une photo, d'un titre...
- **Rechercher dans la presse quotidienne des articles relatant des procès d'assises.** Relever les faits incriminés et leur date, les personnes mises en causes et les peines prononcées. Établir le temps écoulé entre le moment des faits et la date du jugement.

AU LYCÉE

MONTRER LE PARADOXE DU FAIT DIVERS

- **En quoi le fait divers est-il un écart vis-à-vis de ce qui est habituel, normal et normatif ?** Quelles sont les préoccupations visées (vie, mort, amour, argent, sécurité...) ?
- **Conduire des réflexions sur la fonction du fait divers dans la presse et dans la société (dimension culturelle et croyance).** Par exemple : un accrochage de voiture pouvait encore faire les gros titres au début du siècle. Aujourd'hui, quels sont les nouveaux faits divers ? Quels sont ceux qui révèlent le climat d'une société ? Pourquoi certains faits divers sont-ils jugés comme exemplaires d'une certaine réalité sociale ? S'interroger sur les effets de répétition de faits divers de même nature (accidents, crimes, faits météorologiques) pour montrer en quoi le fait divers traité dans les médias devient peu à peu un fait de société en problématisant l'événement.
- **Rechercher des œuvres d'art inspirées par un fait divers :** chansons, contes, romans, poésie, théâtre, peinture, film de cinéma...

ÉTUDIER LA SPÉCIFICITÉ DU FAIT DIVERS CRIMINEL À LA TÉLÉVISION

- **Observer les différentes formes sous lesquelles le fait divers criminel est représenté à la télévision :** le journal télévisé, le magazine d'information, le docu-divertissement (exemple : *Faites entrer l'accusé*), le téléfilm. Montrer que dans tous les cas, ces émissions cherchent avant tout à provoquer l'émotion du téléspectateur par l'image, mais que le JT se fait un miroir (et peut-être un accélérateur) des débats du moment (contexte sécuritaire, paupérisation de la société, statut de la victime...), quand le docu-divertissement joue avec l'écriture fictionnelle (codes du film policier).

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : ... celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale... (p. 2).
- **Cycle central**
- Développer la capacité et le goût d'écrire, en faisant rédiger des textes variés (p. 8) ;
- Rédaction de récits à contraintes narratives particulières : changement de points de vue, variations chronologiques (p. 10) ;
- Rédaction d'un article de presse... (p. 13).

Éducation civique [1]
- 4e - Exploiter un événement judiciaire d'actualité et sa couverture par des médias (p. 39).

LVE (espagnol) [2]
- Exploitation du fait divers (p. 103-104).

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

LYCÉE

Littérature et société - Enseignement d'exploration [1]
- 2de - Travailler sur les messages médiatiques. Par ex, le fait divers : information ou émotion ? (p.6).

Français
- 2de, 1re L [2] et séries technologiques [3] Chapitre « L'éducation aux médias ».
- Bac Pro 2de [4] - Rédiger un article de presse (reportage, fait divers, brève) (p. 3).

LVE
- Bac Pro [4] - Comprendre l'essentiel d'une brève, d'un fait divers... (p. 9).

EJS [2]
- 2de - Évocation d'une grande affaire judiciaire (p. 5).

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

LES SOURCES : DES AGENCES AUX RÉSEAUX SOCIAUX

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

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

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

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

Découverte professionnelle [2]
- **3e** - S'informer, analyser : repérer des sources d'information et de conseil (annuaires, organigrammes)...

Sources : (1) BO spécial n° 6 du 28/08/2008.
(2) BO n° 11 du 17/03/2005.

LYCÉE

SVT [1]
- **Terminale (série S)** - La presse de vulgarisation scientifique peut être utilisée et soumise à un examen critique (p. 4-5).

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

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

Littérature et société [4]
- **2de** - Travailler sur les messages médiatiques. Par ex, la circulation de l'information et les réseaux sociaux (p. 5).

LVE [5]
- **1re, terminale (en 2012)** - Synthétiser des informations de sources diverses (B2).

Sources : (1) BOHS n° 5 du 30/08/2001.
(2) BO spécial n° 2 du 19/02/2009. (3) BO spécial n° 4 du 29/04/2010. (4) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.
(5) BO spécial n° 9 du 30/09/2010.

Cette fiche propose des approches méthodologiques du texte médiatique permettant de prendre conscience de son origine, de son positionnement et de sa fiabilité.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

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

- **Repérer dans des médias écrits, télévisuels ou en ligne, si les articles, les reportages ou contributions sont signés :** peut-on identifier de qui il s'agit (journalistes, correspondants, agences, autres) ? Au sein des articles ou reportages, peut-on retrouver les origines des informations : associations, gouvernements, institutions, entreprises... Observer les chiffres, les statistiques : quelles en sont les sources ? Les modes de représentation graphique choisis (cartes, schémas...) : peut-on établir leur degré de fiabilité ? Noter les personnes éventuellement citées, d'où tirent-ils leurs propos (déclarations, communiqués, conférences de presse, interviews) ?
- **Dresser un tableau des différentes sources repérées :** les officielles, non officielles, témoignages, rumeurs, etc. Le journaliste fait-il usage des prépositions « selon », « d'après » ? Les verbes sont-ils au conditionnel ? Quelles sont les sources des photos (photojournalistes, agences, montages, témoins...) ? Dans les reportages télévisés, noter la source des images (reporter d'images, agence spécialisée, témoin de l'événement...).
- **Prendre conscience des sources des documents diffusés sur Internet.**
  Repérer l'origine du document : le site, l'adresse, la source des images. Isoler le ou les suffixes du nom de domaine (.fr, .com, .net, etc.). Émettre des hypothèses sur la nature des documents, sur la nature de l'émetteur (entreprise, association, gouvernement...), sur ses intentions (vendre, communiquer, informer, aider, militer...), sur le pays d'implantation du site. Y a-t-il dans les documents rencontrés des éléments qui permettent de connaître la qualité des auteurs (journaliste, chercheur, témoin...) ? Quelles conclusions tirer sur la fiabilité des sources ?

AU LYCÉE

PRENDRE CONSCIENCE DE LA DIVERSITÉ DES SOURCES SUR UN MÊME ÉVÉNEMENT

- **Constituer un dossier de presse imprimé ou en ligne sur un événement.**
  Noter les sources : le titre du journal, la date, le nom de la rubrique, le ou les titres des articles consacrés au sujet dans chacun des journaux. Quelles sont les sources citées dans le corps du texte ? Sont-elles identiques ? Analyser chaque article à partir des questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? Y a-t-il des informations divergentes ? Trouve-t-on des informations supplémentaires apportées par certains articles ? Montrer éventuellement comment la diversité des sources peut jouer sur la perception de l'événement.
- **Analyser les informations diffusées sur les réseaux sociaux.**
  À propos d'un même événement qui vient d'avoir lieu, collecter de nombreuses informations sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, MySpace...) via leur moteur de recherche ; observer la manière dont ces informations sont reprises, voire altérées. S'interroger sur la nature de ces informations : sont-elles diffusées avec les mêmes précautions et dans les mêmes règles d'usage que les dépêches dont se servent les médias d'information ? Constater que les sujets les plus diffusés en ligne ne sont pas ceux qui font la une des médias traditionnels ; observer la part des informations locales diffusées, tous les réseaux sociaux ne parlent pas de la même chose. Opposer et critiquer les avantages et les inconvénients de ce type d'informations « immédiates ». Chaque citoyen usager de ces réseaux sociaux peut-il être un « journaliste collaboratif » ?

LA PLACE DES DÉBATS DANS LES MÉDIAS

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

Cet exercice permet de réfléchir à ce que peut être un débat dans les médias et dans la vie publique.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

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

- **Point de vue et opinion dans la presse écrite.** Retrouver sur un même événement : les articles qui relatent les faits ; ceux qui donnent à voir, à sentir et ressentir les faits ; ceux qui expliquent les faits ; ceux qui commentent l'événement. Étudier la construction de chaque article. Rechercher parmi les articles proposés les opinions et points de vue exprimés.
- **Comparer, entre les journaux papier et ceux en ligne, les espaces ouverts aux débats.** Retrouve-t-on les mêmes rubriques ? En quoi sont-elles différentes ? Qui s'exprime ?
- **Étudier les formes du débat télévisuel (mise en scène et prise de parole).** Décrire le plateau (décor, dispositif scénique), l'animateur (place, gestuelle), les invités. Observer les interventions de l'animateur (journaliste ou non). Quels types de questions pose-t-il ? Comment est régulé le débat ? Les autres participants : qui parle, combien de temps et comment (langage, ton) ? Quel est le statut des différents intervenants, leur qualification sociale ? La circulation de la parole : la parole est-elle donnée par l'animateur ou prise de manière spontanée par les participants, les invités ou le public ? Quel est le ton du débat : agressif, courtois ?

AU LYCÉE

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

- **Dans la presse écrite.** Repérer les pages qui présentent des débats ou des prises de position sur une question d'actualité. Analyser les procédés argumentatifs des auteurs pour faire partager leur point de vue. Noter *où* et *comment* le fait commenté est rappelé dans le corps du texte. Distinguer *les arguments rationnels* mis en avant (rappel d'éléments de contextes politiques, économiques et/ou recours à des observations...), *les stratégies de persuasion* utilisées.
- **À la télévision.** Analyser la structure d'une émission de débat : titre de l'émission, référence à un genre télévisuel particulier (journal télévisé, reportage), est-il en direct ou en différé ? Étudier le sujet proposé (économique, social, politique, fait divers...). Y a-t-il une construction logique dans le déroulement de l'émission (introduction, thèse, antithèse, conclusion) ? Une construction théâtrale (exposition, nœud, crise, péripétie, dénouement) ? Y a-t-il des synthèses, des conclusions ou une juxtaposition de paroles ?
- **Sur Internet.** Repérer les différents lieux de débats (forums, chats, sites, MSN, réseaux sociaux, blogs...) et leurs modalités. De quels types de questions s'agit-il ? Quelle place occupent les différents intervenants dans ces débats ?
- **S'interroger sur la place et la fonction** des médiateurs (dans la presse écrite et dans l'audiovisuel) et des modérateurs (sur les sites Internet) et sur la manière dont chacun d'eux gère la tenue d'un débat en cours.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - Faire découvrir et étudier différentes formes de langage : ... celui de l'information, de la publicité, de la vie politique et sociale... et des textes de presse. Dans la mesure du possible, l'enseignant de français associe le professeur documentaliste à sa démarche (p. 2).
- **3e** - Privilégier l'étude de l'image comme engagement et comme représentation de soi. Développer la fonction argumentative de l'image... (p. 12).

Éducation civique [1]
- **3e** - Thème 3 du programme. Opinion publique et médias : partir des questions d'actualité prises dans la vie politique et sociale (un débat politique, une élection, une manifestation, un congrès, un sondage, etc.) (p. 55).

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

LYCÉE

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

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

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

Philosophie [5]
L'enseignement contribue à former des esprits autonomes capables de mettre en œuvre une conscience critique du monde contemporain (p. 1302).

ECJS [6]
- **Terminale** - Débat argumenté, fondé sur le savoir et portant sur des questions suscitées par l'actualité (p. 61).

Sources : (1) BO spécial n°4 du 29/04/2010.
(2) BO spécial n° 9 du 30/09/2010.
(3) BO spécial n° 3 du 17/03/2011 et BO spécial n° 3 du 17/03/2011. (4) BO spécial n° 2 du 19/02/2009.
(5) BO n° 25 du 19/06/2003. (6) BOHS n° 3 du 30/08/2001.

LE JOURNAL TÉLÉVISÉ

Le JT n'est pas un compte rendu exhaustif des événements, il propose un choix de sujets pris dans l'information du jour et constitué de séquences présentées sous forme de brèves illustrées ou de reportages qui s'enchaînent. La hiérarchisation des sujets, leurs modes de traitement composent la ligne éditoriale de la chaîne, en fonction de la représentation qu'elle se fait de son public.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **6e** - Étude de l'image : faire prendre conscience de l'existence de différents types d'images fixes et animées (tableaux, photographies publicité, bandes dessinées, films...) (p. 6).

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

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

LVE [2]
- **Palier 1** - Exploitation de documents authentiques et actuels (notamment à travers Internet : presse écrite, radiophonique, et télévisée...) (p. 8).

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

LYCÉE

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

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

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

ECJS [4]
- **Terminale (séries L, ES, S)** - Analyse et questionnement de l'information (p. 62).

Français [5]
- **Bac Pro 2de** - S'intéresser à l'actualité, lire la presse, regarder un journal télévisé... (p. 3).

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

Sources : (1) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.
(2) BO spécial n° 2 du 19/02/2009. (3) BO spécial n°9 du 30/09/2010. (4) BOHS n° 3 du 30/08/2001.
(5) BO spécial n° 2 du 19/02/2009.

