



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Éducation aux médias et à l'information

Programme de formation pour les enseignants



Carolyn Wilson
Alton Grizzle
Ramon Tuazon
Kwame Akyempong
Chi-Kim Cheung



Éducation aux
médias et à
l'information

Programme
de formation
pour les
enseignants

Partie 1 :

Programme et cadre
de compétences

Partie 2 :

Modules principaux
et complémentaires

Publié en 2012 par l'Organisation des Nations Unies pour
l'éducation, la science et la culture
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France

Secteur de la Communication et de l'information
<http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/>
© UNESCO 2012

Tous droits réservés
ISBN 978-92-3-204198-2

Les désignations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les idées et les opinions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs ; elles ne reflètent pas nécessairement les points de vue de l'UNESCO et n'engagent en aucune façon l'Organisation.

Edité par Alton Grizzle et Carolyn Wilson
Titre original : Media and Information Literacy Curriculum for Teachers
Publié en 2011 par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation,
la science et la culture

Version française révisée par Misako Ito et Evelyne Bevort

Crédits photo :

Couverture (de gauche à droite, de haut en bas) :

1. © iStockphoto
2. Sous licence CC BY Rodrigo Galindez
3. © iStockphoto
4. © 2008 Edson E. Whitney, avec l'aimable autorisation de Photoshare
5. © 2005 Adnan Kabir, avec l'aimable autorisation de Photoshare
6. © iStockphoto
7. © iStockphoto
8. © 2007 Rajal Thaker, avec l'aimable autorisation de Photoshare
9. © iStockphoto
10. © iStockphoto
11. © iStockphoto
12. © 2005 Alain B. Labrique/JHSPH, avec l'aimable autorisation de Photoshare

p. 13 et 43 (de gauche à droite, de haut en bas) :

1. Sous licence CC BY Video Volunteers(VV)
2. © 2009 Dr Urvish Joshi, avec l'aimable autorisation de Photoshare
3. © 2006 Hugh Rigby/CCP, avec l'aimable autorisation de Photoshare
4. CC BY Video Volunteers(VV)
5. © 2008 Bob Msangi, avec l'aimable autorisation de Photoshare
6. © 2009 Frederick Noronha, avec l'aimable autorisation de Photoshare
7. Sous licence CC BY C G-K

8. © 1997 CCP, avec l'aimable autorisation de Photoshare
 9. © 2007 Rajal Thaker, avec l'aimable autorisation de Photoshare
 10. © 2001 sous licence CCP, avec l'aimable autorisation de Photoshare
 11. © 2007 Arup Haldar, avec l'aimable autorisation de Photoshare
 12. © 2008 Edson E. Whitney, avec l'aimable autorisation de Photoshare
- p. 58 : Sous licence CC BY Rodrigo Galindez
p. 77 : © Photo ONU/Martine Perret
p. 90 : © 2008 Edson E. Whitney, avec l'aimable autorisation de Photoshare
p. 100 : © OSCE/Stephan Weixler/Autriche
p. 106 : CC BY Gorski
p. 117 : © 2003 Justin Fahey, avec l'aimable autorisation de Photoshare
p. 125 : © 2006 Hugh Rigby/sous licence CCP, avec l'aimable autorisation de Photoshare
p. 133 : © 2006 Sara Feldman, avec l'aimable autorisation de Photoshare
p. 144 : © 2007 William Ongala, avec l'aimable autorisation de Photoshare
p. 152 : CC BY Video Volunteers (VV)
p. 157 : © 2009 Docteur Urvish Joshi, avec l'aimable autorisation de Photoshare
p. 170 : sous licence CC BY Video Volunteers (VV)
p. 174 : © 2007 Alfredo L. Fort, avec l'aimable autorisation de Photoshare
p. 176 : sous licence CC BY Paul Keller
-

Création graphique : l'UNESCO
Graphisme de la couverture : l'UNESCO
Mise en pages : l'UNESCO
Impression : l'UNESCO
Imprimé en France

Constitution de l'UNESCO

« ... les États signataires de cette Convention, résolus à assurer à tous le plein et égal accès à l'éducation, la libre poursuite de la vérité objective et le libre échange des idées et des connaissances, décident de développer et de multiplier les relations entre leurs peuples en vue de se mieux comprendre et d'acquérir une connaissance plus précise et plus vraie de leurs coutumes respectives... »

REMERCIEMENTS

Les auteurs expriment leur gratitude à Wijayananda Jayaweera et Vladimir Gai pour leur importante contribution et leur leadership depuis la conceptualisation jusqu'à la préparation finale de ce programme. Les auteurs remercient également les personnes suivantes de leurs conseils et de leurs commentaires :

CONTRIBUTEURS

— Réviseurs :

Irmgarda Kasinskaite-Buddeberg, Spécialiste de programme, UNESCO Paris

Andrew Puddephatt, Directeur, Global Partners and Associates, Londres, Royaume-Uni

Fackson Banda, Spécialiste de programme, UNESCO Paris

Boyan Radoykov, Chef de section, Section pour l'accès universel et la préservation, UNESCO Paris

Indrajit Banerjee, Directeur, Division des sociétés du savoir, UNESCO Paris

Ralph Catts, Chargé de recherche principal, Schools and Social Capital Network, Scottish Applied Educational Research Scheme (AERS)

Jaco Du Toit, Conseiller pour la communication et l'information, UNESCO Windhoek

Misako Ito, Conseillère pour la communication et l'information, UNESCO Rabat

Abel Caine, Spécialiste de programme, UNESCO Paris

— Autres contributeurs :

Jutta Croll, Directeur général, Stiftung Digitale Chancen, Berlin, Allemagne

— Réunion d'experts internationaux pour conseiller sur la stratégie et préparer le programme

Kwam Akyempong, Directeur adjoint, Centre pour l'éducation internationale, Université de Sussex, Brighton, Royaume-Uni

Evelyne Bevort, Directrice déléguée, Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (CLEMI), Paris, France

Fackson Banda, Responsable de la Chaire UNESCO médias et démocratie, Université de Rhodes, Grahamstown, Afrique du Sud

Albert K. Boekhorst, Professeur associé, Département des sciences de l'information, Université de Pretoria, Afrique du Sud

C. K. Cheung, Formateur d'enseignants, Faculté d'éducation, Université de Hong Kong, Chine

Noel Chicuecue, Corps professionnel national, UNESCO Mozambique

Bandula P. Dayarathne, Professeur diplômé et développeur de programme, Institut national d'éducation, et Chargé de cours en éducation aux médias, Université de Colombo, Sri Lanka

Carmila Floyd, Écrivain, journaliste et formateur média, Stockholm, Suède

Divina Frau-Meigs, Vice-Présidente, Association internationale des études et recherche sur l'information (AIERI), Université de Paris – Sorbonne, France

