

LE PARCOURS ENSEIGNANT

EDUCATION AUX MÉDIAS ET A LA CITOYENNETÉ DANS LES BALKANS

INTRO

ENSEIGNER L'EMI DANS LES BALKANS

CHAPITRE 1

QU'EST-CE QUE L'EMI ?

Fiche pédagogique "Qu'est-ce que l'EMI ?"

CHAPITRE 2

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION

Fiche pédagogique "Objectifs pédagogiques de la formation"

M1

L'UNIVERS MÉDIATIQUE

SÉANCE 1 - FONCTIONS ET SUPPORTS DE L'INFORMATION

CHAPITRE 3

L'INFORMATION ET LES MÉDIAS

Fiche pédagogique “L'information et les médias”

Fiche activité 1 : “Le nuage de mot”

Fiche activité 2 : “La revue de presse en début de séance”

Fiche activité 3 : “Le jeu de rôle du circuit de l'information”

CHAPITRE 4

MÉDIAS ET CITOYENNETÉ

Fiche pédagogique “Médias et citoyenneté”

Fiche activité 1 : “Comment vérifier ses sources ?”

Fiche activité 2 : “Le Quiz”

SÉANCE 2 - LES NOUVEAUX MÉDIAS

CHAPITRE 5

DES MÉDIAS TRADITIONNELS AUX NOUVEAUX MÉDIAS

Fiche pédagogique “Des médias traditionnels aux nouveaux médias”

Fiche activité 1 : “Classe Investigation”

Fiche activité 2 : “La course à la désinformation”

CHAPITRE 6

MÉDIAS NUMÉRIQUES : RISQUES ET OPPORTUNITÉS

Fiche pédagogique “Médias numériques : risques et opportunités”

Fiche activité 1 : “Les réseaux sociaux, où en êtes-vous ?”

Fiche activité 2 : “Protège tes données”

SÉANCE 3 - INFORMATION ET DÉSINFORMATION

CHAPITRE 7 ABORDER L'INFORMATION AVEC UN SENS CRITIQUE

Fiche pédagogique "Aborder l'information avec un sens critique"

Fiche activité 1 : "Construire une échelle de preuve"

Fiche activité 2 : "Appliquer la règle des 5 W"

CHAPITRE 8 LUTTER CONTRE LES FAKE NEWS

Fiche pédagogique "Lutter contre les Fake News"

Fiche activité 1 : "Fake News ou pas Fake News"

Fiche activité 2 : "Crée ta propre Fake News"

SÉANCE 4 - DÉCRYPTER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

CHAPITRE 9 LES REPRÉSENTATIONS À L'ÉCRAN

Fiche pédagogique "Les représentations à l'écran"

Fiche activité 1 : "Ciné-débat"

Fiche activité 2 : "Analyse d'un journal télévisé"

CHAPITRE 10 L'IMAGE ET SES RISQUES DE MANIPULATION

Fiche pédagogique "L'image et ses risques de manipulation"

Fiche activité 1 : "Analyse d'images"

Fiche activité 2 : "Créer une histoire à partir d'une image"

CHAPITRE 11 LES RÉCITS DANS L'IMAGINAIRE COLLECTIF DES BALKANS

Fiche pédagogique “Les récits dans l’imaginaire collectif des Balkans”

Fiche activité 1 : “L’histoire collaborative”

Fiche activité 2 : “Chaque photo raconte une histoire”

Fiche activité 3 : “Les héros nationaux”

M3

LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS

SÉANCE 5 - LE CIVISME EN LIGNE

CHAPITRE 12

SENSIBILISER CONTRE LA HAINE EN LIGNE

Fiche pédagogique “Sensibiliser contre la haine en ligne”

Fiche activité 1 : “Le téléphone sans fi”

Fiche activité 2 : “Analyse d’une vidéo conspirationniste”

CHAPITRE 13

POUR UN USAGE CITOYENS DES MÉDIAS

Fiche pédagogique “Pour un usage citoyen des médias”

Fiche activité 1 : “Découvrir un médias citoyen”

Fiche activité 2 : “Animer une campagne sociale en ligne”

CHAPITRE 14

LA CITOYENNETÉ NUMÉRIQUE

Fiche pédagogique “La citoyenneté numérique”

Fiche activité 1 : “Tableau des bonnes pratique en ligne”

Fiche activité 2 : “ Le débat mouvant”

SÉANCE 6 - PRODUIRE UN MÉDIA CITOYEN (RADIO, MAG, VIDÉO)

CHAPITRE 15 ANIMER UN ATELIER D'INCUBATION MÉDIAS

Fiche pédagogique et activité "Animer un atelier d'incubation médias"

CHAPITRE 16 CRÉER UN PODCAST

Fiche pédagogique et activité "Créer un podcast"

CHAPITRE 17 CONCEVOIR UN MAGAZINE EN LIGNE POUR LES JEUNES

Fiche pédagogique et activité "Concevoir un magazine en ligne pour les jeunes"

Fiche annexe : "Guide de l'application Madmagz"

CHAPITRE 18 MONTER UN PROJET VIDÉO

Fiche pédagogique et activité "Monter un projet vidéo"

FICHES ANNEXES

Fiche annexe 1: "Guide de l'application Madmagz"

Fiche annexe 2 : "Activités en ligne pour l'éducation aux médias"

FICHE N°1 - QU'EST-CE QUE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION ?

INTRODUCTION	ENSEIGNER L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS DANS LES BALKANS
NIVEAU	Intermédiaire

QU'EST-CE QUE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ?

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Le formateur est capable de définir ce qu'est l'éducation aux médias et à l'information*
2. *Objectif 2 : Le formateur a saisi les enjeux de l'EMI*
3. *Objectif 3 : Le formateur connaît les différentes approches de l'EMI*

THÈMES CLÉS

ENJEUX DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

D'une manière générale, l'éducation aux médias et à l'information tend à favoriser la connaissance et la compréhension des médias et de l'information, dans la perspective du débat citoyen et de la participation sociale.

L'EMI associe deux domaines distincts: **la maîtrise de l'information** met l'accent sur l'importance de l'accès à l'information, son évaluation et son utilisation éthique. **L'éducation aux médias** met l'accent sur la capacité de comprendre les fonctions des médias, d'évaluer la manière dont ces fonctions sont exercées et de faire usage de ces médias de façon rationnelle pour s'exprimer.

Ce domaine, permet à ceux qui le transmettent:

- De mettre en valeur le rôle et les fonctions des médias dans la société, et les conditions dans lesquelles les médias remplissent ces fonctions.
- D'intégrer et de transmettre les outils d'une évaluation critique du contenu des médias
- De créer, avec le public visé, des médias d'information de qualité.

Pour bien saisir la portée globale de l'EMI, il faut souligner qu'une société qui maîtrise les médias et l'information, et favorise le développement des médias libres, indépendants et pluralistes, tend à favoriser une participation pertinente des citoyens.

ENSEIGNER L'EMI : LES DIFFÉRENTES APPROCHES

Différentes approches pédagogiques sont à utiliser par l'enseignant d'EMI:

- **L'approche "problématique - recherche"** qui consiste à identifier une problématique ; reconnaître les attitudes et les croyances sous-jacentes ; clarifier les faits et les principes liés à cette problématique ; organiser et analyser les pistes ; interpréter et résoudre la question ; prendre des mesures et reconsidérer les conséquences et les résultats de chaque phase. Cela permet à l'élève de développer son esprit critique. Cette approche peut être privilégiée pour l'analyse des fake news ou des théories du complot.
- **L'étude de cas**, qui implique un examen en profondeur d'une situation ou d'un événement unique. Cette approche offre une méthode systématique d'observation des événements, de collecte de données, d'analyse de l'information et de communication des résultats.
- **L'apprentissage coopératif**, peut aller d'un simple travail en binôme à des modes plus complexes tels que l'apprentissage par projet, l'apprentissage en puzzle, le questionnement guidé par les pairs et l'enseignement réciproque.
- Avec **l'analyse textuelle**, les élèves apprennent à identifier comment les codes et les conventions de langues sont utilisés pour créer des types particuliers de représentations ciblant certains publics (les codes « techniques », « symboliques » et « narratifs » pour n'importe quel texte médiatique).
- **L'analyse contextuelle** vise à aider les élèves à connaître des sujets tels que les systèmes de classification pour le cinéma, la télévision et les jeux vidéo, les liens entre la propriété et la concentration des médias et les questions de démocratie et de liberté d'expression.
- Avec **les réécritures**, les élèves peuvent par exemple rassembler une série de documents visuels existants liés à la vie d'une personne et les utiliser comme point de départ pour préparer et réaliser un court documentaire sur cette personne.
- En **simulations**, les élèves peuvent par exemple tenir le rôle d'une équipe de télévision produisant une émission pour les jeunes. La stratégie est discutée avec les étudiants comme un processus pédagogique.
- Enfin, **la production** offre aux étudiants l'occasion de se plonger dans l'apprentissage par la découverte et la pratique. Par la production de textes médiatiques (audio, vidéo et/ou imprimé), les élèves peuvent découvrir la créativité et exprimer leurs propres opinions, idées et perspectives.

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 3 - Activité 1 : "Le nuage de mots"

Fiche 3 - Activité 2 : "La revue de presse"

POUR ALLER PLUS LOIN (Ressources en anglais)

1. <https://www.youtube.com/watch?v=b0Fxi4XDbLo> Video "Qu'est-ce que l'éducation aux médias?- Professeur David Buckingham"
2. <https://en.unesco.org/themes/media-pluralism-and-diversity/media-information-literacy> Education aux médias et à l'information (UNESCO)
3. <https://www.hrw.org/report/2015/07/15/difficult-profession/media-freedom-under-attack-western-balkans> Rapport 2015 de l'ONG Humans Right Watch
4. <https://rsf.org/en/ranking> Classement Mondial 2020 de la liberté de la presse par RSF

FICHE 2 - OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION

INTRODUCTION	ENSEIGNER L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS DANS LES BALKANS
NIVEAU	Intermédiaire

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Le formateur est capable de définir l'Éducation aux Médias*
2. *Objectif 2 : Le formateur a intégré les compétences à acquérir par les participants*
3. *Objectif 3 : Le formateur a intégré les compétences qu'il.elle doit acquérir pour former les participants à l'EMI dans les meilleures conditions*

THÈMES CLÉS

DÉFINITION DE L'ÉDUCATION X MÉDIAS

Selon la définition consacrée par l'UNESCO, l'éducation aux médias a pour finalité de **rendre chaque citoyen actif, autonome et critique envers tout document ou dispositif médiatique dont il est destinataire ou usager**. Cette discipline concerne tous les médias imprimés, audiovisuels ou électroniques, quels que soient leurs supports technologiques (presse écrite, radio, cinéma, TV, médias en ligne, réseaux sociaux, plateformes numériques). Elle ne se limite à aucun genre médiatique et couvre par conséquent tout l'éventail des communications: informatives, persuasives, divertissantes ou conviviales.

Toujours selon l'UNESCO, l'éducation aux médias doit permettre à chaque citoyen de **s'approprier les langages médiatiques et se former aux outils d'interprétation, d'expression et de communication** par les médias. En ce sens, l'éducation aux médias prépare les individus à être des citoyens responsables, capables de contribuer au développement d'une société démocratique.

Ainsi, il apparaît que l'éducation aux médias est intimement liée à l'éducation à la citoyenneté. Les usages médiatiques des jeunes - futurs citoyens - conditionnent en effet en grande partie leur rapport à la société, à la liberté d'expression et à la culture. C'est pourquoi l'éducation aux médias permet de questionner les stéréotypes, les pièges du

discours, des préjugés ou l'interprétation des messages. In fine, la discipline vise à inspirer fertilement les formateurs et les jeunes dans le développement des compétences clés pour saisir les enjeux contemporains et se positionner comme citoyen actif, critique, créatif et solidaire.

Mais c'est peut-être les élèves eux-même qui définissent le mieux l'éducation aux médias. Ainsi, une classe bénéficiaire d'un programme EMI au Lycée Pierre de Coubertin en France, a proposé la synthèse suivante de son apprentissage : « *Nous vivons dans une société où l'écho du monde est instantané et bien souvent erroné. Tout va très vite, parfois trop. Du fait de la rapidité de diffusion des réseaux sociaux, le fossé se creuse entre les médias traditionnels et la population. Nous, les jeunes, hyper-connectés, sommes généralement les premiers à recevoir puis relayer l'information. C'est donc nous qui devons apprendre à décoder les médias et les infos. C'est donc nous qu'il faut éduquer aux médias* »

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Les compétences à acquérir par les jeunes

L' UNESCO a défini les **6 compétences clés** que chaque jeune doit acquérir grâce à l'éducation aux médias :

1. Comprendre le travail des journalistes et le fonctionnement des médias
2. Savoir accéder à une information fiable et identifier ses sources
3. Développer son esprit critique et sa capacité à décrypter l'information
4. Se prémunir contre les fausses nouvelles, le complotisme et les discours de haine
5. Maîtriser les outils numériques de façon raisonnée et responsable
6. Comprendre les enjeux de société pour faire des choix démocratiques éclairés

Les compétences à acquérir par les formateurs

La formation des formateurs à l'éducation aux médias, vise, par conséquent, les objectifs pédagogiques suivants :

1. Comprendre comment l'EMI peut permettre aux citoyens de devenir plus actifs, autonomes et critiques vis à vis des médias et aux autres supports de communication auxquels ils sont exposés
2. Comprendre comment l'EMI permet de questionner les stéréotypes, les pièges du discours, des préjugés ou l'interprétation des messages.
3. Assimiler le fait que l'EMI peut inspirer les jeunes d'horizons divers à saisir les enjeux contemporains et leur permettre de se positionner comme citoyens actifs,

critiques, créatifs et solidaires

4. Comprendre l'évolution du paysage médiatique, de savoir aborder la question des médias avec les jeunes et savoir sensibiliser à l'usage responsable et éclairé des "nouveaux médias"
5. Acquérir les connaissances pédagogiques nécessaires pour pratiquer l'EMI (lignes directrices, concepts clés et évolution de la discipline) en s'adaptant au public jeune en particulier
6. Déployer des activités pratiques engageantes spécifiques à l'EMI, afin de faciliter l'acquisition des compétences par les jeunes et le développement d'exercices positifs sur le développement de l'expression citoyenne (campagnes médiatiques en ligne par exemple)

POUR ALLER PLUS LOIN

<https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil/about> : UNESCO' s Global Alliance for Partnerships on Media and Information Literacy

FICHE N°3 - L'INFORMATION ET LES MÉDIAS

MODULE 1	<i>L'UNIVERS MÉDIATIQUE</i>
SÉANCE 1	<i>Fonctions et supports de l'information</i>
NIVEAU	<i>Facile</i>

L'INFORMATION ET LES MÉDIAS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Le formateur est capable de définir les termes "médias" et "information"*
2. *Objectif 2 : Le formateur est en mesure d'expliquer les trois types de communication de l'information*
3. *Objectif 3 : Le formateur connaît le circuit de l'information*

THÈMES CLÉS

DÉFINITIONS

1/ Un média est avant tout un support matériel qui permet la diffusion massive d'informations comme la presse écrite, la radio, internet ou la télévision.

Multiplication et diversification de l'offre d'information

Après la Seconde Guerre Mondiale, nous assistons à une densification de l'information et une multiplication des supports médiatiques : les foyers s'équipent en télévisions, les chaînes de radio se multiplient et de nombreux magazines de presse voient le jour. On parle alors de médias " de masse ". Dès lors, l'information disponible est devenue plus importante et variée qu'elle ne l'était auparavant, et le phénomène s'est accentué jusqu'à nos jours avec l'ère du numérique qui a fondamentalement changé les façons de s'informer.

Modification du rapport à l'information

A mesure que cette offre d'information se multiplie et se diversifie, c'est notre propre rapport à l'information qui s'en trouve modifié, notamment depuis l'apparition d'internet au début des années 90. Véritables contre-pouvoir démocratique, les médias deviennent alors indispensables à la vie des citoyens. En période électorale par exemple, mais aussi tout au long de l'année, les médias sont la principale source de diffusion des propositions, des débats et des programmes politiques des représentants et des responsables politiques.

En outre, cette évolution de l'offre médiatique et notamment le développement d'internet a permis la propagation plus importante d'idées et d'opinions qui étaient alors marginales – ou moins diluées dans l'opinion publique - comme les théories du complot ou les idéologies extrémistes, facilitant

alors leur diffusion auprès du grand public.

Mais les médias renvoient aussi à **une dimension structurelle et professionnelle** moins visible, c'est-à-dire qu'ils représentent un système organisé économiquement (de financement, de rémunération des journalistes) et socialement (ce qui implique de savoir en quoi consiste le métier de journaliste, ses pratiques, ses usages, l'éducation au journalisme).

2/ Une information, dans le contexte de l'éducation critique aux médias, est un fait relaté, provenant de sources identifiées, vérifiées et recoupées. À cela peut s'ajouter une mise en perspective expliquant ou interprétant le fait en question dans une dimension sociale, culturelle et politique. De plus, une information doit remplir **trois critères** :

1. **Avoir un intérêt pour le public** : Pour être considéré comme une information, au sens médiatique et social du terme, un fait doit avoir un intérêt public. Par exemple, s'il s'agit de la présence de n'importe quel citoyen à un match de football, cela ne constitue pas une information susceptible d'avoir une importance pour l'ensemble des autres citoyens.
2. **Être factuelle** : une information doit concerner un fait, être factuelle. C'est-à-dire, pour poursuivre notre exemple, que le score du match ou la blessure d'un joueur sur le terrain constituent des informations à part entière car il s'agit de faits, d'actes et de résultats observables. Au contraire, les rumeurs à propos du transfert d'un joueur vers un autre club, ou les potentielles tensions qui pourraient exister au sein d'une équipe ne constituent pas encore des informations.
3. **Être vérifiée et vérifiable**: pour confirmer son statut d'information, un fait doit être vérifié et vérifiable. En d'autres termes, il faut être attentif ici à la notion de preuve qui valide le fait.

COMMENT LES MÉDIAS COMMUNIQUENT L'INFORMATION

En presse écrite, il est possible de relater une information de **trois manières**, ce qui revient à utiliser des genres journalistiques différents :

1. **L'information expliquée** : Le journaliste analyse les faits, il décrypte l'information et donne au lecteur des informations sur le "comment" et le "pourquoi" . Ce type d'écriture est utilisé pour l'analyse, l'enquête, le dossier et l'interview journalistique.
2. **L'information commentée** : Il s'agit d'un type d'écriture plus libre dans lequel le journaliste interprète et tente de déchiffrer les faits en jouant sur l'humour, en donnant son avis ou en portant un jugement. Ce mode d'écriture est utilisé pour la tribune, le billet, l'éditorial, la caricature ou la critique.
3. **L'information rapportée** : C'est un style journalistique très narratif dans lequel le journaliste expose et raconte les faits en détails. C'est ce mode d'écriture qui est utilisé pour la brève, la dépêche, les faits divers, le compte-rendu, le reportage ou le récit.

LE CIRCUIT DE L'INFORMATION

Le circuit de l'information suit différentes étapes :

1. **Le fait**
2. **L'alerte** (un journaliste est informé par ses sources)
3. **La vérification** (plusieurs journalistes sont mobilisés, ils interrogent les organisations, les personnes ou les institutions concernées en se déplaçant sur place).
4. Une **conférence de rédaction** peut -être organisée par le média. Le rédacteur en chef réunit

les chefs de service, on décide de déployer les journalistes sur le terrain et de traiter différents angles: les caractéristiques, les hypothèses, les précédents, les reportages, le récit de la journée...

5. Lors de la **rédaction**, le journaliste écrit son article ou son commentaire, puis les éditeurs relisent et corrigent, légendent les photos...
6. Quand l'information est recoupée, c'est le moment de la **publication**. Elle est publiée sous la forme d'un flash, d'une alerte ou d'une dépêche, selon l'importance de l'information.

A savoir: Avoir **un scoop**, c'est publier l'information en premier. Les autres médias pourront le reprendre mais en précisant d'où elle provient.

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 3 Activité 1 : "Le nuage de mots"

Fiche 3 Activité 2: "La revue de presse "

Fiche 3 Activité 3: "Le jeu de rôle du circuit de l'information"

POUR ALLER PLUS LOIN (Ressources en anglais)

1. <https://www.youtube.com/watch?v=HjnclEhy960> "Comment les médias impactent la jeunesse" Tedx sur le genre et la représentation dans les médias
2. <https://www.youtube.com/watch?v=f-17MbjEws4> Vidéo "sources populaires et scolaires"

FICHE 3 ACTIVITÉ N° 1

MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE

Chapitre 3 " L'information et les médias "

ACTIVITÉ 1	LE NUAGE DE MOTS - Découvrir le paysage médiatique
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°3 - " L'information et les médias " (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 minutes
MATÉRIEL	Un tableau, stylos et / ou feutres
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Le Nuage de mot est un exercice collaboratif dans lequel les jeunes sont invités, partir du mot " médias" écrit au tableau, à dévoiler leur connaissance du monde médiatique et à les mettre en commun.</p> <p>Cet exercice permet aux intervenants de présenter les acteurs majeurs des médias balkaniques de manière claire et organisée en soulignant leurs différences.</p> <p>Cet exercice présente aussi l'occasion pour les encadrants d'observer la pratique médiatique du public visé (quels types de médias utilisent-ils ? ou s'informent-ils ?) et ainsi orienter le développement de l'atelier en fonction de leurs pratiques et de leurs opinions. Il est demandé de préciser ou d'argumenter les réponses ou bien de les encourager à donner leurs avis afin d'approfondir certains sujets.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
<ol style="list-style-type: none">1. Écrire le mot « média » sur un support visuel et noter les noms de médias ou (supports médiatiques : (télévision, radio, presse écrite, réseaux sociaux) qui viennent à l'esprit des participants.2. Répartir les médias proposés par les participants selon les types de support.3. Distinguer les médias privés, des médias publics.4. Différencier les médias traditionnels et les médias sociaux : la plupart des participants utilisent souvent les réseaux sociaux (Instagram/SnapChat/ Facebook), que ce soit pour consulter volontairement de l'information ou simplement passer du temps sur ces réseaux. Ainsi, lors de cet exercice, la question de la place des réseaux sociaux dans le paysage médiatique se posera, soit spontanément par les participants soit par l'encadrant pédagogique. Ce sera donc l'occasion d'introduire les thèmes de la massification de l'information sur internet et de la potentielle manipulation de l'information que les réseaux sociaux peuvent véhiculer. De plus, il faudra alors rappeler qu'un réseau social ne possède aucune rédaction, aucun journaliste nous sommes tous producteurs et diffuseurs d'information sans pour autant être des professionnels. Il convient donc d'encourager la prudence car n'importe qui peut s'exprimer sur ces réseaux.	

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ AU CONTEXTE BALKANIQUE

Pour cette activité, se référer à la fiche thématique "Les Médias Indépendants" dans la section "s'informer" de notre site pédagogique (LIEN). L'enseignant dispose ainsi des principaux médias de référence qui structurent le paysage médiatique des Balkans.

FICHE 3 ACTIVITÉ N°2

MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE

CHAPITRE : " L'information et les médias "

ACTIVITÉ	LA REVUE DE PRESSE en début de séance
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°3 - " L'information et les médias " (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 min
MATÉRIEL	Aucun matériel nécessaire
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Pour introduire une séance d'atelier par exemple, il peut être intéressant de demander aux participants de restituer une information ou un événement qui les a récemment marqués dans l'actualité, ce qui permettra d'en discuter ensemble.</p> <p>En prenant des exemples concrets et actuels, la revue de presse en début de séance est un bon exercice de mise en pratique des objectifs de l'atelier et présente de nombreux intérêts.</p> <p>Cet exercice permet de :</p> <ul style="list-style-type: none">- Renforcer la dimension d'échange et de co-construction de l'atelier en incitant les participants à la prise de parole sur des sujets d'actualité, ce qui favorise leur participation et leur implication.- Intégrer ou réemployer des notions théoriques étudiées précédemment grâce à l'actualité (rappeler la définition d'une information, la différence entre une information et une opinion, être vigilant sur la nature de la source, rappeler le réflexe naturel qui consiste à parfois préférer une information sensationnelle et/ou proche de nous).- Renseigner sur la pratique médiatique des jeunes et leur rapport à l'information. On constate souvent que les réseaux sociaux constituent leur principale source d'information (SnapChat et Instagram sont généralement cités). Cet exercice peut être l'occasion de les encourager à consulter d'autres sources d'informations sur lesquelles l'actualité est présentée de manière différente, plus approfondie, comme par exemple les sites de fact-checking que l'on peut suivre sur certains réseaux sociaux.	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
1. Chaque élève prend 5 min pour rechercher, sur son téléphone, une information ou un événement diffusé dans l'actualité qui l'a marqué	

2. Chaque élève restitue devant le groupe, cette information
3. L'élève donne la source de l'information (Où a-t-il rencontré cette information pour la 1ère fois ?)
4. Son intérêt pour l'information (Pourquoi l'a-t-il retenu ?)
5. Mise en perspective par le.a formateur.rice

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ AU CONTEXTE BALKANIQUE

Pour cette activité, se référer aux fiches " Infox" dans la section " S'informer" de notre site pédagogique. L'enseignant dispose ainsi d'exemples concrets de fausses informations ayant été crues et relayées par les citoyens dans les balkans.

FICHE 3 ACTIVITÉ N° 3

MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE

Chapitre 3 " L'information et les médias "

ACTIVITÉ 1	LE JEU DE RÔLE DU CIRCUIT DE L'INFORMATION
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°3 - " L'information et les médias " (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 minutes
MATÉRIEL	Aucun matériel
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Dans le jeu de rôle du circuit de l'information les participants incarnent les différents acteurs qui participent à la création d'une information :</p> <ul style="list-style-type: none">- acteurs, témoins, journalistes, rédacteurs et animateurs-techniciens. <p>L'enjeu est de les sensibiliser aux difficultés inhérentes à la retranscription fidèle et objective d'une fait, surtout lorsqu'elle s'appuie sur des témoignages.</p> <p>Objectifs:</p> <ul style="list-style-type: none">- Permettre aux jeunes de comprendre, de matérialiser et d'identifier les acteurs du circuit de l'information.- Placer les participants dans la peau d'acteurs médiatiques (jeu de rôle) <p>Il faut d'abord répartir les participants en 5 groupes. Chaque groupe aura un rôle à jouer dans le circuit de l'information représentant ainsi les différentes étapes présentées dans la partie consacrée au circuit de l'information dans la fiche pédagogique 3.</p> <p>La bonne réalisation de cet exercice implique que les différents groupes ne rentrent pas en contact avant les interactions et échanges prévus par l'exercice (faire sortir les participants de la salle et les faire entrer par groupe serait idéal).</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
<ol style="list-style-type: none">1. Dans un premier temps, le premier groupe invente un événement ayant un intérêt public. Par exemple un accident de voiture impliquant une personnalité politique, une manifestation de travailleurs suite à la fermeture de leur usine ou encore l'arrestation d'une célébrité (star de la chanson ou acteur connu). Après concertation	

à l'écart des autres groupes, le groupe devra **mimer/exécuter/dessiner l'événement en question devant le deuxième groupe uniquement**

2. **Le deuxième groupe**, dont les membres jouent le rôle des **témoins assiste seul à la représentation** de l'événement, joué par le premier groupe et prévient les médias.
3. **Le troisième groupe, celui des journalistes** entre alors en scène : **ses membres écoutent les témoignages des témoins** (du groupe 2) et **vérifient l'information** en recoupant les témoignages grâce à des interviews basées sur ce que les journalistes appellent les "5W" (When =Quand?Where=Où?Who=Qui?What= Quoi ? Why = Pourquoi ?).
4. **Le quatrième groupe, celui des rédacteurs (à l'écart depuis le début)** récolte les compte rendu des interviews et **se charge de la rédaction d'une brève**, (c'est à dire un petit article synthétique qui résume l'événement en répondant aux "5W").
5. Cette brève est transmise aux membres du **cinquième groupe (animateurs et techniciens), qui diffusent l'information** telle qu'elle leur a été reportée, par un enregistrement audio ou vidéo ou en simulant un journal télé par exemple.

Les 4 groupes qui feront circuler l'information (des témoins à la diffusion) auront la tâche délicate de transmettre une information la plus complète et neutre possible. Cependant il peut être intéressant de faire volontairement échouer la bonne réalisation de cet exercice en demandant par exemple à un des témoins du deuxième groupe de mentir sur ce qu'il a vu ou d'inventer un complot autour de l'événement.

6. Une rapide restitution de l'exercice permettra de se poser les questions suivantes :

- L'information a-t-elle était retransmise de manière fidèle ? Le dernier groupe rapporte-t-il une information proche de la réalité des faits ?
- Quelles sont les difficultés inhérentes à chaque étapes/fonctions ?
- Quels sont les déterminants/marges de manœuvre de chaque groupe concernant le traitement de l'information ?

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ AU CONTEXTE BALKANIQUE

Pour cette activité, se référer aux fiches thématiques "Infox" de la partie "S'informer " du site pédagogique. Ainsi le formateur pourra disposer d'exemples pour lesquels l'information a été détournée au cours du circuit de l'information.

FICHE N°4 - MÉDIAS ET CITOYENNETÉ

MODULE 1	<i>L'UNIVERS MÉDIATIQUE</i>
SÉANCE 1	<i>Fonctions et supports de l'information</i>
NIVEAU	<i>Facile</i>

MEDIAS ET DEMOCRATIE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Le formateur est capable de définir la liberté d'expression et la liberté de la presse, ainsi que leur rôle dans une société démocratique.*
2. *Objectif 2 : Le formateur est en mesure de présenter les différents principes déontologiques des journalistes*
3. *Objectif 3 : Le formateur peut expliquer à ses élèves le rôle central des journalistes dans la société, qui constituent aussi un contre-pouvoir et dénoncent, au besoin, les abus de pouvoir des dirigeants.*

THÈMES CLÉS

LA LIBERTÉ D'EXPRESSION ET LA LIBERTÉ DE LA PRESSE

- **La liberté d'expression** est un droit, le droit d'exprimer librement ce que l'on pense.

Si la liberté d'expression doit permettre à chacun.e. d'être libre de penser et d'exprimer ses opinions, elle a aussi ses limites: il faut veiller à ne pas faire de diffamation, d'injure, d'appel à la haine envers un groupe à cause de sa religion, sa couleur de peau ou de sa sexualité, d'encouragement au terrorisme, au crime de guerre.

- **La liberté de la presse**, qui reflète le droit à la liberté d'expression, garantit aux citoyens d'avoir toutes les informations nécessaires pour se forger une opinion librement.

Les journaux ont pour rôle d'éclairer les lecteurs et de susciter des débats d'idées entre les citoyens. Pour cela, les journalistes obéissent à des règles. Ils peuvent parler de tous les sujets, mais en faisant attention à vérifier l'information pour en garantir la qualité.