Ce travail contribue à la découverte d'un média, au regard critique sur un support d'information et à l'apprentissage de la citoyenneté.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

DÉCOUVRIR LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS D'UN JOURNAL TÉLÉVISÉ

- **Sachant que le générique du début d'un journal télévisé s'efforce d'illustrer la conception qu'une chaîne se fait de l'information, comparer les génériques de plusieurs JT :** types d'images, de sons, enchaînements et couleurs... En dégager les intentions des concepteurs.
- **Dégager la fonction du présentateur :** journaliste passeur d'informations, certes, mais aussi miroir du téléspectateur avec lequel il entretient une grande familiarité (il est le seul à s'autoriser le regard caméra), interlocuteur privilégié des invités, experts et envoyés spéciaux, ordonnateur d'une dramaturgie de l'information, vedette voire « grand-prêtre » de la « messe du 20 heures »...
- **Travailler la structure du journal télévisé :** choix, hiérarchisation. Visionner des journaux d'une même journée sur des chaînes différentes. Repérer les sujets et leur ordre d'apparition. Sont-ils les mêmes sur toutes les chaînes ? Noter les différences ou similitudes.
- **Étudier la structure d'un reportage.** Visionner un reportage sans la bande-son. Repérer les indices qui permettent d'identifier les événements, les faits. Émettre des hypothèses. Visionner le reportage avec le son. Quel est son rôle : informations supplémentaires, émotion, dramatisation... ? Définir le rôle des images : donnent-elles plus de réalité, de compréhension, de crédibilité aux faits ? Jouent-elles un rôle émotionnel ou ne sont-elles que des redondances ou de simples illustrations ?

AU LYCÉE

ABORDER LA CONSTRUCTION DES IMAGES D'INFORMATION

- **Étude de la perception sélective de l'information télévisée et ses causes.** Visionner un journal télévisé sans consigne particulière. Après visionnage, établir la liste des sujets retenus. Les résultats sont commentés au regard de la liste de l'ensemble des sujets traités dans le journal. Remarquer la nature des sujets retenus ; s'agit-il d'une proximité affective, géographique, socioculturelle, et temporelle des faits retenus ? Y a-t-il des images particulières, des interviews, des plans spécifiques... ? S'interroger sur les sujets peu retenus voire oubliés.
- **Étude d'un reportage sur une chaîne étrangère.** Chercher des indices. De quoi s'agit-il ? Où l'action a-t-elle lieu (informations données par le décor) ? Que met-elle en scène (informations données par la succession des images, l'apparence des personnages) ? Qui sont les protagonistes (incrustations de texte, apparences et expressions des personnages) ? Quelles sont les interactions remarquables ?
- **Retrouver la localisation (pays, villes) des informations internationales traitées au cours d'un ou plusieurs JT.** Comparer le traitement des informations internationales sur *Arte* et sur les autres chaînes. Quelles sont les différences ?
- **Étude d'un sujet lié à une actualité scientifique.** De quoi s'agit-il (médecine, biotechnologie, astrophysique...) ? Quels sont les types d'images proposées (synthèses, illustrations...) ? D'où proviennent-elles (laboratoire, centre de recherche, agence, chaîne) ? Qui parle (journaliste, expert...) ? Quels sont les enjeux de cette information ?

IMAGES ET VISUELS D'INFORMATION : DIVERSITÉ ET SPÉCIFICITÉ

Toute image peut devenir une image d'information, cela tient à son statut à un moment donné. Ainsi, une image s'apprécie surtout dans le contexte de sa publication/diffusion et suscite différentes lectures. L'image dans la presse est perçue dans sa relation à la légende, à la titraille ou par rapport à sa place dans la page. L'image télévisée se perçoit dans un contexte visuel et sonore.

Les activités autour des images médiatiques sont l'occasion d'aborder une éducation aux médias, de s'interroger sur les sources des informations produites et d'introduire des compétences de lecture des images.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

REPÉRER LES DIFFÉRENTES FORMES ET FONCTIONS DES IMAGES DANS LES MÉDIAS

- **À partir d'un média (presse écrite, télévisuelle, Internet), établir une typologie des images rencontrées (cartes, dessins, logos, infographies, photographies, vidéogrammes, films, images d'archives).** En montrer la diversité selon leurs formes ou leurs modes de représentation. Relever leurs fonctions : accrocher le regard, informer, expliquer, divertir, faire vendre.
- **Étudier les relations entre les images et les textes ou les commentaires qui les accompagnent.**

– fonction des légendes. À partir d'une photographie de presse, rédiger la légende d'une photo isolée de son contexte de publication. Comparer aux textes originaux qui encadraient la photo. Noter les précisions informatives apportées par les textes. Apprécier en quoi le rapport texte/image produit du sens. Chercher l'apport réciproque du texte et de l'image, en s'attachant notamment aux points suivants : l'émotion, la reconnaissance des faits, leur compréhension ;

– quels rapports les images et les commentaires entretiennent-ils au sein des informations télévisées ? Complémentarité ? Illustration ? Redondance ? Divergence ?

AU LYCÉE

ANALYSER UNE COUVERTURE DE MAGAZINE

- **À travers l'analyse d'une couverture,** faire prendre conscience qu'une image est toujours inscrite dans des dispositifs de présentation, de sélection et de conditionnement, et « lue » alors dans un ensemble de codes iconiques, linguistiques, typographiques et topographiques. Examiner ainsi la place de la photographie sur la page (position valorisée en haut à gauche ou centrale) ; la superficie de la photographie et éventuellement le recadrage qu'elle a pu subir ; le renforcement ou la contamination par une autre image (photographie ou dessin) ; le lien avec les titres.
- **Repérer les fonctions d'une couverture :** informer (attester qu'un événement a eu lieu), faire vendre (cf. les « quatre A » des titres : argent, affectif, agression, anecdote), argumenter (transmettre un message), intriguer ou frapper l'imagination, témoigner d'une recherche esthétique.
- **Comparer avec des Unes de quotidiens** en mettant en évidence différences et ressemblances.

ÉTUDIER LES APPORTS DES IMAGES SCIENTIFIQUES, LEUR DIVERSITÉ ET LEUR FIABILITÉ

- **Les activités du collège seront reprises et approfondies.** Par exemple, dans le cadre de l'étude d'un fait scientifique et de l'image qui en est donnée.
- **Au sein de la rubrique science de certains médias, on trouve des données très éclatées : médecine, santé, technique, chimie, archéologie, psychologie...** Pour quel type d'information utilise-t-on le plus d'images ? Quelles sont-elles (schéma, animation, photo, image vidéo, image de synthèse) ? Comment sont-elles réalisées ? Que montrent-elles ? Que proposent-elles sur ces sujets : information, découverte, solidarité, catastrophe... ? Y a-t-il des domaines scientifiques inexistants dans les médias classiques d'informations générales ? Lesquels ? Pourquoi ?

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

Français [1]
- **Pour l'ensemble des cycles** - L'image est analysée en tant que langage. Faire percevoir aux élèves, que les images sont des représentations porteuses de sens... (p. 3).
- **6e** - Le professeur fait prendre conscience de l'existence de différents types d'images fixes et animées ainsi que leurs différentes fonctions (p. 6).
- **4e** - L'étude de l'image privilégie les fonctions explicatives et informatives, la notion d'ancrage (p. 10)
- **3e** - L'étude de la critique sociale est approfondie à travers la caricature, le dessin d'humour ou le dessin de presse (p. 10).

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

LYCÉE

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

Méthodes et pratiques scientifiques (Enseignement d'exploration) [1]
- **2de** - Science et vision du monde ; images fixes et images mobiles (p.7).

Français
- **2de et 1re L** [2] Être capable de lire et d'analyser des images.
- **Bac Pro 2de** [3] - Adapter dans l'approche du texte et de l'image, son attitude au support utilisé et à la finalité de la lecture (p. 3).

Arts appliqués et cultures artistiques
- **Bac Pro** [3] - Connaître les composants plastiques et sémantiques de l'image (p. 5).

Physique-chimie
- **1re STL** [4] - Qu'est-ce qu'une image ? (p. 11)
- **Terminale (série S)** [5] - Produire des images, observer (p. 89-91).

Enseignement scientifique [6]
- **1re (série L)** - Un des deux thèmes est la représentation visuelle du monde (p. 2207).

Sources : (1) BO spécial n° 4 du 29/04/2010. (2) BO spécial n° 9 du 30/09/2010. (3) BO spécial n° 2 du 19/02/2009. (4) BO spécial n° 3 du 17/03/2011. (5) BO n° 39 du 01/11/2007. (6) BO n° 42 du 12/11/2009.

LES RÔLES DE LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS

La publicité représente une part importante du financement des médias. Si la presse écrite et la télévision se partagent encore largement les recettes publicitaires, le Web se rapproche sensiblement de l'affichage et de la radio en terme de chiffre d'affaires publicitaire, selon l'Institut de recherches et d'études publicitaires.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

COLLÈGE

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

Arts plastiques [1]
- 5e - Repérer la construction d'une narration à partir d'une ou plusieurs images (story-board, bande dessinée, film...), la modification du statut d'une image (p. 8).
- 4e - Apprendre à construire une image en exploitant les stratégies de communication ; la publicité, la propagande (p. 10).

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

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

LYCÉE

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

Cinéma-Audiovisuel [2]
- 1re - Les codes d'écritures de certaines formes audiovisuelles (films de commande, clips, publicités).

SES [3]
- **Terminale (série ES)** - Conduire l'élève à la connaissance et à l'intelligence des économies et des sociétés contemporaines (p. 108).

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

LVE
- **Bac Pro** [5] - Comprendre et réaliser un message publicitaire.

Sources : (1) BO spécial n° 4 du 29/04/2010.
(2) BO spécial n° 9 du 30 septembre 2010.
(3) BOHS n° 7 du 03/10/2002. (4) BO n° 8 du 25/02/2010.
(5) BO spécial n° 2 du 19/02/2009.

L'étude de la publicité peut se faire à partir de points de vue différents et très complémentaires dans de nombreuses disciplines en raison de la diversité de ses formes, de ses contenus et de ses discours.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

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

- **Les aspects économiques.** Mettre en évidence la part occupée par la publicité au sein d'un média en particulier sur internet (espace, place, apparitions fortuites de produits), les nouvelles stratégies des annonceurs pour faire connaître leurs marques (films courts, placements de produits...). Étudier la notion de cible en fonction des publics visés par les annonceurs ainsi que les tranches horaires de diffusion choisies. À partir de trois ou quatre magazines situés dans des segments différents (presse jeunes, presse féminine, hebdo d'information), relever le nombre de publicités et les types de produits ou de services proposés. Déterminer le type de consommateur visé : sexe, âge, milieu socioculturel, pouvoir d'achat et le lectorat supposé de ces journaux.
- **Les aspects du discours.** À partir d'une série de spots TV diffusés en prime time, étudier les différents types de récits et les ressorts utilisés pour capter l'attention du public : humour, provocation, utilisation de citations... Aborder la notion de slogan en étudiant les accroches, le choix des mots, mais aussi les types de narration sur lesquels ils s'appuient.

AU LYCÉE

MONTRER COMMENT DES TECHNIQUES VISUELLES ET SONORES SOUTIENNENT UN MESSAGE PUBLICITAIRE

- **Les aspects sociologiques.** S'intéresser aux différents modèles proposés par la publicité : les jeunes, les femmes... À partir de publicités mettant en scène des jeunes, prélevées dans différents journaux ou à la télévision, pointer les situations dans lesquelles ils sont présentés, les rôles qui leur sont attribués, leurs styles. Vous semblent-ils stéréotypés ? Y a-t-il des exceptions ? Pour quels types de produits sont-ils utilisés ?
- **Les aspects plastiques.** À partir de publicités télévisées, observer les images, les sons, le montage. Y a-t-il des harmonies ou des dissonances dans le choix des couleurs, des images, des sons, du texte ? Dans quel but ? Certaines publicités vous paraissent-elles s'appuyer particulièrement sur des musiques ?
- **Les aspects historiques.** À partir de corpus trouvés sur Internet, établir des comparaisons : depuis la réclame jusqu'aux publicités d'aujourd'hui concernant les modèles sociaux représentés et l'évolution des comportements.

DÉBATTRE DES TECHNIQUES RÉCENTES EMPLOYÉES EN MATIÈRE PUBLICITAIRE

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

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

L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE, UNE FORME D'ÉCRITURE DE SOI EN LIGNE...

L'utilisation massive, notamment par les jeunes, des réseaux et médias sociaux en ligne a eu pour conséquence la libération de certaines données personnelles. Désormais, chaque utilisateur dispose, malgré lui ou pas, d'une véritable image publique numérique, souvent appelée « identité numérique », forgée des multiples informations qu'il a rentrées dans ses profils, de ses contributions (textes, photos, vidéos...), par exemple dans les blogs ou sur Facebook, et des traces qu'il ou elle laisse sur les sites web visités...