Martin Hadlow, Directeur, Centre pour la communication et le changement social, École de journalisme & communication, Université de Queensland, Brisbane, Australie

Jesus Lau, Directeur, Bibliothèque USBI VER, Universidad Veracruzana, Mexico

Maria Ester Mancebo, Professeur en politiques éducatives, Université de la République, Montevideo, Uruguay

Penny Moore, Chercheur et consultante en éducation, Directrice exécutive, Association internationale des bibliothèques scolaires, Wellington, New Zealand

Renato Opertti, Bureau international de l'éducation, UNESCO Genève

Caroline Pontefract, Chef de la Section pour l'éducation des professeurs, UNESCO Paris

Rasha Omar, Directeur, Département de science technologie, Centre du développement du programme palestinien, Ministère de l'enseignement et l'enseignement supérieur, Ramallah, Territoires palestiniens

José Manuel Perez Tornero, Vice-Président, European Association for Viewers' Interest (EAVI), Secrétaire général, Association internationale d'éducation aux médias (MENTOR), Universidad Autónoma de Barcelona, Spain

Manuel Quintero Quintero, Directeur-Général, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, Mexico

Samy Tayie, Président, Association internationale d'éducation aux Médias (MENTOR), Le Caire, Egypte

Toussaint Tchitchi, Université d'Abomey-Calavi, Bénin

Jordi Torrent, Chef de projet, éducation aux médias, Alliance des civilisations, Nations-Unies

Ramon R. Tuazon, Président, Comité technique pour la communication, commission de l'enseignement Supérieur (CHED), et Président, Institut Asiatique du Journalisme et de la Communication, Philippines

Carolyn Wilson, Présidente, Association pour l'éducation aux médias (AML), Ontario, Canada et professeur, Institut de l'Ontario pour les études en éducation, Université de Toronto, Canada

— Deuxième réunion du groupe d'experts internationaux pour examiner l'avant-projet du programme

Kwam Akyempong, Directeur Adjoint, Centre pour l'éducation internationale, Université de Sussex, Brighton, Royaume-Uni

Evelyne Bevoit, Directrice déléguée, Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (CLEMI), Paris, France

Fackson Banda, Responsable de la Chaire UNESCO Médias et Démocratie, Université de Rhodes, Grahamstown, Afrique du Sud

Albert K. Boekhorst, Professeur Associé, Département des sciences de l'information, Université de Pretoria, Afrique du Sud

C. K. Cheung, Formateur d' Enseignants, Faculté d'Education, Université de Hong Kong, Chine

Noel Chicuecue, Corps Professionnel National, UNESCO Mozambique

Bandula P. Dayarathne, Professeur Diplômé et Développeur de Programme, Institut national d'éducation, et Chargé de cours en Education aux Médias, Université de Colombo, Sri Lanka

Carmila Floyd, Ecrivain, journaliste et Formateur média, Stockholm, Suède

Divina Frau-Meigs, Vice-Présidente, Association internationale des études et recherche sur l'information (AIERI), Université de Paris – Sorbonne, France

Martin Hadlow, Directeur, Centre pour la communication et le changement social, École de journalisme & communication, Université de Queensland, Brisbane, Australie

Jesus Lau, Directeur, Bibliothèque USBIVER, Universidad Veracruzana, Mexico

Maria Ester Mancebo, Professeur en Politiques éducatives, Université de la République, Montevideo, Uruguay

Penny Moore, Chercheur et Consultante en Education, Directrice exécutive, Association internationale des bibliothèques scolaires, Wellington, New Zealand

Renato Opertti, Bureau international de l'éducation, UNESCO Genève

Caroline Pontefract, Chef de section pour l'Éducation des Professeurs, UNESCO Paris

Rasha Omar, Directeur, Département de Science Technologie, Centre du Développement du Programme Palestinien, Ministère de l'Enseignement et l'Enseignement Supérieur, Ramallah, Territoires Palestiniens

José Manuel Perez Tornero, Vice-Président, European Association for Viewers' Interest (EAVI), Secrétaire Général, Association Internationale d'Education aux Médias (MENTOR), Universidad Autónoma de Barcelona, Spain

Manuel Quintero Quintero, Directeur général, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, Mexico

Samy Tayie, Président, Association Internationale d' Education aux Médias (MENTOR), Le Caire, Egypte

Toussaint Tchitchi, Université d'Abomey-Calavi, Bénin

Jordi Torrent, Chef de projet, Education aux Médias, Alliance des Civilisations, Nations-Unies

Ramon R. Tuazon, Président, Comité technique pour la communication, Commission de l'enseignement supérieur (CHED), et Président, Institut asiatique du journalisme et de la communication, Philippines

Carolyn Wilson, Présidente, Association pour l'éducation aux médias (AML), Ontario, Canada et Professeur, Institut de l'Ontario pour les Etudes en Education, Université de Toronto, Canada

— Deuxième réunion du groupe d'experts internationaux pour examiner l'avant-projet du programme

Clement Lambert, Chargé de cours, Arts du Langage/Initiation, Institut d'Education, Université des Antilles, Jamaïque

Susan Moeller, Directeur, Académie de Salzbourg sur les médias et le changement Global (ICMPA), Salzburg, Autriche

Roxana Morduchowicz, Directrice, Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación de la Nación, Buenos Aires, Argentine

Jutta Croll, Directeur général, Stiftung Digitale Chancen, Berlin, Allemagne

Per Lundgren, Membre, Conseil d'Administration, Sommet mondial sur les médias pour les enfants et la jeunesse, Karlstad, Suède

Mouna Benslimane, Enseignante, École des sciences de l'information, Maroc

Ana Naidoo, Vice-Doyen, Faculté de l'Éducation, Université de Pretoria, Afrique du Sud

Asim Abdul Sattar, Doyen, Faculté de l'Éducation, Institut de l'Education Supérieur des Maldives, Maldives

Ramon R. Tuazon, Président, Comité technique pour la communication, Commission de l'enseignement supérieur (CHED), et Président, Institut asiatique du journalisme et de la communication, Philippines

Carolyn Wilson, Présidente, Association pour l'Education aux Médias (AML), Ontario, Canada et Professeur, Institut de l'Ontario pour les Etudes en Education, Université de Toronto, Canada

C. K. Cheung, Formateur, Faculté d'éducation, Université de Hong Kong, Chine

Kwame Akyempong, Directeur adjoint, Centre pour l'Education internationale, Université de Sussex, Brighton, Royaume-Uni

Jordi Torrent, Chef de Projet, Education aux Médias, Alliance des Civilisations, Nations-Unies

Renato Opertti, Spécialiste de Programme, Bureau international de l'Éducation, UNESCO, Genève