Dans certains pays, la liberté de la presse peut être mise à mal, et les journalistes peuvent être empêchés de couvrir certains événements ou de critiquer le pouvoir. Chaque année, l'ONG Reporters sans Frontières publie un [classement sur la liberté de la presse dans le monde](#).

LA DÉONTOLOGIE DU JOURNALISME

- **Le journalisme** est un domaine qui consiste à rechercher une information, la vérifier, la situer dans son contexte, la hiérarchiser, la mettre en forme, la commenter et publier une information de qualité ; il ne peut se confondre avec la communication.
- **L'exercice de la profession** : La notion d'urgence dans la diffusion d'une information ou d'exclusivité ne doit pas l'emporter sur le sérieux de l'enquête et la vérification des sources. Pour travailler dans de bonnes conditions, le journaliste doit pouvoir accomplir tous les actes de sa profession (enquête, investigations, prise d'images et de sons, etc...) librement, avoir accès à toutes les sources d'information concernant les faits qui conditionnent la vie publique et voir la protection du secret de ses sources garantie.
- La Déclaration des Droits et Devoirs des journalistes de Munich, rédigée en 1971 par l'ensemble des syndicats de journalistes au niveau européen, donne des orientations pour **une pratique déontologique du journalisme**. Selon cette déclaration, un journaliste digne de ce nom:
 - respecte la dignité des personnes et la présomption d'innocence ;
 - tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique ;
 - tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non vérification des faits, pour les plus graves dérives professionnelles ;
 - exerce la plus grande vigilance avant de diffuser des informations d'où qu'elles viennent ;
 - dispose d'un droit de suite, qui est aussi un devoir, sur les informations qu'il diffuse et fait en sorte de rectifier rapidement toute information diffusée qui se révélerait inexacte ;
 - défend la liberté d'expression, d'opinion, de l'information, du commentaire et de la critique ;
 - proscrit tout moyen déloyal et vénal pour obtenir une information.
 - ne touche pas d'argent dans un service public, une institution ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 4 Activité 1 : "Comment vérifier ses sources"

Fiche 4 Activité 2 : "Le Quiz"

Fiche 4 Activité 3 : "Le bouche à oreille"

POUR ALLER PLUS LOIN (Ressources en anglais)

1. <https://rsf.org/fr/donnees-classement> Classement de la liberté de la presse par pays (Reporters Sans Frontières)
2. <https://graphism.fr/wp-content/uploads/2017/03/charter-of-munich-english.pdf> Déclaration des Droits et Devoirs des journalistes de Munich, rédigée en 1971

FICHE 4 ACTIVITÉ N° 1

MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE

Chapitre 4 " Médias et Citoyenneté "

ACTIVITÉ 1	COMMENT VÉRIFIER SES SOURCES ?
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°4 - " Médias et Citoyenneté " (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 minutes
MATÉRIEL	Un ou plusieurs ordinateur(s) avec accès internet ou, le cas échéant, un smartphone pour 2 élèves minimum
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Objectifs:</p> <ul style="list-style-type: none">- Permettre aux participants d'appliquer la démarche journalistique de vérification des faits.- Évaluer la qualité et la pertinence d'une information.- S'interroger sur la difficulté d'obtenir une information claire sur certains sujets. <p>Les participants seront placés par groupe sur des ordinateurs et auront plusieurs informations, à vérifier. Il faudra alors préparer quelques sujets pour connaître à l'avance la véracité ou non de ces informations mais l'objectif est bien de les laisser trouver par eux-mêmes.</p> <p>La vérification peut concerner plusieurs types d'informations, de la plus simple - comme la date d'un événement, le contenu d'une loi ou le déroulement d'un match de foot - à la plus compliquée. Par exemple, établir le nombre de chômeurs au Kosovo oblige à s'arrêter sur une définition du chômage (qui varie selon les organismes)</p> <p>Le but de cet exercice est de donner aux participants un rôle "d'enquêteur", de "mini-journaliste" et d'affirmer une posture de vigilance qu'ils devront adopter au quotidien sur internet.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
<ol style="list-style-type: none">1. Le formateur compile une dizaine d'informations (en fonction du nombre de jeune) trouvées sur internet ou les réseaux sociaux, qui soient des fake news (démenties depuis leur publication) ou des réelles informations qui peuvent facilement être	

vérifiées. Le formateur fait la démarche de vérification d'une information en amont et prépare la correction).

2. Les intervenants, divisés en groupe de 2 ou 3, tirent au sort 2 ou 3 informations
3. Placer les participants par groupe sur des ordinateurs et leur donner plusieurs informations à vérifier.
4. Rappeler la démarche de vérification d'une information :
 - Quelle est la nature du site où l'on a trouvé l'info ? (voir dans les "mentions légales" ou l'onglet "à propos" du site)
 - S'agit-il d'un site d'information internationale, un site humoristique, un blog politique ?
 - Qui est l'auteur de l'information ? Un homme politique, un journaliste, un expert, un citoyen, un auteur anonyme ? (Faire des recherches sur cette personne)
 - Quel est son objectif ?
 - Cherche-t-il à nous faire peur, nous informer, nous manipuler, nous convaincre ?
 - D'où vient l'information et sur quelles sources/ preuves s'appuie-t-elle ?
 - De quand date-t-elle ?
 - L'information a-t-elle été publiée sur d'autres sites ?
 - Peut-on la recouper c'est à dire la retrouver ailleurs, sur d'autres médias ?
5. Présentation par groupe de la démarche de vérification d'une information, impression des autres groupes sur la présentation effectuée, correction du formateur.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ AU CONTEXTE BALKANIQUE

Pour cette activité, se référer aux fiches thématiques " Médias indépendants" du site pédagogique. Ainsi l'enseignant aura accès à de nombreuses informations à vérifier pour préparer son exercice.

FICHE 4 ACTIVITÉ N° 2

MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE

Chapitre 4 " Médias et Citoyenneté "

ACTIVITÉ 2	LE QUIZ
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°4 - " Médias et Citoyenneté " (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 minutes
MATÉRIEL	Powerpoint, projecteur, tableau ou écran blanc
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Description :</p> <p>Le Quiz est un outil d'apprentissage par le jeu - il ne s'agit pas d'une évaluation. L'exercice devra s'accompagner, en partie au moins, de questions simples et accessibles afin de les conforter dans leur capacité à s'emparer du sujet et ainsi favoriser davantage leur implication.</p> <p>Cet exercice permet par exemple d'aborder le concept d'infox par la pratique avant de chercher à le définir de manière théorique et par la même occasion, de faire directement appel à leur esprit critique.</p> <p>Il sert aussi à surprendre les intervenants dans les conclusions hâtives que l'on pourrait tirer d'une information ou d'une image.</p> <p>Concrètement, cet exercice permet de soulever tous types de question en lien avec l'éducation critique aux médias.</p> <p>Objectifs:</p> <ul style="list-style-type: none">- Favoriser la participation orale, le dialogue, l'argumentation et renforcer la partie théorique de l'atelier grâce à une activité pratique et cognitive- Créer une dynamique de groupe à travers l'esprit d'équipe- Permet d'apporter habilement des informations théoriques sur l'univers médiatique (liberté de la presse, dates historiques etc.).	

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1/ Le formateur prépare un quinzaine de questions (une slide questions suivi d'une slide réponses)

2/ Le formateur sépare les intervenants en groupe de 4 à 5 personnes

3/ Présentés sous forme de question à choix multiples, il sera demandé à chaque groupe de répondre collectivement en ne choisissant qu'une seule réponse parmi plusieurs choix proposés.

4/ A chaque réponse donnée, le formateur demande à chaque équipe de justifier son choix par une réponse courte et orale

5/ Le formateur dévoile la bonne réponse. Il note ensuite les points obtenus par chaque équipe (à réitérer à chaque question en comptant 1 point par bonne réponse)

L'idéal est de [créer votre propre quiz](#) en lien avec les sujets en question. Pour vous inspirer et/ou sensibiliser les participants au fonctionnement des quiz, des sites internet existent, notamment « quipoquiz.com » qui propose différentes catégories (ici la catégorie « science ou fiction » est pertinente) et des quiz ludiques.

Exemple de question: _____

D'après vous, à quel rang mondial se situe la Serbie dans le classement des pays selon la liberté de la presse en 2020 ?

- A. 2
- B. 20
- C. 71
- D. 93

Réponse: D (La Serbie est 93ème au Classement mondial de la liberté de la presse 2020 la Serbie continue d'être un pays souvent dangereux pour les journalistes et où les fausses nouvelles se propagent très rapidement. La majorité des enquêtes concernant les attaques contre les reporters sont au point mort ou classées sans suite.)

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ AU CONTEXTE BALKANIQUE

Pour cette activité, se référer aux fiches thématiques " Infox " dans la rubrique " S'informer " du site pédagogique. Ainsi l'enseignant aura accès à de nombreuses fausses informations pour préparer son exercice.

FICHE N°5 - DES MÉDIAS TRADITIONNELS AUX NOUVEAUX MÉDIAS

MODULE 1	<i>L'UNIVERS MÉDIATIQUE</i>
SÉANCE 2	<i>Les nouveaux médias</i>
NIVEAU	<i>Intermédiaire</i>

DES MÉDIAS TRADITIONNELS AUX NOUVEAUX MÉDIAS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Objectif 1 : Savoir distinguer les médias traditionnels des nouveaux médias

Objectif 2 : Comprendre comment les médias sociaux transforment le paysage médiatique

Objectif 3 : Connaître les risques et opportunités du "journalisme citoyen"

THÈMES CLÉS

Les médias traditionnels

Les médias traditionnels sont les médias qui étaient **établis avant internet** ; Il s'agit de la radio, de la télévision et de la presse écrite au format papier. A partir des années 1990 et avec l'arrivée du numérique, les méthodes de « consommation/diffusion de l'information » ont évolué, amenant ces médias traditionnels à adapter leurs contenus pour rester au plus près de leurs publics et tout simplement survivre. De ce fait, la presse écrite, la radio et la télévision se renouvellent structurellement en proposant des versions « online » mais aussi des versions adaptées aux smartphones et aux tablettes.

Malgré ces nouvelles manières d'informer, notons que l'objet des médias traditionnels reste le même : **diffuser une même information à un large ensemble de personnes au même moment**. C'est au récepteur de l'information que revient le choix de porter une attention particulière ou pas à l'information qui lui est adressée.

Ces médias traditionnels et historiques, qui se caractérisent par une pratique professionnelle du journalisme, et une certaine rigidité dans leurs formats (contraintes éditoriales, périodicité) ont pour principal atout leur réputation. Ils restent aujourd'hui

considérés comme une source d'information fiable, surtout face à l'émergence de la diffusion d'actualités via les réseaux sociaux.

Les médias sociaux

A partir de 2004, de nouveaux acteurs médiatiques apparaissent et entrent en concurrence avec les médias traditionnels : les médias sociaux (*new media*). Il s'agit des **plateformes numériques dont le contenu est généré par les utilisateurs**, et où le principe d'interaction entre les différents internautes est primordial. Cette logique de collaboration est propre au web 2.0 : autrefois spectateurs des pages web, les internautes en sont désormais acteurs. Parmi les médias sociaux les plus importants aujourd'hui on retrouve : Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat et LinkedIn.

Les médias sociaux, qui deviennent l'une des principales sources d'information du public, en particulier chez les jeunes, se distinguent par des **caractéristiques spécifiques** qui transforment en profondeur l'environnement médiatique.

Ces plateformes favorisent tout d'abord **l'interaction** : désormais, les programmes d'information sont imaginés pour être commentés sur les réseaux sociaux et notamment sur Twitter, qui favorise l'échange des idées et la réflexion.

Les médias sociaux portent également en eux le pouvoir de **l'instantanéité**. Aujourd'hui, avec des outils comme le "LiveTweet", l'utilisateur peut suivre un événement en direct sans y assister. Il sait ce qui s'est passé bien avant les images du journal de 20 heures.

Les médias sociaux ont également **brisé le monopole de la fabrique de l'information** autrefois détenu par les médias traditionnels. Grâce aux plateformes comme Facebook, tout le monde peut être témoin d'un événement et le partager avec le monde entier dans la seconde qui suit. Cette pratique a donné naissance au **"journalisme citoyen"**, qui fait de chaque utilisateur des médias sociaux un producteur d'information en puissance.

L'information à l'ère numérique : risques et opportunités

L'émergence des nouvelles formes numériques de l'information (nouvelles en ligne, blogs, Wikipedia, YouTube, réseaux sociaux, etc.) **favorise un accès plus large aux connaissances, à la liberté d'expression et à la participation citoyenne**. On observe aujourd'hui que la coexistence de médias imprimés, audiovisuels et en ligne via de multiples supports permet d'élargir l'accès à l'information et de créer une culture participative où les citoyens ne se contentent pas simplement de consommer de l'information mais contribuent activement à sa production et à sa diffusion.

Le principal risque de ce paysage médiatique renouvelé est **la désinformation**. En effet, l'utilisation massive des réseaux sociaux entraîne une réflexion sur la véracité de l'information. Quelle est la crédibilité d'un individu à se prononcer sur un sujet ? Ne risque-t-il pas de contribuer à entretenir la confusion autour de la problématique des fake news, et de rendre plus difficile encore de discerner le vrai du faux sur internet ? Dans cette

perspective, le journalisme "classique" conserve toute sa pertinence. Sa mission de sélection, d'analyse et de décryptage de l'information demeure primordiale.

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 5 - Activité 1: "*Classe investigation, enquête journalistique en groupe*"
Fiche 5 - Activité 2: "*La course à la désinformation*"

POUR ALLER PLUS LOIN

English for Media Literacy - University of Pennsylvania

What is social media ? - [Lien](#)

FICHE 5 ACTIVITÉ N° 1

MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE

Chapitre 5 : Des médias traditionnels aux nouveaux médias

ACTIVITÉ 1	"Classe Investigation" : Enquête journalistique en groupe
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°5 - Des médias traditionnels aux nouveaux médias" (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	½ journée
MATÉRIEL	Un smartphone ou plusieurs smartphones, une salle, témoignages préalablement préparés (texte, audio), accès internet
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>"Classe investigation" est un jeu qui permet aux jeunes participants de comprendre la fabrique de l'information.</p> <p>Concrètement, il s'agit d'une enquête journalistique immersive dans laquelle les jeunes se mettent dans la peau des journalistes.</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">- Comprendre les bases du métier de journaliste ainsi que la rigueur dont les journalistes professionnels doivent faire preuve pour s'assurer de la validité des informations qu'ils transmettent.- Prendre conscience de l'importance de faire preuve d'esprit critique quand on est confronté à une information.- Etre capable de procéder plus facilement au travail de vérification des sources, après avoir réalisé une partie du travail du journaliste dans ce domaine. <p>A terme, les jeunes s'habituent à entreprendre cette démarche qui très vite devient un réflexe. Cela leur évite de tomber dans le piège de la désinformation.</p> <p>En plus de favoriser l'esprit d'équipe, la prise de note, l'esprit de synthèse et la présentation orale, cet exercice insiste sur le travail de tri qu'opèrent les journalistes professionnels avant de diffuser une information.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
Cette enquête journalistique immersive se déroule en plusieurs étapes :	

1. Pendant deux heures, les jeunes collectent des témoignages et des documents
2. Ces témoignages et ces documents ont été rédigés ou enregistrés au préalable par le formateur et des "complices" (membres de l'équipe pédagogique, professeurs, membre de l'association...)
3. Les témoignages et documents traitent tous du même événement (par exemple: la mystérieuse disparition de deux lionceaux dans un zoo) mais proviennent de sources différentes (par exemple: la responsable du zoo, la propriétaire du café en face du zoo...)
4. Les jeunes croisent alors ces documents pour tenter de comprendre le déroulement des faits, puis interrogent les témoins (en présentiel ou par messagerie électronique)
5. Ils réalisent ensuite un reportage à chaud dans lequel chaque jeune joue le jeu du journaliste pendant qu'un autre le filme, grâce à un smartphone ou à une caméra.
6. Il est ensuite possible de diffuser les vidéos sur la plateforme de votre choix pour sensibiliser d'autres jeunes à ces problématiques (et permettre aux jeunes de juger la qualité de leur prestation !)

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ AU CONTEXTE BALKANIQUE

Pour cette activité, se référer à la fiche thématique "Médias indépendants" dans laquelle est expliqué le contexte mondial dans lequel les pays des Balkans assistent de plus en plus régulièrement à la diffusion de fake news.

FICHE 5 ACTIVITÉ N° 2

MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE

Chapitre 5 : Des médias traditionnels aux nouveaux médias

ACTIVITÉ 2	La course à la désinformation
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°5 - Des médias traditionnels aux nouveaux médias (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	15 minutes
MATÉRIEL	Un smartphone par groupe
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Objectifs:</p> <ul style="list-style-type: none">- Vérifier leur capacité à vérifier rapidement une information douteuse.- Identifier les informations qui doivent être vérifiées- Se familiariser avec les étapes de vérifications d'une information ou d'une source. <p>La course à la désinformation est une activité stimulante car elle constitue un jeu de rapidité et met les jeunes en concurrence les uns avec les autres.</p> <p>Facilement réalisable, elle leur permet de constater la simplicité d'application des mesures de vérification de l'information.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
<ol style="list-style-type: none">1. Formez des groupes de 3 à 4 participants.2. Demandez aux participants de faire défiler le fil d'actualité de leurs réseaux sociaux jusqu'à ce qu'ils trouvent un information qui doit être vérifiée.3. Demandez-leur de discuter ensuite des mesures à prendre4. Puis voyez lequel est le plus rapide pour vérifier l'information	
ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ AU CONTEXTE BALKANIQUE	
<p>Pour cette activité, se référer à la fiche thématique " Médias indépendants" qui précise le contexte mondial de l'émergence des fake news, tout en fournissant un éventails de médias indépendants.</p>	

FICHE N°6 - MÉDIAS NUMÉRIQUES : RISQUES ET OPPORTUNITÉS

MODULE 1	<i>L'UNIVERS MÉDIATIQUE</i>
SÉANCE 2	<i>Les nouveaux médias</i>
NIVEAU	<i>Difficile</i>

MÉDIAS NUMÉRIQUES : RISQUES ET OPPORTUNITÉS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Identifier les risques et les opportunités liés à l'usage d'internet par les jeunes.*
2. *Objectif 2 : Prendre conscience de l'influence des algorithmes sur notre manière de naviguer sur internet.*
3. *Objectif 3 : Comprendre le rôle de l'éducation aux médias pour sensibiliser les jeunes aux bonnes pratiques sur internet et au civisme en ligne*

THÈMES CLÉS

Opportunités et risques d'internet pour les jeunes

Internet et le téléphone portable, au delà de leur caractère divertissant, offrent une nouvelle forme de socialisation, d'échanges et d'accès aux savoirs indispensables pour les enfants et adolescents d'aujourd'hui. Ces nouvelles technologies représentent une formidable opportunité d'amélioration de la qualité de vie des jeunes du monde entier et mettent à portée de clic une quantité de connaissances sans limite dans tous les domaines essentiels de leur existence (éducation, santé, science, culture...). Mais les progrès de l'ère du numérique ne sont pas sans contrepartie. Cette révolution virtuelle a créé des dangers et des des risques, souvent à l'image de ceux du monde réel, auxquels les jeunes connectés doivent faire face.

L'UNESCO a identifié et classifié ces risques qui menacent les jeunes en ligne. Il s'agit notamment de l'exposition aux contenus pédophiles, aux discours de haine, aux fausses

nouvelles ; Ces risques sont également liés aux publicités inappropriées, aux fraudes commerciales ou à la manipulation des données personnelles.

L'éducation est la meilleure façon de répondre à ces menaces qui guettent tout jeune utilisateur naviguant dans le monde numérique. A travers l'éducation aux médias, il est ainsi essentiel pour les parents et les encadrants de transmettre aux jeunes les bonnes pratiques permettant de rester hors de danger sur internet.

Il s'agit notamment d'une gestion appropriée de son identité numérique en ligne, à travers le paramétrage de ses réseaux sociaux ou la protection de ses données personnelles. La sensibilisation au civisme en ligne est également importante : respecter la vie privée d'autrui, réfléchir avant de publier un contenu, respecter le droit à l'image de ses camarades... Autant de règles de base essentielles pour prévenir des dérives comme le cyberharcèlement.

Sensibiliser les jeunes aux bulles de filtres

Les plateformes numériques telles que Google et Facebook utilisent des algorithmes pour nous proposer des contenus en fonction de notre comportement utilisateur, c'est à dire de nos interactions passées (cliques, likes, achats, historique de navigation). A travers les algorithmes, les entreprises du numérique nous proposent une navigation personnalisée, basée sur une analyse prédictive qui vise à devancer nos attentes. Pour les géants du web, l'objectif est d'influencer nos comportements dans un but commercial.

L'influence des algorithmes est loin d'être anodine. Elle confronte les internautes et consommateurs que nous sommes - et en particulier les plus jeunes - à la problématique des bulles de filtres. Il s'agit de **"l'état dans lequel se trouve un internaute lorsque les informations auxquelles il accède sur Internet sont le résultat d'une personnalisation mise en place à son insu"**. Le terme de « bulle de filtres » renvoie à l'isolement produit par ce mécanisme : chaque internaute accède à une version différente et unique du web. Il risque alors de demeurer enfermé dans un univers numérique étroit poussant en boucle toujours les mêmes types de contenus. Cet enfermement algorithmique appauvrit considérablement les sources d'information, entraîne une baisse de l'attention et érode l'exercice d'un esprit critique. L'utilisateur est alors privé de l'ouverture théorique promise par internet, et ne bénéficie plus d'une confrontation à la pluralité des idées et des opinions, un élément pourtant au coeur du développement intellectuel.

C'est pourquoi l'éducation aux médias doit permettre de sensibiliser le citoyen aux enjeux des dangers de l'enfermement algorithmique. Comprendre sa mécanique, représente une étape essentielle pour s'en défaire et enrichir ses sources. C'est là une condition majeure pour qu'internet puisse être à la hauteur de sa promesse initiale d'émancipation et de liberté.

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 6 - Activité 1 : "LE MINI QUIZ "Réseaux sociaux, où en êtes-vous ?""
Fiche 6 - Activité 2 : "Protège tes données"

POUR ALLER PLUS LOIN

- "How to help young learners stay safe on the internet" : [lien](#)
- A Chilling Case Study Shows What's Wrong with the Internet Today - [lien](#)

FICHE 6 ACTIVITÉ N° 1

MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE

Chapitre 6 " Médias numériques : risques et opportunités "

ACTIVITÉ 1	LE MINI QUIZ "Réseaux sociaux, où en êtes-vous ?"
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°6 - " Médias numériques : risques et opportunités " (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 minutes
MATÉRIEL	Un rétroprojecteur ou un tableau
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
Description : Le Mini Quiz est un outil d'apprentissage par le jeu - il ne s'agit pas d'une évaluation. L'exercice devra s'accompagner, en partie au moins, de questions simples et accessibles afin de conforter les jeunes dans leur capacité à s'emparer du sujet et ainsi favoriser davantage leur implication. Le Mini Quiz " Réseaux sociaux, où en êtes-vous ?" est un exercice ludique et collaboratif dans lequel les jeunes sont invités à répondre à des questions sur les risques liés à l'usage quotidien des réseaux sociaux. Cet exercice permet aux intervenants : <ul style="list-style-type: none">- De prendre conscience de la vulnérabilité des internautes (surtout les plus jeunes) et des réflexes à adopter pour utiliser les réseaux sociaux dans les meilleures conditions.- D'observer les connaissances des jeunes sur le sujet et ainsi d'orienter le développement de l'atelier en fonction de leurs pratiques et de leurs opinions. Il est	

demandé de préciser ou d'argumenter les réponses ou bien d'encourager les jeunes à donner leurs avis afin d'approfondir certains sujets.

Objectifs :

- Permettre aux élèves d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication
- Former des "cybercitoyens" actifs, éclairés et responsables.
- Responsabiliser les jeunes dans leurs usages numériques

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1. A partir de la liste des questions fournies ci-dessous et des réponses, le formateur prépare un mini quizz. (Le formateur peut également créer des questions / réponses complémentaires à l'aide de la *fiche pédagogique 6*)
2. Le formateur sépare les intervenants en groupes de 4 à 5 personnes
3. Présenté sous forme de questions à choix multiples, il sera demandé à chaque groupe de répondre collectivement au quizz.
4. A chaque réponse donnée, le formateur demande à chaque équipe de justifier son choix par une réponse courte et orale.
5. Le formateur dévoile la bonne réponse. Il note ensuite les points obtenus par chaque équipe (à réitérer à chaque question en comptant 1 point par bonne réponse).

Quelques questions (et leurs réponses):

1- Quels sont les trois réseaux sociaux de communication les plus utilisés par les 13-17 ans dans le monde ? (Merci de sélectionner 3 réponses correctes)

- Snapchat
- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Tik Tok

Réponses :

Le premier est Snapchat (84 %) - 2: Instagram (72%) - 3: Facebook (38%) - 4: Twitter (30%) - 5: Tik Tok (13%) . Si Snapchat est le réseau le plus utilisé par les jeunes... les autres ne sont pour autant pas abandonnés !

2 - Mon profil sur internet, c'est...

- Ma photo
- Mon nom, mon prénom et mon pseudo
- Toutes les informations me concernant

Réponse :

Mon profil sur internet, c'est toutes les informations me concernant - Chacun doit désormais gérer une identité numérique constituée des informations, des contributions qu'il ou elle laisse sur le net - Par exemple, bien choisir les informations de son profil pour se décrire, se construire une image favorable auprès des autres - L'identité numérique, c'est: qui on est, qui on connaît, ce que l'on fait, où on est,... et bien plus d'informations encore !

3. Supprimer son compte Facebook est immédiat :

- Vrai
- Faux

Réponse :

Faux. Il est désactivé mais pas supprimé ! Facebook ne vous lâche pas aussi facilement. Pendant un délai, le compte reste actif. Consultez les conditions d'utilisation de Facebook pour en savoir plus.

4. La e-réputation, c'est ... (Merci de sélectionner 2 réponses correctes)

- Ce que j'aimerais que l'on dise de moi
- Ce que les moteurs de recherche affichent sur moi
- Ce que je publie, ce que "j'aime" , commente, etc.
- Les commentaires désagréables me concernant

Réponse :

- Ce que les moteurs de recherche affichent sur moi
- Ce que je publie, ce que "j'aime" , commente, etc.

La e-réputation est une grande partie de l'identité numérique. Connaître sa e-réputation, c'est connaître l'image que nous renvoyons, savoir ce qui est dit de nous par les autres. La démarche est de chercher son nom sur les moteurs de recherche et de regarder les résultats. Une partie des informations trouvées est importante car difficilement maîtrisable. Souvent les premiers résultats sur votre nom ne seront pas vos propres réseaux sociaux mais des articles qui parlent de vous.

5. Quel âge doit-on avoir pour s'inscrire sur Facebook ?

- Il n'y a pas de limite d'âge
- Il faut avoir 13 ans
- Il faut avoir 16 ans

Réponse :

Pour s'inscrire sur Facebook, il faut avoir 13 ans. Facebook applique le droit américain avec la loi COPPA (Children's Online Privacy Protection Act) qui interdit aux sites de recueillir des données d'enfants de moins de 13 ans, sans le consentement parental. Et c'est bien la collecte des données qui intéresse Facebook !

FICHE 6 ACTIVITÉ N° 2**MODULE 1 : L'UNIVERS MÉDIATIQUE****Chapitre 6 " Médias numériques : risques et opportunités "**

ACTIVITÉ 2	PROTÈGE TES DONNÉES
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°6 - "Médias numériques : risques et opportunités" (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 minutes
MATÉRIEL	Les smartphones et/ ou ordinateur de chaque jeune / ou du formateur (avec rétroprojecteur si possible)
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Cet exercice pratique a pour but de former les jeunes à la protection de leurs données en ligne. Pour ce faire, l'intervenant aide les jeunes à modifier leurs paramètres de confidentialité sur internet et les réseaux sociaux en les accompagnant pas à pas.</p> <p>Commencez par un seul réseau social et réalisez les changements dans le compte petit à petit.</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">- Faire prendre conscience aux jeunes qu'il existe des moyens simples pour protéger sa confidentialité sur internet et les réseaux.- Accompagner les jeunes dans cette démarche sur un réseau social pour qu'ils puissent ensuite l'appliquer à d'autres.	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
<p>Étape 1 : Faire prendre conscience</p> <ol style="list-style-type: none">1. Connectez-vous à votre compte Facebook, depuis votre ordinateur ou smartphone2. Constatez par vous-même la bonne « mémoire » de Facebook : https://www.facebook.com/memories : Sur cette page, Facebook vous propose d'accéder à des contenus (photos, événements marquant et posts) selon les dates de publications et les amis en lien avec la publication. Vous pouvez également décider de les masquer (en cliquant sur "masquer les souvenirs" et ne plus jamais voir apparaître de proposition de souvenirs à publier.	

3. Cliquez sur le menu en haut de la page > Cliquez sur *Journal des activités* > Vous obtenez l'ensemble de vos actions sur Facebook et des publications de personnes vous mentionnant. Vous pouvez explorer les options à gauche de l'écran comme *Publications*, *Examen du journal* ou encore Là où vous êtes identifié(e), et modifier ou supprimer les publications ou mentions qui vous concernent en cliquant dessus

4. Consultez et téléchargez l'ensemble de vos données personnelles : cliquez sur le menu en haut de la page > Cliquez sur *Paramètres* > Cliquez sur *Vos renseignements Facebook* sur le côté gauche.

Étape 2 : Modifier les paramètres de confidentialité de votre compte

1. Connectez-vous à votre compte Facebook.
2. Cliquez sur le menu en haut de la page > Cliquez sur *Paramètres* > Cliquez sur *Confidentialité* sur le côté gauche > Limitez la portée de vos publications, notamment en choisissant qui peut voir vos publications : sélectionnez de préférence *Amis* ou *Amis sauf connaissances* ou *Amis proches* quand c'est disponible.
3. Toujours dans les *Paramètres* > Cliquez sur *Journal et identification* sur le côté gauche > Limitez qui peut agir dans votre journal et comment : sélectionnez de préférence *Moi uniquement* ou *Amis*.
4. Dans les *Paramètres* > Cliquez sur *Publications publiques* sur le côté gauche > Sélectionnez de préférence *Amis* pour chaque option.
5. Dans les *Paramètres* > Cliquez sur *Apps et sites Web* sur le côté gauche > Sélectionnez les applications qui ne vous sont plus utiles et supprimez-les.

Attention: La suppression d'une application liée à Facebook peut entraîner la suppression du compte de l'application concernée. Par exemple, si pour l'application de réservation d'hébergements *Booking*, vous vous connectez avec Facebook, vous pouvez perdre votre compte *Booking* et toutes vos informations concernant des réservations d'hôtels.