Il est important de travailler avec les élèves à cette construction identitaire et à cette forme de représentation, d'écriture ou de récit de soi, pour ne laisser apparaître ou transparaître que ce qui semble raisonnable ou ce que chacun veut bien laisser ou montrer, pour éviter que ces éléments identitaires soient indûment capturés et utilisés par les marchands et les prosélytes.

RESSOURCES

L'ensemble du portail Internet responsable d'Eduscol contient nombre de fiches très détaillées sur l'identité numérique des jeunes et d'autres sujets connexes : http://eduscol.education.fr/internet-responsable/

Internet sans crainte, le programme national de sensibilisation aux usages de l'Internet propose un grand nombre de ressources parmi lesquelles *2025 Exmachina*, « jeu sérieux » en ligne d'éducation critique aux médias et, pour les plus jeunes, le célèbre Vinz et Lou.
www.internetsanscrainte.fr

L'ensemble du site CToutNet du Clemi et du CRDP de Versailles, pour un usage citoyen de l'Internet et des nouveaux médias, qui contient nombre de ressources dont des quiz utilisables en classe et les MémoTice, en particulier *Ma vie en numérique* : www.ctoutnet.fr

L'ensemble du site de la CNIL pour les jeunes www.jeunes.cnil.fr et, notamment, les fiches *« Internet et vie privée »* et *« Alerte aux traces »*, ainsi que les numéros spéciaux sur ce sujet de **Mon Quotidien** http://ejournaux.playbac.fr/?revue_id=124 et de **L'Actu** http://ejournaux.playbac.fr/?revue_id=126

La conférence sur Educavox de Nayra Vacaflor à *Ludovia 2011*, intitulée *« L'expression identitaire mobile des jeunes : vers une autre narration de soi »* :
www.educavox.fr/Comment-les-jeunes-expriment-leur
et aussi la petite vidéo amusante sur le sujet qu'elle a réalisée :
www.youtube.com/watch?v=u2Y31edcneA

Facebook et Twitter expliqués aux parents, de Laurence Bee, un livre numérique dont des extraits sont disponibles :
www.numeriklivres.com/post/9547688189/extrait-facebook-twitter-expliques-aux-parents

Identité numérique : 6 étapes pour obtenir votre passeport sur le web, un article très documenté de Sandy Pernice sur le blog La Blogule :
www.stonepower.fr/lablogule/2011/08/voir-nos-clients-differement/identit-numrique-6-tapes-pour-obtenir-votre-passeport-sur-le-web.html

Cultivez votre identité numérique :
http://issuu.com/geemik/docs/cultivez_votre_identite_numerique_v1.2
E-guide pratique sur l'identité numérique réalisé par YOUontheWEB.

Une activité pédagogique Identités numériques réalisée par deux professeurs du lycée Turgot à Paris et disponible sur l'ENT francilien :
http://lilie.iledefrance.fr/fr/identites_numeriques

ACTIVITÉS

Il est difficile de travailler sur le champ de l'identité numérique avec **les élèves du premier degré**. En effet, cette dernière prend toute sa place et son ampleur sur les réseaux ou médias sociaux qui sont, en principe, inaccessibles aux élèves de ce niveau. Dans la réalité, c'est plus compliqué... Ainsi la charte d'utilisation de Facebook interdit son usage aux moins de 13 ans et cette limitation est assez générale sur les réseaux sociaux. Toute activité menée avec des élèves de moins de 13 ans se heurterait à la fois à cette difficulté et à la possible et légitime opposition des parents. Néanmoins, il faut tenir compte de la réalité et des chiffres, en progrès constant : près d'1 jeune sur 5 de moins de 12 ans a un compte sur Facebook..., près d'1 jeune sur 20 du même âge a un compte Twitter, média pourtant moins ludique et plus professionnel.

Pour une réflexion générale sur les usages des plus jeunes sur Internet, il faut privilégier l'utilisation du site Vinz et Lou (cf. supra).

Concernant les élèves du second degré, en collège ou en lycée, les outils de travail ne manquent pas, à utiliser en les insérant dans des séquences pédagogiques disciplinaires : les diaporamas et questionnaires du site CtoutNet... ; le jeu *2025 Ex machina* (cf. supra)

La page Wikipedia sur l'identité numérique propose de nombreuses pistes pédagogiques de grande qualité : http://fr.wikipedia.org/wiki/Identit %C3 %A9_num %C3 %A9rique_(Internet)
Par exemple : *« Transcrire les réseaux sociaux dans la vie réelle est une des méthodes que l'on peut utiliser pour cerner les enjeux de l'identité numérique. On peut questionner les élèves sur leurs représentations des réseaux sociaux et leur demander de les mettre en scène sous la forme de petits sketchs. Par ce biais, les élèves pourront comprendre que les réseaux sociaux virtuels appellent des comportements spécifiques et non adaptés à la réalité. Par exemple, croiser un inconnu dans la rue et lui demander :* "Est-ce que tu veux être mon ami ?" *»*.

Enfin, au lycée, en ECJS par exemple, il peut être intéressant de lancer une enquête sur Google (textes et images) ou un autre moteur de recherche pour y trouver ce qui est relatif à l'identité numérique de chacun. Certains sites comme www.123people.fr (attention à la publicité !) peuvent permettre d'affiner cette recherche et de se poser quelques questions :

- L'image publique que l'on trouve de moi en ligne est-elle positive ? Au contraire, montre-t-elle des aspects négatifs de mon identité ?
- Comment puis-je corriger ces aspects négatifs ? Quelle stratégie puis-je mettre en œuvre pour éviter que cela se reproduise ?
- Comment puis-je améliorer cette image si je souhaite le faire ?

Il est aussi possible, avec les plus grands élèves, de se lancer dans une lecture critique détaillée des conditions d'utilisation d'un certain nombre d'outils collaboratifs ou sociaux du web. Il est prudent de s'armer d'arguments juridiques et, de ce point de vue, la lecture du site http://eduscol.education.fr/legamedia peut aider.

DES TEXTES POUR UNE DÉMARCHE D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

À côté des chemins balisés de la transmission des savoirs, dont on voit tout au long de ce livret le profit qu'ils peuvent tirer d'une prise en compte des savoirs et des savoir-faire propres à l'éducation aux médias, il existe des dispositifs, que l'on appelle souvent « dispositifs transversaux ». Il est important que vous identifiiez ces espaces de réflexion et de créativité pédagogiques, et qu'en vous appuyant sur l'éducation aux médias, vous en tiriez le meilleur parti. Destiné à venir en aide aux lycéens en dehors des heures de classe, l'accompagnement personnalisé, notamment, est un dispositif propice au travail sur les médias et leur rôle dans la société.

IDD, PPCP, TPE, ECJS, DP3, DP6 DES DISPOSITIFS PROPICES À L'EAM !*

Vous avez dit : « démarches de projet », « travail collaboratif », « initiative des élèves », « confrontations des points de vue », « savoirs croisés », « interdisciplinarité », c'est effectivement ce que met en jeu l'Éducation aux médias (EAM), qu'il s'agisse de produire un média (journal, radio, télévision d'établissement…), de développer un genre journalistique (magazine, reportage, interview, feuilleton, blog…), d'effectuer des analyses (publicité, revue de presse, dessin de presse…) ou de valoriser, *médiatiser* un projet.

Des exemples ?

- Mettre en œuvre un PPCP autour de la réalisation d'un clip sur la mode (reportage en anglais et sous-titré sur un demi-siècle de mode).
- Réaliser une revue de presse scientifique dans le cadre d'un TPE (s'approprier la presse spécialisée et acquérir une culture scientifique).
- Analyser les images et en créer dans le cadre d'un IDD.
- Poser la question du débat à la télévision en ECJS (comparer les présentations, définir le fonctionnement d'un débat et les différents rôles de ses participants : expert, témoin, animateur…).
- Découvrir le monde professionnel à travers différents médias dans le cadre de l'option DP3 ou du module DP6 en classe de troisième (analyser la représentation d'un métier construite par un média, réfléchir sur les activités professionnelles le plus souvent représentées) ; élaborer des documents écrits, audiovisuels ou multimédias (réaliser des interviews, des reportages sur des métiers ou des secteurs professionnels présents dans l'environnement local…).

Tous ces dispositifs pédagogiques sont là pour vous permettre la mise en œuvre d'activités motivantes, ancrées dans le quotidien des élèves. À vos projets ! N'hésitez pas à contacter votre équipe académique du CLEMI pour vous conseiller.

*** EAM : Éducation aux médias, PPCP : Projet pluridisciplinaire à caractère professionnel, TPE : Travaux personnels encadrés, IDD : Itinéraires de découverte, ECJS : Éducation civique juridique et sociale, DP3 ou DP6 : découverte professionnelle (module de 3 heures ou de 6 heures).**

L'ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ : UN TEMPS DE REMÉDIATION MODULABLE, UN SUPPORT POUR ALLER PLUS LOIN

Chaque élève trouve sa place dans un projet média. Le professeur documentaliste aussi. L'équipe aura pris soin d'identifier les compétences à travailler et les capacités que les élèves peuvent exploiter dans un tel projet. Dans le cadre de la remédiation, les élèves travailleront sur les fondamentaux (lecture, maîtrise de la langue). Les élèves dont les compétences sont acquises développeront leur culture générale.

- « le journal de la classe », sous quelque format que ce soit ;
- les podcast audio ;
- l'écriture web sur une page du site du lycée ;
- une rencontre avec un professionnel de la presse locale, voire l'écriture dans la PQR ou dans le journal de la ville, du département.

LA PLACE DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS DANS L'ENSEIGNEMENT DES LETTRES

Qu'il s'agisse de l'enseignement d'exploration « Littérature et société » en seconde ou des nouveaux programmes de français de seconde et de première, l'éducation aux médias vient de prendre une place importante et lisible dans l'enseignement des Lettres.

Si cette finalité était déjà, implicitement, inscrite dans les anciens programmes, une étape supplémentaire a été franchie dans l'intégration de l'étude des médias aux apprentissages et contenus des enseignements littéraires – du fait notamment de l'accélération des pratiques liées au développement du numérique à l'École.
Il ne s'agit pas simplement d'acquérir la maîtrise d'un outil, d'assimiler certains réflexes d'usage, mais de réfléchir aux incidences qu'une médiation technologique, lorsqu'elle s'exerce sur ce qui constitue le cœur de la discipline – la lecture, la production et l'analyse des textes, l'étude et la maîtrise de la langue écrite et orale –, peut avoir sur notre rapport au savoir et sur la construction du sens. En d'autres termes, on cherche à faire comprendre aux élèves les logiques fondamentales qui sous-tendent l'utilisation d'un média du point de vue de leurs modes d'accès aux connaissances, de la production et de la réception des textes et des discours, de l'utilisation et de l'invention des langages comme de celui des comportements et des modes de relations sociales qu'ils engendrent.

Cet objectif fondamental fait l'objet d'un paragraphe entier dans les programmes de français qui entreront en vigueur à la rentrée prochaine, soulignant ainsi le caractère transversal et obligatoire de cet enseignement. Il est aussi inscrit dès le préambule dans trois au moins des sept compétences visées par la discipline. La première relève de ce qu'on appelle aujourd'hui la « littératie » :

- *« Connaître la nature et le fonctionnement des médias numériques, et les règles qui en régissent l'usage »*, c'est-à-dire *« être capable de rechercher, de recueillir et de traiter l'information, d'en apprécier la pertinence, grâce à une pratique réfléchie de ces outils ; être capable de les utiliser pour produire soi-même de l'information, pour communiquer et argumenter. »*

Mais deux autres compétences sont aussi concernées, qui font appel au jugement esthétique et critique ainsi qu'à l'analyse rhétorique :

- *« Avoir des repères esthétiques et se forger des critères d'analyse, d'appréciation et de jugement »*, qui se décompose en *« faire des hypothèses de lecture, proposer des interprétations ; formuler une appréciation personnelle et savoir la justifier ; être capable de lire et d'analyser des images en relation avec les textes étudiés. »*
- *« Connaître les principales figures de style et repérer les effets rhétoriques et poétiques… »*

On voit bien ici comment se nouent étroitement les enjeux fondamentaux d'un enseignement humaniste, qui s'est fixé comme ambition de former le jugement et l'esprit critique des élèves, avec les compétences visées par ce qu'il est convenu d'appeler « l'éducation aux médias ».

Ces compétences trouvent leur écho direct dans l'enseignement d'exploration « Littérature et société », dont le projet est bien de *« faire prendre conscience que les études littéraires sont, aujourd'hui plus que jamais, au cœur de la formation de l'homme et du citoyen »*.
Cet enseignement incite les professeurs non seulement à s'appuyer sur les possibilités multiples offertes par les médias pour développer l'autonomie de leurs élèves en matière de recherche, de lecture et de création, mais aussi à étudier avec eux, à travers diverses activités d'écriture et de lecture, l'histoire et le fonctionnement de la presse et des médias, tout en construisant des compétences qui relèvent directement des domaines de l'information et de la communication. Ces compétences sont centrées principalement sur l'analyse des supports et des procédures à l'œuvre dans la production et la réception des discours médiatiques.