— Série d'ateliers régionaux de formation de formateurs et de consultations pour le Sud de l'Afrique, l'Amérique latine et les Caraïbes, et l'Asie du Sud

► Le Sud de l'Afrique

Phindile Maureen Nxumalo, Chef du Département d'Education, Ecole Supérieure William Pitcher, Swaziland

Wandile Sifundza, Editeur de SNAT Newsletter, Association des Enseignants nationaux de Swaziland

Musa Hlophe, Créateur du Programme de mathématiques, Responsable de l'information à la NCC Centre du Programme National, Afrique du Sud

Mafata Paul Mafata, Institut Supérieur de l'Education de Lesotho, Lesotho

Mabataung Metsing, Centre de Développement du Programme national, Afrique du Sud

John Nyambe, Institut national du développement éducatif, Namibie

Gerhard Ngalangi, Chargé de cours, École supérieure de l'éducation de Rundu, Namibie

Allen Chaida, Chargé de cours, École supérieure de l'éducation Caprivi, Namibie

Tulonga Henoch, Chargé de cours, École supérieure de l'éducation Ongwediva, Namibie

Elizabeth Brown, Chargé de cours, Université de Namibie, Namibie

Andrew Stevens, Chargé de cours, Université de Rhodes, Afrique du Sud

Pentecost Nkhoma, Chargé de cours, Université de technologie de Tshwane, Pretoria, Afrique du Sud

Les Meiring, Chargé de cours, Université métropolitaine de Nelson Mandela, Port Elizabeth, Afrique du Sud

Mandie Uys, Chargé de cours, University Nord-Ouest, Afrique du Sud

Gerrit Stols, Université de Pretoria, Afrique du Sud

Ana Naidoo, Vice-Doyen, Faculté de l'Éducation, Université de Pretoria, Afrique du Sud

Mary Anne Hood, Chargé de cours, Université de Fort Hare, Londres de l'Est, Afrique du Sud

Sikhonzile Ndlovu, Responsable de la Formation Média, Gender Links, Johannesburg, Afrique du Sud

Maryna Roodt, Chargé de cours, Université centrale de technologie, Bloemfontein, South Africa

Van Heerden, Chargé de cours, Université de West Cape, Afrique du Sud

Marianne Hicks, Chargé de cours, Études internationales, Université de Monash, Afrique du Sud

Ina Fourie, Professeur associé, Département des sciences de l'information, Université de Pretoria, Afrique du Sud

Johan van Wyk, Bibliothécaire, Université de Pretoria, Afrique du Sud

▶ L'Amérique latine et les Caraïbes

Joseph Mckenzie, Maître de Conférences, Institut supérieur des enseignants de Moneague, Jamaïque

Lorraine Jeanette Campbell, Directeur de l'éducation, Institut supérieur Edna Manley des arts visuels et du Spectacle, Kingston, Jamaïque

Hirfa Morrison, Bibliothécaire, Centre universitaire Excelsior, Kingston, Jamaïque

Zellyne Jennings-Craig, Directeur, École d'Éducation, Université des Antilles, Mona, Jamaïque

Sonia Bennet-Cunningham, Directeur principal, VTDI, HEART Trust/NTA, Kingston, Jamaïque

Deborah Francis, Maître de conférences, St Joseph's Teachers, Kingston, Jamaïque

Dahlia Palmer, Chargé de cours, Institut supérieur des enseignants de Shortwood, Kingston, Jamaïque

Barbara Foster, Coordinateur, Université des Antilles, Mona, Jamaïque

Catherine Gibson, Professeur en Études de Commerce, Institut supérieur de la formation des enseignants d'Erdiston, Barbados

Linda Rozenbald, Formateur pédagogique, École supérieure de formation des enseignants, Leysweg, Suriname

Jennifer Palmer Crawford, Professeur responsable, Professeur d'enseignement, École supérieure Clarence Fitzroy Bryant, Guadeloupe

Royston Emmanuel, Chargé de cours, Centre Universitaire de Sir Arthur Lewis, Saint Lucia

Jacqueline Morris, Chargé de cours, Université de Trinidad et Tobago

Lionel Douglas, Professeur assistant, Université de Trinidad et Tobago

Valentine Telemaque, Professeur particulier ICT, Ecole de Northeast Comprehensive, Wesley, Dominica

Erika Vasquez, Directeur, Département de l'Éducation de Base, Université National de Cota Rica

Sylvia James-Mitchell, Chargé de cours, Centre Universitaire T.A. Marryshow, Grenade

Bob Harris, Journaliste pigiste, PBC TV, Kingston, Jamaïque

Marlon Dixon, Cameraman, PBC TV, Kingston, Jamaïque

Gillian Bernard, Consultant, UNESCO, Kingston, Jamaïque

Elizabeth Terry, Président, ICT4D Jamaïque, et Directeur, projets et partenariat, HEART Trust/NTA

Isidro Fernandez-Aballi, Conseiller pour l'Information et la communication pour la Caraïbe, UNESCO, Kingston, Jamaïque

Erika Walker, Responsable du programme national pour la communication et l'information, UNESCO, Kingston, Jamaïque

Melody Palmer, Directeur du programme et coordinateur du réseau, ICT4D Jamaïque

► L'Asie du Sud

Braza Gopal Bhowmick, Secrétaire, Programme national et conseil des manuels scolaires, Dhaka, Bangladesh

Rayhana Taslim, Professeur assistant, Ecole supérieur de la formation des enseignants, Dhaka, Bangladesh

Shameem Reza, Professeur assistant, Département de la communication de masse et le journalisme, Université de Dhaka, Bangladesh

Jigme Choden, Ministère de l'information et de la communication, Thimphu, Bhutan

Yeshey Yang, Responsable de politique et de planification, Ministère de l'Information et de la Communications, Thimphu, Bhutan

Mohammad Akhtar Siddiqui, Président, Conseil national pour la formation des enseignants (NCTE), New Delhi, Inde

Arul Selvan, Maître de Conférences, École de journalisme et des études en nouveaux médias, IGNOU, New Delhi, Inde

Mahalakshmi Jayaram, Former Faculty, Asia College of Journalism, Chennai

Shuhudha Rizwan, Responsable du Développement de l'Éducation, Centre pour la formation continue, Ministère de l'Éducation, Male, Maldives

Abdul Rasheed Ali, Doyen, Faculté des Lettres, École des Maldives de l'enseignement supérieur, Male, Maldives

Ima Naryan Shrestha, Responsable de formation, Centre national pour le développement éducationnel (NCED), Népal

Shreeram Lamichhane, Institut de Formation des Enseignants, Népal

Anjum Zia, Président, D/O Communication de Masse, Institut universitaire de Lahore pour les Femmes, Pakistan