6. Procédez de la même manière pour les options à gauche *Jeux instantanés* et *Intégrations professionnelles*. Les mêmes risques s'appliquent.
7. Dans les *Paramètres* > Cliquez sur *Publicité* pour limiter le ciblage publicitaire > Explorez toutes les options et particulièrement la section *Vos informations* > Explorez les deux onglets *À propos de vous* et *Vos catégories*.

Pour terminer, renforcez votre mot de passe (mettez-en un qui soit long et fort : plus de 8 caractères). Choisissez un mot de passe qui n'est pas employé pour un autre compte. Cliquez sur le menu en haut de la page > Cliquez sur *Paramètres* > Cliquez sur *Sécurité et connexion* > Cliquez sur *Changer le mot de passe*

Géolocalisation et Facebook

Si vous avez installé l'application Facebook sur votre appareil mobile, vous avez peut-être

autorisé Facebook à vous suivre à la trace sans le savoir!

Pour le vérifier depuis votre ordinateur : dans vos *Paramètres Facebook* > Cliquez sur *Lieu* dans le menu de gauche. Si vous avez activé la géolocalisation, Facebook vous montrera l'historique de vos déplacements !

Étape 3 : Faites de même pour vos autres comptes de réseaux sociaux

Le chemin pour parvenir aux paramètres de confidentialité d'un réseau social peut varier en fonction de l'appareil que vous utilisez (ordinateur, téléphone) et du système d'exploitation de votre appareil (iOS, Android).

- Paramétrer son compte **Instagram** depuis son téléphone : Accédez à votre profil > Cliquez sur votre photo de profil > Cliquez sur *Paramètres* (tout en bas du menu) > *Confidentialité et sécurité* > Explorez les différentes options.
- Paramétrer son compte **Twitter** depuis son ordinateur ou son téléphone : Accédez à votre profil > Cliquez sur votre photo de profil > Cliquez sur *Paramètres et confidentialité* > Cliquez sur *Confidentialité et sécurité* > Explorez les différentes options.
- Paramétrer son compte **Pinterest** depuis son ordinateur : Accédez à votre profil > Cliquez sur votre photo de profil > Cliquez sur *Modifier les paramètres* > Consultez en particulier Paramètres de base du compte et Réseaux sociaux.
- Paramétrer son compte **YouTube** depuis son ordinateur : Accédez à votre profil > Cliquez sur votre photo de profil > Cliquez sur *Paramètres* > Consultez en particulier *Compte et Historique* et *Confidentialité*.

Pour aller plus loin, vérifiez les paramètres de votre compte Google associé à votre compte **YouTube** : <https://myaccount.google.com/privacy>

- Paramétrer son compte **LinkedIn** depuis son ordinateur : Accédez à votre profil > Cliquez sur votre photo de profil dans le menu en haut de la page > Cliquez sur *Préférences et confidentialité* > Consultez en particulier les onglets *Confidentialité* et *Pubs*.

Étape 4 : Paramétrez votre navigateur Internet

Pour protéger un peu plus votre vie privée et bloquer les publicités, vous pouvez télécharger des extensions qui s'installent sur votre navigateur.

Les démarches de paramétrage ou la disponibilité des extensions varient en fonction du navigateur que vous utilisez.

1. **Bloquez les « cookies tiers »** Vous trouverez des explications sur le site WikiHow : <https://www.wikihow.com/Disable-Cookies>

2. **Installez un bloqueur de publicités** comme *AdGuard AdBlocker*, *AdBlock* ou *uBlock Origin*.

Tapez dans votre moteur de recherche les mots clés "Bloqueur de publicités" et "extension" suivis du nom de votre navigateur, par exemple : "*bloqueur de publicité extension Firefox*"

Attention: L'installation d'un bloqueur de publicités peut entraîner un dysfonctionnement de certains sites. Il est possible de désactiver le bloqueur de publicités de manière temporaire (à chercher dans les options du bloqueur que vous avez installé).

3. Utilisez le mode de navigation privée pour éviter les publicités ciblées : tapez dans votre moteur de recherche les mots clés "Navigation privée" suivis du nom de votre navigateur, par exemple : "*navigation privée chrome*"

Les premiers résultats de recherche vous mèneront à des méthodes pour utiliser le mode privé de votre navigateur. La navigation privée ne rend pas anonyme. Elle permet de ne pas enregistrer l'historique de navigation, les cookies, ou les informations saisies dans les formulaires sur votre appareil.

Les fichiers téléchargés et les favoris créés sont conservés. Votre activité reste visible des sites que vous consultez (compilation de statistiques), de votre employeur ou de votre établissement scolaire, ainsi que de votre fournisseur d'accès à Internet.

4. Activez "Do Not Track" : tapez dans votre moteur de recherche les mots clés "Do Not Track" suivis du nom de votre navigateur. Exemple : "*Do Not Track Firefox*".

Les premiers résultats de recherche vous mèneront à des méthodes pour activer l'option "Do Not Track" sur votre navigateur.

FICHE N°7 - ABORDER L'INFORMATION AVEC UN SENS CRITIQUE

MODULE 2	DÉCRYPTER L'INFORMATION
SÉANCE 3	Information et désinformation
NIVEAU	Intermédiaire

ABORDER L'INFORMATION AVEC UN SENS CRITIQUE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Maîtriser la notion d'esprit critique et comprendre l'importance d'un traitement critique de l'information*
2. *Objectif 3 : Connaître et appliquer les principes de la démarche journalistique de recherche d'information*
3. *Objectif 3 : Assimiler la question centrale de la vérification des sources*

THÈMES CLÉS

L'esprit critique, un concept au coeur de l'éducation aux médias

Dans le cadre de l'éducation aux médias, la notion d'esprit critique consiste à examiner attentivement les informations disponibles en se documentant à leur sujet et en soumettant ces informations à l'épreuve de la démonstration. Il s'agit d'un *regard critique* qui refuse les amalgames, les généralisations hâtives, les idées reçues, les préjugés et les énoncés sans preuve. De manière générale, il s'agit d'une capacité à raisonner de manière *autonome, rationnelle et consciente*. Il s'agit également d'une capacité d'analyse et de compréhension des contenus médiatiques, tenant compte des intentions de leurs auteurs.

L'esprit critique repose sur trois principes :

- **Le principe d'autonomie** : être capable de penser par soi-même, indépendamment des gens qui nous entourent, de notre milieu.
- **Le principe introspectif** : Il s'agit d'être conscient de nos limites de compréhension des phénomènes, de l'influence de nos biais cognitifs, de nos émotions et des autres sur notre jugement et nos croyances.
- **Le principe d'apprentissage** : l'esprit critique s'apprend et s'acquiert à travers l'apport de connaissances et d'interrogations propices à l'éveil intellectuel. Il peut

prendre des formes concrètes comme la mise en comparaison d'hypothèses ou la vérification des sources d'une information.

Concrètement, appliquer son esprit critique dans l'approche des médias, consiste à s'astreindre aux pratiques suivantes :

- **S'informer** : prendre le temps de s'informer, de confronter les informations et de comprendre avant de juger, commenter ou partager
- **Évaluer l'information** : identifier et vérifier les sources de l'information avant de la valider
- **Distinguer les faits des interprétations** : séparer les faits véritables de l'interprétation des événements
- **Confronter les interprétations** : prendre connaissance des différentes interprétations que peut susciter une information et accepter cette pluralité
- **Hiérarchiser les interprétations** : distinguer par ordre de légitimité les interprétations validées par l'expérience et la recherche, les hypothèses et les opinions liées à nos croyances.

La démarche journaliste de vérification de l'information

L'esprit critique est au coeur de la démarche journalistique qui implique de traiter rigoureusement l'information avant de la diffuser. Ainsi le journaliste va mener un **travail d'enquête, d'investigation, de confrontation des sources** ; Il s'appuie sur l'analyse et la mise en perspective des faits et des explications possibles.

La démarche journalistique est d'autant plus essentielle à l'heure de la société numérique, marquée par la prolifération de fausses informations, images et vidéos truquées sur internet.

Dans le cadre de l'éducation aux médias, la démarche journalistique de vérification de l'information est vulgarisée et adaptée aux pratiques des jeunes sous la forme d'une **liste de bonnes pratiques** :

- **Vérifier la nature du site où on a consulté l'information.** Les onglets "mention légales" ou "à propos" permettent en général d'identifier le type de site que l'on consulte (blog, site humoristique, institutionnel, etc...);
- **Remonter à l'origine de l'information.** Bien souvent sur internet, les informations sont partagées, diffusées et parfois aussi déformées, décontextualisées ou interprétées. Il est donc important de trouver d'où est issue l'information
- **Regarder la date de publication de l'information.** De nos jours, une information est rapidement dépassée ou a souvent été déjà vérifiée ou démentie
- **Vérifier l'identité et la fiabilité de l'auteur de l'information.** S'agit-il d'un journaliste ? Est-il spécialiste du sujet qu'il aborde ?
- **Identifier son objectif et ses intentions.** Cherche-t-il à nous informer ? Nous manipuler ? Nous vendre quelque chose ?
- **Se poser les bonnes questions.** Être curieux, et être capable de remettre en question l'auteur, sans tomber dans la défiance ou la paranoïa.

L'intérêt de la validation des sources

La Source est à l'origine d'une information, son point de départ, on parle d'ailleurs de "remonter" à la source pour trouver d'où vient une information.

La **double-vérification** de l'information est l'une des règles de base les plus importantes du journalisme. La vitesse croissante de l'information, en partie liée à l'irruption des réseaux sociaux et les pressions économiques sur l'audience bousculent hélas, ce principe.

Une source fiable est le plus souvent une personne ou une structure qualifiée (experte ou qui a des connaissances) sur un sujet, délivrant des informations sur ce sujet.

Pour gagner en fiabilité et avoir des chances d'être considérée comme correcte, une information doit être trouvée, confirmée par d'autres sources d'information et/ou consultable sur d'autres médias. On dit alors que l'information doit être **recoupée** pour être vérifiée.

Il existe quatre principales types de sources :

- **Les sources institutionnelles** : autorités publiques, états;
- **Les sources intermédiaires** : associations, organisations professionnelles, partis politiques, syndicats;
- **Les sources personnelles** : sources discrètes, voire secrètes, dont le journaliste bénéficie à l'intérieur des cercles de pouvoirs et des cercles professionnels;
- **Les sources occasionnelles** : sources spontanées, les témoignages proposés ou sollicités au hasard des circonstances, les témoins d'un évènement;

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 7 activité 1 - Construire une échelle de preuve
Fiche 7 activité 2 - Appliquer la règle des 5 W

RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES EN ANGLAIS

Canada Center for digital and media literacy
Authenticating and Verifying the information - [Lien](#)

FICHE 7 ACTIVITÉ N°2

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 3 : INFORMATION ET DÉSINFORMATION

ACTIVITÉ	<i>Exercer son esprit critique : Construire une échelle de preuve</i>
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°7: ABORDER L'INFORMATION AVEC UN SENS CRITIQUE (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	1 heure
MATÉRIEL	Tableau, feuilles imprimées (ou post-it)
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>En élaborant eux même une « échelle de fiabilité », inspirée de la démarche scientifique, ils apprennent à hiérarchiser les types de preuves selon leur fiabilité. Les élèves devront ainsi analyser chaque information et ranger les types preuves selon un critère de fiabilité, de la preuve la plus faible à la preuve la plus irréfutable.</p> <p>Objectif : Montrer aux participants que tous les indices et preuves sur un sujet donné ne se valent pas.</p> <p>Définition : Qu'est-ce que le <i>niveau de preuve</i> ? En science, c'est la capacité d'une étude à répondre à une question posée. Dans le domaine de l'éducation aux médias et à l'information, on distingue plusieurs niveaux de preuves :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Indices (fiabilité faible) :<ul style="list-style-type: none">- Témoignage individuel rapporté- Témoignage individuel direct- Parole d'expert2. Preuves (fiabilité forte) :<ul style="list-style-type: none">- Une étude de cas qui valide une hypothèse- Plusieurs études de cas qui valident une hypothèse- Synthèses des études- Consensus scientifique <p>Cependant même dans le cas d'une forte fiabilité (étude scientifique, étude de cas etc.), il est important de conserver un esprit critique et de rester prudent vis-à-vis des informations que l'on consulte et utilise.</p>	

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1. Préparation de l'exercice : Choisir un thème scientifique qui peut être sujet à la désinformation (ex : le changement climatique)
2. Préparation de la salle : Dessiner au tableau une « échelle de fiabilité » (voir Annexe)
3. Distribuer les propositions sur papier aux participants qui seront invités à les positionner au tableau sur « l'échelle de fiabilité ».
Exemple de proposition :
 - Rapport scientifique du Groupe international d'experts sur le Climat
 - Mon oncle m'a dit que "le réchauffement climatique n'est pas dû à l'activité humaine"
 - Un scientifique déclare à la télévision que le changement climatique s'accélère
 - Le président des Etats Unis, Donald Trump, dit que "le réchauffement climatique n'existe pas"
 - Etc.
4. Correction : Une fois les propositions réparties par les participants, un temps de correction sera effectué par l'encadrant afin de reclasser les propositions dans le bon ordre.
5. Regroupement des preuves : à côté de l'échelle de fiabilité corrigée, les participants devront classer les propositions par niveau de preuves comme indiqué dans la présentation de l'exercice
6. Discussions : L'exercice s'achève sur un débat au sujet de la démarche scientifique et de l'esprit critique, sur l'utilité de cette démarche dans le cadre d'un traitement critique de l'information (voir FICHE 7 – Traiter l'information avec un sens critique)

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

Sur un Google Drive : Présenter l'échelle de fiabilité et renseigner les propositions en dessous afin que les participants puissent les classer. Ensuite prévoir un tableau afin de classer les propositions par types de preuves.

ANNEXE : ÉCHELLE DE FIABILITÉ

Forte fiabilité :



Faible fiabilité :



FICHE 7 ACTIVITÉ N°2

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 3 : INFORMATION ET DÉSINFORMATION

ACTIVITÉ	Appliquer la règle des 5 W
CHAPITRE	Fiche pédagogique n°7 : ABORDER L'INFORMATION AVEC UN SENS CRITIQUE (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	1 heure
MATÉRIEL	Feuilles de papier et stylos
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">- Donner une méthodologie d'analyse de l'information qui permet au jeune d'évaluer le contenu d'un article ou d'une publication- Inciter les participants à utiliser les règles du journalisme- Développer l'esprit critique en invitant à se questionner sur les informations reçues <p>Définition : La règle des 5 W est une démarche journalistique, qui permet aux journalistes de structurer leurs propos pour que les informations pertinentes soient bien comprises du public. Elle répond aux questions basiques d'une information :</p> <p>Who ? (Qui ?) Where ? (Où ?) When ? (Quand ?) Why ? (Pourquoi ?) What ? (De quoi on parle)</p> <p>Cette démarche s'inscrit dans un traitement critique et méthodique de l'information, ce qui permet de donner un cadre à la réception d'information. Il est alors utile que les participants puissent identifier les informations pertinentes d'un article ou d'une publication sur les réseaux sociaux.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
<ol style="list-style-type: none">1. <u>Sélectionner un article</u> sur une information ou un fait d'actualité local, sujet à rumeur ou désinformation	

2. Placer les participants par groupes de 2, et leur soumettre l'article ou la publication en question
3. Sur une feuille à part (ou ordinateur) les participants répondent aux 5 W en développant le plus possible, et si besoin en allant chercher les informations dans les sources citées dans l'article.
4. Comparer les réponses obtenues pour chaque « W », en faisant une correction de groupe et en affichant le corrigé au tableau.
5. Retour sur l'exercice et discussions sur la pertinence d'appliquer cette méthode au quotidien.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

Sur un Google drive, envoyer le lien de l'article aux participants et leur demander de répondre aux questions des 5W.

FICHE N°8 - LUTTER CONTRE LES FAKE NEWS

MODULE 2	DÉCRYPTER L'INFORMATION
SÉANCE 3	Information et désinformation
NIVEAU	Intermédiaire

LUTTER CONTRE LES FAKE NEWS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Maîtriser la notion de fausses informations*
2. *Objectif 2 : Comprendre comment lutter contre la désinformation*
3. *Objectif 3 : Se familiariser avec le concept de "fact-checking"*

THÈMES CLÉS

LA NOTION D'INFOX : UN ÉLÉMENT CENTRAL DE L'EMI

Définition : Lorsque l'on parle d'infox, de fausses informations ou de "Fake News", Il s'agit d'informations **fabriquées, truquées ou déformées**, diffusées volontairement par des individus, militants ou responsables politiques, dans le but de manipuler les citoyens et de les faire adhérer à leurs idées.

La diffusion de ces fausses informations peut avoir des conséquences néfastes sur la société : par exemple, lorsqu'il s'agit de viser ou d'accuser une minorité ou une communauté afin de **susciter la peur et d'inciter à la haine** envers elle. Aussi lorsque la fausse information est utilisée pour créer un sentiment d'insécurité dans un but électoral, la manipulation d'information se trouve être un instrument d'une très grande efficacité.

Exemple : Les manifestations contre la présence de migrants se sont ainsi multipliées à l'approche des élections législatives du 21 juin en Serbie. Le 2 mars 2020, 500 personnes environ s'étaient déjà réunies dans la ville de Subotica, frontalière avec la Hongrie tout au nord du pays, avant de dénoncer les « crimes » commis par les migrants sur le territoire serbe, alors même que selon les données de la police, les infractions commises par les réfugiés ne représentent que 0,06% des délits recensés dans le pays.

Certains faits divers et scandales comme celui du "Cambridge Analytica" aux Etats-unis (utilisation des données de millions d'utilisateurs qui seront ensuite la cible de Fake News) nous rappellent combien les informations manipulées ont un impact sur notre vie, de notre quotidien jusqu'aux

élections présidentielles.

Exemple : En mars 2020 en Bosnie-Herzégovine, une femme de 51 ans qui rentrait d'un voyage en Italie et testée positive au coronavirus, a été victime d'un véritable lynchage sur les réseaux sociaux après la publication d'informations erronées par plusieurs médias. Ces derniers racontaient qu'elle avait assisté à un concert et pris les transports en commun. Certains commentaires sur Facebook, déclaraient que cette femme méritait d'être tuée parce qu'elle était infectée, qu'elle ne devait pas rentrer en Bosnie-Herzégovine.

Dès lors, en déformant, manipulant et falsifiant la réalité pour susciter de la haine et tenter de convaincre les citoyens avec de faux arguments ou des informations qui n'existent pas, **les fausses informations interrogent la notion même de vérité** et de citoyenneté dans les sociétés modernes. Parce qu'elles mobilisent la plupart du temps nos émotions, nos préjugés et confirment parfois nos opinions, les infos se diffusent facilement et trouvent un écho important sur les réseaux sociaux, renforçant leurs effets néfastes sur la qualité de l'information disponible.

A ce titre, l'information étant essentielle à notre vie et au coeur de toutes nos décisions et de notre rapport aux autres, il est primordial de **préserver sa fiabilité**, sa transparence et éviter autant que possible les manipulations dont elle peut faire l'objet. En plus d'être attentif à la qualité de l'information, adopter une posture critique à l'égard des contenus que l'on consulte ou reçoit permet de limiter le risque de manipulation ou d'influence extérieure et de se forger une opinion plus juste.

DEJOUER LES PIEGES DE LA DÉSINFORMATION

Pour lutter contre la désinformation plusieurs solutions sont envisagées :

- Mieux contrôler la diffusion de l'information en ligne **en responsabilisant les plateformes et les "géants du net"** (Facebook, Google, Twitter etc.). Ces derniers ont tous pris des mesures dans ce sens en donnant la possibilité aux utilisateurs de signaler des fausses informations, en supprimant des comptes propageant des discours de haine et des Fake news ou en menant et relayant des campagnes de prévention. Par exemple en janvier 2020 Facebook a annoncé qu'il supprimera et interdira les vidéos de types "deepfake" sur sa plateforme.

A noter que laisser les GAFAs réguler le contenu de ces plateformes peut être problématique au regard de la liberté d'expression et de la censure, dans un contexte où l'hégémonie de ces "Géant du net" interroge. A ce titre, il existe dans certains pays des organismes indépendants chargés de contrôler à la fois l'action des médias traditionnels mais aussi d'assurer le contrôle de l'information et la protection des utilisateurs sur ces plateformes en ligne.

- Beaucoup d'États prennent aussi la mesure de l'urgence et de leur rôle dans le contrôle et la fiabilité des informations qui circulent à l'intérieur de leur pays en passant, la plupart du temps, par **l'appareil législatif**. Cependant il faut alors veiller à ce que les mesures prises pour limiter la désinformation et renforcer les moyens de contrôle ne limitent pas paradoxalement la liberté d'expression des médias et des citoyens, empêchant le travail du journaliste.
- On peut aussi **préparer la population** à faire face de plus en plus souvent aux fausses informations, à la manipulation des images ou à la diffusion croissante et rapide des théories du complot. Ainsi les actions comme **l'éducation critique aux médias et à l'information** vont inciter la population à se protéger contre ces manipulations, par l'apport de connaissances et le développement de l'autonomie intellectuelle et de l'esprit critique.
- Enfin la prise de conscience se fait également du côté des **médias traditionnels**. A ce titre un nouveau mode de traitement journalistique est apparu depuis peu dans certains pays

mais aussi à une échelle plus internationale, afin de limiter les risques de désinformation :
Le Fact Checking

LE FACT CHECKING

Origine et Définition

Face à la prolifération des fausses informations, images et vidéos truquées, notamment sur internet, les méthodes journalistiques de confrontation et de vérification des informations sont devenues indispensables à tel point que de nombreux médias ont développé depuis peu des services spécialisés dans la **vérification des faits**.

Souvent appelé **fact-checking**, ce nouveau mode de traitement journalistique consistait, à l'origine, à vérifier de manière systématique les affirmations de responsables politiques ou des éléments du débat public (chiffres, contenus législatifs, etc.). Mais avec la multiplication des infox et des dangers de la désinformation, le fact-checking consiste plutôt aujourd'hui à **vérifier rapidement la véracité d'un fait, d'une image ou d'une rumeur** et plus largement tous types d'informations véhiculées sur le Net.

Les limites du fact-checking

Cependant si le fact-checking est un outil utile pour la vérification des informations, il ne doit pas se transformer en dictat immuable de la vérité. En effet certaines questions ne peuvent pas être tranchées par un simple fact checking, comme des questions politiques, d'opinions ou de morale par exemple. Comme son nom l'indique il s'agit de rester "factuel" et de vérifier des faits précis.

De plus les éléments pour vérifier une information peuvent parfois manquer ou être dépendants d'autres organismes. Par exemple, calculer le nombre de personnes présentes dans une manifestation va obliger le média fact-checker à faire lui même confiance aux chiffres communiqués soit par les autorités, soit par les organisateurs de la manifestation, ce qui va très certainement amener à des disparités fortes.

Il faudra donc là aussi encourager la prudence et garder un esprit critique en sachant quand accorder sa confiance à un média fact-checker et quand une question mérite d'être traitée avec du recul.

LE CONTEXTE BALKANIQUE

Rubrique "Les Médias dans les Balkans", notamment :

- "Observatoires des fausses nouvelles"
- Les 10 Fiches Info vs Infox

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 8 Activité 1 : "Distinguer le vrai du faux : Fake News ou pas Fake News ?"

Fiche 8 Activité 2 : "Crée ta propre Fake News"

Fiche 10 Activité 1 : "Analyse d'images et/ou de photomontages"

POUR ALLER PLUS LOIN (Ressources en anglais)

1. <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>
Scandale du Cambridge Analytica
2. <https://balkaninsight.com/2017/06/29/macedonia-s-young-spammers-fear-golden-age-is->

[over-06-29-2017-1/](#) Rôle de la Macédoine du Nord pendant l'élection présidentielle américaine

3. <https://balkaninsight.com/2020/03/19/bosnias-republika-srpska-imposes-fines-for-coronavirus-fake-news/> La lutte contre les Fake News liées au coronavirus dans les Balkans
4. <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/facebook-ce-zabraniti-deepfakeove-ne-i-parodicne-videosnimke> Suppression et interdiction des "deepfake" sur Facebook
5. https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/84059/four-western-balkans%E2%80%99-fact-checking-organisations-join-facebook%E2%80%99s-platform-against_en Publication de "l'European Union External Action" sur le Fact-Checking dans les Balkans

6. Organismes de Fact-Checking dans les Balkans (en partenariat avec Facebook) :

[Raskrinkavanje.ba – Bosnia and Herzegovina \(link is external\)](#)

[Raskrinkavanje.me \(Centre for Democratic Transition\) – Montenegro \(link is external\)](#)

[Metamorphosis Foundation and Truthmeter – North Macedonia \(link is external\)](#)

[Istinomer \(Centre for research transparency and accountability\) – Serbia \(link is external\)](#)

FICHE 8 : ACTIVITÉ N°1

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 3 : INFORMATION ET DÉSINFORMATION

ACTIVITÉ 1	“Distinguer le vrai du faux : Fake News ou pas Fake News”
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°8 « Lutter contre les Fake News» (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	40 minutes - 1 heure
MATÉRIEL	Ordinateur, connexion internet, vidéoprojecteur (optionnel)
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>L'objectif de cet exercice est d'amener les participants à s'approprier les outils de la vérification d'information et de les encourager à se poser les bonnes questions face à des informations sensationnelles.</p> <p>Lors de cet exercice ils devront repérer parmi plusieurs articles/informations sur internet ceux qui relèvent d'une manipulation et que l'on peut classer dans les “Fake News” et ceux qui traitent d'informations reconnues et vérifiées. Enfin, ils devront expliquer la nature de ces fausses informations en répondant à quelques questions afin d'ouvrir une discussion plus générale sur la manipulation de l'information.</p> <p><u>Variantes possibles :</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Le travail de vérification peut être effectué par groupes, ou individuellement.- Les articles peuvent être distribués directement aux participants sur les ordinateurs (par clé usb, ou par mail) ou affichés sur un écran avec un vidéoprojecteur (les participants devront alors retrouver l'article avant de procéder au classement “Fake News ou pas “Fake News”).	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	

1. Préparation des articles : Pour cet exercice la phase de recherche et sélection des articles est importante car elle va déterminer la réussite de l'activité. Les articles présentés devront amener les participants à faire preuve d'analyse, de réflexion et d'esprit critique. Il est conseillé de prendre des "vraies" informations plutôt surprenantes voire sensationnelles afin de montrer aux participants que les choses ne sont pas toujours évidentes, et qu'il faut justement faire preuve d'esprit critique. Il est aussi préférable de choisir des fausses informations diverses, comme par exemple une Fake News sur la science, une sur la politique, une concernant une célébrité etc. De préférence les articles à analyser ne doivent pas dépasser le nombre de 6, pour ne pas alourdir l'exercice.

2. Préparation de la salle : Répartir les participants par groupes ou individuellement sur des ordinateurs.

3. Distribution des articles : Les participants se verront alors attribuer les articles sur lesquels ils devront travailler pour savoir dans quelle catégories les classer (fausse information ou information vérifiée et fiable).

4. Travail de vérification : Il s'agira pour les participants d'appliquer la méthode de vérification de l'information et la démarche journalistique (voir "*FICHE 7 - aborder l'information avec un sens critique*") Il est alors possible de présenter cette méthode avant l'exercice, ou de laisser les participants libres dans la manière de vérifier l'information. La méthode peut venir naturellement à l'esprit des jeunes. Toutefois si elle n'est pas expliquée au début de l'exercice, il sera important d'y revenir à la fin. De plus, puisqu'il existe maintenant de nombreux sites de "fact-checking", certaines fausses informations auront probablement déjà été vérifiées, les participants pourront s'en servir mais devront comprendre comment l'information a été vérifiée et dans le cas d'une Fake news, quel procédé a été utilisé.

5. Restitution : Une fois le travail terminé, chacun donne son classement "Fake News ou pas Fake News" (il est possible d'afficher les articles sur un écran et de laisser les groupes dire "Fake News" sur un article relevant d'une fausse information et "Pas Fake News" pour une vraie information. En fonction des erreurs commises par les participants, il faudra comprendre pourquoi ils se sont trompés et à ce moment là une vérification/correction est apportée. De plus, il est possible d'introduire des variantes à la restitution qui mettent les élèves en mouvement, comme par exemple proposer aux participants de se placer dans la pièce en fonction de leur réponse (ceux qui pensent que c'est une Fake News à droite, les autres à gauche). Ou encore de fournir des feuilles de papiers colorés que les jeunes devront montrer en fonction de leurs réponses (feuille rouge pour les Fake News, feuille verte pour les informations vérifiées)

6. Conclusion : Par la suite, pour pousser le travail de réflexion plus loin et ouvrir la discussion, il est conseillé de poser quelques questions aux participants, par exemple :

- Quel était le but visé par ces fausses informations (arnaque, inciter à la haine, promouvoir une personnalité, but électoral...)?

- Quel procédé a été utilisé dans ces fausses informations (manipulation de l'image, décontextualisation, modification d'une vraie information...) ?
- Est-ce que le travail a été long et pourriez-vous le reproduire dans la vie quotidienne ?

Ces questions pourront servir à introduire d'autres notions présentes dans les fiches pédagogiques, comme le Fact-Checking par exemple.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. L'encadrant doit créer un lien sur la plateforme de visioconférence ZOOM et l'envoyer aux jeunes (possibilité de recourir à une autre plateforme si l'encadrant en connaît une).
2. Une fois réunis dans une même "salle virtuelle", les jeunes sont disposés en groupes par l'encadrant.
3. L'encadrant assigne des articles aux groupes.
4. Les groupes sortent de la salle principale et rentrent dans les "salles privées" (possible grâce à la plateforme ZOOM). Ici, les groupes peuvent mener leurs recherches sur internet et classer les articles dans les catégories "fausse information" ou "information vérifiée et fiable". Chacun peut travailler de son côté et communiquer avec les autres éléments du groupe via la chat ou la visioconférence.
5. La restitution se fait dans la "salle virtuelle" principale. A ce stade, les porte-parole des groupes, préalablement élus par l'encadrant, donnent leurs réponses et leurs explications au nom du groupe.
6. L'encadrant peut donc animer le débat à partir des erreurs commises et aborder la question des Fake News, de leurs mécanismes de création et de diffusions, ainsi que leurs objectifs et leur impact.