Quatre au moins des domaines d'exploration proposés concernent cet enseignement :

- Médias, information et communication : enjeux et perspectives.
- Images et langages : donner à voir, se faire entendre.
- Des tablettes d'argile à l'écran numérique : l'aventure du livre et de l'écrit.
- Paroles publiques : de l'agora au forum sur la toile.

Dans chacun de ces cas, l'étude des supports et des formes de la médiation, des codes et des effets produits et induits, des pouvoirs et des droits qui s'y exercent, met en relief certains enjeux majeurs de notre enseignement – puisqu'elle conduit à réfléchir, avant toute autre chose, sur ce que signifient aujourd'hui liberté d'expression et exercice de la citoyenneté.

CATHERINE BECCHETTI-BIZOT
Inspecteur général de l'Éducation nationale /
Groupe des Lettres

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS DANS LA MISE EN PLACE DU BAC PROFESSIONNEL EN TROIS ANS

Les programmes du bac professionnel en trois ans font une place importante à l'information dès la seconde dans la construction du citoyen[1].

Les activités disciplinaires reposent sur des activités d'analyse relatives aux pratiques médiatiques. En français, en effet, l'objet d'étude « la construction de l'information » permet d'aborder les spécificités discursives des écritures de l'information que ce soit en situation de récepteur ou d'émetteur. Nous sommes alors dans une maîtrise « éclairée » des langages médiatiques. En éducation à la citoyenneté, les sujets traités doivent permettre aux élèves de saisir le fonctionnement des systèmes médiatiques.
Les activités d'analyse seront donc pertinemment complétées par des activités de production qui pourront être développées dans le cadre des activités de projets interdisciplinaires (réalisation d'un journal papier ou en ligne, de reportages radiophoniques ou télévisés).

Voici, pour la classe de seconde, trois pistes de travail relatives à la compréhension des nouveaux messages médiatiques. Elles correspondent à « La liberté d'expression et les nouveaux médias », sujet proposé en éducation civique dans le cadre du thème « Le citoyen et les médias ».

OBJECTIFS :

— Éduquer les jeunes à une appropriation raisonnée du média Internet
— Savoir repérer les sources pour juger de la fiabilité de l'information
— Éduquer les jeunes à la communication sur Internet

1. QUELLE EST LA SPÉCIFICITÉ DES MÉDIAS EN LIGNE ?

La notion de « toile » est caractérisée par :
- Une navigation (le récepteur peut faire des choix mais a-t-il toujours la capacité d'avoir une navigation éclairée ? Complémentarité ou concurrence avec la version papier ?) ;
- Un espace multimédia (plusieurs supports sur un même site – texte, audio ou vidéo) ;
- Un réseau (de multiples liens sur chaque site) qui met en relation producteurs de média, diffuseurs/hébergeurs et récepteurs ;
- Une périodicité (une actualisation très fréquente des données en ligne qui se rapproche du temps réel) ;
- Une interactivité (le récepteur devient émetteur *via* des « commentaires » laissés sur les blogs, par exemple) ;
- Une économie particulière : gratuité d'accès souvent affichée mais pas de modèle économique standard (place de la publicité ?).

Pistes proposées : Aborder ces six points
- à partir de l'analyse du site d'un quotidien national ou régional en ligne permettant de faire le parallèle avec la version papier (points communs, différences) ;
- à partir de l'analyse de deux sites Internet d'information (pure player et site d'un quotidien en ligne).

2. QUI SONT LES ACTEURS IMPLIQUÉS DANS LA PRODUCTION DE CONTENUS ?

Nécessité de différencier les producteurs d'information, les diffuseurs (parmi eux peu de producteurs) et les simples hébergeurs (pas de responsabilité sur les contenus) :

Les producteurs proposent leurs propres contenus sur différents supports (textes, photos, vidéos) : Informations journalistiques (crédibles mais parfois difficiles à identifier en fonction du diffuseur) ; informations institutionnelles (relevant davantage de la communication) ; informations (faits, commentaires) proposées par des individus (ressenti) ; informations commerciales.
Les avancées technologiques du Web (Web 2.0) permettent à tous de produire et de diffuser des contenus, un atout pour la vie démocratique. Ces « nouveaux médias » nécessitent toutefois d'être vigilant sur la qualité et la fiabilité des contenus proposés, tout le monde n'est pas journaliste.
Avec le Web 2.0, chacun d'entre nous peut facilement devenir producteur d'information : participation à la rédaction de contenus sur les wiki ; journaux intimes (blogs) ; échanges sur des forums, commentaires, relais d'information.
Chacun peut aussi créer son propre média : agrégateurs d'information comme Netvibes, blogs, micro-blogging, réseaux sociaux… Comment les (re)connaître et mesurer la crédibilité de leurs messages ?
Nécessité d'identifier la source grâce à : l'adresse URL (.com, .fr, .org…) ; aux mentions légales « Qui sommes-nous ? » l'adresse éditeur.

Pistes proposées : Après avoir défini avec les élèves trois supports d'information qu'on trouve sur le Web aujourd'hui (médias en ligne, « pure player », médias sociaux). Comparer leurs contenus sur un même thème : types de sources, place des commentaires des récepteurs…

3. APPRENDRE À COMMUNIQUER DES INFORMATIONS DANS UN CADRE LÉGAL

Les règles de conduite et de politesse sont regroupées dans une charte appelée Netiquette.

La législation relative au droit d'expression est identique à celle des supports papier. Concernant la fabrication de l'information : citations des sources, des références, respect du code de la propriété intellectuelle, etc. Responsabilité en cas de non-respect de la loi : propos racistes, injures, incitation à la haine, trouble de l'ordre public, etc. Co-responsabilité relative aux contenus laissés par d'autres internautes sur votre site (veille à assurer). Reste le problème des hébergeurs et fournisseurs d'accès qui ne contrôlent qu'a posteriori les informations qu'ils diffusent.
Les espaces public et privé se mêlent : pratique des blogs, des forums, réseaux sociaux. Nécessité de définir les limites de chaque espace (problème du droit à l'image et de la liberté de tout dire sur un espace que les jeunes croient privé alors qu'il est public).
Problème de la traçabilité sur Internet en particulier sur les réseaux de sociaux type Facebook mais aussi sur les blogs : nécessité d'être vigilant sur ce qu'on dépose sur ces espaces, d'en contrôler l'accès.

FICHE PROPOSÉE PAR LE CLEMI DE L'ACADÉMIE DE BORDEAUX
En complément, voir la fiche sur « le pouvoir de l'image » :
www.ac-bordeaux.fr/pedagogie/education-aux-medias-clemi.html
Rubrique « L'actualité du CLEMI », « Bac Pro 3 ans ».

(1) Retrouvez sur le site du CLEMI la place de l'éducation aux médias dans les différentes disciplines.
www.clemi.org/fr/centre-de-documentation/l-education-aux-medias

QUESTIONS CLÉS POUR DÉMARRER UN MÉDIA SCOLAIRE

Chaque année, des milliers d'élèves réalisent, avec l'aide d'adultes de l'établissement, des journaux, des sites Web, des émissions de radio et de télévision. Beaucoup d'enseignants souhaiteraient apporter leur concours à ce type d'initiative. Ils y trouvent du sens. Voici quelques réponses aux questions clés qui se posent lors du lancement de ces projets.

POURQUOI CRÉER UN MÉDIA SCOLAIRE ?

Souvent, la première motivation d'un enseignant pour faire participer ses élèves à l'élaboration d'un média est de leur donner l'occasion d'apprendre de manière active et différente. Cette activité donne sens aux apprentissages de base mais nécessite l'adhésion des élèves. Il est aussi essentiel pour les adultes qui accompagnent ce projet de partager les mêmes objectifs.

Un journal scolaire peut favoriser les échanges au sein de la communauté éducative : informer les élèves, les personnels éducatifs, les parents de ce qui se passe dans un établissement ou un réseau d'établissements, c'est donner une visibilité aux petits et grands événements qui rythment la vie scolaire.

Créer et faire vivre un média avec ses élèves est une façon de les éduquer à la citoyenneté : construire une opinion argumentée, s'exprimer publiquement, pratiquer le débat, se confronter à la règle et au droit, particulièrement s'agissant de liberté d'expression… Toutes ces compétences peuvent être développées par la participation au média.

C'est aussi éduquer aux médias : faire un média, c'est se confronter à l'actualité et découvrir le plaisir de s'informer, mais aussi celui d'informer. Produire un média scolaire permet de comprendre « de l'intérieur » les processus de fabrication des médias professionnels, les contraintes et les choix auxquels ils sont confrontés, ainsi que les règles de déontologie.

POUR QUI ?

La question du public est primordiale. Que leur travail soit lu, vu, entendu est un facteur de motivation important pour les élèves. De fait, un média scolaire doit s'adresser à des destinataires réels et permettre une interaction entre les producteurs et les récepteurs. Dès la conception du projet, il faut définir l'audience du média et, élément indissociable, son contenu rédactionnel : les sujets abordés, les rubriques dominantes, la tonalité générale. Il faudra penser à susciter et recueillir les réactions du public en lançant un petit sondage dans un numéro du journal, en laissant à la disposition de tous une boîte à idées chez les CPE ou au CDI, en ouvrant une messagerie électronique et une rubrique « courrier des lecteurs ». En cas d'interpellations par les lecteurs, l'équipe de rédaction devra envisager de manière concertée la réponse à apporter (droit de réponse, tribune, courrier des lecteurs). Il est important de satisfaire son public sans renoncer à l'identité de son média.

DÉPÔT PÉDAGOGIQUE
Si vous réalisez un journal scolaire, adressez-en trois exemplaires, à chaque parution, au CLEMI national qui en assurera l'archivage et la conservation. Le CLEMI est en effet le dépositaire officiel des publications scolaires (circulaire n° 2002-025 du 1er février 2002) et pôle associé de la Bibliothèque nationale de France depuis 2006.

Plus d'information sur le site du CLEMI : www.clemi.org rubrique « Productions des élèves ».

COMMENT ORGANISER UN TRAVAIL D'ÉQUIPE ?

Dans quel cadre et à quelle échelle faire vivre son média ? Il peut s'agir de la classe, de l'établissement ou d'un réseau d'établissements. Le projet peut s'inscrire dans le cadre scolaire (notamment un dispositif interdisciplinaire) ou péri-scolaire (club, foyer socio-éducatif, maison des lycéens). Cette activité peut être obligatoire ou fondée sur le volontariat ; la perception qu'en auront ses acteurs sera alors différente.

Quelle sera la place des élèves aussi bien dans la conception du projet que dans sa réalisation ? Un projet média mobilise des talents parfois moins scolaires. Les élèves peuvent être impliqués dans divers aspects de la réalisation. Faire un journal, par exemple, ce n'est pas seulement écrire ; c'est aussi concevoir une maquette, un logo, une mascotte, dessiner ; c'est aussi corriger, mettre en pages, imprimer, diffuser, faire connaître et, éventuellement, vendre. Au fur et à mesure des productions, un tour de rôle peut être instauré pour permettre à chacun d'aborder un aspect différent du travail à accomplir. Selon l'âge des élèves, selon leur motivation, selon les objectifs et la nature du média scolaire, la place des enfants ou des jeunes peut aller de la simple participation jusqu'à l'indépendance éditoriale et juridique (cf. circulaire du 1er février 2002 sur les publications lycéennes réaffirmée dans le cadre de la récente circulaire « responsabilité et engagement des lycéens » du 26 août 2010).

COMMENT CONSTRUIRE UN PROJET VIABLE ?

Quelles sont les ressources, notamment informatiques, disponibles ? Les problèmes matériels peuvent miner un projet. S'il nécessite un équipement supplémentaire de l'établissement, il faudra en déterminer le coût et faire accepter les achats par l'établissement.

Comment financer la production et la diffusion du média ? Fonds de l'établissement, subventions de collectivités territoriales, subventions liées à un projet européen, vente aux lecteurs (s'agissant d'un journal papier). Différentes ressources sont possibles. Mais pour tout média, la question du financement par des partenaires pose celle de l'indépendance de son contenu. Il faut pouvoir s'exprimer librement.

Qui assumera la responsabilité juridique du média ? On ne peut pas tout dire ou tout montrer dans un média scolaire. Comme tout média, il doit se conformer au droit de la presse, mais aussi au droit d'auteur et au droit à l'image. Le responsable juridique du média est chargé de vérifier, avant sa diffusion, que son contenu respecte la loi, tout en se portant garant de la liberté d'expression de sa rédaction. Dans le cas d'un journal lycéen, le responsable peut être un élève, même mineur s'il bénéficie de l'accord de ses parents. Il faut s'assurer dès le départ du projet qu'une personne est prête à assumer cette fonction. Pour l'exercer, elle peut trouver conseils et appui auprès du CLEMI.