Table des matières

Avant propos	13
---------------------------	-----------

Partie 1 : Programme et cadre de compétences	15
---	-----------

Partie 2 : Modules principaux et complémentaires	49
---	-----------

Glossaire	197
------------------------	------------

Avant-propos

Nous vivons dans un monde où la qualité de l'information que nous recevons détermine, en grande partie, nos choix et nos actions, y compris notre capacité à jouir des libertés fondamentales et notre capacité d'autodétermination et de développement. Les avancées techniques dans les télécommunications entraînent une prolifération des médias et d'autres diffuseurs d'information grâce auxquels les citoyens accèdent à une grande quantité d'informations et de savoirs. Un défi résulte de ce phénomène, celui d'évaluer la pertinence et la fiabilité de l'information sans qu'aucun obstacle n'empêche les citoyens d'exercer leurs droits à la liberté d'expression et à la liberté d'information. C'est dans ce contexte qu'il faut considérer le besoin d'éducation aux médias et à l'information (EMI). Cette éducation développe un vrai mouvement d'éducation civique qui fait des enseignants les agents principaux du changement.

Ce programme d'Éducation aux médias et à l'information pour les enseignants est une ressource importante pour les États membres dans leur travail continu pour accomplir les objectifs de la Déclaration de Grünwald (1982), la Déclaration d'Alexandrie (2005) et le programme de Paris de l'UNESCO (2007), tous en rapport avec l'EMI. Il innove pour deux raisons. Premièrement, il est tourné vers l'avenir, en s'appuyant sur les tendances actuelles vers la convergence de la radio, la télévision, l'Internet, les journaux, les livres, les archives numériques et les bibliothèques dans une seule plate-forme. De cette façon, et pour la première fois, l'EMI est présentée de façon holistique. Deuxièmement, il est conçu spécialement pour les enseignants et pour une intégration dans le système éducatif formel, lançant ainsi un processus catalytique qui devrait atteindre des millions de jeunes et leur permettre de bâtir des compétences.

L'UNESCO a fait en sorte que la préparation de ce programme d'EMI pour les enseignants bénéficie d'une approche systématique et complète. Le processus de travail sur le texte a inclus la rédaction, la relecture et la validation par des experts dans plusieurs domaines tels que les médias, l'information, les TIC, l'éducation et le développement des programmes. Le travail a commencé en 2008 avec la réunion d'un groupe international d'experts qui a donné un avis sur la stratégie à mettre en place; le repérage global des ressources de formation en EMI, la mise en place de quatre groupes d'experts qui ont préparé l'avant-projet, l'organisation d'une deuxième réunion du groupe international d'experts pour examiner l'avant-projet et une série d'expérimentations de terrain sous forme d'ateliers de formation et de consultations en Afrique du Sud, Amérique latine, Caraïbes et Asie du Sud, enfin la préparation d'un deuxième avant-projet et les corrections finales de langue et de contenu.

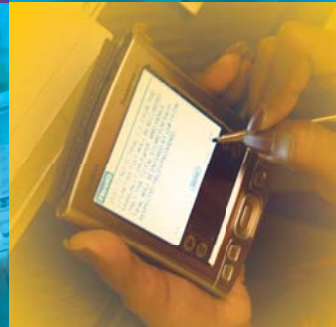
Cette publication est divisée en deux parties. La première partie fournit le cadre général concernant le programme d'EMI et le cadre de compétences qui donnent une vue d'ensemble sur l'argumentaire, l'organisation et les thèmes principaux du programme. Cette partie est complémentaire du programme de l'UNESCO pour les compétences TIC des enseignants (2008). La seconde partie comprend les modules détaillés principaux et complémentaires du programme. Le programme d'EMI pour les enseignants sera traduit en arabe, russe, espagnol et éventuellement en d'autres langues.

La préparation de ce programme est un élément d'une stratégie complète pour développer des sociétés éduquées aux médias et à l'information et pour promouvoir la coopération internationale. Par ailleurs, se mettent en place la préparation d'un cadre global d'Indicateurs pour l'EMI, la création d'un réseau d'universités pour l'EMI, l'articulation de guides pour préparer les politiques et les stratégies nationales en EMI et d'un centre d'informations international sur l'EMI en coopération avec l'Alliance des civilisations des Nations Unies.

L'UNESCO est satisfait de l'intérêt global manifesté envers ce programme d'EMI pour les enseignants. Nous croyons que cet intérêt se traduira en résultats positifs au cours de la deuxième phase de l'initiative : l'adaptation et l'organisation de ce programme dans les institutions de formation d'enseignants dans toutes les régions du monde. Nous espérons que ce programme contribuera, à terme, à l'innovation et au progrès à tous les niveaux de l'éducation.

Nous remercions nos nombreux partenaires qui ont joué un rôle-clé dans ce processus.

Jānis Kārklīš
Sous-directeur général pour
la communication et l'information,
UNESCO



Partie 1

Programme
et cadre de
compétences



INTRODUCTION	18
NOTIONS COMMUNES À L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION	20
AVANTAGES ET CONDITIONS REQUISES D'EMI	23
PRINCIPAUX THÈMES DU PROGRAMME D'EMI POUR LES ENSEIGNANTS	24
LE CADRE DE PROGRAMME	26
POLITIQUE ET VISION D'ENSEMBLE	28
LA CONNAISSANCE DES MÉDIAS ET DE L'INFORMATION POUR LE DÉBAT DÉMOCRATIQUE ET LA PARTICIPATION SOCIALE	29
ÉVALUATION DES MÉDIAS ET DE L'INFORMATION	31
LA PRODUCTION ET L'UTILISATION DES MÉDIAS ET DE L'INFORMATION	32
LES COMPÉTENCES DE BASE DES ENSEIGNANTS	33
LES PÉDAGOGIES DANS L'ENSEIGNEMENT ET L'APPRENTISSAGE DE L'EMI : UTILISER LE PROGRAMME.....	40
Annexe : SÉLECTION DE RESSOURCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION	44

INTRODUCTION

L'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme stipule que « tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression ; ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit ». L'éducation aux médias et à l'information (EMI) offre aux citoyens les compétences nécessaires pour chercher et profiter pleinement des avantages de ce droit humain fondamental.