FICHE 8 ACTIVITÉ N°2

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 3 : INFORMATION ET DÉSINFORMATION

ACTIVITÉ 1	“Crée ta propre Fake News”
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°8 « Lutter contre les Fake News» (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	40 minutes - 1 heure
MATÉRIEL	Ordinateur ou smartphone, connexion internet, vidéoprojecteur
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>L'objectif de cet exercice est de montrer aux participants à quel point la manipulation de l'information et la création de fausses informations sont des procédés simples et à la portée de tous, et ainsi de les inciter à être plus prudents lorsqu'ils consultent ou découvrent des informations sur les réseaux sociaux.</p> <p>En les mettant dans la peau de producteur de fausses informations ou de complotistes, ils comprennent les outils et procédés utilisés et peuvent plus efficacement détecter ce genre de contenu dans leur utilisation quotidienne.</p> <p>La nature et le sujet de la Fake News peuvent varier, il peut s'agir d'une Fake News commerciale, complotiste, scientifique, politique, visuelle ou d'un simple article.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	

1. Préparation de la salle : Répartir les participants par groupes sur les ordinateurs
2. Production :
 - a) Lors de cette phase, les participants devront choisir les thèmes sur lesquels ils veulent produire leurs Fake News (science, politique, etc.). L'encadrant peut aussi proposer des thématiques ou des sujets précis aux jeunes;
 - b) Une fois choisis les thèmes, les jeunes doivent recueillir des informations et des arguments afin de manipuler l'information. Ils peuvent; par exemple, trouver des articles concernant leur sujet et en sortir des phrases de leur contexte, les déformer, etc.; ils peuvent également utiliser des logiciels de retouche photo (ex. Photoshop) ou employer des photomontages repérés sur internet.
 - c) Pour produire une Fake News, les jeunes peuvent s'inspirer du schéma typique des Fake News:
 - 1/ l'histoire doit être étonnante, choquante;
 - 2/ savoir à qui on veut s'adresser, de quelles personnes on veut gagner l'attention;
 - 3/ dénoncer la "censure" qui voudrait empêcher la circulation de cette info;
 - d) Pour l'aspect visuel, ils peuvent produire un simple article sur Microsoft Word ou utiliser un générateur de Fake News pour donner une impression plus "médiatique" (voici quelques liens : <https://breakyourownnews.com/> <https://www.thefakenewsgenerator.com/> <https://www.worldgreynews.com/add-news>)
3. Restitution et classement : À tour de rôle, chaque groupe présente sa ou ses Fake News. Le reste des participants devra donner ses impressions.
 - a) L'encadrant prendra note des observations des jeunes sur un tableau. A la fin de cette partie, les jeunes devront repérer les caractéristiques récurrentes des Fake News à partir des notes prises par l'encadrant. Ils devront donc proposer des explications à propos des Fake News, de leurs mécanismes, de leur buts, de l'impact que la diffusion de ces Fake News peut causer;
 - b) En partant des explications fournies par les jeunes, les encadrants abordent les procédés de manipulation de l'information plus dans le détail (voir *FICHE 8 - lutter contre les fake news* et *FICHE 10 - l'image et ses risques de manipulation*) ;
 - c) A la fin de cet exercice le jeunes doivent attribuer une note pour chaque Fake News afin de pouvoir choisir à la fin les Fake News les plus crédibles, et les plus réussies. Les jeunes devront expliquer pourquoi ces Fake News ont le plus convaincu.
4. Conclusion : Cet exercice pourra servir d'introduction pour aborder la question des fausses informations et de la manipulation des images et des faits.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. L'encadrant doit créer un lien sur la plateforme de visioconférence ZOOM et l'envoyer aux jeunes (l'encadrant peut aussi utiliser une autre plateforme de sa connaissance)
2. Une fois réunis dans une même "salle virtuelle", les jeunes sont disposés en groupes par l'encadrant (selon le nombre de participants).
3. L'encadrant assigne les thèmes à propos desquels les jeunes devront produire des Fake News.
4. Une fois choisis les thèmes les jeunes se réunissent dans les "salles privées" et organisent leurs travail de manipulation de l'info. Pour ce faire, ils doivent mener des recherches sur internet, trouver des articles pour en sortir les contenus de leur contexte, déformer l'information.
5. Ils peuvent travailler en direct sur un même document via *Google Drive*, *Framapad* ou d'autres logiciels d'écriture collaborative en ligne.
6. Une fois que les groupes ont créé leurs Fake News, ils accèdent à la "salle principale" pour commencer la phase de restitution. L'encadrant pourra utiliser un site de "post it online" pour recréer un effet tableau (ex. <https://note.ly/>) et le montrer en direct à tous les participants via le système du partage d'écran.

FICHE N°9 - LES REPRÉSENTATIONS À L'ÉCRAN

MODULE 2	<i>DÉCRYPTER L'INFORMATION</i>
SÉANCE 4	<i>Décrypter les différents médias</i>
NIVEAU	<i>Intermédiaire</i>

LES REPRÉSENTATIONS À L'ÉCRAN

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Différencier plusieurs formats d'information et leurs objectifs*
2. *Objectif 2 : Comprendre le rôle de l'image dans différents formats audiovisuels*
3. *Objectif 3 : Trouver des exemples emblématiques pour aborder la question des représentations à l'écran*

THÈMES CLÉS

Les "œuvres" audio-visuelles

Documentaire et reportage

Définitions : Entre œuvre artistique et enquête journalistique, le documentaire se distingue de la fiction puisque les sujets traités sont réels et que le but principal reste celui d'informer à propos de cette réalité. Contrairement au reportage journalistique, **le documentaire utilise un langage artistique** qui fait aussi appel aux émotions du spectateur, afin de le pousser à la réflexion. A l'inverse, **le reportage est une enquête journalistique fondée sur le principe d'objectivité**, même si l'auteur de l'enquête peut avoir une posture militante et engagée. Dans le reportage tout aspect de fiction est abandonné pour laisser la place aux éléments factuels.

Exemples :

- Le documentaire *Druga strana svega* (« L'envers d'une histoire », 2017) de la réalisatrice serbe Mila Turajlić revient, par exemple, sur l'histoire serbe des dernières 70 années à travers la perspective de Srbijanka Turajlić, mère de la réalisatrice et militante pour la paix. La réalisatrice fait dialoguer son histoire familiale avec l'histoire de son pays, abordant la question de l'engagement politique des anciennes générations face à la désillusion des jeunes serbes d'aujourd'hui.

- Un autre documentariste, le kosovar Samir Karahoda, aborde la question de l'émigration d'une partie de la jeunesse du Kosovo à travers son œuvre *Në Mes* (« In Between », 2019). A travers ce documentaire, Karahoda montre un aspect crucial de l'actualité de son pays, notamment l'absence de perspective économique pour une grande partie de sa jeunesse et l'émiettement de la famille,

unité sociale très importante dans la société kosovare.

- Dans le contexte balkanique nombre de reportages ont été consacrés, par exemple, à la question de la corruption et du crime organisé. C'est le cas d'un reportage de la journaliste monténégrine Olivera Lakić, auteure d'une enquête sur le crime organisé suite à laquelle elle est devenue la cible d'une attaque à l'arme à feu.

Les films et le cinéma

La fiction et le cinéma peuvent aussi aborder les mêmes thématiques que les documentaires et les reportages journalistiques sans pour autant suivre les mêmes procédés. Les films peuvent raconter des histoires inventées tout en s'inspirant de la réalité. Le cinéma permet donc d'aborder, avec une grande liberté, des questions sociétales centrales, et pousser le spectateur à la réflexion.

Exemple : Dans son film *Honeymoons* (2009), le réalisateur serbe Goran Paskaljević met en scène l'histoire inventée de deux couples, l'un serbe, l'autre albanais, pour aborder le thème de l'émigration vers l'Europe, à travers un regard à la fois ironique et dramatique

La télévision : Le journal télévisé

Dans l'histoire des médias et de l'accès à l'information, l'apparition de la télévision a joué un rôle proche de celui des réseaux sociaux aujourd'hui, dans le sens où son utilisation a représenté une sorte de révolution dans la manière dont les populations consomment les informations. Ce média emblématique reste encore important dans nos sociétés et doit nous interroger sur la manière dont l'outil audiovisuel est utilisé pour communiquer des informations.

Définition : Le journal télévisé est **une émission d'information** de plusieurs dizaines de minutes diffusée à la télévision et animée par un ou plusieurs présentateurs. Il peut proposer des reportages sur des sujets internationaux, nationaux ou locaux, ou des chroniques intermittentes comme la météo.

L'objectif principal du journal télévisé est d'apporter des informations de qualité recueillies par les journalistes ou les correspondants travaillant pour la chaîne, sur l'actualité ou sur des sujets de fond. Contrairement à la radio qui propose aussi des émissions "flash" sur l'actualité, **le journal télévisé fait une place particulière à l'image**, à la fois dans l'apparence et la gestuelle du présentateur mais aussi lors des reportages, des photographies ou des infographies diffusées à l'écran (code couleur, police utilisée dans l'écriture, type de décor pour le plateau etc.)

Exemple : La direction du JT de la chaîne albanaise Zjarr TV, a décidé, en 2016, de faire présenter le bulletin d'informations par des présentatrices au buste nu sous une veste ouverte dissimulant à peine leur poitrine. Ce choix, fortement critiqué pour son caractère sexiste, représente un cas extrême mais illustre bien l'importance de la gestion de l'image et du visuel lors d'un journal télévisé.

Un support qui a ses limites

Bien que la télévision soit un média très populaire, les chaînes n'échappent pas à une certaine logique économique et parfois même à une influence politique (en particulier dans le cas des chaînes publiques) qui peut peser sur la qualité de l'information diffusée et limiter la représentation de la diversité des opinions et des mouvements d'opposition. . Dans la région des Balkans en particulier, es sujets de fond peuvent être remplacé par des sujets plus légers se calquant sur un modèle de "tabloïd" et de presse people.

Exemple : En mars 2019, les manifestants serbes du mouvement #1od5 miliona et d'autres représentants des partis d'opposition, ont protesté devant les bureaux de la radio-télévision serbe (RTS) pour critiquer cette non-représentation à la télévision.

Face à cette situation, plusieurs chaînes d'informations internationales ont investi dans la région, à la fois pour proposer une alternative aux spectateurs, mais aussi pour des raisons géopolitiques. Ainsi, dans les dernières années, la chaîne qatari "Al Jazeera" a inauguré sa rédaction locale à Sarajevo, alors que la chaîne Russia Today a commencé à diffuser des informations en langue locale sur la radio serbe Studio B.

Le journal télévisé, bien qu'il reste très populaire, est par ailleurs de plus en plus supplanté par les médias en ligne et les réseaux sociaux.

Les nouveaux écrans

Dans tous les pays du monde, **le temps passé sur les écrans** augmente régulièrement chaque année, notamment chez les jeunes. Si la télévision occupe une bonne partie de ce temps, c'est davantage l'accès aux réseaux sociaux qui fait augmenter ce temps d'écran. L'étude de "*BusinessFibre.co.uk*" en 2019 dresse par exemple la liste des pays qui passent le plus d'heures sur internet, rappelant que la moyenne mondiale du temps passé sur les écrans est de 6 heures et 42 minutes par jour (lien disponible dans la section "pour aller plus loin").

Dans ce temps passé sur les réseaux sociaux, une grande partie est dédiée à la visualisation de vidéos, omniprésentes sur internet, et notamment grâce à l'application du "géant" de la vidéo : **YouTube**.

Définition : YouTube est une plateforme d'hébergement de vidéos et un média social sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, regarder, commenter, évaluer et partager des vidéos en streaming. Créé en février 2005 par Steve Chen, Chad Hurley et Jawed Karim, trois anciens employés de PayPal, et racheté par Google en octobre 2006 pour 1,65 milliard de dollars, il est un des sites les plus consultés du monde (En 2020, chaque mois, YouTube compte plus de 2 milliards d'utilisateurs connectés).

Il est alors intéressant de constater que cette plateforme **reprend certains codes audiovisuels de la télévision**. Par exemple on parle de "chaîne YouTube", et les "Youtubeurs" doivent posséder les mêmes compétences que les présentateurs télé : une bonne expression orale, une apparence qui donne envie de regarder la vidéo, allant même jusqu'à reproduire des plateaux d'émission de télévision.

Exemple : Les Youtubers les plus suivis dans différents pays :
Bosnie Herzégovine : <https://www.youtube.com/user/Seherzad>
Serbie : <https://www.youtube.com/user/SerbianGamesBL2>
Monténégro : <https://www.youtube.com/user/BalkanGamesHD>

Conscientes de l'attrait de ce format pour les jeunes générations, certaines chaînes de télévision investissent ce média en re-diffusant des émissions ou en proposant de regarder directement ces chaînes en direct sur YouTube (comme la chaîne RTS Sajt - Zvanični kanal en Serbie, qui y diffuse par exemple la série "Moja generacija Z" - "Ma Génération Z").

Le succès de Youtube par rapport à la télévision s'explique aussi par la richesse du contenu qu'il propose. Puisque n'importe quel internaute peut produire ou poster une vidéo, les goûts et les opinions de chacun sont beaucoup mieux représentées qu'à la télévision. C'est donc aussi **un outil dont le citoyen peut s'emparer** pour s'exprimer sur ses sujets d'intérêt, vulgariser des savoirs, faire entendre ses idées, alerter sur un sujet ou communiquer des informations importantes, comme lorsque certains manifestants filment leur déplacement en direct lors d'une manifestation.

En se plaçant comme un **pilier central à la diffusion et production audiovisuelle**, YouTube et les médias sociaux proposant de la vidéo, jouissent d'une position hégémonique dans notre rapport à l'information. Cela pose alors les questions centrales de liberté d'expression, de monopole et de

responsabilité quant aux contenus diffusés, notamment les potentielles fausses informations, discours de haine et théorie du complot malheureusement très populaires sur cette plateforme consultée en grande partie par les jeunes.

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 9 - Activité 1 "Ciné-débat"

Fiche 9 - Activité 2 "Analyse d'un journal télévisé"

Fiche 9 - Activité 3 "Réaliser un journal télévisé"

POUR ALLER PLUS LOIN (Ressources en anglais)

1. <https://www.theguardian.com/world/2018/may/08/investigative-journalist-olivera-lakic-shot-montenegro> Article sur la journaliste monténégrine Olivera Lakić prise pour cible par un tireur pour son documentaire
2. <https://www.youtube.com/c/Hexatorm/featured> Chaîne youtube monténégrine - 6 youtubeurs s'expriment sur des sujets d'intérêt
3. <https://www.youtube.com/watch?v=IQ3OvhrAN00> Manifestation du mouvement #1od5 miliona devant les locaux de la RTS en Serbie
4. <https://www.news.com.au/finance/business/media/albanian-newsreaders-strip-down-to-boost-audience/news-story/dfdcebdccf9bd3e64b4fe07e005b9e16> Article sur les présentatrices météo de la chaîne albanaise Zjarr TV
5. <https://businessfibre.co.uk/screen-time/> Etude sur le temps passé sur les écrans
6. <https://www.brandwatch.com/blog/youtube-stats/> Statistique sur l'utilisation de YouTube

FICHE 9 ACTIVITÉ N°1

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 4 : DÉCRYPTER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

ACTIVITÉ 1	CINÉ-DÉBAT
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°9 « Les représentations à l'écran » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	40 minutes - 1 heure (+temps de visionnage du film/docu)
MATÉRIEL	Fonds d'écran ou mur blanc + vidéoprojecteur, ou télévision, lecteur de DVD ou ordinateur Connexion internet, feuilles de brouillon, crayons Modèle de Fiche à remplir par les participants
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>L'exercice de ciné-débat permet d'encourager les jeunes à prendre la parole et s'exprimer sur des sujets sociétaux (l'émigration de la jeunesse balkanique, les tensions ethniques, les discriminations subies par la communauté LGBT+, la corruption répandue, etc.) grâce au visionnage d'un reportage ou d'une vidéo. Le débat qui suivra le visionnage donnera la chance aux participants de formuler leurs points de vue et permettra aussi aux jeunes de se confronter, dans le respect et l'écoute, à des idées différentes des leurs et ainsi alimenter des points de vue différents.</p> <p>D'autre part, cette activité permettra d'aborder les questions des représentations à l'écran et de l'utilisation possible des images pour traiter une problématique si il s'agit d'un film par exemple, ainsi que d'analyser les outils médiatiques audiovisuels comme les documentaires et les reportages.</p> <p>Plus largement, cet exercice va éveiller l'esprit critique des jeunes par l'apport d'éléments de connaissances développés dans le reportage ou le film, par la compréhension des mécanismes de diffusion d'information via l'image puis enfin grâce aux échanges et discussions.</p> <p>De plus, cette activité présente l'intérêt d'utiliser l'outil audiovisuel généralement apprécié par les jeunes et mobilisant plus facilement leur attention.</p>	

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1. Préparation du ciné-débat : Les encadrants identifient un reportage, un film ou un documentaire sur des questions qu'ils veulent aborder avec les participants.
2. Préparation des fiches à faire remplir par les jeunes : Les encadrants doivent fournir des fiches activité aux stagiaires. Grâce à ces fiches, les stagiaires s'approprient des éléments nécessaires concernant le film (notamment, des infos sur le réalisateur et des éléments de contexte pour comprendre les motivations qui ont poussé l'auteur à réaliser l'oeuvre). Exemple de grille d'analyse (à adapter si besoin) : VOIR RUBRIQUE "ANNEXE"
3. Préparation de la salle et du matériel nécessaire (vidéoprojecteur, enceintes, chaises/bureaux).
4. Distribution des fiches : les participants pourront remplir la 1ère partie des fiches durant le visionnage
5. Visionnage du film/documentaire
6. Avant de passer au débat, en guise d'introduction, il est important de repérer avec les participants les mécanismes utilisés pour faire passer les informations (Interview? Caméra cachée ? L'histoire racontée est-elle triste ou pleine d'espoir ? Images positives/négatives ? etc.)
7. Animation du débat d'idées à l'aide de la seconde partie des fiches préparées en amont par les encadrants "*Questions pour les stagiaires*". Ce débat devra amener les participants à se poser différentes questions sur la problématique choisie.
Exemple: L'encadrant peut prendre une citation ou une scène du film qui peut donner lieu à plusieurs interprétations. Il affirme son point de vue et demande aux jeunes d'exprimer le leur et, ensuite, de l'expliquer et le motiver. La prise de position se fait de façon physique, à travers le déplacement dans la salle des jeunes sur le style du débat mouvant (les participants se placent à gauche de la salle, à droite ou au milieu, en fonction du point de vue défendu). Une fois rejoint leur camp, les jeunes sont amenés à exprimer leur point de vue. Ils peuvent changer de position mais ils ne peuvent pas rester au milieu.
8. Conclusion et restitution : C'est aussi le moment où il faudra demander aux participants leur sentiment par rapport à l'exercice (ont-ils appréciés le débat, le film ?) et les encourager à utiliser davantage ce genre de média, généralement plus approfondi et fiable que les informations trouvées rapidement sur internet.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. Les encadrants devront fournir aux jeunes le fichier vidéo ou un accès à une plateforme de visualisation de films/documentaires, ainsi que les fiches (voir annexe : grille d'analyse pour le débat)
2. Les jeunes peuvent visualiser le film à distance
3. Les jeunes répondent aux questions présentes sur les fiches
4. L'encadrant crée un lien sur la plateforme de visioconférence ZOOM (ou une autre plateforme) et l'envoie aux jeunes
5. Une fois réunis dans une même "salle virtuelle", les jeunes sont disposés en groupes par l'encadrant (selon le nombre de participants).
6. Grâce au partage d'écran, possible dans la plupart de ces plateformes, les jeunes pourront noter leurs réponses et leurs opinions sur des post-it virtuels via le site <https://note.ly/> .
7. L'encadrant pourra partir de ces observations pour animer le débat.

ANNEXE: GRILLE D'ANALYSE POUR LE CINE-DEBAT

1/ Le réalisateur: son histoire personnelle; quels sont les autres films qu'il a réalisé?

2/ Les personnages du film: qui sont ces personnages? quelles sont leurs actions? qu'est-ce qu'ils affirment?

3/ Le style visuel du film: description des éléments visuels (images, ambiance, etc.); pourquoi le réalisateur a fait ce choix visuel?

4/ Le but du film: est-ce que le réalisateur veut affirmer quelque chose à travers son oeuvre? Pourquoi il choisit d'utiliser un film/documentaire pour faire cela?

FICHE 9 ACTIVITÉ N°2

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 4 : DÉCRYPTER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

ACTIVITÉ 2	ANALYSE D'UN JOURNAL TÉLÉVISÉ
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°9 « Les représentations à l'écran » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30– 40 minutes
MATÉRIEL	Fonds d'écran ou mur blanc, vidéoprojecteur, lecteur de DVD ou ordinateur, connexion internet, crayons, feuilles de brouillon
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Cet exercice consiste à regarder et analyser un Journal Télévisé.</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">- Décrypter la façon dont les JT transmettent les informations- Comprendre les enjeux qui sont derrière la création d'une émission journalistique- Connaître les mécanismes de création et de diffusion de l'information (métiers du journalisme, déontologie, modèle économique, etc.) <p>Variantes à l'exercice : Il peut être aussi intéressant de montrer deux JT différents aux participants et les amener à faire une comparaison entre les deux. Les jeunes peuvent également visualiser un reportage d'un JT et un autre fait par une chaîne d'info-divertissement (ex. BuzzFeed) sur un même sujet d'actualité. Ils seront ainsi amenés à comparer les deux formes de diffusion de l'information.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	

1. Préparation de la salle : Installation du matériel nécessaire au visionnage
2. Visualisation du JT
3. Division par groupes de stagiaires et distribution des fiches : Pour réaliser cet exercice, les encadrants doivent former deux (ou trois) groupes de stagiaires. Ces derniers vont répondre, de leur côté, aux questions.

Des fiches “activité” seront préparées en amont par les encadrants. Dans ces fiches, différentes questions seront posées aux stagiaires concernant les différents aspects du JT visualisé → VOIR LA RUBRIQUE “ANNEXE” pour un exemple de FICHE

4. Réponse aux questions par les stagiaires par groupe : Chaque groupe travaille à une réponse commune. Seulement un porte parole élu au sein du groupe pourra donner la réponse lors de la restitution collective.
5. Restitution collective : cette partie devra mettre en évidence les éléments les plus importants repérés par les stagiaires.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. Les encadrants devront fournir aux jeunes les liens internet pour visualiser les JT ou les vidéos et les fiches (--> voir rubrique “annexe”)
2. Les jeunes peuvent visualiser le JT à distance
3. Les jeunes sont organisés par groupes et doivent répondre aux questions. Pour ce faire, les jeunes peuvent travailler à distance via Google Drive, Framapad, etc. Ils pourront ainsi travailler sur un fichier commun.
4. La restitution sera organisée via la plateforme de conférence à distance (ex. ZOOM). L'encadrant devra créer un lien d'accès et l'envoyer aux jeunes.
5. Pendant la restitution seulement le porte parole des groupes pourra fournir la réponse. Le porte parole peut être choisi en amont de l'exercice par l'encadrant ou au sein du même groupe par les jeunes.
6. L'encadrant pourra utiliser un site de “post it online” pour recréer un effet tableau (ex. <https://note.ly/>), et ensuite animer le débat.

ANNEXE : FICHE ACTIVITÉ

GÉNÉRIQUE : La musique du générique: quelle impression donne-t-elle ? Est-elle toujours la même ? Quelle est son rôle ? Que représentent les images ou symboles utilisés ? Quelles émotions sont recherchées ? Quelles sont les couleurs dominantes ?

PRÉSENTATEUR et DÉCOR : Connaissez-vous le présentateur ? Comment est-il habillé ? Comment se tient-il ? Par quelle formule introduit-il le JT ? Quel est le ton employé par le présentateur ? Comment est-il filmé ? Plan serré ou plan large ? Que regarde-t-il ?

CONTENUS : Quels sont les sujets annoncés ? Dans quel ordre (et pourquoi, à votre avis) ? Comment ces sujets sont présentés (durée, ton, etc.) ? Que montrent les images et quelles sont leurs fonctions ? Quelles informations essentielles apportent les présentateurs ?

FICHE N°10 - L'IMAGE ET SES RISQUES DE MANIPULATION

MODULE 2	<i>DÉCRYPTER L'INFORMATION</i>
SÉANCE 4	<i>Décrypter les différents médias</i>
NIVEAU	<i>Intermédiaire</i>

L'IMAGE ET SES RISQUES DE MANIPULATION

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Prendre du recul par rapport à l'importance de l'image dans nos sociétés*
2. *Objectif 2 : Prévenir la manipulation par l'image*
3. *Objectif 3 : Aborder l'image comme forme critique et positive*

THÈMES CLÉS

La puissance de l'image

"Une image en dit plus qu'un long discours".

Depuis plusieurs décennies, l'utilisation de l'image a pris une place importante dans nos sociétés, que ce soit avec la télévision, dans les médias, la publicité ou plus directement dans nos vies avec l'utilisation fréquente des réseaux sociaux. En effet, avec l'image il y a cette idée que c'est la réalité qui se reflète et qui s'offre d'un seul coup presque immédiatement, plus vite qu'un texte ou qu'une parole. Ainsi, ce mode de communication ou d'expression possède **une forte puissance symbolique** puisqu'elle peut résumer beaucoup de chose en très peu de contenu.

Une force à double tranchant

Cependant cette forte puissance symbolique n'est pas sans défaut, et la tendance à penser qu'une image parle d'elle-même est un piège qu'il faut éviter car l'image peut facilement tromper nos sens et peut donc être utilisée pour nous induire en erreur ou nous manipuler. Par exemple il est tout à fait possible de donner plusieurs interprétations à une même image.

Avec la force des réseaux sociaux et d'internet une image, une photographie ou une vidéo **peut devenir virale et mondiale**. D'un côté cette viralité peut être une bonne chose lorsque la diffusion d'une image permet de réveiller les consciences comme la photo d'un jeune couple serbo-croate s'embrassant fièrement avec leur drapeau respectif sur le dos qui a été largement diffusée sur les réseaux sociaux. Mais en même temps cela implique de devoir faire face parfois à des diffusions massives et rapides de fausses informations voire de théories du complot illustrées ou liées directement à des images ou des vidéos.

Fabrication et manipulation d'images

Le rôle central de l'image et son impact dans nos sociétés nous aide à comprendre pourquoi les fausses informations les plus efficaces et les plus répandues sont celles qui utilisent le visuel (images, photos, vidéos). Même lorsque la fausse information n'est pas liée directement à une photographie, son auteur cherchera la plupart du temps à illustrer cette fausse information par une image (souvent décontextualisée, ou manipulée).

Il existe différents types de manipulations d'images :

- **La Décontextualisation** : C'est la méthode la plus utilisée car elle est très facile à mettre en oeuvre. Il s'agit d'un procédé qui réinterprète le sens d'une image pour lui faire dire quelque chose d'autre en la sortant du contexte initial. Ainsi les véritables raisons et les circonstances dans lesquelles la photographie a été prise ne comptent plus. L'objectif est de chercher à illustrer un propos et de ne s'arrêter qu'à l'aspect premier de l'image en niant son origine, ce qui représente une forme de trahison du sens de l'image.

Exemple : Au mois d'août 2020, une image a circulé sur les réseaux sociaux prétendant qu'une antenne 5G avait été installée sur le toit du minaret d'une mosquée en Bosnie-Herzégovine. Il s'agit en réalité d'une simple photo du minaret en question mais les commentaires liés à l'image déclarent qu'une antenne 5G s'y trouve et émet de forts rayonnements d'onde magnétique, alors même que la 5G n'est pas encore installée dans le pays.

- **Le Trucage ou Montage Photo** : Cette méthode implique une **modification artificielle** de l'image ou de la photographie d'origine dans le but de modifier son sens. Il peut s'agir :
 - D'un objet ou d'une personne ajoutée ou enlevée sur une photographie ou une vidéo.

Exemple : Suite à l'explosion sur le port de Beyrouth en août 2020, des images modifiées ont circulées sur internet sur lesquelles un missile a été ajouté grâce un logiciel vidéo, suggérant ainsi que l'explosion était une attaque militaire d'un pays étranger, notamment Israël.

- Ou d'un recadrage afin de cacher une partie de la photographie, comme par exemple lors d'un meeting ou d'une manifestation : il est possible de couper la partie de l'image où il n'y a personne pour donner l'impression que l'espace était rempli.
- **Le Deepfake** : Il s'agit d'une technique de trucage qui utilise un logiciel d'intelligence artificielle pour **remplacer le visage d'une personne sur une vidéo**. Il existe par exemple une vidéo d'un faux discours de Barack Obama dans lequel il insulte son successeur Donald Trump. Ce trucage a été réalisé grâce à la technique du "DeepFake". Avec les nouvelles avancées technologiques, il deviendra de plus en plus difficile de repérer les images truquées ou retouchées et avec l'apparition de nouvelles méthodes de manipulation vidéo, il faudra redoubler de prudence et vérifier ses sources.

Fausse informations et réseaux sociaux : deux enjeux liés

Le **partage d'image et de vidéo** est pour la grande majorité de ces réseaux au coeur même de leur fonctionnement (Facebook, Instagram, Snapchat). De ce point de vue, le danger est alors double puisque d'une part il est possible pour n'importe quel individu de publier/partager des images **à un large public sur les réseaux**, et d'autre part la manipulation d'images ne demande aucune compétence technique particulière (comme pour la photo de l'antenne 5G sur le minaret en Bosnie Herzégovine).

Dessins de presse et caricatures

Cette puissance symbolique de l'image, la presse l'utilise depuis longtemps pour faire passer ses messages. Alors même que la photographie n'existait pas encore, l'utilisation de l'image comme **forme critique** dans la presse se faisait par le dessin, et notamment avec la caricature. Il est intéressant de constater qu'aujourd'hui encore, malgré l'utilisation très répandue de l'image et de la photographie, on utilise toujours la caricature dans la presse et cette technique est même devenue un métier et un art à part entière.

Définition : Un **mode d'expression** symbolique produisant la **synthèse d'un concept**, d'une problématique ou d'un fait d'actualité en exagérant les traits ou les aspects d'une personne ou d'un phénomène. Le plus souvent la caricature utilise le ton de l'humour afin de dénoncer et de critiquer.

Exemple : En Serbie, en novembre 2018, les caricatures des célèbres dessinateurs Predrag Koraksić Corax et Dušan Petričić ont fait l'objet de polémique obligeant la bibliothèque de Lazaravac à décrocher leurs dessins. Ces derniers étant très engagés dans la défense de la liberté d'expression, une exposition de leurs dessins de presse et caricatures a été inaugurée le 22 novembre à la mairie de Stari grad, à Belgrade.

La caricature est une thématique intéressante au regard de l'utilisation de l'image et de ses impacts mais c'est aussi un outil peu investi par les jeunes. De par sa portée symbolique et du fait qu'elle soit liée à un contexte ou à un sujet spécifiques, traiter le sujet avec les jeunes nécessite souvent un travail de contextualisation afin de donner les clés de compréhension des enjeux/sujets mobilisés par la caricature .