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

Le droit d'auteur est longtemps apparu comme un frein à l'initiative pédagogique en soumettant à des contraintes fortes l'utilisation des textes, des images et des sons dans le cadre scolaire. Or, depuis peu, des accords conclus avec les titulaires des droits d'auteur ouvrent des horizons. Peut-être un premier pas vers une vraie « exception pédagogique »...

QUE SONT LES ACCORDS SECTORIELS ?

Ces accords sont conclus entre, d'une part, les ministères de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, d'autre part, les sociétés qui représentent les ayants droit. Renégociés tous les trois ans, ils autorisent l'utilisation pédagogique d'œuvres protégées par le droit d'auteur, comme les livres, les périodiques, les images fixes ou animées, la musique imprimée ou enregistrée. Ce sont là autant de ressources utiles pour l'éducation aux médias.
Désormais, il est parfaitement légal 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.
Cette « exception pédagogique » figure désormais dans le Code de propriété intellectuelle au titre des exceptions aux droits d'auteur [1].
Mais, attention, l'utilisation pédagogique des œuvres ne peut se faire que sous certaines conditions.

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

Cette utilisation pédagogique n'est possible que dans le cadre d'une « activité d'enseignement et de recherche », pour un public « composé majoritairement d'élèves, d'étudiants, d'enseignants ou de chercheurs ». Autrement dit, les œuvres peuvent être incluses dans un cours, un TP, un exposé, un mémoire, une conférence dans un cadre scolaire ou universitaire, une formation, un examen, un concours. Mais en aucun cas, elles ne peuvent être employées lors d'un cours particulier, de la fête de l'école ou d'une séance récréative.
On mentionnera, comme il se doit, le titre, l'auteur et l'éditeur de l'œuvre lors de son utilisation, ainsi que les artistes-interprètes dans le cas des œuvres musicales.
En outre, les documentalistes ne peuvent pas conserver durablement au CDI les œuvres reproduites (photocopies, fichiers numériques, CD, DVD...) : tout au plus le temps d'une année scolaire. En aucun cas, les œuvres ne feront l'objet d'une indexation dans une banque de données disponible sur l'intranet ou internet, 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. Examinons quelques cas.

- **Un livre.** Sa reproduction en totalité n'est pas autorisée dans un travail pédagogique, mais seulement 5 pages, sans coupure et dans la limite de 20% de la pagination de l'ouvrage.
- **Un article de journal.** Sa reproduction en totalité est autorisée, mais le travail pédagogique ne peut inclure plus de deux articles d'une même parution.
- **Une image fixe** (reproduction d'œuvre d'art, photographie...). La notion d'extrait est ici inopérante. On utilisera donc l'image entière mais sous sa forme numérique. Sa définition sera limitée à 400 x 400 pixels et sa résolution à 72 DPI.
- **Une œuvre musicale enregistrée.** Son écoute en intégralité dans la classe est autorisée.
- **Une œuvre audiovisuelle** (film, émission). Sa diffusion en intégralité dans la classe est autorisée, à condition que le film provienne d'un service de communication non payant (chaîne de télévision hertzienne ou TNT gratuite). On ne pourra en utiliser que des extraits si le film provient d'une VHS ou d'un DVD édité dans le commerce, ou d'un service de communication payant (Canal+, chaînes uniquement diffusées sur le câble et/ou le satellite, chaînes de télévision sur Internet, services VOD). En ce cas les extraits ne dépasseront pas 6 minutes.

PEUT-ON METTRE EN LIGNE CES ŒUVRES ?

Les travaux pédagogiques comprenant des œuvres ou des extraits d'œuvres ne peuvent être mis en ligne que sur l'intranet ou l'extranet de l'établissement (dans des ENT, par exemple). Seule la mise en ligne de thèses universitaires est admise sur le réseau Internet, sous certaines conditions. Si le travail pédagogique mis en ligne comporte des œuvres visuelles, on veillera à ce qu'il n'y en ait pas plus de 20. S'il comporte des œuvres musicales enregistrées, celles-ci ne pourront être reproduites que dans la limite de 30 secondes par œuvre et 10% de la durée totale de l'œuvre. S'il comporte des œuvres audiovisuelles, ce ne peut être que sous forme d'extraits inférieurs à 6 minutes.
Enfin, toute mise en ligne de travaux pédagogiques intégrant des œuvres ou extraits d'œuvres doit faire l'objet d'une déclaration auprès des représentants des ayants droit [2].

Avec la collaboration de VÉRONIQUE DIJEAU
Division des Affaires juridiques, CNDP

(1) Code de la propriété intellectuelle, article L122-5.
À consulter sur www.legifrance.gouv.fr

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

PROPOSITIONS DE RÉFÉRENTIELS DE COMPÉTENCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS

La définition de l'éducation aux médias la plus communément admise est *« la capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leurs contenus et à communiquer dans divers contextes*[1]*. »* Tous les médias sont ici en jeu quels qu'en soient les supports. Aujourd'hui, la culture contemporaine, et notamment la culture des jeunes d'âge scolaire, est une mosaïque dans laquelle les apports médiatiques s'ajustent et se superposent sans qu'ils en aient forcément conscience.

Depuis vingt ans, les médias se développent de manière si rapide et si diversifiée, à la fois en termes de contenus, de supports et de modes de consommation, que l'on peut se demander si le mot a le même sens aujourd'hui qu'hier (multiplication des chaînes de télévision, des stations de radio, des médias en ligne, des magazines spécialisés, des titres de presse gratuits, des réseaux sociaux…). Ces médias prennent une part croissante dans notre rapport au réel, au savoir, à la société.

L'éducation aux médias est devenue, dans le contexte de la société de l'information, une modalité indispensable pour la construction des savoirs. Elle prend de plus en plus la forme d'un apprentissage en amont des disciplines, car elle a pour objet d'identifier les filtres médiatiques qui « colorent » la très grande majorité des informations et des connaissances. Nous pouvons prendre le terme information dans la double acception : données/actualités (Data *vs* News).

L'éducation aux médias est inscrite explicitement parmi les capacités de la sixième compétence du socle commun de connaissances et de compétences. Pour faciliter sa mise en œuvre par les enseignants, un référentiel de compétences est nécessaire.

Depuis maintenant trois ans, le CLEMI propose, dans le cadre de cette brochure, un référentiel élève, basé sur les principes structurant du Référentiel de connaissances et de compétences. Il définit, à travers cinq axes, les principales connaissances, capacités et attitudes qu'un élève est censé maîtriser à chacun des paliers de la scolarité obligatoire. Certains des éléments qui le constituent sont repris dans la grille de référence élaborée par la DGESCO (Direction générale de l'enseignement scolaire), notamment pour ce qui concerne les compétences sociales et civiques (eduscol-education.fr/socle commun).

Afin de faciliter sa mise en œuvre, le CLEMI et la DGESCO ont souhaité le compléter par un référentiel enseignant. Une première mouture en a été présentée à l'occasion du séminaire du Plan national de formation organisé en juin 2011 sur le thème « Compétences et culture médiatiques ». Retravaillé depuis avec l'aide de l'inspection générale de lettres (Mme Bechetti-Bizot), il s'inscrit dans le cadre des 10 compétences professionnelles que tout enseignant doit maîtriser pour l'exercice de son métier.

Ces deux documents, qui s'appuient sur l'expérience accumulée par le CLEMI au cours des dernières années, sont, en l'état actuel des choses, des propositions, qui peuvent encore évoluer et qui restent à valider.

(1) Voir : ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy

PROPOSITIONS POUR UN RÉFÉRENTIEL ÉLÈVES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS

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

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

DOMAINE 2
CARACTÉRISER LES MÉDIAS ET LES LANGAGES MÉDIATIQUES

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

DOMAINE 3
S'INFORMER PAR LES MÉDIAS

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

DOMAINE 4
PRODUIRE DES MESSAGES MÉDIATIQUES

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

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

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

PROPOSITIONS POUR UN RÉFÉRENTIEL ENSEIGNANTS EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS

CONNAISSANCES	CAPACITÉS	ATTITUDES
AGIR EN FONCTIONNAIRE DE L'ÉTAT ET DE FAÇON ÉTHIQUE ET RESPONSABLE		
• Connaître les lois et les textes qui fondent les principes et les valeurs de la République.	• Mettre en œuvre et faire respecter ces règles et ces principes dans le cadre de son enseignement à travers des projets d'éducation aux médias. • Faire en sorte d'intégrer ces projets à la vie scolaire et au projet d'établissement.	• Se montrer tolérant et respectueux des idées et opinions. • Respecter et faire respecter les chartes et règlements dans la pratique des médias par les élèves.
MAÎTRISER LA LANGUE FRANÇAISE POUR ENSEIGNER ET COMMUNIQUER		
• Acquérir des connaissances de base sur la lecture et l'écriture des messages médiatiques (textes écrits, images, sons).	• Repérer et analyser les difficultés rencontrées par les élèves dans l'approche des documents et des discours médiatiques. • Transmettre aux élèves des outils et des éléments d'analyse favorisant leur appropriation des langages médiatiques.	• Veiller à un usage raisonné et rigoureux par les élèves des formes et supports de communication. • Veiller à l'acquisition d'un niveau de langue adapté, à l'écrit comme à l'oral.
MAÎTRISER LES DISCIPLINES ET AVOIR UNE BONNE CULTURE GÉNÉRALE		
• Disposer de connaissances de base sur les médias : les mécanismes économiques et les modes d'organisation qui régissent les entreprises médiatiques ; leur rôle et leur place dans la société.	• Établir des liens fonctionnels entre les objectifs, compétences et contenus propres à l'EAM et ceux des disciplines enseignées.	• Avoir et favoriser une fréquentation régulière des médias (écrits et audiovisuels). • Aborder l'EAM avec la même rigueur scientifique que sa discipline.
CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE SON ENSEIGNEMENT		
• Connaître les instructions et directives inscrites dans les programmes en matière d'EAM. • Connaître les démarches pédagogiques et les modalités de mise en œuvre préconisées. • Connaître les niveaux et les paliers d'acquisition des compétences du socle commun.	• Concevoir, dans le cadre de sa discipline, des séances d'enseignement intégrant l'EAM, et définir une progression sur l'année. • Dépasser l'utilisation des médias comme simples auxiliaires pédagogiques. • Choisir des supports et des modalités d'utilisation adaptés, mettre en place des situations d'apprentissage propices à l'EAM.	• Adopter une posture pédagogique qui s'appuie sur des approches concrètes et transversales : analyse d'un événement, d'un phénomène ou d'un discours médiatique, restitution ou compte rendu d'actualité, par exemple.
ORGANISER LE TRAVAIL DE LA CLASSE		
• Connaître les différentes modalités de travail en classe, permettant les progrès de tous les élèves dans le respect des règles de vie collective (travail collectif/individualisé/en petits groupes/en autonomie, recherche documentaire, etc.).	• Organiser le temps et l'espace de la classe, instaurer un cadre de travail favorisant des activités d'EAM intégrées.	• Mettre à profit les activités l'EAM pour renforcer la cohésion de la classe et ses échanges avec l'extérieur. • Favoriser les partenariats et les collaborations au sein de l'établissement. • Favoriser le travail en autonomie des élèves.