La réalisation de ce droit est renforcée par la Déclaration de Grünwald de 1982, qui reconnaît la nécessité pour les systèmes politiques et éducatifs de promouvoir la compréhension critique par les citoyens « des phénomènes de communication » et leur participation dans les médias (nouveaux et anciens). Il est en outre renforcé par la Déclaration d'Alexandrie de 2005, qui place l'éducation aux médias et à l'information (EMI) au cœur de la formation tout au long de la vie. Il reconnaît la façon dont l'EMI « permet aux personnes de tous horizons de chercher, évaluer, d'utiliser et de créer l'information pour atteindre leurs objectifs personnels, sociaux, professionnels et éducatifs. C'est un droit humain de base dans un monde numérique qui promeut l'inclusion sociale de toutes les nations. »

18

Les médias et autres diffuseurs d'information comme les bibliothèques, les archives et l'Internet sont largement reconnus comme essentiels pour aider les citoyens à prendre des décisions éclairées. Ils sont aussi le moyen par lequel les sociétés apprennent à se connaître, maintiennent des discours publics et façonnent un sentiment de communauté. Les médias et les canaux d'information peuvent avoir un impact majeur sur la formation tout au long de la vie. Les citoyens ont donc besoin de connaissances de base sur les fonctions des médias et des autres diffuseurs d'information et sur la façon de les évaluer. L'objectif de l'éducation aux médias et à l'information est de transmettre ces connaissances aux usagers.

L'éducation aux médias et à l'information regroupe des connaissances essentielles sur (a) les fonctions des médias et des autres diffuseurs d'information dans les sociétés démocratiques, (b) les conditions dans lesquelles les médias d'information et les diffuseurs d'information peuvent effectivement remplir ces fonctions, et (c) la façon d'apprécier comment ces fonctions sont remplies en évaluant les contenus et les services qu'ils offrent. Ces connaissances devraient, à leur tour, permettre aux usagers d'être en prise avec les médias et les canaux d'information d'une manière significative. Les compétences acquises grâce à l'éducation aux médias et à l'information peuvent doter les citoyens de capacités d'esprit critique leur permettant d'exiger des services de qualité de la part des médias et des autres diffuseurs d'information. Collectivement, elles favorisent un environnement permettant le développement de services de qualité par les médias et les autres diffuseurs d'information.

De toute évidence, compte tenu de leur omniprésence géographique et culturelle, les médias d'information occupent une place plus marquée que les autres médias dans ce cadre de programme et de compétences. Ils représentent un système multiforme de flux d'information. En tant qu'institutions, les médias d'information ont des fonctions spécifiques qu'ils sont censés remplir dans les sociétés démocratiques. Par tradition, les

médias télévisuels – en raison de leur ubiquité et du manque de diversité possible – ont été réglementés pour maintenir un équilibre, alors que la presse écrite ne l'a pas été.

Les systèmes d'auto régulation se sont développés au sein des médias d'information comme une alternative à la régulation étatique afin de laisser une certaine responsabilité à l'intérêt public

Ce système d'autorégulation est étayé par des valeurs éthiques et des principes. À ce titre, le public a des attentes spécifiques à l'égard des médias d'information, ce qui les soumet à des critiques publiques s'ils ne répondent pas à cette attente. Ce cadre fournit donc un prisme au travers duquel les médias d'information peuvent être appréciés selon leurs fonctions, les conditions dans lesquelles ils les exercent, et la manière dont le public s'approprie leur production.

Valoriser l'EMI auprès des étudiants exige que les enseignants soient eux-mêmes formés aux médias et à l'information. Cette orientation initiale en direction des enseignants est une stratégie clé pour atteindre un effet démultiplicateur depuis les enseignants formés vers leurs élèves et pourquoi pas vers la société dans son ensemble. Des enseignants compétents dans ce domaine auront des capacités renforcées pour permettre à leurs élèves d'apprendre à apprendre, d'apprendre de manière autonome, et d'apprendre tout au long de leur vie. En permettant à leurs élèves d'être éduqués aux médias et à l'information, les enseignants assumeront d'abord leur rôle de défenseurs d'une citoyenneté informée et rationnelle, et, ensuite, ils répondraient aux changements dans leur rôle d'éducateurs, au moment où l'enseignement se centre de moins en moins sur l'enseignant et de plus en plus sur l'apprenant. Les enseignants sont plus susceptibles d'adopter le programme d'EMI s'il est relié à des stratégies pédagogiques améliorant la façon dont ils enseignent leurs disciplines. Si l'introduction de l'EMI favorise les changements dans le secteur de l'éducation et par suite dans le développement professionnel des enseignants, d'importants objectifs de ce programme et de ce cadre de compétences seront atteints.

NOTIONS COMMUNES À L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Le programme de l'UNESCO à l'EMI et son cadre de compétences associent deux domaines distincts – celui de l'éducation aux médias et celui de la maîtrise de l'information – sous un seul terme générique : éducation aux médias et à l'information. Comme le montre le tableau 1 on passe à une notion unifiée qui intègre des éléments relevant des deux domaines et qui porte la finalité et les objectifs de l'EMI.

Figure 1 : Les éléments clés de l'éducation aux médias et à l'information

Maîtrise de l'information¹

Définition et formulation des besoins en information	Localisation et accès à l'information	Évaluation de l'information	Organisation de l'information	Utilisation éthique de l'information	Communication et information	Utilisation des compétences TIC pour le traitement de l'information
--	---------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	------------------------------	---

20

Éducation aux médias²

Compréhension du rôle et des fonctions des médias dans les sociétés démocratiques	Comprendre les conditions dans lesquelles les médias remplissent leurs fonctions	Évaluation critique du contenu des médias à la lumière des fonctions médiatiques	Utilisation des médias à des fins d'expression individuelle et de participation démocratique	Évaluation des compétences (y compris TIC) nécessaires pour produire du contenu en tant qu'utilisateur
---	--	--	--	--

D'une part, la maîtrise de l'information met l'accent sur l'importance de l'accès à l'information, son évaluation et son utilisation éthique. D'autre part, 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. Le programme de l'UNESCO à l'EMI et son cadre de compétences destiné aux enseignants intègre ces deux idées. Plusieurs définitions ou conceptualisations de l'éducation aux médias et à l'information renvoient à des compétences qui mettent l'accent sur le développement de compétences fondées sur l'investigation et sur la capacité à faire usage des médias et des canaux d'informations de façon significative quelles qu'en soient les formes et les technologies utilisées. Deux principales écoles de pensée se dégagent sur la question de la relation entre ces domaines convergents – l'éducation aux médias et la maîtrise de l'information. Pour certains, la maîtrise de l'information est considérée

1 Adapté de Ralph Catts et Jesus Lau, 2008.

2 Nous avons fait le choix de ne pas mettre l'accent sur les compétences TIC ou l'éducation numérique. Il ne s'agit pas d'accorder moins d'importance aux TIC, mais plutôt d'admettre que cette question a été suffisamment traitée dans le document de l'UNESCO « Standards de compétences TIC des enseignants », 2008.