LE CONTEXTE BALKANIQUE

Rubrique "Les Médias dans les Balkans", notamment :

- Les Fiches Info vs Infox : "Fausse nouvelle scientifique"

ACTIVITÉS PRATIQUES

FICHE 10 - Activité 1 "Analyse d'images et/ou de photomontages"

FICHE 10 - Activité 2 "Créer une histoire à partir d'une image"

POUR ALLER PLUS LOIN (Ressources en anglais)

1. <https://raskrinkavanje.ba/analiza/nije-tacno-da-je-u-donjem-vakufu-na-vrh-munare-postavljena-5g-bazna-jedinica> Exemple de photo decontextualisation (5G)
2. <https://raskrinkavanje.ba/analiza/montaza-a-ne-vijest-snimci-projektila-koji-razara-bejrut-nisu-autenticni> Exemple de photos et vidéos truquées
3. <https://balkaninsight.com/2013/03/11/croat-serb-kiss-announces-new-era/> La force des images : Photo du baiser d'un couple serbo-croate
4. <https://www.youtube.com/watch?v=EtEPE859w94> Exemple de Deepfake : Vidéo du faux discours de Barack Obama
5. <http://astro.wsu.edu/worthey/astro/html/im-ufo/im-aliens/aliens9.html> Exemple de trucage photo : "Georges W. Bush serrant la main d'un extraterrestre"

6. <https://www.youtube.com/watch?v=AaAUMWjpJ38> Pour voir le travail de Predrag Koraksić Corax et Dušan Petričić

FICHE 10 ACTIVITÉ N°1

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 4 : DÉCRYPTER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

ACTIVITÉ 1	Analyse d'images et/ou de photomontages
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°10 L'IMAGE ET SES RISQUES DE MANIPULATION (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	20-30 Minutes
MATÉRIEL	Ordinateur, photo papier, vidéoprojecteur, fonds d'écran blanc ou tableau

PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ

Cette activité va permettre aux participants de **se mettre dans la peau de "Fact-Checker"** afin de vérifier la véracité d'une information, et plus particulièrement d'une image (ou vidéo). Cet exercice aura pour but de montrer la manière dont les images peuvent être manipulées, décontextualisées ou mal-interprétées sur internet et notamment sur les réseaux sociaux. Les participants vont être amenés à décrypter un photomontage, ou une manipulation d'image (décontextualisation par exemple) ayant pour but de désinformer les internautes.

Variation possible de l'exercice :

- Il est possible d'effectuer cet exercice par groupe ou individuellement
- Pour rendre l'exercice plus dynamique, il peut être intéressant de donner un certain nombre d'images à "fact-checker" aux différents groupes/participants et pourquoi pas présenter l'activité comme une compétition pour élire les meilleurs "fact-checker"

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1. Choix des images : les encadrants devront préparer l'exercice à l'avance en faisant un travail de recherche de photos ou de vidéos qui ont pu être manipulées ou truquées dans l'actualité récemment.
2. Préparation de la salle : Pour la réalisation de cet exercice, il faudra mettre des ordinateurs et une connexion internet à disposition des participants.
3. Visualisation de la photo : Les encadrants devront placer les participants par groupe sur des ordinateurs. L'activité peut se dérouler de deux manières, soit en donnant directement les images à vérifier sur une clef usb, ou sur l'ordinateur, en expliquant qu'ils doivent en trouver l'origine ; soit en partageant la fausse information complète c'est à dire l'article ou la publication trouvée sur les réseaux sociaux par exemple.
4. Vérification de la source : Le travail de vérification de la source de l'image/photo pourra se faire via l'outil *Google Images* en plaçant une image dans la barre de recherche de Google Images. Les sites <https://tineye.com/> ou *Google Images* (<https://www.google.com/imghp?hl=FR>) permettent d'effectuer des recherches inversées à partir d'une photo. Ces moteurs de recherche parcourent le web à la recherche d'images au contenu semblable, permettant bien souvent de retrouver leurs origines.
5. Débat collectif : une restitution collective permettra de réagir sur les résultats obtenus. Ce sera aussi le moment pour rappeler que cette démarche de vérification des images est rapide, simple et utile pour éviter de se faire manipuler.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. Les encadrants devront préparer l'exercice en amont: recherche de photos ou de vidéos qui ont pu être manipulées ou truquées dans l'actualité récemment et les envoyer via mail aux jeunes;
2. L'encadrant crée un lien ZOOM (ou sur une autre plateforme) et l'envoie aux jeunes;
3. Réunis en visioconférence avec l'encadrant, les jeunes pourront visualiser de nouveau le photomontage ou la vidéo truquée.
4. L'encadrant crée des groupes de jeunes. Chaque groupe se réunira grâce au système des "chambres séparées" prévu par la plupart des plateformes de conférence à distance (ex. ZOOM). Ce groupes mèneront des recherches sur internet
5. Une fois trouvée la source de la photo, les groupes accèdent de nouveau à la conférence principale et donnent leur réponse avec leur explication de leur démarche de recherche et des objectifs des auteurs de la manipulation de la photo.

FICHE 10 ACTIVITÉ N°2

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 4 : DÉCRYPTER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

ACTIVITÉ 2	Créer une histoire à partir d'une image
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°10 L'IMAGE ET SES RISQUES DE MANIPULATION (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	20-30 Minutes
MATÉRIEL	<u>Pour diffuser l'image</u> : Ordinateur ou photo papier ou vidéoprojecteur et fonds d'écran blanc ou tableau <u>Pour rédiger l'histoire</u> : Ordinateur ou feuille de papier et stylo
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Objectifs:</p> <ul style="list-style-type: none">- Comprendre les avantages et les limites de l'image comme source de l'information- Mobiliser ses propres représentations de la réalité pour arriver à les remettre en cause et à les déconstruire <p>Cette activité propose de travailler autour de l'image et de ses interprétations possibles. Il sera demandé aux participants de développer une histoire à partir d'une photographie ou d'une courte vidéo.</p> <p>La même image sera montrée à plusieurs groupes (en format papier ou sur un vidéoprojecteur). Chaque groupe, sans concertation avec les autres, devra alors proposer une légende et/ou raconter l'histoire de cette photo.</p> <p>Variation possible de l'exercice :</p> <ul style="list-style-type: none">- Lors de l'explication de la consigne il est possible de donner des directives quant aux histoires à inventer. Par exemple, un groupe devra donner une interprétation plutôt positive, amusante, à l'image, ou un autre devra au contraire présenter la photographie comme relevant d'un événement négatif, ou triste.	

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1. Choix des images : les encadrants devront préparer l'exercice à l'avance en faisant un travail de recherche de photos ou de vidéos qui peuvent être sujet à interprétation ou bien qui ont été manipulées ou truquées dans l'actualité récemment. Il est aussi possible de choisir des photos emblématiques et potentiellement méconnues des jeunes participants (par exemple, la photo d'un homme se tenant devant les tanks de l'armée chinoise lors des manifestations de la place Tian'anmen, en 1989, en République populaire de Chine).
2. Préparation de la salle : Constituer des groupes de participants et les répartir le plus loin possible les uns des autres, afin qu'ils ne puissent pas s'influencer.
3. Visualisation de la photo : l'activité peut se dérouler de deux manières, soit en projetant l'image sur un écran afin que chaque groupe puisse la voir et ensuite inventer l'histoire sur papier ou sur ordinateur. Ou alors il est possible de donner l'image individuellement à chaque groupe, sur papier ou sur ordinateur.
4. Invention de l'histoire : Les participants pourront laisser libre court à leur interprétation de l'image et inventer/rédiger une histoire plus ou moins courte selon leur inspiration ou selon l'émotion recherchée (soit sous forme d'article journalistique, soit sous forme d'histoire racontée).
5. Restitution collective : à ce moment de l'exercice, chaque groupe devra à tour de rôle présenter son histoire au reste des participants, ce qui permettra d'observer et de réagir sur les différents résultats obtenus.
6. Vérification de la source : une fois que chaque groupe aura terminé, il faudra alors révéler la véritable histoire derrière la photographie en rappelant le vrai contexte dans lequel cette dernière a été prise (ce qui peut aussi amener à une phase de fact-checking (voir "*FICHE 8 - lutter contre les fake news*" et "*FICHE 7 - aborder l'information avec un sens critique*")
7. L'exercice pourra alors se terminer par un débat collectif autour de l'utilisation de l'image comme preuve et de ses possibles manipulations et interprétations.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. Les encadrants devront préparer l'exercice en amont. Ils doivent rechercher des photos les envoyer via mail aux jeunes;
2. L'encadrant crée un lien ZOOM (ou lien via une autre plateforme) et l'envoie aux jeunes;
3. Réunis en visioconférence avec l'encadrant, les jeunes pourront visualiser de nouveau la photo.

4. L'encadrant crée des groupes de jeunes. Chaque groupe se réunira grâce au système des "chambres séparées" prévu par la plupart des plateformes de conférence à distance (ex. ZOOM). Les participants pourront laisser libre court à leur interprétation de l'image et inventer/rédiger une histoire plus ou moins courte selon leur inspiration ou selon l'émotion recherchée (soit sous forme d'article journalistique, soit sous forme d'histoire racontée). Ils travaillent sur un fichier commun sur les plateformes Google Drive, Framapad ou autre.
5. Une fois terminé le travail de rédaction, les jeunes accèdent tous à la "salle principale". Ici, chaque groupe devra à tour de rôle présenter son histoire au reste des participants, ce qui permettra d'observer et de réagir sur les différents résultats obtenus.
6. Une fois que chaque groupe aura terminé, il faudra alors révéler la véritable histoire derrière la photographie en rappelant le vrai contexte dans lequel cette dernière a été prise.
7. L'exercice pourra alors se terminer par un débat collectif autour de l'utilisation de l'image comme preuve et de ses possibles manipulations et interprétations.

FICHE N°11 - LES RÉCITS DANS L'IMAGINAIRE COLLECTIF DES BALKANS

MODULE 2	DÉCRYPTER L'INFORMATION
SÉANCE 4	Décrypter les différents médias
NIVEAU	Difficile

LES RÉCITS DANS L'IMAGINAIRE COLLECTIF DES BALKANS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. Objectif 1 : Approfondir la question des mythes et leur fonction
2. Objectif 2: Aborder des exemples de mythes propres à la région
3. Objectif 3 : Interroger la place du cinéma comme vecteur de mythe et comme outil de déconstruction du mythe

THÈMES CLÉS

MYTHES DANS LES DISCOURS POLITIQUES

Typologie et fonction des mythes

Définition : Le mythe est une **construction imaginaire** qui sert d'explication, de fondation à certaines pratiques sociales, et représente un facteur de mobilisation. Mais c'est aussi un mode particulier de discours, semblable au rêve et à la légende. D'après l'historien français Raoul Girardet, la place occupée par l'imaginaire dans l'histoire des idées politiques est importante, car **il explique parfois la puissante attirance qu'ont exercé certains systèmes politiques** dénués de fondement religieux.

Les jeunes républiques post-yougoslaves sont toutes concernées par la question de la diffusion de mythes nationaux et des symboles destinés à créer un **sentiment commun d'appartenance à la nation ou à la communauté**. L'historien Raoul Girardet propose quatre thèmes récurrents que l'on retrouve dans la plupart des mythes et qui montrent l'importance fondamentale de l'imaginaire dans l'évolution des idées politiques et de la société :

- **Le mythe de l'unité** : C'est l'exaltation de la patrie, du collectif et de la communauté, représenté par un seul groupe d'individus semblables (renforcement de la logique d'opposition : eux/nous)
- **Le mythe du sauveur** : Il s'agit de mettre en avant la figure du héros, du guide à qui l'on s'identifie comme un modèle et qui procure une légitimité.

- **Le mythe de l'âge d'or** : C'est l'idéalisation de l'ancien temps, la nostalgie d'une époque et l'attachement à des éléments du passé pour chercher une stabilité présente et future.
- **Le mythe du complot / de la conspiration** : Il s'agit de la désignation de coupable extérieur, la mise en avant de la figure de l'ennemi responsable des malheurs de la communauté et qui incite les individus à se mobiliser contre ce dernier.

Les mythes et leur utilisation politique apparaissent généralement dans les **périodes critiques**, dans les moments de crise d'identité ou de **malaise lié aux mutations de la société et du mode de vie**. C'est lorsque les tensions internes croissent que le mythe devient nécessaire, l'imaginaire réagissant alors à des changements, des pertes de repères ou des remises en question des traditions. Ces mythes ont donc une fonction politique claire : **mobiliser la population autour d'une histoire et de repères communs**.

De la même manière qu'une image peut résumer un concept ou un événement, le mythe nourrit l'imaginaire des individus. Ce phénomène peut s'intensifier selon les groupes de personne, notamment chez les jeunes **en quête d'identité**, ou d'explications sur le monde qui les entoure, ou encore confrontés à un **avenir incertain**.

EXEMPLES DE MYTHES IMPORTANTS DANS LA RÉGION DES BALKANS

Dans toutes les cultures il existe des mythes variés et tous n'ont pas la même fonction, mais la richesse culturelle des Balkans permet le développement et la diffusion de nombreux mythes propres à la région.

Exemple : "Les descendants d'Alexandre le Grand"

En Macédoine du Nord, le mythe selon lequel les macédoniens seraient les héritiers d'Alexandre le Grand est très répandu alors même qu'il est impossible de faire coïncider le territoire de la Macédoine contemporaine avec celle de l'époque, ou même de trouver une filiation entre les populations qui habitaient autrefois ces terres et celles qui les peuplent de nos jours. Si la Macédoine du Nord chevauche en partie les régions que contrôlait Philippe II à sa mort, en 336 avant J.C, le cœur du royaume d'Alexandre le Grand se trouve principalement en Grèce près de Vergina. De plus, les citoyens des pays des Balkans d'aujourd'hui sont le résultat de brassages complexes, alimentés par les invasions et migrations successives qui ont balayé la région depuis plus de deux millénaires, notamment celle des tribus slaves au VI^e siècle, ou celle des Ottomans, qui s'y installent dès le XIII^e siècle.

Ces mythes alimentent pourtant les discours des courants nationalistes contemporains des Balkans, qui cherchent à affirmer l'antériorité de leur peuple sur un territoire donné, afin de prouver la légitimité de leurs prétentions.

La diffusion d'un mythe peut alors contribuer à crispier les relations entre des communautés ou des peuples dans la région. En effet la question de l'héritage macédonien d'Alexandre le Grand a ravivé des tensions entre la Grèce et la Macédoine du Nord lors des débats sur le changement du nom du pays en 2018. Les courants nationalistes Grecs, estimant que le terme de « Macédoine » appartient au patrimoine hellénique, refusaient que l'ancienne république yougoslave puisse utiliser ce nom. Ce qui a donné lieu à plusieurs manifestations violentes dans les deux pays.

Exemple : Le mythe de la « fraternité orthodoxe »

En Serbie, au Monténégro et en Macédoine du Nord, un lien fort avec la Russie subsiste dans l'esprit de beaucoup d'habitants, alimenté par le sentiment qu'une "fraternité orthodoxe" les unirait particulièrement à ce pays. Selon une étude menée fin 2017 par le gouvernement serbe, un quart des habitants (24%) désignent la Russie comme principal donateur (aide financière et dons matériels) à

leur pays, alors que 75% des dons et des aides viennent de l'Union Européenne ou de pays membres. De même, plus de 70% des investissements étrangers entre 2010 et 2017 sont venus de l'UE, contre quelque 10% de Russie, selon les chiffres de la Banque nationale serbe.

Ce mythe se base donc sur une relation plus émotionnelle que rationnelle qui perdure, entretenue par certains responsables politiques, comme le président serbe Aleksandar Vučić ou Milorad Dodik de Republika Srpska.

Exemple : Les théories du complot : l'éclatement de la Yougoslavie

Généralement les théories du complot apparaissent à la suite d'événement majeures voire traumatisants (attaque, accident, guerre, crise économique) dans le but de leur donner une explication simple et satisfaisante. Dans les Balkans, les rumeurs les plus diverses circulent pour expliquer l'éclatement de la Yougoslavie en 1991. Ainsi dans plusieurs pays, le mythe selon lequel cet éclatement serait dû à une intervention et à la volonté de puissance étrangère est très répandu. Certains mettent en cause la CIA qui auraient poursuivi sa lutte contre les régimes socialistes dans les Balkans après la chute du Mur de Berlin en 1989. D'autres théories accusent l'Allemagne ou encore le Vatican, qui se seraient faits les alliés de la Croatie catholique pour divers motifs. Dans ce cas, la fonction du mythe de la conspiration est multiple puisqu'il permet :

- D'expliquer les événements d'une manière simpliste, compréhensible et acceptable par tous.
- De présenter son camp comme une victime des événements mondiaux et régionaux, créant ainsi un sentiment d'injustice et d'indignation.
- De donner une origine extérieure aux événements politiques importants, se dédouanant ainsi de toutes formes de responsabilités.

En réalité, comme pour la plupart des événements politico-historique de cette ampleur il s'agit bien souvent d'une conjonction de causes multiples, dont la plupart sont internes : la crise économique qui affectait le pays depuis le deuxième choc pétrolier de 1979, les rivalités entre les républiques qui se sont aggravées etc.

Ainsi, l'utilisation du mythe en politique peut créer des **tensions entre des communautés** ou mobiliser les individus sur la bases de **fausses croyances** ou de légende. Pour limiter leur impact négatif, la déconstruction des mythes passe nécessairement par un **travail de recherche et d'approfondissement historique et/ou journalistique**. Cependant il n'est pas toujours facile de procéder à un travail de recherche sur des sujets encore sensible pour les individus et pour les gouvernements des différents pays impliqués. Le manque de moyen des journalistes, le manque d'intérêt pour la recherche historique dans les médias et la rapide diffusion des théories du complot sur internet peuvent ralentir l'avancée de la recherche et la **déconstruction** de certains mythes persistants.

A ce titre l'association "Krokodil" a lancé une initiative en juin 2020 à Belgrade contre l'instrumentalisation de l'histoire à des fins politiques. Le but étant de créer un **espace de dialogue historique et interculturel** dans les pays nés de l'éclatement de la Yougoslavie, et d'encourager une culture plus inclusive de la mémoire.

Enfin, certains canaux de diffusion d'information peuvent servir à contourner cette problématique de l'étude historique et du peu d'importance des médias pour cette thématique sérieuse, comme c'est le cas avec le cinéma.

LE CINÉMA : ENTRE EXPRESSION CITOYENNE ET VECTEUR DE MYTHE

La promotion des mythes nationaux est parfois conduite aussi à travers le cinéma, qui y trouve une source d'inspiration et s'assure un impact important sur l'imaginaire des individus. En effet, à moins

d'avoir une culture historique importante et spécifique sur le sujet en question, il est parfois difficile de juger de la véracité des événements mis en scène dans une oeuvre cinématographique. La position passive du spectateur qui consiste à se laisser transporter par le film, ne facilite pas toujours l'interrogation critique de l'oeuvre observée. Aussi il n'est pas rare que certains films proposent une lecture biaisée des événements, voire alimentent et propagent certains mythes, légendes et idées reçues.

Exemple : Le film « *Balkan Line* » sorti en 2019, est une production russo-serbe narrant l'histoire d'une intervention russe : la prise de l'aéroport de Pristina du 12 juin 1999, en soutien des forces serbes pendant la guerre au Kosovo. Orienté vers les scènes de violence et de combat, ce film d'action montre une vision biaisée de l'histoire, évoquant une intervention militaire dont la véracité est largement mise en doute, promouvant ainsi une vision ouvertement pro-serbe de la guerre contre les indépendantistes kosovars.

Exemple : Fin 2017, la RTS (télévision nationale serbe), produit et diffuse la série *Senke nad Balkanom* (« Ombres sur les Balkans »), du réalisateur Dragan Bjelogrić. L'action se déroule à Belgrade, capitale du Royaume des Serbes, Croates et Slovènes, puis du Royaume de Yougoslavie, dans les années 1920-1930. Cette série présente cette période comme un âge d'or pour le pays. On a déjà pu voir l'adaptation pour la télévision de la trilogie de *Mir-Jam*, (*Ranjeni orao*, *Nepobedivo srce*, *Samac u braku*), entre 2008 et 2014, et du film qui a donné lieu à une série, *Montevideo, Bog te video* (2012-2014), sagas qui aborde cette même période de l'histoire nationale avec nostalgie.

Cependant, le cinéma peut aussi être utilisé comme un instrument puissant de déconstruction et comme un mode d'expression de la société civile permettant d'aborder d'importants enjeux de société et d'actualité.

Exemple : Le court métrage "*Take me somewhere nice*" sorti en 2019 et réalisé par Ena Sendjarević une jeune réalisatrice d'origine bosnienne, met en scène une jeune femme bosnienne installée aux Pays-Bas avec sa famille qui retourne dans son pays natal. Cette oeuvre aborde donc la question de l'immigration, de l'interculturalité, du nationalisme et d'un retour au racine parfois compliqué pour les jeunes générations.

Exemple : Le film « *Before the Rain* » du réalisateur macédonien Milcho Manchevski qui a obtenu le lion d'or au festival de Venise en 1994, évoque la question de la guerre et des tensions ethniques entre Macédoniens et Albanais.

Exemple : Une jeune réalisatrice serbe Ivana Todorović, aborde avec le documentaire « *When I Was A Boy, I Was A Girl* » en 2013, la question des travailleur.e.s du sexe transgenre dans la Serbie d'aujourd'hui, pays où les personnes LGBT+ subissent d'importantes discriminations. Pour cela elle met en scène Goca, travesti à Belgrade qui élève sa nièce avec son compagnon et qui décide pour son trente neuvième anniversaire, de célébrer son coming-out sur scène face à un public.

LE CONTEXTE BALKANIQUE

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 11 - Activité 1 "l'histoire collaborative"

Fiche 11 - Activité 2 "Chaque photo raconte une histoire"

Fiche 11 - Activité 3 "les héros nationaux dans les représentations"

POUR ALLER PLUS LOIN

1. https://folk.uio.no/palk/Historical_myths.htm Article de "L'institut d'Europe de l'Est et des Etudes Orientales" par Pal Kolsto, Professeur de la recherche sur les zones de Russie, d'Europe Centrale et de la Région des Balkans à l'Université d'Oslo "The use of historical myths in changing Balkans societies"
2. <https://balkaninsight.com/2020/06/17/north-macedonia-greece-rewriting-history-after-prespa/> Article sur les tensions entre Grèce et Macédoine du Nord sur l'héritage d'Alexandre de Grand et sur l'utilisation du nom "Macédoine"
3. <https://www.youtube.com/watch?v=qtHkCG1ybYo> Manifestation en Grèce contre l'attribution du nom "Macédoine" en janvier 2019
4. <http://www.krokodil.rs/eng/2020/06/declaration-entitled-defend-history-has-been-announced/> Initiative de l'association Krokodil pour faire avancer la recherche historique
5. <https://www.polygraph.info/a/the-balkan-line-russian-disinformation-on-the-big-screen/30026068.html> Article du site de fact-checking "polygraph" sur le film 'Balkan Line'

PLAN DE LA FICHE

FICHE 11

LES RÉCITS DANS L'IMAGINAIRE COLLECTIF DES BALKANS

- Mythes, rites et symboles dans les discours politiques médiatisés
- Cinéma d'auteur : expressions de la société civile

RESSOURCES POUR LE RÉDACTEUR

- **Mythes, rites et symboles dans les discours politiques**

GUIDE DU CESEM	Interpréter des mythes, rites et symboles véhiculés par des discours politiques médiatisés / P31	LIEN
SITE BALKANOLOGIE	Mythes, symboles, rituels. Le pouvoir historique des	LIEN

	« signes » en Europe du Sud-Est	
<i>MEMOIRE</i>	La reconstruction des Balkans (1999-2004). Analyse des discours politiques et médiatiques -> Voir l'intro	LIEN
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cinéma d'auteur : expressions de la société civile</i> 		
<i>GUIDE DU CESEM</i>	Interroger les représentations cinématographiques de l'Autre / P19	LIEN
<i>COURRIER DES BALKANS</i>	Festival du cinéma d'auteur de Belgrade	LIEN

FICHE 11 ACTIVITÉ N°1

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 4 : DÉCRYPTER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

ACTIVITÉ 1	L'HISTOIRE COLLABORATIVE
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°11 « Les récits dans l'imaginaire collectif des Balkans » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30-40 Minutes
MATÉRIEL	Tableau, feuille de brouillon, crayon, balle
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Cet exercice a pour objectif de déconstruire les représentations de "l'autre" et les stéréotypes. Les stagiaires seront amenés à explorer les images qu'ils ont des personnes d'autres cultures et d'autres groupes sociaux.</p> <p>Pour ce faire, les stagiaires sont amenés à travailler en groupe et à coopérer à la création d'une histoire de deux personnages fictifs, porteurs d'une identité (ex. Valmir, un jeune Kosovar et Dragan, un jeune serbe).</p> <p><u>Remarque</u> : Puisque cet exercice traite des stéréotypes et des représentations, il peut être utile de rappeler au début de l'activité que les participants doivent faire preuve de respect les uns envers les autres et aussi envers les personnes fictives de l'histoire construite. A ce titre si un élément de l'histoire semble trop polémique ou irrespectueux, il faudra alors intervenir pour modifier cet élément.</p> <p>Il est aussi possible de limiter l'activité à un seul personnage.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	

1. Préparation de la salle : Les participants se disposent en un grand cercle dans la salle.
2. Assignment des rôles : Un ou plusieurs stagiaires devront jouer le rôle des observateurs. Ils devront se tenir à l'extérieur du cercle et noter l'histoire qui va être inventée.
3. Les autres membres du groupe vont devoir inventer une histoire en coopération. Pour ce faire, ils vont utiliser une balle qui passera de main en main. Le participant qui obtient la balle devra rajouter un élément à l'histoire.
4. Commencez l'histoire par une formule du type : « C'est l'histoire de Valmir, un jeune kosovar...» et envoyer la balle à un membre du groupe. Ce dernier devra continuer l'histoire en ajoutant des éléments inventés concernant le personnage en question. Cet ajout peut aller de plusieurs mots à une ou deux phrases maximum par personne. Il devra ensuite passer la balle à une autre personne.
5. Le groupe devra continuer cet exercice de manière à ce qu'une histoire naisse de cette coopération.
6. Après 10 ou 12 tours, en fonction du nombre d'éléments ajoutés par les participants, demandez à ce que l'on vous redonne la balle, puis dites : « Valmir connaît Dragan, un jeune serbe, qui a aussi une histoire...». La balle passera donc à un membre du cercle. Il devra continuer l'histoire de Dragan, comme dans la première partie de l'exercice, en ajoutant une ou deux phrases par personne, et faire passer la balle ensuite.
7. L'activité pourra s'arrêter une fois que les deux histoires seront suffisamment longues et que tout le monde aura contribué à la création des deux histoires.
8. Restitution collective et débat : A la fin de l'exercice l'encadrant demande au groupe d'expliquer ce que les histoires de Valmir et Dragan racontent à propos de leurs vies respectives. L'encadrant amène les jeunes à réfléchir sur les stéréotypes et les préjugés qui ressortent des histoires inventées par les stagiaires. Les points principaux seront notés sur le tableau. L'encadrant peut donc animer le débat autour des représentations de l'autre et des stéréotypes.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. L'encadrant crée un lien ZOOM et l'envoie aux jeunes;
2. Sur une plateforme d'écriture comme *Google Drive*, *Framapad*, etc. les jeunes peuvent écrire leur histoire collaborative. Ils pourront ainsi travailler sur un fichier commun. Le premier commencera l'histoire par une formule du type : « C'est

l'histoire de Valmir, un jeune kosovar...». Le groupe devra continuer cet exercice de manière à ce qu'une histoire naisse de cette coopération.

3. Après 10 ou 12 tours, en fonction du nombre d'éléments ajoutés par les participants, l'encadrant intervient et ajoute une nouvelle phrase: « Valmir connaît Dragan, un jeune serbe, qui a aussi une histoire...». L'histoire collaborative recommencera donc à d'un membre du groupe. Il devra continuer l'histoire de Dragan, comme dans la première partie de l'exercice, en ajoutant une ou deux phrases par personne.
4. L'activité pourra s'arrêter une fois que les deux histoires seront suffisamment longues et que tout le monde aura contribué à la création des deux histoires.
5. Restitution collective et débat : A la fin de l'exercice l'encadrant demande au groupe d'expliquer ce que les histoires de Valmir et Dragan racontent à propos de leurs vies respectives. L'encadrant amène les jeunes à réfléchir sur les stéréotypes et les préjugés qui ressortent des histoires inventées par les stagiaires. Les points principaux seront notés sur un tableau. L'encadrant peut donc animer le débat autour des représentations de l'autre et des stéréotypes. L'encadrant pourra utiliser un site de "post it online" pour recréer un effet tableau (ex. <https://note.ly/>), et noter les observations des participants.

FICHE 11 ACTIVITÉ N°2

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 4 : DÉCRYPTER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

ACTIVITÉ 2	CHAQUE PHOTO RACONTE UNE HISTOIRE
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°11 « Les récits dans l'imaginaire collectif des Balkans » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30-40 Minutes
MATÉRIEL	Tableau, crayon, feuille de brouillon, photos
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Objectif : Montrer aux stagiaires que nos perceptions sont déformées et influencées par nos expériences antérieures, nos attentes, notre culture, etc., et que les images que nous avons des autres influencent notre interprétation de leurs comportements.</p> <p>L'exercice se déroule en plusieurs étapes. D'abord l'encadrant fournit des photos découpées à moitié aux stagiaires. Dans un second temps, les stagiaires seront donc amenés à « compléter » les photos à travers les informations qu'ils peuvent déduire de l'image en question. Cette reconstruction sera donc influencée par les représentations et par le regard qu'ils portent sur l'autre.</p> <p>Après avoir montré la photo en entier aux jeunes,, ces derniers et l'encadrant repèrent les éléments récurrents dans leurs histoires. Après avoir noté ces éléments au tableau, l'encadrant peut lancer un débat autour des stéréotypes et des idées reçues, ainsi que sur le rôle des mythes sur la manière dont on interagit avec les autres.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	

1. Les encadrants donnent une photo découpée en deux à chaque stagiaire.
2. Les stagiaires doivent « compléter » l'histoire représentée par la première moitié de la photo découpée. Ils ont à disposition 5 minutes pour en écrire l'histoire.
3. Les stagiaires doivent partager avec les autres ce qu'ils ont écrit. Si le groupe est grand, les encadrants peuvent créer de petits groupes de 6-8 personnes.
4. L'encadrant montre la deuxième moitié de la photo et demande aux stagiaires de reconsidérer leurs impressions.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. L'encadrant prépare l'exercice en amont et choisit la photo. La photo découpée doit permettre, une fois reconstituée, de révéler une réalité plus complexe que celle que la photo incomplète pouvait montrer.
2. L'encadrant envoie la photo aux jeunes par mail. Il envoie aussi les consignes de l'exercice et le lien ZOOM (ou d'une autre plateforme) pour la visioconférence
3. Réunis en visioconférence, les jeunes sont répartis en groupes par l'encadrant.
4. Chaque groupe travaille sur une plateforme d'écriture comme Google Drive, Framapad, etc. Les jeunes doivent « compléter » l'histoire représentée par la première moitié de la photo découpée. Ils ont à disposition 5 minutes pour en écrire l'histoire
5. Restitution: L'encadrant pourra utiliser un site de "post it online" pour recréer un effet tableau (ex. <https://note.ly/>) pour noter les éléments qui ressortent des différentes histoires. Il peut ensuite animer le débat.