CONNAISSANCES	CAPACITÉS	ATTITUDES
PRENDRE EN COMPTE LA DIVERSITÉ DES ÉLÈVES		
• Connaître les pratiques culturelles et médiatiques des élèves dans leur diversité afin de mieux les accompagner dans leurs projets de production, de recherche d'information, de pratique d'écoute et d'analyse des médias.	• Choisir les différentes formes, les supports et les situations appropriées à la diversité des profils des élèves pour leur permettre d'entrer plus aisément dans les apprentissages • Trouver les outils adaptés à leurs besoins pour qu'ils puissent développer leurs propres compétences médiatiques.	• Se garder des préjugés vis-à-vis des pratiques médiatiques des élèves. • Prendre appui sur ces pratiques pour mieux les impliquer et les rendre acteurs de leurs apprentissages.
ÉVALUER LES ÉLÈVES		
• Connaître les modalités et les outils d'évaluation permettant de repérer, au sein des compétences et des connaissances visées par la discipline, celles qui relèvent plus particulièrement de l'éducation aux médias.	• Intégrer l'évaluation des compétences médiatiques à la démarche d'évaluation du socle commun. • Expliciter les objectifs visés en vue de faciliter une évaluation pertinente et de les articuler à ceux de la discipline enseignée. • Utiliser les évaluations pour faire progresser les élèves dans le domaine de l'EAM. • Mettre en place des situations d'évaluation pertinentes.	• Valoriser la diversité des compétences et prendre en compte l'hétérogénéité des élèves. • Instaurer une relation de confiance avec les élèves. • Valoriser leurs productions et les encourager à la publication.
MAÎTRISER LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION		
• Connaître les nouvelles formes et les nouveaux supports d'information et de communication et les règles qui en régissent l'usage. • Connaître les outils numériques (audio, visuels, écrits) devant faire l'objet d'une EAM : outils de production, de publication, de recherche documentaire. • Avoir les connaissances relatives aux compétences inscrites dans le référentiel du C2i.	• Identifier les enjeux pédagogiques et éducatifs liés aux évolutions techniques des supports numériques. • Proposer des activités et des situations pédagogiques pertinentes en rapport avec la pratique de ces outils.	• Se tenir informé des évolutions technologiques et réglementaires concernant les médias numériques. • Avoir conscience de leurs implications en matière de comportement, de responsabilité. • Respecter les droits et devoirs qui en découlent.
TRAVAILLER EN ÉQUIPE ET COOPÉRER AVEC LES PARENTS ET LES PARTENAIRES DE L'ÉCOLE		
• Connaître les lieux, les dispositifs, les personnes ressources et les partenaires susceptibles de faciliter la mise en œuvre de projets d'EAM.	• Faire de l'EAM un lieu de rencontre et de collaboration des disciplines et des dispositifs éducatifs. • Faire vivre des projets d'équipe contribuant à animer la politique de l'établissement, en lien avec le professeur documentaliste et la vie scolaire – par exemple à l'occasion de la Semaine de la presse et des médias dans l'école, mais aussi au-delà. • Savoir solliciter et impliquer des partenaires extérieurs dans des actions d'EAM.	• Favoriser l'ouverture culturelle de l'École. • Contribuer à la formation citoyenne des élèves et la connaissance de son environnement. • Contribuer à placer l'École au cœur de la cité.
SE FORMER ET INNOVER		
• Connaître les ressources institutionnelles (CLEMI, SCEREN-CNDP, ESEN, ENT…) et médiatiques (INA, AFP, ARPEJ…). • Connaître les dispositifs de formation à l'EAM (CLEMI et son réseau, FOAD, parcours perform@nce…). • Connaître les lieux de culture et de l'état de la recherche dans le domaine de l'EAM.	• Nourrir sa pratique des débats d'actualité concernant les médias et des recherches reliant savoirs, apprentissages et médias. • Intégrer ces réflexions à sa pratique pédagogique pour la faire évoluer et innover.	• Faire preuve de curiosité intellectuelle, être ouvert à l'innovation. • Faire preuve d'initiative pour s'engager dans des projets et des expérimentations.

LES FRANÇAIS ET LES MÉDIAS

Les Français ont en moyenne 41 contacts quotidiens avec les médias. Près d'1 Français sur 3 est en contact avec au moins 4 grands médias (télévision, radio, presse, Internet, cinéma) dans une journée. Presque toute la population (99 %) est en contact avec au moins un média « classique » (télévision, radio, presse, Internet, cinéma) au cours d'une journée. 3 Français sur 4 pratiquent les loisirs numériques au cours d'une journée.
(Source : Médiamétrie)

INTERNET

(Source : CREDOC, 2010)

Pratique de l'Internet

75 % des personnes de 12 ans et plus disposant d'Internet à leur domicile se connectent quotidiennement.

Temps hebdomadaire passé devant Internet et devant la télévision

(Personnes disposant d'une connexion)

	Télévision	Internet
12-17 ans	14 heures	16 heures
Ensemble de la population	19 heures	11 heures

Participation aux réseaux sociaux

36 % de la population (environ 19 millions de personnes) fait partie de réseaux sociaux en 2010. Ce chiffre est de 77 % pour les 12-17 ans.

Usage des réseaux sociaux chez les 8-17 ans

48% des 8-17 ans ont un compte ou un profil sur un réseau social (Facebook : 48 % ; Skyblog : 3 % ; MySpace : 1 %). Ils sont 11 % en primaire, 57 % au collège et 85 % au lycée.
(Source : TNS-Sofres, juin 2011)

TÉLÉVISION

(Source : Médiamétrie)

Durée d'écoute par individu en 2010

3 h 32 (2 h 12 pour les enfants de 4 à 14 ans)

Part d'audience des chaînes en 2010

(sur un total de 100)

TF1	24,5
France 2	16,1
France 3	10,7
Canal +	3,1
M6	10,4
France 5	4,7
Arte	2,1
Autres TV	31,9

Télévision de rattrapage

14,5 millions de personnes de 15 ans et plus regardent des programmes télévisés en différé. 3 sur 5 des 15-24 ans recourent à cette pratique.

RADIO

(Source : Médiamétrie, avril-juin 2011)

Audience moyenne : 42,4 millions d'auditeurs sur un jour de semaine. Durée d'écoute moyenne par auditeur : 2 h 56. La radio est le premier média consommé en déplacement (en dehors de la publicité extérieure). Chez les 13-24 ans, le pic d'audience est à 7 h 30 (puis 18 h).

Mesure des podcasts en juin 2011

Nombre de téléchargements du mois par genre (en milliers)

Divertissement	5 573
Culture	4 900
Information	4 191
Total France :	**15 871**

PRESSE ÉCRITE

En 2009, la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) dénombre 10 quotidiens nationaux d'information générale et politique, 67 quotidiens locaux (régionaux et départementaux) d'information générale et politique et 12 quotidiens gratuits d'information.

Nombre total de lecteurs de presse quotidienne

Plus de **23,4 millions** de personnes lisent chaque jour un quotidien.
(étude EPIQ – Audipresse, période janvier- décembre 2010)

Quotidiens nationaux	8,3 millions
Quotidiens régionaux	17,2 millions
Quotidiens urbains gratuits	4,3 millions

QUOTIDIENS D'INFORMATION

Les 6 plus fortes diffusions de la presse quotidienne française en 2010

(Diffusion France Payée)

Ouest France	757 115
Le Figaro	316 732
L'Équipe édition générale	302 147
Sud Ouest	293 072
Le Parisien	290 785
Le Monde	286 348

(Source : OJD)

PRESSE MAGAZINE

Répartition par secteur en 2010

(Diffusion France Payée)

Télévision :	40,61 %
Féminins :	21,74 %
Actualités :	21,36 %
Loisirs :	10,17 %
Famille :	3,11 %
Jeunes :	2,24 %
Associations :	0,49 %
Masculine :	0,27 %

(Source : OJD)

LES JOURNALISTES

Nombre de cartes de presse attribuées par la CCIJP au 4 janvier 2011

37 007

Nombre de professionnels de l'information tués en 2011

(dans le monde, au 23 septembre 2011) :

41 journalistes ; 3 collaborateurs.

Nombre de professionnels de l'information emprisonnés en 2011

(dans le monde, au 23 septembre 2011) :

157 journalistes ; 9 collaborateurs + 121 net-citoyens.

(Source : Reporters sans frontières)

JOURNALISTES ET CONVERGENCE

Les premières manifestations de la convergence des techniques numériques pour les journalistes américains remontent aux années soixante-dix. Il s'agissait alors de l'entrée de terminaux informatiques comme postes de travail au sein de la rédaction, ainsi que du développement des premières banques de données d'information par des quotidiens tel le *New York Times*.

Depuis, les outils, comme l'environnement des journalistes, se sont complètement modifiés, entraînant une transformation radicale des manières d'exercer le métier. Les plus significatives tiennent à la généralisation du travail sur écran, au recours systématique à l'Internet, à la numérisation des supports de traitement des sons et des images, alors même que chaque matériel miniaturisé, avec ses versions portables ou mobiles (ordinateur, téléphone, webcam) permet à chacun le travail à distance.

TRANSFORMATIONS DU JOURNALISME

Quel que soit le média concerné, les conditions de collecte de l'information voire, en amont, les modes d'identification des sujets à traiter, sont profondément reconsidérés. C'est ainsi que le Web est devenu l'un des moyens privilégiés d'une forme de veille de l'actualité. Les journalistes suivent sur celui-ci les fils des agences, les articles des principaux médias, mis à disposition en continu par les agrégateurs (en premier lieu Google), en même temps qu'ils sont alertés des dernières productions des blogs auxquels ils sont affiliés.

Le rôle de l'Internet dans la collecte de l'information est bien plus large puisqu'il permet d'interroger de nombreux sites pour obtenir des données, de la documentation, comme entrer en contact avec nombre de sources potentielles. La plus grande facilité à joindre la plupart des acteurs de l'actualité sur leurs portables pousse plus souvent à arbitrer en faveur d'un travail à distance, à partir de documents envoyés par des témoins, complétés d'interviews téléphoniques, sinon par mails, plutôt que se rendre sur place pour recueillir les propos des protagonistes d'un événement. La tentation de privilégier ce journalisme « assis » est d'autant plus grande que chacun doit travailler vite en limitant les coûts de sa propre rédaction.

EN PRESSE ÉCRITE

En presse écrite, le support de l'activité du journaliste tend à devenir exclusivement l'écran, même si la pratique du bloc-notes sur le terrain perdure. Les logiciels disponibles ont considérablement fluidifié le travail de documentation, de collecte, d'écriture et de mise en forme des articles. La contrepartie, en revanche, est que le journaliste voit sa production davantage normée ou calibrée (espace exact disponible, nature du contenu à fournir, titres, textes, illustrations). Simultanément, chaque journaliste doit combiner des opérations hier confiées à des collègues ou des ouvriers (correction, mise en page, traitement des photos, etc.). En presse locale, les journalistes seuls en poste (« détachés ») réalisent complètement leur(s) page(s), à partir de leur production et de celle de leurs correspondants. Le secrétaire de rédaction, jadis chargé de finaliser les textes, de les titrer et de les intégrer dans la page en dialoguant avec les journalistes, se transforme en un gestionnaire d'espaces et de la transmission à la fabrication, adoptant plus souvent le qualificatif anglo-saxon « d'éditeur ».

Les pigistes qui assument les coûts et les choix d'acquisition des matériels et logiciels nécessaires à l'exercice de leur activité (ordinateurs, appareils photo numériques, téléphones mobiles et autres smartphones, etc.) livrent des articles prêts à publier. L'expédition de cette production, comme parfois la commande initiale, les échanges de cadrage du papier ou de finalisation de celui-ci, peuvent se faire totalement à distance *via* le téléphone ou le Web. C'est de plus en plus au pigiste lui-même de faire en sorte de disposer de moyens compatibles avec ceux de l'éditeur, tout comme il lui revient de maîtriser l'accès et les modes de recherche aux sources documentaires disponibles sur Internet, économisant cet investissement qui incombait aux éditeurs.

EN AUDIOVISUEL

Dans l'audiovisuel – radio ou télévision –, la convergence a permis la multiplication des antennes, la miniaturisation des matériels et la numérisation des supports. Davantage de stations, réseaux ou chaînes face à un chiffre d'affaires dont le volume n'a pas crû en proportion entraînent un allégement des rédactions : moins de spécialistes, plus de polyvalents, des équipes de reportages réduites, à un seul individu parfois. La miniaturisation et la baisse des coûts des équipements, outre qu'ils facilitaient la multiplication des antennes, ont simplifié les conditions de captation et de diffusion à partir du terrain. Le rythme de traitement de l'information s'est accéléré, surtout dans les radios et télévisions d'information en continu. L'objectif est de se rapprocher de l'instantanéité et lorsque l'événement le mérite, de le traiter en continu (« live »), comme ce fut le cas pour le 11 septembre, la guerre d'Irak ou le Tsunami. Cette tendance se trouve encore accentuée face à la concurrence des supports numériques (Web et téléphone mobile) qui s'emploient eux aussi à fournir une information instantanée et actualisée en continu.

La numérisation conduit à la substitution des supports matériels par un support numérique. La numérisation des sons et des images accélère le montage, en même temps qu'il permet l'intégration de documents importés de sources diverses. Il est possible d'intervenir sur le contenu des documents audio ou visuels pour en modifier le contenu, ce qui peut être pertinent pour fournir des synthèses pédagogiques, mais peut également déboucher sur des dérives dans lesquelles se trouve altérée la réalité des faits. Dès l'origine, la numérisation des images et des sons devait alerter les journalistes sur les questions relatives à la déontologie dans ce domaine.

WEB JOURNALISME

Les journalistes exerçant sur des médias numériques, aujourd'hui essentiellement le Web et les applications pour téléphone portable, sont les plus directement concernés par la convergence technologique au sens où les formes éditoriales qu'ils mettent en œuvre s'inventent au fur et à mesure que les technologies, comme leurs usages, se transforment. Il est désormais convenu que les journalistes travaillant principalement pour les supports numériques soient qualifiés de « Web journalistes ». A priori, ce Web journalisme couvre un spectre très large de manières de pratiquer le métier, qu'il s'agisse d'investigation, d'expertise dans des domaines très étendus, d'analyses approfondies ou encore de commentaire ou de satire, comme le montrent des sites aussi différents que Rue89, Mediapart, Slate ou Bakchich.