comme le champ d'étude principal qui comprend l'éducation aux médias, tandis que pour d'autres, la maîtrise de l'information n'est qu'une partie de l'éducation aux médias, qui est considérée comme le domaine d'étude principal. Toutefois, un groupe d'experts internationaux réunis par l'UNESCO a mis en évidence les différences et les liens existant entre les médias et les autres diffuseurs d'information. Observons les terminologies suivantes utilisées par différents acteurs de ces domaines dans le monde :

- Éducation aux médias
- Maîtrise de l'information
- Sensibilisation à la liberté d'expression et d'information
- Maîtrise documentaire
- Compréhension de l'actualité
- Maîtrise de l'informatique
- Initiation à l'Internet
- Éducation numérique
- Éducation au cinéma
- Éducation aux jeux
- Éducation à la télévision
- Décodage de la publicité

Il existe des relations évidentes entre toutes ces notions (voir figure 2). Ces liens ne sont pas tous expliqués dans ce document cadre. Toutefois, certains font l'objet d'activités dans le module d'introduction (Module 1) du programme d'EMI de l'UNESCO. L'élément essentiel est que lorsque les enseignants connaîtront de mieux en mieux le domaine de l'EMI, ils rencontreront ces termes et devront au moins les comprendre. Nombre de ces terminologies continuent à faire l'objet de débats animés et sont appliquées différemment, selon le contexte professionnel ou les pratiques culturelles des communautés de ceux qui

Figure 2 : L'EMI – Écologie et notions



les utilisent. Globalement, de nombreuses organisations utilisent le terme d'éducation aux médias (EM), qui est parfois accepté comme recouvrant à la fois l'éducation aux médias et la maîtrise de l'information. L'usage par l'UNESCO du terme EMI vise à harmoniser les différentes notions à la lumière de la convergence des plateformes.

Le modèle de programme de l'UNESCO à l'EMI et son cadre de compétences pour les enseignants sont destinés à la formation d'enseignants dans ce domaine dans les pays développés et en voie de développement. L'UNESCO prévoit également que les éducateurs examineront ce cadre et s'engageront dans un processus collectif de mise en forme et d'enrichissement du programme comme un document vivant. Pour cette raison, le programme se concentre uniquement sur les compétences et les aptitudes de base nécessaires qui peuvent parfaitement s'intégrer dans la formation actuelle des enseignants sans mettre trop de pression sur les enseignants stagiaires (déjà surchargés).

AVANTAGES ET CONDITIONS REQUISES D'EMI

L'éducation aux médias et à l'information renforce la capacité des personnes à faire usage de leurs droits fondamentaux, en particulier tels qu'ils sont présentés dans l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme, qui stipule que « Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit ».

Les principaux intérêts de l'EMI sont :

- 1.** Dans le processus d'enseignement et d'apprentissage, il accroît les connaissances des enseignants pour renforcer l'autonomie des futurs citoyens.
- 2.** L'éducation aux médias et à l'information transmet des connaissances cruciales sur les fonctions des médias et des canaux d'informations dans les sociétés démocratiques, une compréhension censée des conditions nécessaires pour exercer ces fonctions convenablement et les compétences de base nécessaires pour apprécier la performance des médias et autres diffuseurs d'informations en fonction des attentes.
- 3.** Une société qui maîtrise les médias et l'information favorise le développement des médias libres, indépendants et pluralistes, et des canaux d'informations ouverts.

23

Afin de profiter des bénéfices de l'EMI, il faudrait que :

- 1.** L'éducation aux médias et à l'information soit considérée comme un tout et comprenne une combinaison de compétences (connaissance, aptitudes et attitudes).
- 2.** Le programme d'EMI permette aux professeurs d'enseigner l'éducation aux médias et à l'information aux étudiants dans le but de leur fournir les outils essentiels à un usage des médias et des canaux d'informations en tant que jeunes citoyens autonomes et rationnels.
- 3.** Les citoyens aient des connaissances sur la localisation et la consommation d'information autant que sur leur production.
- 4.** Les femmes, les hommes et les groupes marginalisés tels que les personnes handicapées, les populations autochtones ou les minorités ethniques aient un accès égal à l'information et au savoir.
- 5.** L'EMI soit considérée comme un outil essentiel pour faciliter le dialogue interculturel, la compréhension mutuelle et une compréhension culturelle des personnes.

PRINCIPAUX THÈMES DU PROGRAMME D'EMI POUR LES ENSEIGNANTS

Le programme et le cadre de compétences de l'EMI doivent être interprétés en fonction des contextes spécifiques dans lesquels ils seront utilisés. En ce sens, c'est un outil malléable qui peut s'adapter à différents contextes nationaux. Fondamentalement, le programme propose une structure pour développer un programme d'études sur l'éducation aux médias et à l'information et à travers divers niveaux d'utilisation des médias et des canaux information. Les compétences mettent en évidence connaissances, aptitudes et attitudes que le programme vise à développer.

Globalement, le programme d'EMI inclus dans cet ensemble vise à aider les enseignants à explorer et à comprendre l'EMI en abordant les points suivants :

24

- Les fonctions des médias et autres diffuseurs d'informations, leurs modes de fonctionnement et les conditions optimales nécessaires pour remplir convenablement ces fonctions.
- Comment procéder à une évaluation critique de l'information dans son contexte de production spécifique et large.
- La notion d'indépendance éditoriale et le journalisme comme discipline de vérification.
- Comment les médias et les autres diffuseurs d'information pourraient contribuer rationnellement à promouvoir les libertés fondamentales et l'apprentissage tout au long de la vie, en particulier pour ce qui concerne la façon dont les jeunes ont accès aux médias et à l'information, les utilisent aujourd'hui, les sélectionnent et les évaluent.
- L'éthique des médias et de l'information.
- Les capacités, les droits et les responsabilités des individus en matière de médias et d'informations.
- Les normes internationales (Déclaration universelle des droits de l'homme), la liberté d'information, les garanties constitutionnelles de la liberté d'expression, les limites nécessaires pour prévenir les atteintes aux droits d'autrui (telles que les incitations à la haine, la diffamation et le non-respect de la vie privée)
- Ce que l'on attend des médias et d'autres diffuseurs d'informations (pluralisme et diversité comme norme).
- Les sources d'information et les systèmes de conservation et d'organisation.
- Les processus d'accès, d'enquête et de détermination des besoins en informations.
- Les outils de localisation et de recherche documentaire.
- Comment comprendre, organiser et évaluer l'information, y compris la fiabilité des sources.
- La création et la présentation de l'information dans divers formats.
- La conservation, le stockage, la réutilisation, l'enregistrement, l'archivage et la présentation de l'information dans des formats utilisables.