ANNEXE : EXEMPLE DE PHOTO DÉCOUPÉE



Les stagiaires doivent « compléter » la photo à travers les informations qu'ils peuvent déduire de l'image.

Ici la photo en entier:



Il s'agit de Gisèle Marie Rocha, brésilienne de confession musulmane qui joue la guitare dans un groupe de métal

MODULE 2 : DÉCRYPTER L'INFORMATION

SÉANCE 4 : DÉCRYPTER LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

ACTIVITÉ 3	Les "héros nationaux" dans les représentations
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°11 « Les récits dans l'imaginaire collectif des Balkans » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	1h30 – 2h
MATÉRIEL	Tableau, scotch, post-it, crayon, feuilles de brouillon (optionnel : ordinateur et connection internet)
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">- Prendre conscience de la diversité des perspectives concernant des événements historiques partagés, ainsi que les différentes représentations des grandes figures politiques qui y sont associées- Porter un regard plus critique à l'égard de son histoire nationale <p>Cet exercice pourra être suivi d'un débat et d'un échange sur les mythes nationaux et les personnalités qui les constituent.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	
<ol style="list-style-type: none">1. <u>Préparation de la salle</u> : répartir les stagiaires en groupes (selon le nombre des participants)2. Une fois répartis en groupes, les participants devront <u>choisir par groupe les personnalités ou hommes politiques historiques nationaux</u> qu'ils considèrent comme "héroïques" ou importants, et expliquer pourquoi ils les apprécient et ils en sont fiers. Cette première partie peut durer entre 10 et 20 minutes et les participants peuvent choisir un nombre illimité de personnalités.	

3. Si besoin, et si la salle est équipée, les participants peuvent se servir d'ordinateurs ou smartphones afin de collecter des informations ou de replacer les personnalités choisies dans le bon contexte historique.

4. Une fois les "héros" choisis, les groupes présentent aux autres leur liste et l'encadrant marque les noms au tableau, en surlignant les noms qui ressortent le plus souvent

5. La suite de l'exercice est constitué d'une phase de questions à adresser aux participants dont voici quelques exemples :

- Quelqu'un a-t-il été surpris par les héros cités ? Pourquoi ?
- Quelqu'un d'entre vous connaît-il tous les héros cités ?
- Pour quelles raisons les héros nationaux sont-ils le plus souvent connus ? Quelles valeurs humaines représentent-ils ?
- Qu'est-ce qui nous conduit à apprécier certains héros plutôt que d'autres ? Où avons-nous appris à les respecter et pourquoi ? Pensez-vous que s'ils vivaient encore aujourd'hui, leurs actions et leurs valeurs en feraient des héros ?
- Pensez-vous que les héros cités sont universels ? Pensez-vous que tout le monde les considérerait comme des héros ?

Ces questions devraient permettre d'ouvrir le débat avec les participants.

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. L'encadrant doit créer un lien sur la plateforme de visioconférence ZOOM et l'envoyer aux jeunes (l'encadrant peut aussi utiliser une autre plateforme de sa connaissance)
2. Une fois réunis dans une même "salle virtuelle", les jeunes sont disposés en groupes par l'encadrant (selon le nombre de participants).
3. Les groupes doivent choisir par groupe les personnalités ou hommes politiques historiques nationaux qu'ils considèrent comme "héroïques" ou importants, et expliquer pourquoi ils les apprécient et ils en sont fiers. Cette première partie peut durer entre 10 et 20 minutes et les participants peuvent choisir un nombre illimité de personnalités.
4. Une fois les "héros" choisis, les groupes présentent aux autres leur liste et l'encadrant marque les noms au tableau virtuel (ex. <https://awwapp.com/#>), en surlignant les noms qui ressortent le plus souvent.
5. Les groupes sortent de la visioconférence principale et accèdent aux "salles privées" sur ZOOM

6. La suite de l'exercice est constitué d'une phase de questions à adresser aux participants dont voici quelques exemples :
- Quelqu'un a-t-il été surpris par les héros cités ? Pourquoi ?
 - Quelqu'un d'entre vous connaît-il tous les héros cités ?
 - Pour quelles raisons les héros nationaux sont-ils le plus souvent connus ? Quelles valeurs humaines représentent-ils ?
 - Qu'est-ce qui nous conduit à apprécier certains héros plutôt que d'autres ? Où avons-nous appris à les respecter et pourquoi ? Pensez-vous que s'ils vivaient encore aujourd'hui, leurs actions et leurs valeurs en feraient des héros ?
 - Pensez-vous que les héros cités sont universels ? Pensez-vous que tout le monde les considérerait comme des héros ?

Ces questions peuvent être envoyées via un lien Framapad aux deux groupes réunis dans les "salles privées" sur ZOOM.

7. A partir de ce moment, les participants doivent mener des recherches sur internet afin de collecter des informations ou de replacer les personnalités choisies dans le bon contexte historique.
8. Une fois que les groupes ont terminé leurs recherches et répondu aux questions, ils accèdent à la "salle principale" pour commencer la phase de restitution. L'encadrant pourra utiliser un site de "post it online" pour recréer un effet tableau (ex. <https://note.ly/>) et le montrer en direct à tous les participants via le système du partage d'écran.

FICHE N°12 - SENSIBILISER CONTRE LA HAINE EN LIGNE

MODULE 3	<i>LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS</i>
SÉANCE 5	<i>Le civisme en ligne</i>
NIVEAU	<i>Intermédiaire</i>

SENSIBILISER CONTRE LA HAINE EN LIGNE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Maîtriser le concept de théorie du complot*
2. *Objectif 2 : Pouvoir faire le lien entre le conspirationnisme et les discours de haine*
3. *Objectif 3 : Comprendre le rôle de l'EMI dans la lutte contre le conspirationnisme*

THÈMES CLÉS

Théories du complot

Bien qu'il ne s'agisse pas d'un phénomène réellement nouveau, les théories du complot connaissent depuis quelques années un fort succès, notamment à travers leur diffusion sur les réseaux sociaux et plus largement sur internet.

Définition : Une théorie du complot est un récit ou discours théorique qui semble cohérent et « logique », et qui cherche à démontrer, à révéler l'existence d'un petit groupe de gens puissants qui planifient en secret des actions illégales et/ou néfastes affectant le cours des événements ou cherchant à dominer le monde.

La théorie du complot se distingue de la fausse information dans le sens où elle relève d'un ensemble structuré d'hypothèses et d'arguments manipulés pour alimenter une théorie en particulier. La fausse information sert parfois l'argumentaire complotiste, mais elle n'est pas toujours en lien avec une théorie.

Les médias et les fausses informations jouent cependant un rôle crucial dans l'ampleur du phénomène. D'une part la méfiance, voire la défiance envers les médias amplifie la croyance et le crédit accordé aux théories du complot, d'autant plus dans les pays où les médias sont perçus comme corrompus ou à la botte du système politique. Et d'autre part, les fausses informations utilisent les mêmes mécanismes que les théories du complot (utilisation de la peur, manipulation des faits etc.), et portent souvent sur les mêmes sujets.

Quelques exemples de théories du complot les plus connues :

- Les Illuminati serait une société secrète dont feraient partie les personnalités les plus puissantes de ce monde - La terre ne serait pas ronde mais plate - L'homme ne seraient jamais allé sur la lune

- La Yougoslavie a éclaté à cause d'un complot entre l'Allemagne et le Vatican. Il existe aussi des théories du complots plus ponctuelles comme celles sur la 5G, le coronavirus ou les vaccins.

Discours de haine et modération des contenus haineux

Les Théories du complot sont un élément central dans notre rapport à l'information et à la société. Elles sont à mi-chemin entre les préjugés, les considérations politiques, les croyances, et elles peuvent également être intimement liées à des **discours de haine**. Ainsi, leur diffusion peut rapidement créer un environnement conflictuel. C'est par exemple le cas des théories du complot sur un complot Juif à l'échelle mondiale.

Définition : Lorsque que l'on parle de discours de haine, on fait référence à **une expression de la haine** qui peut être incarnée par une phrase, un texte, un son ou une image exprimant **un rejet de l'autre**, et qui pourra heurter, encourageant ainsi à développer un sentiment de haine. Lorsque cette expression de la haine est rendue publique, cela peut également inciter les témoins de cette expression, à éprouver de la haine pour les uns ou pour les autres, à choisir un camp, et inciter parfois à exprimer à nouveau de la haine avec un niveau de violence similaire ou aggravé par l'effet de groupe. On parle alors **d'incitation à la haine**.

Basée sur des **stéréotypes** ou des **fausses croyances**, ces contenus, couplés à l'absence d'esprit critique, mènent à des discours de rupture et à de la violence, en mettant en avant l'existence d'une communauté bouc émissaire, responsable et coupable et nourrissant alors les amalgames et un sentiment de paranoïa.

Exemple : **Les populations issues de la communauté Rom** sont souvent visées par la discrimination et les préjugés les décrivant comme malhonnêtes ou voleurs, les empêchant ainsi d'accéder à des emplois qualifiés. Les Roms sont deux fois plus exposés au chômage que les autres habitants, et ils sont encore nombreux à vivre dans des zones où les logements ne disposent pas d'eau courante.

Modérer certains contenus trop haineux, notamment sur les réseaux sociaux, tout en proposant une éducation à la citoyenneté et aux médias et au numérique plus inclusifs peut permettre de limiter cette pente glissante qui mène à la violence physique ou morale.

Définition : La modération consiste à **supprimer, censurer ou même punir les auteurs de contenus haineux afin de prévenir leur diffusion**. Il peut s'agir d'un commentaire violent sous une publication, un partage d'article, de vidéo, de photo ou d'infographie stigmatisant telle ou telle catégorie de personnes, ou encore d'un échange privé par email ou par messagerie instantanée.

Lutter contre le conspirationnisme

Définition : Le conspirationnisme désigne la tendance à présenter **abusivement** les événements ou les phénomènes comme étant la **conséquence d'un complot organisé**. C'est un mode de pensée ou une attitude qui nie les explications habituellement admises des faits pour les remplacer par l'existence d'une conspiration ayant un **objectif inavoué et obscur**.

Les conséquences du conspirationnisme :

- Génère des discours de haine
- Crée de l'adhésion à des théories non prouvées
- Enferme dans une logique de méfiance et de fausse croyance, limitant ainsi les débats d'idées.
- Peut rendre plus difficiles les démarches de contre-pouvoir tentant de mettre au jour les vraies malversations politiques ou les conflits d'intérêt qui peuvent exister.

Les moyens pour limiter le conspirationnisme :

1. Par la régulation et la limitation des contenus haineux et des fausses informations (fact-

- checking, responsabilité des plateformes de réseaux sociaux etc.).
2. En développant l'esprit critique des citoyens par l'éducation aux médias et à l'information afin :
 - D'interroger la démarche complotiste : Les preuves sont-elles vraiment suffisantes ?
 - D'encourager la prudence pour devenir et rester des citoyens vigilants (Ne pas confondre prudence et méfiance et ne pas confondre doute et suspicion.)
 - De canaliser la critique et permettre de mieux s'informer grâce à une démarche logique et vérifiable - Et enfin prendre du recul sur le monde qui nous entoure.

LE CONTEXTE BALKANIQUE

Fiches de la Rubrique "Les Médias dans les Balkans" et notamment :

- Fiche Info vs Infox : "Fausse Nouvelle complotiste"

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 12 - Activité 1 "Le téléphone sans fil"

Fiche 12 - Activité 2 "Analyse d'une vidéo conspirationniste"

POUR ALLER PLUS LOIN (Ressources en anglais)

1. <https://balkaninsight.com/2020/07/07/conspiratorial-corona-hoaxes-and-conspiracy-theories-in-the-balkans/> : Théories du complot sur le coronavirus dans les Balkans
2. <https://iep.utm.edu/conspira/> : Encyclopédie philosophique : "Conspiracy Theories"
3. <https://www.space.com/apollo-11-moon-landing-hoax-believers.html> : Exemple de théorie du complot populaire
4. <https://www.coe.int/en/web/european-commission-against-racism-and-intolerance/hate-speech-and-violence> : Publication du Conseil de l'Europe sur les discours de haine
5. <https://www.undp.org/content/undp/en/home/news-centre/news/2018/Despite-some-progress-Marginalized-Roma-community-still-most-excluded-in-Western-Balkans.html> : Article sur les discriminations subies par les populations issues de la communauté Rom dans les Balkans

FICHE 12 ACTIVITÉ N°1

MODULE 3 : LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS

SÉANCE 5 : LE CIVISME EN LIGNE

ACTIVITÉ 1	« Le téléphone sans fil »
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°12 « sensibiliser contre la haine en ligne » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 - 40 min
MATÉRIEL	Ordinateur ou tablette, connexion internet, feuilles de brouillon, crayon, tableau
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Le « téléphone sans fil » est une activité dans laquelle les participants sont amenés à jouer et à témoigner ensemble des déformations qu'un discours ou un événement peut subir à force de partage et de diffusion, sur les réseaux sociaux comme dans la vie de tous les jours. Cet exercice permet d'aborder la question de la déformation des propos circulant sur internet et d'expliquer ces déformations et les conséquences qu'elles peuvent impliquer, notamment si ces propos visent directement des personnes ou une communauté.</p> <p>Dans un premier temps, une personne invente une histoire, la chuchote à l'oreille de son voisin, qui en fait de même, et ainsi de suite, jusqu'à ce que tous les participants aient entendu et formulé leur version de l'histoire.</p> <p>Lors d'un débat à la fin de l'exercice, les encadrants pourront donc aborder cette problématique d'interprétation et de biais subjectifs dans la diffusion d'information.</p> <p><u>Variation de l'exercice :</u></p>	

- Il est possible de donner une photographie, une image ou une courte vidéo au premier participant, afin qu'il raconte à son voisin ce qu'il voit, sans que ce dernier ne voit lui-même l'image, et passe ensuite l'information oralement au prochain participant, et ainsi de suite. A la fin de l'exercice on révélera au groupe l'image de départ et on observera les modifications qu'elle a subit.

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1. Préparation de l'activité : Les encadrants doivent d'abord préparer une ou plusieurs histoires pour le téléphone sans fil, ou trouver des images qui illustrent une action ou un événement pour qu'il y ait un maximum d'éléments à prendre en compte. La complexité de l'histoire ou de l'image fera donc varier la difficulté de l'exercice.
2. Mise en place du jeu : Les encadrants donnent les consignes et communiquent leur version de l'histoire à la première personne ou lui montrent l'image choisie
3. Déroulé : Dans un premier temps les stagiaires sont assis et forment un grand cercle. Une première personne chuchote son histoire (ou décrit une image) à l'oreille de la personne assise à sa droite. Cette dernière chuchote sa version à l'oreille de la personne assise à côté d'elle jusqu'à ce que tout le monde ait entendu l'histoire. La dernière personne répète ce qu'elle a entendu à voix haute. Le groupe compare donc cette version avec celle qui avait été racontée par la première personne qui a lancé l'histoire en relevant les différences.
4. Restitution en commun/débat collectif à travers les réponses aux questions (écrite au tableau) : comment l'histoire a-t-elle changé lorsqu'elle a été racontée à plusieurs reprises ? Qu'est-ce qui influence la manière dont on entend et interprète une information ? Quel impact ont nos expériences et nos intérêts sur nos points de vue ? Est-ce qu'à certains moments, les personnes entendent plusieurs interprétations différentes d'une même histoire et commencent à se demander quelle version est la plus exacte ? Si tout le monde voit et entend chaque chose un tout petit peu différemment, comment savoir si l'histoire est exacte ? Quels sentiments vous inspirent les modifications apportées à l'histoire ? Comparez ce que ressent la personne qui a lancé l'histoire à ce que ressent le reste du groupe. Que se passe-t-il s'il s'agit d'une histoire personnelle et que le sens de l'histoire a été modifié ? Seriez-vous prêts à partager le récit de cette activité sur Internet ?

FICHE 12 ACTIVITÉ N°2

MODULE 3 : LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS

SÉANCE 5 : LE CIVISME EN LIGNE

ACTIVITÉ 2	Analyse d'une vidéo conspirationniste
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°12 « Sensibiliser contre la haine en ligne » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 min
MATÉRIEL	Ordinateurs, connexion internet, crayon, feuilles de brouillon, vidéoprojecteur

PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ

L'objectif de cet exercice est de **repérer collectivement les « outils » utilisés par les complotistes** (dévoilement d'un « mystère », rhétorique, analyse des détails), ainsi que de relever les mécanismes audiovisuels des vidéos conspirationnistes (musique effrayante, voix de robot, montage orienté, analyse de symboles, etc.).

Il est préférable d'avoir repéré à l'avance une vidéo sur laquelle on peut trouver des éléments et des arguments conspirationnistes bien identifiables afin de rendre l'exercice plus abordable.

Voici quelques-uns des éléments à identifier sur la vidéo :

❶ Une ambiance inquiétante : on repère souvent la présence d'une voix robotique ou mystérieuse accompagnée d'une musique qui fait peur (ambiance film d'horreur par exemple).

❷ Des effets spéciaux : de même que l'ambiance sonore, les effets visuels comme les dessins, les montages photo ou les « morphing » (transformer un visage) peuvent à eux seuls résumer la théorie et la rendre simple et mémorable.

③ Une bonne structure et un bon montage vidéo : la construction respecte souvent une certaine logique, comme par exemple commencer par l'élément historique pour donner une dimension scientifique. De plus, le montage (l'enchaînement des images) présente lui aussi un intérêt important.

④ Des citations extraites d'articles ou de déclarations : il s'agit de décontextualiser les phrases d'un article, d'un reportage ou les propos d'un individu (politique, scientifique etc.) afin de servir les intérêts de la démonstration.

⑤ Des éléments véridiques qui peuvent surprendre : ici, il ne s'agit pas de décontextualiser un fait ou un discours mais de se servir d'un fait ou d'une image réelle comme, par exemple, des images ou des vidéos de chats adoptant un comportement étrange.

⑥ Des éléments incertains ou totalement faux : parmi les pseudo-preuves de la théorie présentée, certains éléments inventés, très incertains ou non-prouvés peuvent se glisser dans la démonstration et renforcer ainsi l'effet du « mille-feuille argumentatif ».

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1. Avant l'exercice, repérer une vidéo complotiste sur un sujet d'actualité ou sur une question spécifique (attentats, nouvel ordre mondial, épidémies etc.)

2. Préparation de la salle : Disposer les participants face au tableau ou à l'écran et diffuser la vidéo à l'aide d'un vidéoprojecteur. Il faudra leur donner comme consigne de noter les éléments utilisés dans la vidéo pour convaincre les spectateurs et identifier le message principal de la vidéo (repérer les outils, la forme de la vidéo, et le sens, le fond)

3. Prise de note : Les participants sont alors invités à prendre des notes au fur et à mesure de la vidéo pour rendre compte à la fin de leurs remarques et impressions.

4. Restitution collective : Demander aux participants quels éléments ils ont repéré et leur donner les éléments qu'ils n'ont peut-être pas vu. C'est aussi le moment où la discussion pourrait être élargie à ce que les participants voient habituellement sur internet : Est-ce qu'ils ont déjà vu une vidéo de ce genre ? Sur quels sujets ? Est-ce qu'ils ont été convaincus par cette vidéo ? Est-ce que la vidéo visait une communauté particulière, qui était l'ennemi représenté ? (Politiques ? Banques ? etc.)

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. Cet exercice peut être aussi réalisé à distance. Les encadrants envoient par email la vidéo ou le lien de la vidéo conspirationniste avant la séance.

2. Les encadrants envoient le lien de la visioconférence ZOOM (ou d'une autre plateforme).

3. Les jeunes peuvent travailler à distance via Google Drive, Framapad, etc. pour noter les éléments les plus importants.
4. La restitution sera organisée via la plateforme de conférence à distance. L'encadrant pourra utiliser un site de "post it online" pour recréer un effet tableau (ex. <https://note.ly/>) et noter les observations des jeunes. Il peut ensuite animer le débat.

FICHE N°13 - POUR UN USAGE CITOYEN DES MÉDIAS

MODULE 3	<i>LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS</i>
SÉANCE 5	<i>Le civisme en ligne</i>
NIVEAU	<i>Intermédiaire</i>

POUR UN USAGE CITOYEN DES MÉDIAS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Maîtriser les concepts clés de "cyber-citoyenneté" et de "médias citoyens"*
2. *Objectif 3 : Fournir des exemples de réussites de médias citoyens*
3. *Objectif 3 : Évaluer les risques et les pièges des médias citoyens*

THÈMES CLÉS

Qu'est-ce qu'un média citoyen ?

Définition : Dans « média citoyen » on trouve les mots « média » et « citoyen ». En effet, il s'agit de médias, c'est-à-dire de supports (radio, TV, internet, etc.) à travers lequel on véhicule des informations à un large public. Parallèlement, on emploie l'adjectif « citoyen », puisque **les auteurs de ces articles et de ces enquêtes ne sont pas des journalistes professionnels mais des citoyens lambda** qui ont comme but d'animer des débats sur des questions spécifiques ou de problèmes concernant la société toute entière.

Par conséquent, le lecteur **abandonne sa posture purement passive** et s'implique dans la construction et la diffusion de l'information. La participation est donc un élément très important dans les médias citoyens. A travers des radios (en ligne ou pas) mais aussi des blogs, des vlogs (blog dont le principal outil est la vidéo), des podcasts, etc.. Ainsi de simples citoyens, des chercheurs ou des professionnels du monde associatif peuvent **prendre la parole** et toucher un public vaste.

Exemple : En Albanie, **le blog comme engagement citoyen** : créé en 2007, par Ardian Vehbiu, le blog "Peizazhe të Fjalës" (*Paysage de la parole*), se présente comme un espace à part et indépendant, un modèle durable dans un paysage médiatique albanais confronté à des transformations rapides, à la réduction progressive des ressources financières, à une baisse de crédibilité et à une politisation importante. D'après son auteur, "Le blog s'est voulu dès le départ comme un « sanctuaire » de la libre pensée albanaise, protégée des intimidations, culpabilisations, humiliations, stigmatisations, procès, réquisitoires, « assourdissements de la majorité » et autres formes contemporaines de censure dans

le discours public”.

L'engagement via les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont également transformé la circulation de l'information, traditionnellement verticale et descendante en une transmission plus horizontale. **Chacun peut produire du contenu et le diffuser** au sein de son propre réseau mais aussi en dehors de ce dernier. Cette prise de parole n'est pas simplement virtuelle, mais se fait souvent **en parallèle ou en amont des mobilisations concrètes sur le terrain**. Dans le cadre des révolutions arabes, par exemple, les réseaux sociaux ont joué un rôle indéniable, mais les changements politiques se sont produits grâce aux mouvements sociaux (manifestations, blocages, etc.). Les réseaux sociaux permettent une rapide circulation de l'information et des idées, mais les changements à l'échelle sociale se produisent lorsque cet engagement rencontre la réalité physique du terrain.

Exemple : En Serbie, le cas du mouvement [#1of5million](#) apparu fin 2018 a su tirer profit des nouvelles technologies et des moyens de communication modernes en mobilisant les citoyens grâce au partage de contenus en ligne et aux échanges d'informations via les réseaux sociaux. Ainsi le mouvement a rapidement acquis un vaste public et Twitter et Facebook ont permis la création de groupes de débat et la mobilisation des masses de personnes contre les dérives autoritaires du système politique et pour la liberté d'expression.

Risques et pièges

Il faut garder en tête que le journalisme est un métier qui implique des compétences spécifiques ainsi que le respect de la déontologie. Pourtant chacun peut se former au journalisme, notamment grâce aux dialogues entre les journalistes professionnels et les amateurs. Ce **partage de connaissances** permet de faire en sorte que les médias citoyens deviennent **de vraies sources alternatives et fiables**.

La facilité avec laquelle, aujourd'hui, chacun peut assumer le rôle de journaliste amateur, expose aussi à quelques risques. Des producteurs d'information peuvent parfois ignorer les normes fondamentales de la déontologie journalistique et **diffuser des informations incorrectes voire, parfois, complètement manipulées**.

Média citoyen, chaîne de télévisions, presse écrite ou encore réseaux sociaux, la quantité et la variété d'informations disponibles aujourd'hui sont plus que jamais une richesse qui demande de **conserver un esprit critique** à l'égard de toutes ces sources d'informations.

En outre, internet est un espace de liberté mais aussi un **espace d'échanges économiques**. Les logiques de marketing envahissent à la fois internet et les réseaux sociaux, et l'information devient aussi une source de profit.

La circulation de certaines informations (notamment celles qui ont un impact émotionnel sur les lecteurs) peut être aussi une source de profit dans un système financé par les annonceurs et la publicité. Ce **phénomène de "ClickBait"** (appât à cliques) s'observe de plus en plus et incite les internautes à cliquer sur un lien et à visiter un site internet pour lire un article. L'auteur de l'article et du site en question est en fait rémunéré par la publicité disponible sur son site et par rapport au nombre de vues qu'il accumule. Cela représente aussi une source de risque car de fausses croyances peuvent se diffuser dans le but d'attirer les internautes.

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 13 - Activité 1 "Découvrir un média citoyen"
Fiche 13 - Activité 2 "Animer un média citoyen"

POUR ALLER PLUS LOIN (Ressources en anglais)

1. <https://www.youtube.com/watch?v=Mo2Ai7ESNL8&t=5s> Zeynep Tufekci: "How the Internet has made social change easy to organize, hard to win" TED Talks
2. <https://adespresso.com/blog/clickbait-facebook-advertising-examples/> Exemple et fonctionnement des "clickbait"
3. <https://peizazhe.com/> Le blog de Ardian Vehbiu

FICHE 13 ACTIVITÉ N°1

MODULE 3 : LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS

SÉANCE 5 : LE CIVISME EN LIGNE

ACTIVITÉ 1	Découvrir un média citoyen
CHAPITRE	Fiche 13 (séance 5) « Pour un usage citoyen des médias » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	20 – 30 minutes
MATÉRIEL	Ordinateur, connexion internet, écran blanc, PowerPoint, vidéoprojecteur, système de reproduction du son, journaux
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Dans cet exercice, les stagiaires abordent le sujet des médias citoyens. Ils sont amenés à comprendre par eux-mêmes – mais toujours sous la supervision des encadrants – les différences et les similitudes entre un média traditionnel et un média citoyen. Pour cela ils devront comparer par groupes plusieurs types de médias.</p> <p>Chaque groupe devra lire et analyser un média que les encadrants leur fourniront (un quotidien ou un lien internet vers une édition du JT, un site internet, un blog, etc.). Si le premier groupe se verra attribué un média traditionnel (ex. un quotidien), le deuxième groupe analysera un média citoyen (ex. un blog).</p> <p>Les stagiaires ont le droit de faire des recherches rapides sur internet via les ordinateurs (mais aussi via leur smartphone).</p> <p>Le but de l'exercice est de faire en sorte que les deux groupes collaborent en essayant de coproduire eux-mêmes une définition de média citoyen.</p> <p>Ensuite les encadrants pourront rentrer plus dans le sujet des médias citoyens et de leur impact sur le monde de l'information.</p>	

DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ

1. Préparation de la salle : Répartir les participants par groupe sur les ordinateurs
2. Les stagiaires devront analyser le support médiatique proposé (un journal papier; une émission du JT, un site d'information, un blog, etc.)
3. Les stagiaires répondent à quelques questions
Ex. : « décrivez le média : est-ce que les articles sont signés ? Par qui ? Quelles sont les informations qu'on y trouve ? Comment sont-elles traitées ? Quelles sont les infos traitées en priorité ? Est-ce qu'on y trouve des publicités ? Lesquelles ? Comment les infos sont abordées (analysez les titres, les textes, les images, etc.)? »
4. Restitution collective des éléments repérés et création d'une définition commune à partir des propositions des stagiaires. Les réponses aux questions, amènent l'encadrant à parler du "média citoyen"

NB - **Définition** : *Il s'agit de médias, c'est-à-dire de supports (radio, TV, internet, etc.) à travers lequel on véhicule des informations à un large public. Parallèlement, on emploie l'adjectif « citoyen », puisque **les auteurs de ces articles et de ces enquêtes ne sont pas des journalistes professionnels mais des citoyens lambda** qui ont comme but d'animer des débats sur des questions spécifiques ou de problèmes concernant la société toute entière.*

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

1. L'encadrant envoie un lien ZOOM (ou d'une autre plateforme) aux jeunes
2. Une fois réunis les jeunes, il les dispose en "groupes virtuels" et leur assigne des médias à décrypter (en leur envoyant un lien internet).
3. Les jeunes peuvent en discuter grâce au système des "salles séparées" possible, par exemple, sur la plateforme de visioconférence ZOOM.
4. L'encadrant envoie le lien du questionnaire (qu'il peut créer en ligne, par exemple sur le site <https://www.dragnsurvey.com/en>). Les jeunes répondent, par groupes, au questionnaire.
5. La restitution sera organisée via la plateforme de conférence à distance. L'encadrant pourra utiliser un site de "post it online" pour recréer un effet tableau (ex. <https://note.ly/>), et ensuite animer le débat.

FICHE 13 ACTIVITÉ N°2

MODULE 3 : LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS

SÉANCE 5 : LE CIVISME EN LIGNE

ACTIVITÉ 2	Animer une campagne sociale en ligne
CHAPITRE	Fiches 13 (séance 5) « Pour un usage citoyen des médias » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	2 – 2h30 heures
MATÉRIEL	Ordinateurs, smartphones, connexion internet
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Objectifs:</p> <ul style="list-style-type: none">- S'approprier des moyens d'information et de communication- Utiliser les réseaux sociaux pour des campagnes sociales- Développer l'esprit critique <p>Cet exercice a comme but la création d'une campagne sociale en ligne par les participants. Après avoir choisi les thématiques à aborder (par ex. : des thématiques locales comme celles concernant le quartier), ainsi qu'un réseau social à travers lequel relayer le contenu de leur campagne sociale, les jeunes doivent promouvoir une cause en choisissant les images et les phrases les plus adaptées. Il faudra ensuite relayer les contenus du média sur le réseau social en question.</p> <p>Définition :</p> <p>Une campagne sociale en ligne peut être définie par l'utilisation des outils de la communication et du marketing sur les réseaux sociaux afin de s'emparer d'une thématique à enjeu social (environnement, féminisme, racisme, pauvreté etc.). L'objectif étant de promouvoir certaines valeurs, de mobiliser ou d'alerter les individus notamment les internautes sur des questions sociales importantes, voire de créer un mouvement (ex : MeToo, Black Lives Matters, mouvement serbe #1of5million etc.)</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	

1. Préparation : Les encadrants sélectionnent, avec les jeunes, des sujets à aborder dans leur campagnes sociales sur les réseaux sociaux.
2. Répartition : Une fois les sujets choisis, les encadrants forment plusieurs groupes (selon le nombre de participants). Chaque groupe travaille sur un sujet et choisit le réseau social le plus adapté pour animer sa campagne.
3. Recherche d'information : Afin de créer une campagne sociale efficace, les participants devront rassembler des informations sur les thèmes choisis afin d'en comprendre les enjeux et de produire/diffuser un message pertinent pour soutenir la cause en question.
4. Stratégie de communication : Les participants devront réfléchir à la meilleure stratégie en ligne à mettre en place pour faire passer leur message :
 - Identification du public cible (jeunes, adultes, hommes, femmes etc.)
 - Choisir le réseaux social adapté (ex : plutôt instagram pour l'image et twitter/facebook pour la vidéo et le texte)
 - Type de message (témoignage, humour, chiffres, mini-reportage etc.)
 - Forme du message (photographie, texte, infographie, vidéo etc.)
 - Utiliser les bons mot clés ou "hashtag" pour que le poste soit largement diffusé
5. Mise en place de la campagne : Les participants pourront choisir de débiter leur campagne en postant leur contenu sur leurs comptes personnels ou de créer un compte spécifique pour la campagne.