Cependant, au-delà de la diversité des sites d'information, un mode d'emploi se dégage qui se concentre au sein d'équipes dites « dédiées », qui regroupent la majorité des quelque 600 journalistes ayant déclaré à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels travailler principalement sur un support numérique. Pour ceux-ci, trois grandes caractéristiques se distinguent nettement : la rapidité, l'écriture multimédia, la collaboration avec le public.

> "LE WEB EST DEVENU L'UN DES MOYENS PRIVILÉGIÉS D'UNE FORME DE VEILLE DE L'ACTUALITÉ"

La rapidité correspond à l'impératif qu'impose le référencement des sites dans leur compétition pour réaliser les plus fortes audiences. Des équipes de journalistes travaillant en desk, se relayant au moins 18 heures par jour, exercent une veille de l'actualité en continu et se doivent de rédiger dans les plus courts délais possibles les articles correspondant aux événements dès qu'ils surviennent. Nombre de ces journalistes parlent ici de « quasi-instantanéité », pour un premier traitement, qui donnera lieu à un enrichissement, des précisions, éventuellement des corrections au fur et à mesure que des éléments nouveaux parviendront à la rédaction.

L'écriture multimédia se nourrit de la combinaison du texte, de l'image et des sons dans la construction des récits proposés pour traiter un sujet. Cette originalité tout à fait spécifique du Web s'enrichit d'une dimension de profondeur qu'apportent les liens hypertextes, qu'ils concernent les contenus au sein du site d'information lui-même, à l'extérieur vers de nombreuses sources existantes, à propos de données d'actualité ou en s'appuyant sur les archives disponibles. Née avec le Web, cette écriture continue d'évoluer et de s'enrichir, limitée trop souvent par les impératifs de rapidité, comme le montrent *a contrario* les sites plus analytiques, voire les expériences de webdocumentaires.

La dimension collaborative ou contributive est la plus récente et sans doute la moins stabilisée. Présentée parfois comme une menace pour un journaliste professionnel concurrencé par des « amateurs », elle se révèle au contraire comme un nouvel espace d'expérimentation, soit pour des journalistes spécialisés dans celle-ci comme les « community managers », soit comme forme d'intégration naturelle aux différents types de d'information de la plus brute à la plus développée et analysée.

JEAN-MARIE CHARON
sociologue des médias, CEMS/EHESS

BIBLIOGRAPHIE

ÉLÉMENTS DE BIBLIOGRAPHIE POUR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS*

ALBERT (Pierre), *La Presse française*. La documentation française, 2008.

BALLE (Francis), *Médias et sociétés*, 15e édition. Montchrestien, 2011.

BARBEY (Francis), *L'Éducation aux médias : de l'ambiguïté du concept aux défis d'une pratique éducative*, Publibook, 2010.

BRÉDA (Isabelle), HOURT (Carole), *Les Bons Usages d'Internet*, Librio, 2007.

GOLIOT-LÉTÉ (Anne), JOLY (Anne), LANCIEN (Thierry) et al., *Dictionnaire de l'Image*, Vuibert, 2006.

GONNET (Jacques), *Éducation et médias*, PUF, 1997, coll. « Que sais-Je ? », n° 3242.

JEHEL (Sophie), *Parents ou médias, qui éduque les préadolescents ? Enquête sur leurs pratiques TV, jeux vidéo, radio, Internet*, Erès, Ceméa, 2011, coll. « Éducation et société ».

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

Télévision, revue annuelle dirigée par François Jost, CNRS Éditions.

LEGARDEZ (Alain), *L'École à l'épreuve de l'actualité : enseigner les questions vives*. ESF éditeur, 2006.

RENUCCI (France), BELIN (Olivier), *Manuel Infocom : Information - Communication – Médiologie*. Vuibert, 2010.

SALMON (Christian), *Storytelling : la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. La Découverte, 2007.

TISSERON (Serge), MISSONNIER (Sylvain), STORA (Michael), *L'Enfant au risque du virtuel*, Dunod, 2006, coll. « Inconscient et culture ».

* Pour une bibliographie complète, consulter le site du CLEMI : www.clemi.org

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES PAR THÈME (PREMIER DEGRÉ)

À LA DÉCOUVERTE DE LA PRESSE : LE FEUILLETAGE

COCLET-GREGOIRE (Jacqueline), DESTABLE (Étiennette), SPIRLET (Jean-Pierre), *La Presse à l'école maternelle*, ARPEJ/Hachette Éducation, 1997, coll. « Pédagogie pratique à l'école ».

GUILBERT (Françoise de), SAILLARD (Rémy), INIZAN (Sylvaine), *Comment ça va les médias ?*, Bayard Jeunesse, 2008.

LAMOUREUX (Sophie), *La Presse à petits pas*, Actes Sud Junior, 2006.

SAVINO (Josiane), MARMIESSE (Catherine), BENSA (Fabienne), DESCO, Ministère de l'Éducation nationale, *L'Éducation aux médias : de la maternelle au lycée*, SCEREN-CNDP, 2005, coll. « Pratiques innovantes ».

ÉCRIRE UN ARTICLE DE JOURNAL

CHENEVEZ (Odile), FAMERY (Pascal), *Faire son journal au lycée et au collège*. Victoires Éd., 2005.

Exploiter la presse à l'école, La Classe, Hors-série n° 19, février 2005.

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

Un autre regard sur les médias. JDI n° 7, mars 2005.

EXPLOITER LES RESSOURCES D'INTERNET

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

SAINT-MARS de (Dominique), BLOCH (Serge), *Lili se fait piéger sur Internet*, Calligram, 2006, coll. « Ainsi va la vie ». *(À partir de 6 ans)*

Educaunet, pour une éducation critique à Internet, un programme européen coordonné par le CLEMI, Coffret multimédia, CNDP, 2004.

L'Éducation du citoyen internaute, Les Dossiers de l'ingénierie éducative n° 59, octobre 2007.

LIRE LES IMAGES DANS LES MÉDIAS

CABU, GERVEREAU (Laurent), *Le Monde des images : comprendre les images pour ne pas se faire manipuler*, Robert Laffont, 2004.

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

SCHNEIDERMANN (Daniel), SCHNEIDERMANN (Clémentine), *C'est vrai que la télé truque les images ?*, Albin Michel, 2008.

TISSERON (Serge), *La Télé en famille, oui !*, Bayard Jeunesse, 2004.

LA RADIO : PRATIQUE D'ÉCOUTE ET PRODUCTION ORALE

GAST (Marceau), GUÉRIN (Madeleine), GUÉRIN (Claudie), *Pierre Guérin sur les pas de Freinet*. Ibis Press, 2008.

GIRARDOT (Jean-Marie), *La Radio en milieu scolaire : un outil pédagogique pour la maîtrise des langages et l'approche de la citoyenneté*. SCEREN-CRDP Franche-Comté/CDDP Doubs/CLEMI, 2004.

KOUCHNER (Jean), *Les Radios de proximité : mode d'emploi*. 3e éd. Victoires Éd., 2006.

SE REPÉRER DANS LES IMAGES DE LA TÉLÉVISION

ALLARD (Claude), DOLLÉ (Cécile), *Qu'est-ce qu'il y a à la télé ?*, Albin Michel, 2005, coll. « C'est la vie aussi ».

BACHMANN (Sophie), BARREYRE (Christophe), CASALTA (Jean-Emmanuel), MOCIK (Jean-Claude), *La Télévision à petit pas*. Actes Sud Junior, INA, 2008.

LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS

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

ROUCHIÉ (Thomas), CLEMI, *Lire et comprendre la publicité*, Retz, 2000, coll. « Pédagogie pratique ».

L'INFORMATION MÉTÉO

CHAILLEY (Maguy), *Jeunes Téléspectateurs en maternelle*, CNDP/Hachette Éducation, 1997, coll. « Ressources formation Acteurs du système éducatif ». *(Voir p. 90 et sq.)*

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES PAR THÈME (SECOND DEGRÉ)

UN MÉDIA À TRAVERS SON SITE

CHARON (Jean-Marie), LE FLOCH (Patrick), *La Presse en ligne*, La Découverte, 2011, coll. « Repères ».

PATINO (Bruno), FOGEL (Jean-François), *Une presse sans Gutenberg*, Grasset, 2005.

POULET (Bernard), *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Gallimard, 2009.

RONEZ (Joël), *L'écrit Web : Traitement de l'information sur Internet*. CFPJ, 2007.

À LA UNE DES JOURNAUX

CLEMI, *Apprendre avec la presse*, Paris, Retz, nouvelle éd., 1999.

FURET (Claude), *Le Titre*, Victoires Éditions, 2006, coll. « Métier Journaliste ».

HUBERT (Jocelyne), *La presse dans tous ses états : lire les journaux du XVIIe au XXIe siècle*. Magnard, 2007. Coll. « Classiques & contemporains ».

SALLES (Daniel), DUFAUT (Olivier), *Du papier à l'Internet : Les unes des quotidiens*. SCEREN, CLEMI, 2010. Coll. « Éducation aux médias ».

TRAITEMENT D'UN ÉVÉNEMENT DANS LES MÉDIAS

CHARON (Jean-Marie), *Les Journalistes et leur public : le grand malentendu*, Vuibert/INA/CLEMI, 2007, coll. « Comprendre les médias ».

CUSSOL (Roger), MARCY (Jean-Philippe), *Guide de la presse écrite*. SCEREN-CRDP de Midi-Pyrénées, 2008.

PERRAUD (Antoine), *La Barbarie journalistique : Toulouse, Outreau, RER D : l'art et la manière de faire un malheur*. Flammarion, 2007.

SALMON (Christian), *Storytelling saison 1 : chroniques du monde contemporain*. Les Prairies ordinaires, 2009.

LE FAIT DIVERS

CHEVALIER (Louis), *Splendeurs et misères du fait divers*, Perrin, 2003, coll. « Pour l'Histoire ».

DUBIED (Annik), LITS (Marc), *Le Fait divers*, PUF, 1999, coll. « Que sais-je », n° 3479.

SECAIL (Claire), *Le Crime à l'écran : le fait divers criminel à la télévision française*. Nouveau Monde éditions, 2010.

LES SOURCES DES INFORMATIONS

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

GAZSI (Mélina), VIELCANET (Florence), *Les Dessous de l'info*, La Martinière Jeunesse, 2005, coll. « Hydrogène ».

HUYGHE (François-Bernard), *Maîtres du faire croire : de la propagande à l'influence*. CLEMI, INA, Vuibert, 2008.

WOLTON (Dominique), *Informer n'est pas communiquer*. CNRS, 2009.

MALEISSYE (Hélène de), *Le Filtre médiatique*. Indiciel, 2006.

L'Agence : les photojournalistes de l'Agence France-Presse, AFP/La Martinière, 2001.

LA PLACE DES DÉBATS DANS LES MÉDIAS

WOLTON (Dominique), *Informer n'est pas communiquer*. CNRS, 2009.

LE BOHEC (Jacques), *Élections et télévision*. Presse Universitaires de Grenoble, 2007. *(Voir notamment les chapitres 3, 4 et 5)*.

Rouquette (Sébastien), *Vie et mort des débats télévisés : 1958-2000,* De Boeck/INA, 2002, coll. « Médias Recherches ».

Argumenter, TDC n° 927, janvier 2007.

LE JOURNAL TÉLÉVISÉ

Benghozi (Pierre-Jean), Paracuellos (Jean-Charles). *Télévision : l'ère du numérique*, La Documentation française. Coll. « Les études de la Documentation française », 2011.

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

Robrieux (Jean-Jacques), *Le Journal télévisé : pratiques et langages*. L'Harmattan, 2007.

IMAGES ET VISUELS D'INFORMATION : DIVERSITÉ ET SPÉCIFICITÉ

Bajac (Quentin), *Après la photographie : de l'argentique à la révolution numérique*. Gallimard, 2010. Coll. « Découvertes Gallimard ».

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

Delage (Christian), Guiguegno (Vincent), Gunthert (André). *La Fabrique des images contemporaines*. Édition du Cercle d'Art, 2007.

Girardin (Daniel), Pirker (Christian). *Controverses : une histoire juridique et éthique de la photographie*. Actes sud, 2008.

Salles (Daniel), *Le Dessin dans la presse*, Bordas, 2003, coll. « Lire les images ».

Images, Cahiers pédagogiques n° 450, février 2007.

LES RÔLES DE LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS

Cayla (Denise), *Le Discours publicitaire : affiches et magazines*, Bordas, 2003, coll. « Lire les images ».

Gastaut (Amélie), *La Photographie publicitaire en France : de Man Ray à Jean-Paul Goude.* Les arts décoratifs, 2006.

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

Parasie (Sylvain), *Et maintenant une page de pub : Une histoire morale de la publicité à la télévision française (1968-2008).* INA, 2010.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES SPÉCIFIQUES (PROFESSEURS DOCUMENTALISTES ET CONSEILLERS PRINCIPAUX D'ÉDUCATION)

Corroy (Laurence), Gonnet (Jacques), *Dictionnaire d'initiation à l'info-com*. Vuibert, 2008.