- L'utilisation de l'information pour la résolution de problèmes ou pour la prise de décision dans la vie personnelle, économique, sociale et politique. Bien qu'extrêmement important, ce sujet est une extension de l'EMI en grande partie au-delà de la portée de cet enseignement.

LE CADRE DE PROGRAMME

Sur la base des recommandations du groupe d'experts de l'UNESCO concernant l'EMI³ et des modules développés dans le programme, le programme d'EMI pour les enseignants couvre trois principaux domaines thématiques qui sont :

1. La connaissance et la compréhension des médias et de l'information dans la perspective du débat démocratique et de la participation sociale.
2. L'évaluation des textes médiatiques et des sources d'information.
3. La production et l'utilisation des médias et de l'information.

Ils ont été mis en relation avec six domaines clés de l'éducation et du développement de l'enseignant afin de créer le cadre du programme de l'UNESCO à l'EMI pour les enseignants (voir le tableau 1).

Le cadre de programme d'EMI et les modules d'accompagnement ne sont pas normatifs afin de faciliter leur adaptation à des stratégies internationales, régionales et nationales (voir les chapitres « Processus d'adaptation » et « Stratégies d'intégration » de l'Introduction à la Partie 2 du Programme EMI pour plus d'informations). Ils doivent être suffisamment souples pour être adaptés à différents systèmes éducatifs et institutionnels et correspondre aux besoins locaux. Cependant, l'UNESCO estime que toute exposition utile des enseignants à l'EMI doit nécessairement inclure des éléments qui mettent l'accent sur les libertés fondamentales telles qu'énoncées à l'Article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme. Sous quelque forme qu'il soit, le programme d'EMI devra permettre aux enseignants de développer leur compréhension de l'importance de ces droits et libertés fondamentales comme partie intégrante de l'éducation civique, d'abord dans l'environnement de la salle de classe et également dans les environnements à l'échelle locale et mondiale.

Le programme d'EMI est tout aussi pertinent dans l'environnement de la presse écrite et de l'audiovisuel comprenant les journaux, les livres, la radio et la télévision que dans celui des médias d'information en ligne et autres diffuseurs d'information. La formation des enseignants en EMI ne devrait donc pas être réservée à ceux qui ont accès à des technologies de pointe. Elle est également applicable dans des contextes où l'utilisation des technologies de pointe est limitée.

3 Ce document s'appuie sur les recommandations du Groupe international d'experts de l'UNESCO sur le Programme de formation des enseignants à l'Éducation aux Médias et à l'Information, 2008.

Tableau 1 : Le cadre du programme d'EMI pour les enseignants

Dimensions du programme			
Domaines clés du programme	Connaissance des médias et de l'information pour le débat démocratique	Évaluation des médias et de l'information	Production et utilisation des médias et de l'information
Politique et vision	Formation des enseignants éduqués aux médias et à l'information	Éducation des élèves aux médias et à l'information	Favoriser des sociétés éduquées aux médias et à l'information
Programme et évaluation	Connaissance des médias, des bibliothèques, des archives et autres diffuseurs d'informations, leurs fonctions et les conditions nécessaires pour leur fonctionnement.	Compréhension des critères d'évaluation des textes médiatiques et des sources d'information.	Compétences pour découvrir comment les textes médiatiques et l'information sont produits ; le contexte social et culturel de la production d'information ; l'utilisation par les citoyens ; et à quelles fins.
Pédagogie	Intégration des médias et de l'information dans les débats en classe.	Évaluation du contenu des médias et d'autres diffuseurs d'informations pour la résolution de problèmes.	Contenu généré par l'utilisateur et l'utilisation pour l'enseignement et l'apprentissage.
Média et information ⁴	Médias imprimés – journaux et magazines ; diffuseurs d'informations – bibliothèques, archives, musées, livres, revues, etc.	Diffuseurs – radio et télévision	Nouveaux médias – Internet, réseaux sociaux, plateforme de distribution (ordinateurs, téléphones mobiles, etc.).
Organisation et administration	Connaissance de l'organisation de la classe	Collaboration par la maîtrise des médias et de l'information	Application de la maîtrise des médias et de l'information à l'apprentissage tout au long de la vie
Développement professionnel des enseignants	Connaissance de l'EMI pour l'éducation civique, la participation à la communauté professionnelle et à la gouvernance de leurs sociétés	Évaluation et gestion des ressources des médias et de diffuseurs d'informations pour leur formation professionnelle	Direction et citoyen modèle ; soutenir la promotion et l'utilisation de l'EMI pour la formation des enseignants et étudiants

4 Les TIC ont été remplacés par « les médias et l'information » dans ce cadre pour intégrer une nouvelle dimension aux six composants du système éducatif. Il ne s'agit pas pour réduire l'importance des TIC, mais plutôt de reconnaître que ce sujet a suffisamment été traité par l'UNESCO dans les Standards de compétences TIC des enseignants, 2008.

POLITIQUE ET VISION D'ENSEMBLE

Les politiques nationales seront nécessaires pour garantir l'intégration systématique et progressive de l'EMI à tous les niveaux du système éducatif. A la base il faut une bonne compréhension des politiques nationales éducatives, favorisant les lois sur la liberté d'expression et la liberté d'information, et d'autres instruments internationaux connexes sur les libertés ainsi que leurs liens avec les politiques d'éducation aux médias et à l'information. Lorsqu'il n'y a pas de politique d'EMI, on peut se demander : Quel rôle peuvent jouer les enseignants pour en promouvoir le développement ? Si elles existent, sont-elles pertinentes ou correspondent-elles aux nécessités du moment ? Dans quelle mesure reflètent-elles les normes internationales et les meilleures pratiques ? Comment peut-on les réactualiser ? Ainsi, un aspect essentiel du programme d'EMI est un échange concernant « la politique et la vision d'ensemble » de l'éducation aux médias et à l'information, et ses implications pour l'enseignement en général et la formation des enseignants en particulier. Cette discussion devrait aboutir à une analyse de la politique et de la vision d'ensemble et de leurs relations avec la préparation d'enseignants et d'étudiants formés à la maîtrise des médias et de l'information. Enfin, elle devrait attirer l'attention sur le rôle des enseignants dans la promotion de sociétés éduquées aux médias et à l'information.