FICHE N°14 - LA CITOYENNETÉ NUMÉRIQUE

MODULE 3	<i>LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS</i>
SÉANCE 5	<i>Le civisme en ligne</i>
NIVEAU	<i>Intermédiaire</i>

LA CITOYENNETÉ NUMÉRIQUE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Aborder le concept de "citoyenneté numérique"*
2. *Objectif 2: Donner des exemples concrets de bonnes pratiques sur le web*
3. *Objectif 3 : Mettre en avant les limites de la "citoyenneté numérique"*

THÈMES CLÉS

Qu'est-ce que la citoyenneté numérique ?

Difficile voire impossible de se passer d'internet aujourd'hui aussi bien dans notre vie professionnelle que personnelle. Si internet est partout, il convient d'apprendre à l'utiliser de la meilleure manière possible, et cela passe par un plus grand contrôle et **une meilleure compréhension de notre vie numérique**.

Définition : La **citoyenneté numérique** désigne la façon dont les internautes se **comportent et interagissent** en ligne. Il s'agit essentiellement du comportement que nous adoptons lors de nos échanges en ligne avec les autres utilisateurs sur des sujets sensibles à caractère social ou politique. Les droits et les devoirs que nous avons dans la vie réelle sont identiques sur Internet. Notre comportement et nos interactions définissent aussi la façon dont les autres nous perçoivent sur Internet. Toutefois, la façon dont nous interagissons en ligne ne se limite pas à notre comportement ou à nos publications, cela concerne également **la façon dont nous protégeons notre vie privée**, qu'il s'agisse de nos mots de passe, de notre localisation ou de notre passé en ligne.

Ainsi la citoyenneté numérique nous invite aussi à avoir **un regard critique sur notre rapport à internet** et sur notre manière de s'en servir, et notamment au regard des informations personnelles que l'on partage, parfois sans le savoir.

Les bonnes pratiques numériques

Définition : Le terme de “bonne pratiques” fait à la fois référence à la façon dont nous devrions nous comporter pour faire d'internet un **espace de liberté et de respect mutuel** mais aussi aux **règles** que les sites et applications nous imposent de respecter. En effet de nombreux sites et services Web imposent des règles qui définissent la conduite à tenir et le droit des utilisateurs.

Exemple : L'application web **Twitter**, propose plusieurs conseils pour l'utilisation de ses outils : *“Pensez à ce que vous tweetez : C'est vous qui contrôlez le contenu partagé sur Twitter ou tout autre site Web. Ne publiez jamais d'informations considérées comme confidentielles, et pesez le pour et le contre avant de partager publiquement votre localisation. Méfiez-vous des communications qui vous demandent vos coordonnées, données personnelles ou mots de passe. Si vous avez un doute avant de tweeter, nous vous conseillons de vous poser les questions suivantes : Avec qui mes informations sont-elles partagées ? Quel type et quelle quantité d'informations suis-je sur le point de partager ? À combien d'utilisateurs mes informations sont-elles accessibles ? Puis-je me fier à l'ensemble des personnes qui disposent d'un accès à ces informations ?”*

Mais l'application impose aussi certaines **règles essentielles** :

*“**Violence** : il est interdit de menacer de recourir à la violence contre une personne ou un groupe de personnes. Nous interdisons également toute apologie de la violence. **Conduite haineuse** : il est interdit de menacer d'autres personnes, de les harceler et d'inciter à la violence envers elles sur la base de critères de race, d'origine ethnique, de nationalité, de caste, d'orientation sexuelle, de sexe, d'identité sexuelle, d'appartenance religieuse, d'âge, de handicap ou de maladie grave.”*

Il est donc utile de rappeler le plus souvent possible que **nos comportements virtuels ont un impact réel sur les individus**, et que le harcèlement en ligne par exemple peut conduire à des tragédies dans la vie réelle.

D'autre part, internet représente aujourd'hui un **véritable instrument pour les citoyens**. Il rend possible une citoyenneté mieux informée et une démocratie plus participative, ainsi qu'un accès à l'information beaucoup plus fluide. C'est un instrument qui permet **le débat d'idées, la communication**, et qui peut être utilisé pour dénoncer des dangers ou des risques pour toute la société, comme dans le cas des « lanceurs d'alerte » qui utilisent internet pour dénoncer la corruption ou des atteintes aux libertés (voir le film/documentaire “Citizenfour” de 2014 sur l'affaire Snowden).

Garder une empreinte numérique et un esprit positif

Définition : L'empreinte numérique est **l'ensemble des informations qui existent sur Internet suite à notre activité en ligne**. C'est une image de nous, construite à partir de notre comportement, de nos publications et de nos choix personnels.

Il est donc important de garder autant que possible une empreinte numérique positive ! On peut rédiger un blog sur un sujet spécifique, partager les talents ou filmer un tutoriel vidéo, récolter de l'argent pour une œuvre caritative ou participer à l'organisation d'événements. La liste des solutions pour transformer notre empreinte numérique de façon positive est infinie !

ACTIVITÉS PRATIQUES

Fiche 14 - Activité 1 : "Quizz"

Fiche 14 - Activité 2 : "Débat Mouvant"

Fiche 14 - Activité 3 : "Le tableau des bonnes pratiques"

POUR ALLER PLUS LOIN

1. <https://www.amnesty.org.au/6-really-practical-ways-to-protect-your-privacy-online/> 6 conseils pratiques pour protéger sa vie privée sur internet
2. **"Citizenfour"** : film documentaire réalisé par Laura Poitras, sorti en 2014. Il traite des révélations d'Edward Snowden sur le scandale d'espionnage mondial de la NSA.

FICHE 14 ACTIVITÉ N°1

MODULE 3 : LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS

SÉANCE 5 : LE CIVISME EN LIGNE

ACTIVITÉ 1	Le Tableau des Bonnes Pratiques en ligne
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°14 - « La citoyenneté numérique » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	20-30 Minutes
MATÉRIEL	1 Ordinateur, PowerPoint, fonds écran ou mur blanc, vidéoprojecteur ou Tableau <u>Facultatif</u> (si pas d'ordinateur ou tableau): Documents imprimés
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">- S'interroger sur certaines pratiques que l'on peut adopter en ligne- Encourager une citoyenneté numérique positive et respectueuse- Savoir dialoguer et argumenter son point de vue <p>L'exercice est constitué d'un tableau à remplir par les participants, et d'une liste de plusieurs comportements possibles sur internet. Les participants devront classer ces pratiques/comportements dans ce qui leur semble être de bonnes pratiques ou de mauvaises pratiques.</p> <p>De plus, le dialogue et l'argumentation sont indispensables à la réalisation de cette activité: il leur est donc demandé de justifier leur choix. Ce dernier objectif de dialogue est atteint encore plus efficacement par la désignation d'un rapporteur dans chaque groupe, les incitant alors à s'entendre et se concerter avant de rendre une réponse finale.</p> <p>Variante à l'exercice : En l'absence d'ordinateur ou de tableau, il est possible d'imprimer le tableau des bonnes pratiques en plusieurs exemplaires, en laissant de nombreuses cases disponibles, afin que les participants les remplissent au fur et à mesure des propositions.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	

1. Préparation de la salle : Répartir les jeunes en deux ou trois groupes et présenter le tableau des bonnes pratiques au tableau ou à l'aide d'un vidéo projecteur (ou sur papier)
2. Soumettre un à un ces quelques exemples de propositions à classer par les participants :
 - Signaler un commentaire haineux ou violent sous une publication
 - Accepter n'importe qui dans sa liste d'ami
 - Bloquer un internaute sur un réseau social
 - Débattre avec une personne insultante dans les commentaires d'une vidéo
 - Donner son adresse ou des informations personnelles
 - Poster une photo de tes amis sans leur demander
 - Utiliser le même mot de passe pour tous les réseaux sociaux
3. Chaque réponse devra faire l'objet d'argumentation de la part des groupes et ouvrir un mini-débat sur la base des réflexions suivantes : Liberté d'expression, modération de contenu haineux, complotisme, diffamation, (voir "FICHE 14 - LA CITOYENNETÉ NUMÉRIQUE" et "FICHE 12 - Sensibiliser contre la haine en ligne")

ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE

Il est possible de faire remplir ce tableau à distance par les participants, en leur envoyant le tableau et en leur donnant les exemples de propositions à insérer dans le tableau.

ANNEXE

Exemple de tableau des bonnes pratiques :

Bonnes Pratiques Numériques	Mauvaises Pratiques Numériques

FICHE 14 ACTIVITÉ 2

MODULE 3 : LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS

SÉANCE 5 : LE CIVISME EN LIGNE

ACTIVITÉ 1	LE DÉBAT MOUVANT
CHAPITRE	Fiche pédagogique N°14 - « La citoyenneté numérique » (LIEN)
DURÉE DE L'ACTIVITÉ	30 min - 1 h
MATÉRIEL	fonds d'écran blanc, rétroprojecteur, Powerpoint, ordinateur, connexion internet Version alternative: feuille imprimée d'un post Twitter ou Facebook
PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	
<p>Le débat mouvant permet aux stagiaires de se positionner dans la pièce par rapport à une question soulevée par l'encadrant. Cet exercice est intéressant car il incite les stagiaires à la participation et au dynamisme.</p> <p>Le but de l'exercice est de pousser les jeunes à la réflexion autour de leurs pratiques numériques et du droit sur Internet.</p> <p><u>Remarque</u> : La question ne doit pas nécessairement polariser et opposer les participants, il apparaîtra que sur beaucoup de questions les avis ne sont pas tranchés.</p>	
DÉROULÉ DE L'ACTIVITÉ	

1. Préparation de la salle : Répartir les jeunes en un seul groupe
2. A l'aide d'un support visuel (PowerPoint projeté sur un fonds d'écran ou un mur blanc), l'encadrant montre un post contradictoire sur un réseau social (par exemple, un *post* avec un commentaire insultant de la part d'un navigateur), et demande aux stagiaires de se positionner physiquement dans la salle, en disant : « ceux qui pensent qu'on a le droit de faire cela d'un côté, ceux pense qu'on n'a pas le droit de l'autre ». Personne ne peut rester au milieu.
3. Les stagiaires se positionnent
4. Une fois que les participants se sont positionnés, ils devront justifier et expliquer leurs prises de position, sur la base du volontariat ou par d'autre outils de prise de parole (faire passer une balle par exemple). Quand un camp a donné un argument, c'est au tour de l'autre camp d'exprimer un argument. Si un argument du camp opposé est jugé valable par un participant, il peut changer de camp.
5. A la fin du débat et des explications, une autre question sera proposée et les participants se re-déplaceront, jusqu'à la fin de l'exercice.

ANNEXE : Exemple de *post* clivant et contradictoire



Oulala ! @Oulala08514297 - 19 Août 2019

"La loi du Coran l'emporte sur la loi de la république.

De fait l'islam est incompatible avec la démocratie et la république !

Il faut interdire cette secte mortifère en France comme en Slovénie ou en Chine !"

FICHE N°15 - ANIMER UN ATELIER D'INCUBATION MÉDIAS

MODULE 3	LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS
SÉANCE 6	Produire un média citoyen (radio, podcast, magazine, vidéo)
NIVEAU	Intermédiaire

ANIMER UN ATELIER D'INCUBATION MÉDIAS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Le formateur est capable d'accompagner les jeunes dans la création d'un média*
2. *Objectif 2: Le formateur sait définir une formule et une identité adaptées à son groupe et à son objectif et fournir les notions médiatiques de bases*
3. *Objectif 3 : Le formateur a compris comme faire vivre le média tant pour les jeunes journalistes que pour le public visé*

THÈMES CLÉS

Comment démarrer ?

1. Les premiers pas

La première étape est de **constituer une équipe** de personnes très motivées qui va s'investir pour faire naître le projet et le porter. C'est le « noyau dur » de la rédaction. Vous pouvez également rassembler des collaborateurs occasionnels ou réguliers qui prendront en charge les chroniques, les photos, la création de jingles, les micros-trottoirs, les interviews, les réseaux sociaux, la mise en ligne des podcasts, la programmation des invités. Il s'agit ensuite de dresser la liste de toutes les étapes de réalisation de votre média et de répartir les responsabilités en fonction des envies de chacun.e.

2. Définir sa formule, trouver son identité

- Poser la question des objectifs du média: s'agit-il de contribuer à l'animation de la vie d'un lycée, d'une association ? De favoriser l'expression d'un maximum de jeunes ? D'encourager des débats parmi eux sur la thématique des médias ?

- Définir sa cible: Les élèves d'un l'établissement ? Les membres d'une association ? L'ensemble d'une communauté ?
- Se poser la question de la tonalité est également central: Vous souhaitez privilégier l'humour ? La satire ? Une approche fouillée et documentée de sujets de fond ? Un style direct ou plutôt littéraire ?
- La question du choix du titre (et du logo) doit aussi être prise au sérieux car celui-ci contribuera à le singulariser, à affirmer son identité et participera à la notoriété de votre média.
- Enfin, il faut évaluer les conditions matérielles liées à votre média en fonction de la périodicité et du rythme de publication. Le nombre de membres de votre équipe, leur investissement et leur disponibilité représentent des facteurs importants ainsi que l'équipement et le budget dont vous disposez.

3. Choisir la recette de votre média

Pour conserver l'intérêt de votre public, mobiliser son attention et stimuler sa curiosité, il faut veiller à varier les modes de traitement de l'information.

Voici **les principaux genres journalistiques** qui sont à votre disposition:

Le reportage, l'enquête et l'interview sont des genres majeurs du journalisme.

Le billet, l'éditorial, la brève, la chronique, la critique, le compte rendu, le portrait, le micro-trottoir vous offrent une palette variée qui vous permettra de diversifier votre média.

4. Construire son sujet

- Définir l'angle

Choisir un sujet n'est qu'une première étape. Vous ne pourrez pas aborder tous les aspects du thème que vous avez choisi. Vous risqueriez d'aboutir à un article trop long, touffu et difficile à lire, bref, de perdre votre public. Il est donc nécessaire de choisir un angle, c'est à dire, **un point de vue**, de sélectionner les aspects particuliers du sujet que vous voulez mettre en avant et de laisser de côté les autres.

Exemple : le podcast est un sujet, la place des femmes dans le podcast natif est un angle.

- Les six questions essentielles

Pour écrire un article, l'étudiant journaliste doit se poser les questions : qui ? quoi ? quand ? où ? comment ? pourquoi ?

Créer et faire vivre le média

● Simuler un Comité de rédaction :

- Organiser une conférence de rédaction permet d'abord de **réunir et présenter** les différents acteurs du média mais aussi de **déterminer le nom** du JT
- Cela permet ensuite de discuter de la **ligne éditoriale**, des sujets qui seront traités, des différents angles possibles mais aussi des formats (reportage, interviews, débat, flash info)

L'idéal étant d'organiser ce comité une fois par semaine ou de manière à créer un **rendez-**

vous régulier pour favoriser l'engagement

- **Répartir les rôles :**

Ce sera également l'occasion de :

- Répartir les rôles des "journalistes" des "experts", du ou des présentateur.s, des "techniciens" (cadreur, monteur) afin de **déterminer qui prend en charge quoi**
- **Orienter les activités** de chacun.e pour les aider à préparer leur prestation (recherches, questionnaire, reportage, intervention)
- **Former des groupes** (binôme, trio) en fonction des envies et compétences de chacun

- Les jeunes devront **créer l'identité visuelle** de leur média :

- Le formateur peut se rendre avec les jeunes sur le site internet "**Canva**" (<https://www.canva.com/>) et créer avec eux des supports visuels pour leur blog (logo, bannière, illustration...)
- Le formateur peut également se référer aux outils proposés par l'application **Madmagz**, spécialisée dans la création de journaux (papier et en ligne) pour les jeunes : <https://madmagz.com/> (voir fiche 17)

- **Diffuser et valoriser une information :**

- Pour rendre visible son contenu sur des sites web comme Wordpress, il est important de faire attention aux **éléments de valorisation annexes** de l'article comme : le titre, le chapô, les photos, les courts extraits qui vont apparaître sur les moteurs de recherche.
- Ces éléments doivent être **accrocheurs** pour capter rapidement l'attention et la curiosité du lecteur.
- Les **tags** (mots clés relatifs aux thématiques et sujets traités dans l'article) sont également importants car ils permettent un meilleur référencement.
- **Les réseaux sociaux** peuvent à la fois être des espaces d'expression et de mise en ligne de contenus, et des espaces de valorisation. Il ne faut pas hésiter à être présent sur plusieurs médias sociaux pour que les contenus soient accessibles au plus grand nombre. Les textes de valorisation doivent être courts et clairs.
- Quelque soit le média ou les supports (photos, vidéos ou sons), **des liens vers d'autres sites** sont indispensables.

Un article contenant un ou plusieurs de ces éléments est bien plus consulté qu'un article contenant uniquement du texte et ne rendant pas possible l'interaction avec d'autres espaces.

- Il faut également être vigilant au **niveau du langage** qui ne doit être ni trop soutenu ni trop familier.

ACTIVITÉS PRATIQUES

Cette fiche pédagogique peut aussi être utilisée comme base pour organiser une activité de création de média avec les jeunes.

POUR ALLER PLUS LOIN

Pour créer l'identité visuelle d'un média ainsi que toutes sortes de supports visuels (logo, bannière, illustration...) utiles à la création d'un média, vous pouvez utiliser le site de Canva : <https://support.canva.com/account-basics/nonprofit-program/apply-for-nonprofit/>

Le "Center for Media Literacy" propose sur son site, des ressources (articles, archives...) qui vous permettront de découvrir différents aspects de l'EMI ainsi que les pratiques utilisées dans ce domaine: <http://www.medialit.org/student-made-media>

FICHE N°16 - CRÉER UN PODCAST

MODULE 3	LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS
SÉANCE 6	Produire un média citoyen (radio, podcast, magazine, vidéo)
NIVEAU	Intermédiaire

CRÉER UNE ÉMISSION RADIO

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. Objectif 1 : Le formateur connaît les différentes étapes de production d'un podcast
2. Objectif 2 : Le formateur peut accompagner les jeunes sur la préparation, la production, le montage et la diffusion du podcast.
3. Objectif 3 : Le formateur peut organiser une émission sur le modèle de Fake News Factory avec les jeunes (voir ci-dessous)

THÈMES CLÉS

LE PARCOURS DE PRODUCTION D'UN PODCAST NATIF

Podcast et émission de radio

Un podcast se différencie d'une émission de radio en cela qu'il est conçu uniquement pour être diffusé en ligne (sur internet) et non à la radio.

Attention : il ne faut pas confondre les replays radio, souvent appelés "podcasts" qui vous permettent de réécouter des émissions de radio déjà diffusées et le podcast natif, qui n'a pas vocation à passer sur les ondes.

Les spécificités du podcast natif

Contrairement à l'émission de radio, le podcast natif n'a **pas de limite de temps** et peut traiter d'une très grande **diversité de sujets** (des thématiques grand public comme des sujets de niches). Les producteurs ont donc une plus grande **liberté éditoriale** et peuvent choisir leur cible en adaptant les contenus. Un podcast peut contenir un nombre illimité d'épisodes, et être divisé en saisons (thématiques ou chronologiques).

S'il veut **fidéliser des auditeurs**, le producteur prendra en compte l'importance de la

régularité de diffusion, de l'identité visuelle et sonore en mettant l'accent sur la qualité sonore. Par ailleurs, puisqu'il a vocation à circuler en ligne, il est crucial de le diffuser sur un **maximum de plateformes** et de le **promouvoir** sur internet, en particulier **sur les réseaux sociaux**.

1. Le choix du thème

- **La conférence de rédaction** est la première étape pour déterminer le thème de votre podcast avec l'équipe au complet
- Vous pouvez **choisir un thème** :
 - Très simple, par exemple : *"La vie à la médiathèque de votre ville"*
 - Un thème large mais pas forcément facile à traiter, par exemple : *"Qu'est-ce qu'être jeune aujourd'hui ?"*
 - Ou encore un thème plus pointu, par exemple: « *La coupe du monde de football* », « *Le sexisme* », etc.
- Les participant.e.s doivent également décider du **nom de l'émission**.

2. Il faut également s'accorder sur :

- La **durée de l'émission** (20 minutes par exemple)
- La **répartition des rôles** de chacun (présentateur, journaliste, expert...)
- Déterminer le **contenu** de chaque partie de l'émission (reportage, débat, interview)
- Déterminer le chronomètre, ou "**conducteur**" de l'épisode minute par minute

3. Les formes d'animation d'un podcast : Pour animer un podcast, on peut recourir à l'interview, au débat, au reportage, ou à ces trois formats à la fois.

- Les techniques de **l'interview**:
 - Sur la base de la thématique choisie, le.a participant.e. doit trouver la personne à contacter.
 - La personne qui mène l'interview reste maître de l'échange. Elle doit suivre le cheminement des questions préparées à l'avance. Elles suivent un cheminement logique.
 - Cela demande un grand travail de recherches en amont. Les questions doivent être précises.
 - La personne qui interviewe sait rebondir sur les réponses apportées, et se détacher de ses questions, quand il le faut.
- **Préparer un débat**:
 - L'objectif est de discuter autour d'un thème précis où la diversité des points de vue est nécessaire. Soit parce que le thème est complexe, soit parce qu'il fait débat.

Le présentateur a un rôle particulier :

- Il va mener cette table ronde en posant des questions précises pour répondre au sujet, et attribue la parole. Il devra s'assurer que le temps de parole de chacun.e est respecté.

Certains participant.e.s joueront eux-mêmes les expert.e.s :

- Chacun.e doit avoir un rôle précis. (un.e sociologue, un parent d'élève...).
- Les expert.e.s travaillent chacun.e sur leurs arguments.
- Il.elles affinent ensemble le sujet, échangent leurs idées et aident le.a présentateur.rice à préparer ses questions.
- A la fin de cette étape les participant.e.s devront avoir le déroulé de leur débat préparé et doivent être prêt.e.s à enregistrer !

- **Le reportage** : Le reporter va chercher l'information là où elle se trouve : sur le terrain. Le reporter est donc un journaliste qui va couvrir les événements d'actualité pour les re-transmettre aux auditeurs.

Pour préparer sa sortie, il doit :

- Se documenter sur le sujet
- Préparer son équipement
- Choisir ses interlocuteurs
- Ficher les informations qu'il souhaite récolter.

Sur le terrain, il doit :

- Chercher les bons interlocuteurs
- Savoir se présenter
- Poser les bonnes questions, observer, noter.
- Enregistrer une interview, prendre de l'ambiance, ramener des éléments sonores

4. L'enregistrement hors émission

Interview ou prise de son d'ambiance en extérieur :

- Le reporter doit se munir d'un téléphone portable de type smartphone (ou d'un micro si possible)
- Utiliser la fonction "enregistrement" (bouton "rec", "stop" et "sauvegarder") pour enregistrer ses questions puis, les réponses de son interlocuteur, en s'assurant que l'environnement n'est pas trop bruyant
- S'il s'agit d'enregistrer des sons d'ambiances (par exemple: les bruits d'une foule qui manifeste), il n'aura qu'à tendre son portable ou micro vers la foule en question.

5. Le Montage en amont

- Une fois les différentes pistes enregistrées, il peut passer à la phase de montage qui consiste à extraire les sons de son téléphone (en se les envoyant par mail ou via une clé USB)

Attention: veiller à ce que les sons soient également envoyés au formateur avant de les effacer du téléphone ou micro, par sécurité

- Il faut ensuite les charger dans un ordinateur équipé d'un logiciel de montage Audacity (www.audacity.sourceforge.net) , Netia ou un autre logiciel de montage sonore
- Pour apprendre à installer une session de montage sur ordinateur et monter les sons, des tutoriels sont disponibles (<https://manual.audacityteam.org/index.html>)

- A vous de former les jeunes de votre groupe aux quelques manipulations (assez simples en réalité !) qui leur permettront de charger et monter des sons en vue de créer un reportage sonore.

6. Enregistrement de l'émission

Les participant.e.s s'installent tour à tour autour d'une petite table.

Au centre de cette table, un smartphone muni d'un micro enregistre.

Pour éviter les bruits de chaises, d'allées et venues, et garder le rythme de l'émission, il conviendra d'**enregistrer en plusieurs parties selon le déroulé de l'émission**.

Par exemple:

- Accueil de l'animateur
- Edito
- Présentation des sujets
- Interviews
- Remerciements, fin de l'émission

Attention: Si vous souhaitez diffuser un reportage, il faudra l'ajouter au montage final.

7. Montage des enregistrements et diffusion du podcast

- Le formateur se charge de mettre bout à bout les enregistrements pour en faire un épisode et d'ajouter des "virgules sonores" (extrait de musique de moins de 5 secondes) pour fluidifier l'ensemble des parties et lier les pauses.
- Il faut ensuite le diffuser sur une plateforme gratuite (soundcloud par exemple <https://soundcloud.com/discover>) en écrivant le résumé du podcast (son thème, son format, ses producteurs, son originalité).
- Vous pouvez enfin organiser une séance d'écoute en groupe.

NB: Il est possible de simplifier l'exercice en ayant recours qu'à un des formats (interview, débat, reportage)

L'ÉMISSION FAKE NEWS FACTORY

L'émission Fake News Factory a été créée pour interpeller les élèves sur les risques liés à la circulation de fake news et de théories du complot dans les médias et notamment en ligne.

Cette émission a été imaginée pour permettre aux jeunes de participer à un **jeu de rôle** dans lequel **certaines joueront les complotistes et d'autres, les journalistes**, et donc d'intérioriser certaines notions théoriques centrales sur ces sujets problématiques.

L'émission se déroule en plusieurs étapes :

1. Répartir les rôles de chacun.e :

- Les journalistes et les complotistes (en nombre équivalent)
- Le/la présentateur/trice
- L'expert
- L'ingénieur du son, qui surveille l'enregistrement et passe le micro
- Le/la monteur.se

2. Les complotistes

- En reprenant les mécanismes et la structure d'une théorie du complot (évoquées dans les fiches pédagogiques de la séance 3 "Information et Désinformation"), les complotistes sont chargés de rédiger leur propre théorie du complot sur le thème choisi (ou d'en reprendre une existante)
- Une fois la théorie mise au point, les complotistes la dévoilent aux journalistes

3. Les journalistes

- Les journalistes devront alors effectuer des recherches rigoureuses en respectant les grandes règles de la démarche journalistique (détaillées dans les fiches pédagogiques de la séance 3) : vérification, confrontation, recoupage de l'information.
- Par la suite les journalistes répondront, déconstruiront la théorie du complot, argument par argument.

4. L'expert

- Déterminer un jeune qui jouera l'expert, spécialiste des théories du complot et fake news, qui donne des outils pour repérer les fausses informations.

5. Enregistrement

- Vous pouvez enregistrer le son avec un micro sur une carte son ou avec un portable puis monter le tout sur un logiciel (Audacity ou Netia).
- L'épisode doit suivre un déroulement préalablement défini et toutes les interventions doivent être rédigées en amont.

6. Déroulé de l'épisode

PARTIE 1

- L'épisode commence par une introduction du présentateur: nom de la radio, de la structure, de l'émission, lancement de l'émission.
- L'animateur présente ensuite le premier invité (complotiste) et lui demande d'expliquer sa théorie, ses preuves
- L'animateur présente ensuite le premier journaliste, ses contre-arguments, ses preuves
- L'animateur remercie les intervenants et passe à la seconde partie

PARTIE 2

L'animateur donne la parole à un expert, spécialiste des théories du complot et fake news qui donne des outils pour repérer les fausses informations à savoir :

- Vérifier la nature du site où l'on a trouvé l'information

- Vérifier l'identité de l'auteur de l'information : Est-il journaliste, spécialiste du sujet qu'il aborde ? quel est son objectif ?
- Regarder la date de publication de l'info (une info est rapidement périmée)

- Les sources : Une information doit toujours être validées par 3 sources différentes avant d'être diffusées
- Rappeler qu'il faut toujours chercher, être curieux et douter
- Rappeler que l'esprit critique est l'arme la plus efficace que nous avons tous contre les fausses informations et les théories du complot.

L'animateur remercie l'expert, les invités, l'équipe et clôt l'émission.

ACTIVITÉS PRATIQUES

Cette fiche pédagogique peut être utilisée comme base pour organiser une activité de création de radio ou de podcast natif avec les jeunes ; ou encore pour simuler une émission de radio avec des complotistes et des journalistes.

POUR ALLER PLUS LOIN

- Pour apprendre à maîtriser les **bases de montage pour du son**, choisir entre Audacity, Netia (il existe une version gratuite) et Garageband (seulement sur les appareils Apple).
 - *Audacity* :
www.audacity.sourceforge.net (télécharger Audacity)
<https://manual.audacityteam.org/index.html> (apprendre à monter sur Audacity)
 - Applications simples de montage son *pour Android* également :
<https://www.info24android.com/10-meilleures-applications-dedition-audio-pour-android/>
- **Diffuser** son podcast via Soundcloud : <https://soundcloud.com/discover>
- Conseils supplémentaires pour la **production journalistique** :
 - *Site des 24 heures dans une rédaction*: <https://www.24hdansuneredaction.com/en>
 - *Focus sur le reportage* :
<https://www.24hdansuneredaction.com/en/radio/18-news-reporting/> (anglais)
<https://www.24hdansuneredaction.com/radio/18-le-reportage/> (français)

FICHE N°17 - CONCEVOIR UN MAGAZINE EN LIGNE POUR LES JEUNES

MODULE 3	LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS
SÉANCE 6	Produire un média citoyen (radio, podcast magazine, vidéo)
NIVEAU	Intermédiaire

Concevoir un Magazine en Ligne

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Le formateur est capable d'accompagner les jeunes dans la création d'un magazine en ligne*
2. *Objectif 2 : Le formateur parvient à encadrer les jeunes dans les différentes étapes de création d'un magazine en ligne*
3. *Objectif 3 : Le formateur connaît en substance, les spécificités de l'application Madmagz*

THÈMES CLÉS

1. PRÉSENTATION

La création d'un journal permet aux jeunes d'acquérir des savoirs fondamentaux tout en développant leurs compétences (l'esprit critique, le travail en équipe) et leurs qualités (la curiosité et la persévérance).