Censures, Inter-CDI n°232, numéro spécial 2011.

Culture de l'information : des pratiques… aux savoirs : 8e Congrès des enseignants documentalistes de l'Éducation nationale, Nathan, FADBEN, 2009.

Éducation et nouveaux médias, Conseiller d'éducation n° 158, décembre 2005.

Images en lecture. Argos n°46-47, juin 2010.

Information et démocratie : Formons nos citoyens. Nathan, Fadben, 2006.

L'Image documentaire, Inter-CDI n° 214, juillet/août 2008.

Médias et CDI, Inter-CDI n° 196, juillet 2005.

SITOGRAPHIE*

PROGRAMMES SCOLAIRES

www.cndp.fr
Les entrées Primaire et Secondaire de ce site permettent de retrouver les programmes d'enseignement cités dans ce livret.

www.education.gouv.fr/pid285/le-bulletin-officiel.html
Pour accéder aux BO en ligne depuis 1998.

http://eduscol.education.fr
Pour connaître les programmes en vigueur et en cours d'élaboration.

ÉDUCATION AUX MÉDIAS

www.clemi.org
Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'informations.

www.curiosphere.tv
Une entrée « Éducation aux médias » avec vidéos en accès libre et une valeur pédagogique ajoutée.

www.educasources.education.fr
Dans « Sélections thématiques », une entrée « Éducation aux médias ». Voir aussi « Éducation à l'information sur Internet », « Éducation et images » et « Médias et liberté d'expression ».

www.ouestfrance-ecole.com
Beaucoup de ressources sur la fabrication et le fonctionnement d'un journal.

RESSOURCES SUR LES MÉDIAS

www.ddm.gouv.fr
Direction générale des médias et des industries culturelles.

www.journalisme.com
Site issu des Assises internationales du journalisme.

www.ojd.com
Office de justification de la diffusion : association pour le contrôle de la diffusion des médias.

www.mediametrie.fr
Médiamétrie.

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

www.spmi.info
Portail du Syndicat de la presse magazine.

AUTOUR DE L'IMAGE

http://pedagogie.ac-montpellier.fr/vie_etab/clemi/textes/visa2011/visafiches11.html
L'équipe CLEMI de Montpellier propose des fiches pédagogiques autour du festival de photojournalisme « Visa pour l'image ».

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

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

www.iconovox.com
Une base de plus de 30 000 dessins de presse.

www.crdpnice.net/bouquet/imprimer.php?rub_id=7&ssr_id=36&cat_id=704
Photographie : l'ABC. Compilation de liens thématiques.

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

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

www.surlimage.info
Site coordonné par Jean-Paul Achard (ENESAD de Dijon).

PUBLICITÉ

www.lesartsdecoratifs.fr/francais/publicite/
Site du musée de la Publicité.

www.culturepub.fr
Site de l'émission Culture pub.

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

www.pubstv.com
Publicités des télévisions du monde entier.

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

www.leclubdesad.org
Le meilleur de la création publicitaire depuis 1968 mis en ligne par le Club des directeurs artistiques.

SITES EN RAPPORT AVEC LA TÉLÉVISION ET L'AUDIOVISUEL

www.csa.fr
Conseil supérieur de l'audiovisuel.

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

www.france5.fr
Site de France 5.

À PROPOS DES USAGES D'INTERNET

www.educaunet.be
Programme européen d'éducation aux risques liés à Internet.

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

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

LES JEUNES ET LES MÉDIAS

www.pressedesjeunes.com
Portail du Syndicat de la presse des jeunes.

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

www.jetsdencre.asso.fr
Association nationale pour la promotion et la défense de la presse d'initiative jeune.

* Sites consultés en octobre 2011.

LES ÉQUIPES ACADÉMIQUES DU CLEMI

ACADÉMIE D'AIX-MARSEILLE

Odile Chenevez
CRDP d'Aix-Marseille
31, boulevard d'Athènes
13232 Marseille Cedex 01
Tél. : 04 91 14 13 93
ce.clemi@ac-aix-marseille.fr
www.clemi.ac-aix-marseille.fr

ACADÉMIE D'AMIENS

Damien Cambay
CLEMI – CRDP
45 Rue Saint-Leu
80026 Amiens
Tél. : 03 22 71 41 87
clemi@ac-amiens.fr

ACADÉMIE DE BESANÇON

Antoine Néves
Rectorat/Vie scolaire
10 rue de la Convention
25 030 Besançon Cedex
Tél. : 03 81 65 74 02
ce.viescolaire@ac-besancon.fr

Laurent Tainturier
CRDP
5 rue des fusillés de la résistance
BP 1153
25 003 Besançon Cedex
03 81 25 02 51
crdp@ac-besancon.fr

ACADÉMIE DE BORDEAUX

Isabelle Martin
Rectorat
BP 935
33060 Bordeaux Cedex
Tél. : 05 57 57 35 82
isabelle.martin@ac-bordeaux.fr

ACADÉMIE DE CAEN

Katell Richard
CLEMI - DAEMI
21, rue du Moulin-au-Roy
14000 Caen
Tél. : 02 31 56 61 58
katell.richard@ac-caen.fr

ACADÉMIE DE CLERMONT-FERRAND

Nicole Pavoni
CRDP d'Auvergne
15, rue d'Amboise
BP 10413
63011 Clermont-Ferrand Cedex 1
Tél. : 04 73 98 09 50
pavoni@ac-clermont.fr

ACADÉMIE DE CORSE

Marie Pieronne
Lycée Laetitia Bonaparte
3, avenue Napoléon III
20000 Ajaccio
Tél. : 04 95 29 68 68
clemi@ac-corse.fr

ACADÉMIE DE CRÉTEIL

Élodie Gautier
Espace Aimé-Césaire - CDDP 94
40 quai Victor-Hugo
94500 Champigny-sur-Marne
Tél. : 01 77 74 21 15
clemicreteil@ac-creteil.fr

ACADÉMIE DE DIJON

Dominique Gaye
Lycée Nicéphore-Niepce
141, av. Boucicaut - BP 99
71321 Chalon-sur-Saône
Tél. : 03 85 43 40 40
Port. : 06 21 04 83 36
Fax : 03 85 43 34 34
clemi.dijon@wanadoo.fr
www.clemidijon.org

ACADÉMIE DE GRENOBLE

Guy Cherqui
Rectorat/DAAC
11, avenue général Champon
38000 Grenoble
Tél. : 04 76 74 74 57
Fax : 04 76 17 14 05
guy.cherqui@ac-grenoble.fr
clemi@ac-grenoble.fr

François Morel
CDDP de Haute-Savoie
2, rue des Aravis
BP 20375
74012 Annecy
Tél. : 04 50 33 84 74
françois.morel1@ac-grenoble.fr

ACADÉMIE DE GUADELOUPE

Patrick Pergent
Zone de Jarry
Rectorat de Guadeloupe
Site de Grand Camp- BP 480
97183 Les-Abymes Cedex
Tél. : 05 90 38 59 33/93
ce.clemi@ac-guadeloupe.fr

ACADÉMIE DE GUYANE

Sylvie Vayaboury
CRDP
16, boulevard de la République
BP 5010
97300 Cayenne Cedex
Tél. : 05 94 28 91 61
clemi.ac-guyane@laposte.net

ACADÉMIE DE LILLE

Marie Betaucourt
CRDP de Lille
31 Rue Pierre Legrand
BP 30054
59007 Lille Cedex
Tél. : 03 59 03 12 49
clemilille@ac-lille.fr

ACADÉMIE DE LIMOGES

Christine Laval
Collège Georges-Clémenceau
Bd Clémenceau
19012 Tulle
Tél. : 05 55 20 09 99
christine.laval@ac-limoges.fr

ACADÉMIE DE LYON

Brigitte Velay
CRDP
47, rue Philippe-de-Lasalle
69316 Lyon Cedex 04
Tél. : 04 72 00 75 87
Port. : 06 73 25 99 14
Brigitte.Velay@ac-lyon.fr

ACADÉMIE DE MARTINIQUE

N.
Rectorat
Site Tartenson
9, av. Saint-John-Perse
Morne Tartenson
BP 638
97200 Fort-de-France
Tél. : 05 96 59 99 40

ACADÉMIE DE MONTPELLIER

Marc Valette
Rectorat
533, avenue Paul-Parguel
34090 Montpellier
Tél. : 04 67 91 50 40
clemi@ac-montpellier.fr

ACADÉMIE DE NANCY-METZ

Philippe Spiegel
CRDP de Lorraine
95 rue de Metz
CO 43320
54014 Nancy Cedex
Tél. : 03 83 19 11 31
philippe.spiegel@ac-nancy-metz.fr

ACADÉMIE DE NANTES

Nicolas Quatrevaux
Lycée de Perseigne
Rue Jean-Jaurès
BP 89
72600 Mamers
Port. : 06 14 84 34 88
nicolas.quatrevaux@ac-nantes.fr
clemi@ac-nantes.fr

ACADÉMIE DE NICE

Lilia Parisot
DAEMI
Rectorat
53, avenue Cap-de-Croix
06181 Nice Cedex 2
Tél. : 04 93 53 73 87
lilia.parisot@ac-nice.fr

ACADÉMIE D'ORLÉANS-TOURS

Karen Prévost-Sorbe
Collège Edouard Vaillant
41 bis, rue Charles Hurvoy
18108 Vierzon
Tél. : 02 48 71 17 24
karen-christine.prevost
@ac-orleans-tours.fr

ACADÉMIE DE PARIS

Étienne Récamier
391 bis, rue de Vaugirard
75015 Paris
Tél. : 01 53 68 71 12
clemi@ac-paris.fr

ACADÉMIE DE POITIERS

Anne de Bois-Delineau
Rectorat
22, rue Guillaume VII
Le Troubadour
86022 Poitiers
Tél. : 05 49 54 79 39
anne.delineau@ac-poitiers.fr

ACADÉMIE DE REIMS

Jean-Pierre Benoît
Rectorat
1, rue Navier
51082 Reims Cedex
Tél. : 03 26 05 68 41
jean-pierre.benoit@ac-reims.fr

ACADÉMIE DE RENNES

Raphaëlle Castaing
Sébastien Cordrie
Rectorat
96, rue d'Antrain
CS 10 503
35705 Rennes Cedex 7
Port. : 06 89 44 98 63 (Castaing)
Port. : 06 75 71 49 15 (Cordrie)
clemi.bretagne@ac-rennes.fr

ACADÉMIE DE LA RÉUNION

Katia Cazanove - How Heng Sin
Chargée de communication
CRDP de La Réunion
16 rue Jean-Châtel
97489 Saint-Denis Cedex
Tél. : 02 62 20 96 02
katia.cazanove@crdp-reunion.fr

ACADÉMIE DE ROUEN

Édouard Bessière
CLEMI Rouen / DAAC de Rouen
25 rue Fontenelle
76000 Rouen
Tél. : 02 32 08 93 09
edouard.bessiere@ac-rouen.fr

ACADÉMIE DE STRASBOURG

Sophie Philippi
Rectorat - Action culturelle
6, rue de la Toussaint
67975 Strasbourg Cedex
Tél. : 03 88 23 39 06
sophie.philippi@ac-strasbourg.fr

ACADÉMIE DE TOULOUSE

N.
CRDP
3, rue Roquelaine
31069 Toulouse
Tél. : 05 61 99 48 48
clemi@ac-toulouse.fr

ACADÉMIE DE VERSAILLES

Fanny Molinié
LRC - CRDP
6, rue Pierre Bourdan
78165 Marly le Roi
Port. : 06 07 87 59 38
fanny.molinie@ac-versailles.fr

Sylvain Joseph
Lycée Charles-de-Gaulle
10, rue Gustave-Eiffel
78306 Poissy
Port. : 06 43 11 46 29

DANS LES TERRITOIRES D'OUTRE-MER

MAYOTTE

Jean-Jacques Huvier
Directeur
CDP de Mayotte
BP 76
97600 Mamoudzou
Tél. : 02 69 61 22 52
Fax : 02 69 61 24 59
cdpmayotte@wanadoo.fr

NOUVELLE-CALÉDONIE

Yves Jacquier
Directeur
CDP de Nouvelle-Calédonie
Immeuble Flize
1 avenue Carcopino
Pointe de l'Artillerie
BP 215
98845 Nouméa
Tél. : 00 687 24 28 28
Fax : 00 687 28 31 13
dir.cdp@ac-noumea.nc
dir@cdp.nc

POLYNÉSIE FRANÇAISE

Maryel Taeaetua-Perez
Directrice du CRDP
de la Polynésie française
Route de l'Hippodrome
BP 5683
98716 Pirae
Tél. : 00 689 549 800
direction@crdp.pf

Reita Etaeta
Chargée de la Semaine de la presse
reita.etaeta@crdp.pf
www.crdp.pf

Francine Estall
Secrétariat CRDP
Tél. : 00 689 549 802
Fax : 00 689 549 801
secretariat@crdp.pf