2. LES ÉTAPES DE CRÉATION D'UN MAGAZINE EN LIGNE

1. Les premiers pas

La première étape est de constituer une équipe de personnes très motivées qui va s'investir pour faire naître le projet et le porter.

C'est le « noyau dur » de la rédaction. Ils seront chargés de :

- Choisir et rédiger des articles
- Prendre / trouver des photos et des vidéos pour illustrer le magazine
- Trouver des intervenants et mener des interviews avant de les retranscrire
- Diffuser le magazine sur les réseaux sociaux

Pour cela, rien de plus efficace qu'un **comité de rédaction** organisé régulièrement pour que chacun puisse connaître ses responsabilités dans la production du magazine en fonction de ses envies et de ses aptitudes.

2. Définir sa formule, trouver son identité

- Poser la question des objectifs du média: s'agit-il de contribuer à l'animation de la vie d'un lycée, d'une association ? De favoriser l'expression d'un maximum de jeunes ? D'encourager des débats parmi eux sur une thématique en particulier ?
- Définir sa cible: Les élèves d'un établissement ? Les membres d'une association ? L'ensemble d'une communauté ?
- Se poser la question de la ligne éditoriale : En quelques lignes, tentez de définir l'orientation de votre magazine : son ambition, ses sujets de prédilection, son ton (sérieux, léger, humoristique ?), la nature des contenus, et la manière dont ils seront traités en fonction de votre cible.
- Trouver un titre à votre magazine qui contribuera à le singulariser, à affirmer son identité et participera à sa notoriété.
- Enfin, il faut évaluer les conditions matérielles liés à votre média en fonction de la périodicité et du rythme de publication. Le nombre de membres de votre équipe, leur investissement et leur disponibilité représentent des facteurs importants ainsi que l'équipement dont vous disposez.

3. Le choix des contenus

Pour conserver l'intérêt de votre public, mobiliser son attention et stimuler sa curiosité, il faut veiller à varier les modes de traitement de l'information.

Voici **les principaux genres journalistiques** qui sont à votre disposition:

Le reportage, l'enquête et l'interview, le billet, la critique, le compte rendu, le portrait.

Pour chaque sujet, un angle

Pour éviter d'aboutir à un article (ou à un portrait) trop long et difficile à lire, il est absolument nécessaire de choisir un angle, c'est à dire, **un point de vue**, de sélectionner les aspects particuliers du sujet que vous voulez mettre en avant et de laisser de côté les autres.

Exemple : L'ouverture d'un cinéma est un sujet

L'impact touristique du nouveau cinéma sur la ville est un angle.

4. Répartir les rôles

Au sein d'une rédaction, tout le monde ne fait pas le même travail. Le modèle Madmagz

propose de diviser le groupe en 3 :

- 1 super rédacteur chef,
- des rédacteurs en chef,
- des rédacteurs

(Voir Fiche 17 annexe). Vous pouvez adapter les rôles si vous ne souhaitez pas suivre le modèle Madmagz.

Tous les rédacteurs doivent garder en tête **les six questions essentielles** pour écrire un article. Le journaliste ou rédacteur, doit toujours se poser les questions : qui ? quoi ? quand ? où ? comment ? pourquoi ?

Il faut par ailleurs s'accorder sur la **longueur** de l'article et le **niveau de langage** du magazine avant de passer à la rédaction (ni trop soutenu, ni trop familier).

Parmi les autres tâches qui peuvent être menées, on trouve :

- L'illustrateur / illustratrice, dont le travail consiste à prendre, dessiner ou à télécharger des photos, images, sons, illustrations ou des vidéos (libre de droits ou en indiquant la source) pour illustrer le magazine.
- Le "community manager" qui s'occupe de trouver des liens en rapport avec le contenu créé par les rédacteurs pour renvoyer le lecteur vers d'autres sites. Il est aussi le responsable des réseaux sociaux et doit favoriser la diffusion du magazine au plus grand nombre en faisant attention aux **éléments de valorisation annexes** de l'article comme : le titre, le chapô, les photos, les courts extraits qui vont apparaître sur les moteurs de recherche.

5. La publication du magazine

Une fois votre magazine terminé, vous pouvez décider de le publier en version web ou papier (voir fiche 17 annexe) en fonction de vos envies, de vos ambitions et de votre cible.

3. L'APPLICATION MADMAGZ

Vous pouvez, pour créer votre magazine en ligne, recourir à l'application Madmagz. Son aspect collaboratif et son interface permettent le travail en équipe et la simplification de la mise en page et des éléments graphiques du magazine.

Madmagz (<https://madmagz.com/>) est une **application web qui permet de créer un journal de façon simple et collaborative**. Cet outil offre une grande flexibilité permettant de créer tous types de magazines (journal de classe, journal d'information, journal de voyage, journal associatif, etc...). La seule limite est votre imagination !

L'application Madmagz permet à ses utilisateurs de créer en groupe, un magazine en ligne qui pourra également, en fin de processus, être transformé en magazine papier.

Grâce aux différents outils de la plateforme, vous pourrez :

- Choisir un modèle de magazine adapté à votre contenu
- Créer des catégories de pages (couvertures, sommaire, édito, articles...)
- Rédiger des articles et les vérifier en utilisant les fonctions de collaboration hiérarchiques
- Ajouter, modifier, éditer et supprimer des pages
- Choisir des options de mise en page
- Ajouter des photos, des sons, des vidéos et insérer des liens vers d'autres sites internet
- Publier votre magazine en ligne ou en version papier, après avoir vérifié l'intégralité du contenu

Toutes ces étapes sont expliquées et détaillées dans la fiche 17 annexe

ACTIVITÉS PRATIQUES

- Vous pouvez vous appuyer sur cette fiche pédagogique pour mener une activité de création de journal avec les jeunes.
- Voir également la fiche 17 annexe pour l'application Madmagz

POUR ALLER PLUS LOIN

<https://madmagz.com/> site Madmagz
<https://madmagz.com/faq> Frequently asked questions

FICHE N°17 (ANNEXE) - GUIDE DE L'APPLICATION MADMAGZ

MODULE 3	<i>LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS</i>
SÉANCE 6	<i>Produire un média citoyens (radio, podcast magazine, vidéo)</i>
NIVEAU	<i>Intermédiaire</i>

Concevoir un Magazine en Ligne

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Le formateur est capable d'accompagner les jeunes dans la création d'un journal en ligne*
2. *Objectif 2 : Le formateur a compris le fonctionnement et les spécificités de l'application Madmagz*
3. *Objectif 3 : Le formateur parvient à encadrer ses élèves dans la création du journal en favorisant la collaboration grâce au partage de liens et à la répartition des rôles de chacun.e en fonction du système hiérarchique du site (super rédacteur en chef, rédacteurs en chef, rédacteurs)*

THÈMES CLÉS

1. CRÉER UN WEB MAGAZINE GRÂCE À MADMAGZ

- 1 - S'identifier (par Facebook, Google ou identifiants de votre compte Madmagz)
- 2 - Choisir la maquette qui correspond le mieux à votre projet éditorial ; Afin de choisir la meilleure maquette, prévisualisez les modèles proposés
- 3 - Nommez votre magazine en lui donnant un titre, un numéro et un thème
- 4 - Si vous souhaitez concevoir votre magazine en équipe, attribuez les rôles de chaque membre du projet. Différents rôles sont possibles, avec des droits plus ou moins étendus : "le super rédacteur en chef", Le "rédacteur en chef", Le "rédacteur".

5 - Ajouter les pages de votre magazine (4 pages minimum) ; Lors de cette étape, sélectionnez les rubriques de page en fonction du plan éditorial de votre projet (couverture, sommaire, édito, articles)

6 - Intégrez vos différents types de contenus sur les pages correspondantes (textes, liens, images, vidéos, podcasts)

7 - Publiez votre magazine (action irréversible) ; Il est possible de faire une prévisualisation web ou de télécharger un pdf avant de valider la version finale du magazine.

8. Partagez votre journal via un lien web dédié, par mail ou sur les réseaux sociaux !

2. MISE EN PAGE ET INTÉGRATION DE VOTRE CONTENU

Pour mettre en page votre magazine, rendez-vous sur les rubriques situées à gauche de l'écran qui contiennent différentes catégories de pages: couverture, sommaire, édito, article ...). Chacune de ces catégories vous offre un large panel de choix de mise en page.

A vous de choisir celui que vous souhaitez utiliser et qui est le plus adapté à votre contenu !

Pour **choisir un design**, il suffit de le sélectionner puis de valider. Tout au long de la création de votre magazine, il vous sera possible d'ajouter ou de supprimer des pages grâce à l'onglet "vue d'ensemble" formé par un carré en pointillés, qui vous permet de voir toutes les pages du magazine. Ensuite il suffit de sélectionner la touche + ou - pour **ajouter ou supprimer une page**.

Pour **modifier une page**, cliquez sur l'onglet qui représente une page et un crayon. Les onglets en forme de flèche vous permettent de déplacer vos pages.

Pour **éditer une page**, cliquez sur l'onglet qui représente une page et un crayon. Vous pourrez ainsi ajuster les différents éléments de votre page: le titre, le texte ou les photos par exemple.

Cliquez sur la zone que vous souhaitez modifier (titre ou texte) pour voir apparaître les outils de modification (mettre en gras, en italique, souligner, aligner...) au dessus de la page. Vous pouvez également zoomer ou dé-zoomer pour adapter la page à votre vue.

Attention, les zones de textes ne sont pas extensibles. Il ne faut donc pas insérer trop de texte, sinon celui-ci risque d'être coupé.

Pour **modifier/ ajouter une photo**, cliquez dessus. Deux options s'offrent à vous: vous pouvez choisir une image de votre ordinateur ou bien en importer une depuis internet (en copiant puis en collant le lien internet de la photo dans l'encadré de gauche) puis valider.

Une fois la photo ajoutée, vous pouvez la recadrer. Les pictogrammes en dessous de l'image vous indiquent si la qualité de l'image permet une publication web et/ou papier. Pour un meilleur résultat, il faut privilégier des images de qualité et de taille suffisante. Vous pouvez si vous le souhaitez, ajouter une autre image de meilleure qualité en cliquant sur "changer l'image" puis valider.

3. LA COLLABORATION : THÉORIE

Découvrons ensemble le fonctionnement d'une option très appréciée par nos utilisateurs : la collaboration . En effet, créer un journal scolaire avec Madmagz vous offre la possibilité de le faire à plusieurs. Pour cela, chacun a un rôle avec des responsabilités diverses.

Le super rédacteur en chef :

- Il est en charge de la création du magazine depuis son compte
- Il est le seul à pouvoir publier le magazine
- Il peut inviter des rédacteurs en chef et des rédacteurs mais aussi supprimer des collaborateurs. **Attention, s'il supprime un rédacteur en chef, les rédacteurs subalternes seront automatiquement supprimés de la collaboration ainsi que leurs pages !**
- Il peut ajouter des pages, les modifier, mais aussi modifier ou supprimer les pages de ses collaborateurs.

Enfin, il peut inviter d'autres personnes à collaborer sur son magazine, deux catégories de personnes à deux niveaux différents: les rédacteurs en chef et les rédacteurs simples en leur envoyant des liens de collaboration spécifiques.

Le rédacteur en chef :

- Il peut créer des pages
- Il peut inviter des collaborateurs (des rédacteurs)
- Il peut modifier et supprimer les pages de ses collaborateurs
- Il peut envoyer ses pages et celles de ses collaborateurs au super rédacteur en chef pour que celui-ci les intègre, ou non, dans le magazine.

Le rédacteur :

- Il peut être invité par le rédacteur en chef ou par le super rédacteur en chef lui-même
- Il peut ajouter et modifier des pages qu'il peut envoyer au rédacteur en chef ou au super rédacteur en chef, s'il a été ajouté par ce dernier.

Il s'agit donc d'une structure hiérarchique.

De la même manière, les rédacteurs envoient leurs pages au rédacteurs en chef qui l'envoient au super rédacteur en chef pour validation. Si le rédacteur en chef n'est pas satisfait, il peut les renvoyer au rédacteur. Si le super rédacteur en chef a envoyé un lien de collaboration à un rédacteur directement, ce dernier pourra lui envoyer ses pages directement.

Lorsque le super rédacteur en chef est satisfait a vérifié et validé toutes les pages, il peut les ajouter au magazine.

4. LA COLLABORATION EN PRATIQUE

Au travers de ces quelques minutes d'explications et de démonstration vous pourrez distribuer les rôles de rédacteurs et rédacteurs en chefs aux différents collaborateurs du magazine. Comme nous l'avons vu précédemment, les collaborateurs peuvent avoir plusieurs rôles et fonctions : super rédacteur en chef, rédacteur en chef ou rédacteur.

Le super rédacteur en chef peut inviter un nombre illimité de collaborateurs dans le magazine. Ces derniers pourront créer leurs pages et les envoyer aux autres collaborateurs.

Pour **inviter des collaborateurs**, vous pouvez partager un des liens de collaboration qui vous est fourni en début de création de votre magazine. Pour cela, il suffit de cliquer sur l'onglet "J'invite des collaborateurs".

(Pour inviter des collaborateurs, vous pouvez aussi les inviter au cours de l'édition, grâce à un pictogramme présent dans la vue d'ensemble du magazine, nous y reviendrons).

Les règles de la collaboration:

- Les collaborateurs que vous inviterez auront accès à leur propre espace pour créer des pages qu'ils pourront vous envoyer pour vérification et que vous pourrez leur renvoyer pour modification
- Une fois toutes les pages réunies, le super rédacteur en chef peut publier le magazine
- Il est également possible de créer un rôle intermédiaire, le rédacteur en chef, pour créer des sous-équipes.

Dans ce cas, vous êtes le propriétaire. Il faut cliquer sur l'onglet "J'ai compris", on vous propose ensuite de **gérer vos collaborateurs**.

Sur cette page, vous pouvez :

- envoyer un lien de collaboration au rédacteur en chef ou au rédacteur et copiant les liens affichés puis en leur envoyant
- Lorsque vous avez des collaborateurs, vous pouvez leur envoyer des pages ou supprimer le collaborateur grâce à l'icône de la flèche et de la corbeille.

Mettons-nous à présent à **la place du rédacteur en chef** qui reçoit le lien. Il lui faut remplir son nom et cliquer sur "collaborer".

Sur son espace, le rédacteur en chef :

- n'a pas accès au magazine dans sa globalité
- Il peut créer des pages avec la maquette conçue par le super rédacteur en chef et

lui envoyer

- Une fois que la page a été envoyée au super rédacteur en chef, elle disparaîtra de l'interface de connexion du rédacteur en chef.

En tant que **super rédacteur en chef**, vous recevez les pages et pouvez les consulter, les modifier, les supprimer ou les renvoyer en cas de modification.

Pour renvoyer, il suffit de sélectionner la page et cliquer sur le bouton de renvoi de page. Une fois renvoyée, la page n'apparaît plus dans l'espace du super rédacteur en chef mais dans celui du rédacteur en chef qui pourra alors la modifier puis la renvoyer.

Pour gérer la liste de vos collaborateurs, il faut cliquer sur l'icône qui représente trois personnes.

Le rédacteur en chef peut aussi inviter des collaborateurs et les gérer en cliquant sur l'icône située en bas à gauche de l'interface (au dessus du bouton pause). La seule différence c'est que le rédacteur en chef peut envoyer des liens de collaboration à des rédacteurs.

Le rédacteur arrivera sur une page d'accueil où on lui demandera son nom, il aura ensuite accès à son espace et pourra créer des pages de la même manière qu'expliqué plus haut. Il lui faudra envoyer ses pages à la personne qui l'a invité directement pour validation ou correction.

Une fois qu'il a reçu, vérifié, corrigé et validé toutes les pages, le super rédacteur peut publier le magazine.

5. PUBLICATION DU MAGAZINE

La publication de votre magazine est enfin arrivée !

Une fois le magazine terminé, vous pouvez le publier. Mais avant cela, il est important de faire certaines vérifications:

- vous pouvez générer une prévisualisation en version web de votre magazine (icône œil)
- ou alors télécharger le pdf haute définition l'aperçu de votre magazine (icône feuillets)
- vous pouvez alors vérifier que le texte, les images, sont bien positionnés ainsi que la qualité des images.

Attention:

- **Le nombre total de page doit être un multiple de 4 et le nombre minimal de page doit être égale à 4.** Si vous ne respectez pas l'une de ces deux règles, vous ne pourrez pas publier votre magazine.
- **La publication du magazine est irréversible.**

Pour publier le magazine, il faut appuyer sur " publier".

Avant de publier votre magazine, vous pouvez changer :

- le titre
- le numéro

Il ne reste plus qu'à appuyer sur "publier".

Félicitations, vous venez de créer votre premier magazine Madmagz !

Les modes de publication:

Magazine Premium:

- Ce mode de diffusion vous permet de partager votre magazine par mail avec le lien du magazine web, mais aussi sur facebook, twitter ou l'intégrer sur votre site ou votre blog, grâce au code d'intégration qui change en fonction de la mise en page que vous choisissez et de la taille en pixel de votre magazine.
- Une fois votre magazine publié, vous pourrez y ajouter des interactions: des liens, des vidéos, du son, des gifs mais aussi gérer la confidentialité et savoir combien de fois il a été consulté !

PDF :

- Ce PDF est parfait pour une lecture sur écran mais d'une qualité médiocre à l'impression. Le PDF est disponible immédiatement après l'achat en cliquant sur "télécharger".

PDF d'impression :

- C'est le mode de diffusion recommandé si vous souhaitez imprimer le magazine par vos propres moyens. Vous pourrez choisir entre deux types d'impression: domestique (sur votre imprimante) ou professionnelle, chez un imprimeur (pour un meilleur résultat).

6. INSPIRATION ET CAS D'USAGE

Vous y êtes presque ! Nous vous invitons à visiter le Blog de Madmagz Edu où se trouvent de nombreux cas d'usages dont vous pourrez vous inspirer pour la création de votre journal scolaire.

Vous pourrez y trouver des magazines qui ont été créés par des collégiens, des lycéens, des élèves dans le cadre de certains projets dans leurs établissements en classe ou en groupe. Vous pouvez également soumettre votre projet et trouver les actions éducatives faites par Madmagz.

Cas d'usage : Une classe de 4ème s'est amusée à retracer l'histoire des *Misérables* dans un **magazine interactif et collaboratif**, centré sur ce thème et sur la vie de l'auteur, Victor Hugo. Les élèves ont ajouté du son, des vidéos (lorsque vous mettez des vidéos sur votre magazine, vous pouvez les lire en format "liseuse"). Ils ont également mis un lien vers le

site de leur établissement.

POUR ALLER PLUS LOIN

<https://madmagz.com/> site Madmagz

<https://madmagz.com/faq> Frequently asked questions

FICHE N°18 - MONTER UN PROJET VIDÉO

MODULE 3	LE POUVOIR CITOYEN DES MÉDIAS
SÉANCE 6	Produire un média citoyen (radio, podcast, magazine, vidéo)
NIVEAU	Difficile

MONTER UN PROJET VIDÉO

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. *Objectif 1 : Le formateur peut accompagner les jeunes sur la préparation, la production, le montage et la diffusion d'un journal télévisé*
2. *Objectif 2 : Le formateur peut fournir de la documentation adaptée aux élèves pour les aider à saisir les enjeux d'un problème*
3. *Objectif 3 : Le formateur peut accompagner les élèves sur la préparation, la production, le montage et la diffusion d'un court-métrage*

THÈMES CLÉS

PRODUIRE UN JOURNAL TÉLÉVISÉ

Matériel: Pour produire un JT, il est nécessaire de choisir préalablement sa caméra (facile d'utilisation) ou de choisir d'utiliser les portables des membres du groupe. Il vous faudra également un logiciel de montage (voir liens ci-dessous) et former vos étudiants aux bases du montage vidéo. Choisissez ensuite un ou plusieurs canaux de diffusion (youtube, réseaux sociaux...)

Temps requis : La production d'un JT en groupe peut nécessiter plusieurs demi-journées de travail individuel et en groupe.

1. Choix des sujets:

La première chose à faire est d'organiser une conférence de rédaction pour déterminer le nom du JT, les sujets qui seront traités, mais aussi les formats (reportage, interviews, débat, flash info), et les angles choisis.

2. Répartition des rôles:

Ce sera également l'occasion de répartir les rôles des "journalistes" des "experts", du ou

des présentateur.s, des "techniciens" (cadreur, monteur) pour répondre aux questions suivantes: qui prend en charge quoi ? comment chacun doit-il préparer sa prestation (recherches, questionnaire, reportage, intervention).

3. Conducteur et script:

Ensuite, il est nécessaire d'établir un conducteur (déroulé de l'émission minute par minute), et d'accompagner le présentateur.trice dans la rédaction de son texte ou script (tout doit être rédigé: introduction, lancement des sujets, des journalistes, conclusion de chaque formats, transitions, conclusion, remerciements...) et de le.la faire pratiquer en situation sans qu'il.elle n'ait trop les yeux baissé.s sur son.sa.feuille.

4. Tournage:

Le tournage se déroule en pré-enregistrement (et non en direct) et par séquences pour éviter les bruits de chaises, de déplacements et garder le rythme, par exemple :

intro-lancement / sujet 1/ conclusion- lancement / sujet 2/ conclusion/ intro ITW/ ITW/ conclusion-lancement/ sujet 3/conclusion du JT/ Remerciements

sur un fond neutre, ou choisi, avec une lumière suffisante et un cadrage fixe et adapté.

5. Montage:

Il faudra ensuite monter tous les éléments dans l'ordre pour donner l'illusion du direct (ou d'un enchaînement fluide) en respectant le conducteur préalablement établi sur un logiciel

6. Diffusion

Enfin, il faudra mettre le JT en ligne, sur youtube par exemple mais aussi sur les réseaux sociaux ou un intranet en précisant les mots clés, en mettant des liens vers d'autres contenus, en ayant préalablement travaillé sur son identité visuelle (logo, titre) et en ajoutant une courte description pour donner envie à l'internaute de visionner le JT.

PRODUIRE UN COURT-MÉTRAGE, UN DOCUMENTAIRE OU UN REPORTAGE

La production vidéo intègre **différents formats** tels que :

- **le court-métrage** (une courte fiction scénarisée)
- **le documentaire** (une vidéo de type "enquête" sur une problématique traitée sous divers aspects)
- **le reportage** (une vidéo qui traite d'un sujet un particulier et sous un angle unique)

Matériel : La création d'une vidéo ne requiert pas nécessairement du matériel professionnel : un appareil numérique, un smartphone, une tablette peuvent suffire.

Temps requis: La production d'un court-métrage en groupe peut nécessiter plusieurs demi-journées de travail individuel et en groupe. Il est possible de raccourcir le temps de production en réalisant un plan séquence, c'est à dire en tournant la vidéo en une fois, ce qui ne nécessitera pas de montage.

1. Choix du sujet:

Avant d'aborder les étapes nécessaires à la réalisation du film lui-même, il convient de sensibiliser les élèves à la question choisie (sujet) en mettant à disposition un ensemble de supports, de documents afin de créer un environnement propice au dialogue sur le sujet en

définissant avec les jeunes plusieurs pistes possibles ; en explorant et utilisant des ressources existantes ; en élaborant un message.

A partir de ce message, il convient de rédiger de manière collaborative, un court texte (une page) qui résume ce que l'on veut montrer dans le film. C'est le **synopsis**, il respecte le schéma narratif et explicite la chute.

2. La forme:

- **Le format** : Un film d'au maximum deux minutes implique concision et efficacité. Il faut choisir le format : clip informatif, publicité, sketch, bande-annonce, fiction, reportage
- **Le scénario** : Il doit être le plus détaillé possible pour une réalisation rapide. Il faut ensuite découper l'histoire en plusieurs séquences narratives puis chaque séquence en plusieurs plans et enfin élaborer un un story-board ou scénarimage.

3. Avant le tournage :

- Il faut définir les **lieux** (repérages) et **décors**, les **textes, dialogues**, les **costumes et accessoires**
- Il faut également **répartir les rôles** au sein de l'équipe : cadreur, monteur, script, metteur en scène, ingénieur son (prise de son, animation musicale...), acteurs.

Il faut aussi s'accorder sur **les techniques utilisées** :

- **pour les images** : film standard (des acteurs jouant des scènes), animation d'objets (pâte à modeler, lego, playmobil, formes photos découpées...), pixilation (photographie image/image), diaporama sonorisé et animé
- **pour le son** : prise de son directe lors du tournage, sonorisation après coup (réenregistrement des voix), bande-son (voix off, commentaires, musique).

Il sera nécessaire de prévoir par avance les autorisations d'utiliser les captations sons et vidéos et enfin de réaliser le tournage.

Pour faciliter le montage, on pourra débiter chaque prise avec un plan sur un clap en indiquant le numéro ou nom de séquence, le numéro de prise.

4. **Pendant le tournage**, il faut choisir les prises de vue les plus intéressantes et sauvegarder de la totalité des prises sur la carte mémoire ou sur un ordinateur.
5. **Le montage** consiste en plusieurs étapes:
 - **L'importation des fichiers** vidéos et sons, le montage son et vidéo, l'ajout d'effets au besoin, de musique (libre de droit), des sous-titres (au besoin), d'un générique de début et de fin.
 - Il faut ensuite **exporter le fichier de montage finalisé** pour la diffusion. A partir du fichier film définitif, toutes les diffusions sont alors envisageables (web, vidéoprojection, téléviseur, etc).

ACTIVITÉS PRATIQUES

Cette fiche pédagogique peut être utilisée comme base pour organiser une activité de production vidéo avec les jeunes.

POUR ALLER PLUS LOIN

[Télécharger Shotcut](#) (Logiciel de montage)

[Télécharger Magix Video Easy](#) (Logiciel de montage)

<http://windows.microsoft.com/fr-FR/windows/get-moviemaker-download> (Logiciel de montage)

<https://www.apple.com/fr/ilife/imovie/> (Logiciel de montage)

http://www.gypsevideo.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=163:live-m
(Tutoriel)

CFI, Agence française de développement médias et L'ESJ (Ecole de Journalisme de Lille) ont créé un site internet intitulé **"24 heures dans une redaction"**

<https://www.24hdansuneredaction.com/en/tv-en/>

Ce site propose de multiples ressources sur le travail journalistique mais aussi sur la production d'information en vidéo parmi lesquelles :

- "Conducting a good interview" : <https://www.24hdansuneredaction.com/en/tv/08-conducing-a-good-interview/>
- "Talking with pictures" : <https://www.24hdansuneredaction.com/en/tv/10-talking-with-pictures/>
- "Writing for the screen" : <https://www.24hdansuneredaction.com/en/tv/12-writing-for-the-screen-graphs-headers-and-captions/>

FICHE COMPLÉMENTAIRE

ACTIVITÉS PRATIQUES EN LIGNE

PRÉSENTATION

La fiche suivante vous guidera dans l'animation d'activités pratiques en ligne autour de l'éducation aux médias. Ces activités sont en langue anglaise.

Vous avez la possibilité d'animer ces activités via une visioconférence, avec un temps de présentation des exercices, un temps de pratique puis un temps de restitution et de débat virtuel avec l'ensemble des participants.

Vous pouvez également transférer les liens des exercices aux jeunes, en tant que "travail à la maison" à réaliser sur ordinateur.

1. QUIZZ EN LIGNE - SAVOIR IDENTIFIER LES FAKE NEWS

Les Quizz en ligne ci-dessous permettront aux apprenants de se familiariser avec la méthode de vérification des faits. Ils sont invités à évaluer si des articles ou des images correspondent à des informations vérifiées ou à des fausses nouvelles. L'exercice de l'UNICEF est spécialement dédié à la lutte contre la manipulation de l'information autour du coronavirus.

Quizz en ligne de ABC EDUCATION

"Real, LOLZ, oops or fake" - [lien](#)

Quizz en ligne de QUIZZZ

"Media literacy and fake news" - [lien](#)

Quizz en ligne de FACTITIOUS

"Vrai ou faux : test tes capacités de fact-checker à travers 6 niveaux" - [lien](#)

Quizz en ligne de l'UNICEF :

"Faits ou fiction : évaluez vos connaissances sur la maladie à coronavirus"- [lien](#)

2. DÉBATS AUTOUR DES PODCASTS DE "ON THE MEDIA"

ON THE MEDIA a créé une série de podcasts qui aborde les enjeux des médias, de l'information et des fausses nouvelles. Nous avons sélectionné 3 épisodes qui ont une dimension pédagogique particulièrement intéressante. Vous pouvez ainsi proposer à vos élèves d'écouter ces podcasts, puis susciter des débats en ligne autour d'exemples concrets de théories du complot, de haine en ligne ou de campagnes de désinformation.

Podcast 1 :

"Les théories du complot en plein boom sur Facebook" - [lien](#)

Podcast 2 :

"Conspirationnisme et xenophobie dans les médias polonais" - [lien](#)

Podcast 3 :

"Les campagnes de désinformation autour du coronavirus" - [lien](#)

3. ESCAPE GAME - JEUX IMMERSIFS EN LIGNE AUTOUR DE L'EMI

Afin de donner une dimension concrète à la formation en éducation aux médias, proposez à vos élèves de devenir eux-même producteurs d'informations ou de fake news à travers ces deux jeux immersifs en ligne.

Deviens un jeune reporter de la BBC

"Ireporter Game for students" - [lien](#)

Votre rôle en tant que journaliste de la BBC est de couvrir une nouvelle de dernière minute en publiant votre histoire sur le site "BBC Live". Votre histoire sera jugée sur l'équilibre entre précision, impact et rapidité.

Deviens fabricant de fake news avec FAKE IT TO MAKE IT

Jeux immersif en ligne - [lien](#)

Fake it to make it est un simulateur de sites de fake news, qui montre pourquoi et comment les gens se font manipuler. Le joueur y incarne un étudiant qui veut renflouer ses caisses facilement grâce à un site de fausses informations, rentable grâce à la pub et aux partages sur des (faux) groupes sur les réseaux sociaux.

4. ACTIVITÉS EN LIGNE SUR LA PLATEFORME TALMIL

La section jeune de la plateforme TALMIL propose des activités pratiques en ligne, afin d'accompagner les élèves de façon ludique sur l'apprentissage des principales notions de l'éducation aux médias.

Quiz en ligne :

"Teste tes connaissances sur les médias et l'information !" - lien

Quiz en ligne :

"Info ou infox : sauras-tu identifier les informations authentiques ?" - lien

Activité pratiques en ligne :

"Je deviens un apprenti-reporter" - lien