LA CONNAISSANCE DES MÉDIAS ET DE L'INFORMATION POUR LE DÉBAT DÉMOCRATIQUE ET LA PARTICIPATION SOCIALE

L'objectif de ce vaste domaine thématique est de développer une compréhension critique de la façon dont les médias et l'information peuvent améliorer la capacité des enseignants, des étudiants et des citoyens à travailler avec les médias et à utiliser les bibliothèques, les archives et les autres diffuseurs d'information en tant qu'instruments pour la liberté d'expression, le pluralisme, le dialogue interculturel et la tolérance, et comme sources pour le débat démocratique et la bonne gouvernance. Ce thème englobe une variété de sujets interconnectés faisant référence aux rôles et à l'importance des médias et de l'information, tels que :

- Fournir des canaux à travers lesquels les citoyens peuvent communiquer entre-eux ;
- Diffuser les récits, les idées et l'information ;
- Corriger l'asymétrie de l'information entre les gouvernants et les gouvernés et les agents privés en compétition ;
- Faciliter les débats informés entre les divers acteurs sociaux et encourager le règlement des différends par des moyens démocratiques ;
- Offrir un moyen qui permette à une société de se connaître et de bâtir un sentiment de communauté ;
- Fournir un véhicule d'expression culturelle et de cohésion culturelle au sein des nations et entre elles ;
- Agir en surveillant le gouvernement sous toutes ses formes, promouvoir la transparence dans la vie publique et le contrôle public de ceux qui ont un pouvoir en dénonçant la corruption et les malversations des entreprises ;
- Travailler comme un moyen de stimuler l'efficacité économique ;
- Faciliter le processus démocratique et aider à garantir la tenue d'élections libres et équitables ;
- Agir comme défenseur et acteur social à part entière tout en respectant le pluralisme des valeurs (ex : les médias d'information) ;
- Servir de mémoire collective pour la société (ex : bibliothèques) ;
- Préserver le patrimoine culturel ;
- Ouvrir une porte vers l'information ;
- Aider à réduire les inégalités face au numérique en fournissant un accès pour le grand public ;
- Permettre aux bibliothèques d'être considérées comme des agences d'informations et des centres de ressources pour l'apprentissage ;
- Aider à enseigner, apprendre, apprendre à apprendre (maîtrise de l'information) grâce aux bibliothèques universitaires ;

- Éduquer les usagers des bibliothèques.

(Adapté des Indicateurs de développement des médias de l'UNESCO, 2008)

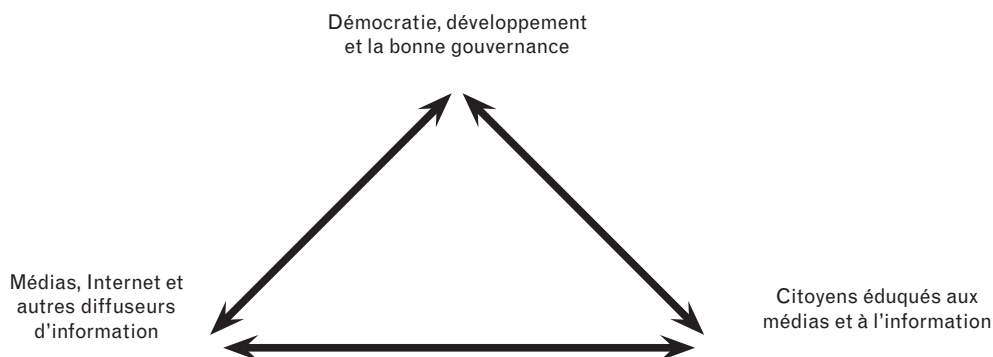
Les piliers fondamentaux de la bonne gouvernance - à savoir, la transparence, la responsabilisation et la participation civique - sont difficiles à mettre en place sans les médias et les diffuseurs d'information ouverts. Ces diffuseurs peuvent servir à impulser une société civile dynamique ou une «culture civique». Ces fonctions intègrent le fait de

- Fournir des informations et des connaissances compréhensibles et pertinentes pour différents groupes de personnes
- Inspirer la loyauté et un engagement durable pour des valeurs et des procédures qui soutiennent la démocratie et la bonne gouvernance.

Le programme d'EMI fournit aux enseignants des contenus nécessaires pour leur permettre d'intégrer l'éducation aux médias et à l'information dans leurs pratiques de classe tout en valorisant la parole des élèves et respectant la représentation des sexes et des genres. Ici, la question est de savoir comment on peut travailler avec les ressources médiatiques et informationnelles pour servir la libre expression et amplifier la parole des individus afin de développer différents types d'interprétations et de perspectives.

Les médias et les diffuseurs d'information mettent à disposition des plates-formes pour élargir l'accès à la formation professionnelle. Dans certains pays, elles peuvent même être utilisées pour la formation ouverte et à distance (FOAD) et pour la formation professionnelle continue (FPC) des enseignants. Le programme explore la façon dont les différents médias et sources d'informations pourraient être utilisés afin d'accroître la participation des enseignants dans leurs propres communautés professionnelles. Les enseignants travaillant dans différents contextes sociaux et lieux géographiques peuvent partager connaissances et informations sur leur formation et leurs pratiques professionnelles.

Figure 3 : L'EMI et son importance pour la démocratie et la bonne gouvernance



ÉVALUATION DES MÉDIAS ET DE L'INFORMATION

La résolution de problèmes et la pensée critique sont au cœur de l'apprentissage dans toutes les disciplines scolaires et dans la vie quotidienne. Les problèmes deviennent des occasions pour une évaluation critique des textes médiatiques et des informations provenant de sources diverses.

L'objectif ici est de développer la capacité des enseignants à évaluer les sources et les informations sur la base notamment des fonctions de service public normalement attribuées aux médias publics, bibliothèques, archives et autres diffuseurs d'information. Un autre objectif est de faire connaître aux enseignants les actions qui peuvent être entreprises lorsque ces institutions s'écartent des rôles attendus. Les enseignants devraient être en mesure d'examiner et de comprendre comment les contenus médiatiques et autres informations sont produits, comment l'information diffusée par ces institutions peut être évaluée, et comment les médias et l'information peuvent être utilisés à des fins diverses. En outre, les enseignants devraient être capables d'explorer la question de la représentation dans différents médias et institutions d'information ainsi que la manière dont les médias locaux et mondiaux traitent la diversité et le pluralisme

Enfin, les enseignants doivent développer la capacité d'évaluer comment les étudiants interprètent les messages médiatiques et les informations provenant de sources diverses.

LA PRODUCTION ET L'UTILISATION DES MÉDIAS ET DE L'INFORMATION

Le programme d'EMI fournit aux enseignants les compétences nécessaires pour travailler avec les plates-formes de médias et d'information pour communiquer et s'exprimer. Cela suppose une connaissance des règles déontologiques liées aux médias et à l'information, fondées sur des normes internationales et incluant des compétences interculturelles. Les enseignants devraient acquérir la capacité de sélectionner, d'adapter et / ou de développer des ressources et des outils pour l'éducation aux médias et à l'information dans le cadre d'objectifs d'enseignement en prenant en compte les besoins particuliers des élèves. En outre, ils devraient développer des compétences afin d'aider les élèves à utiliser ces outils et ces ressources dans leur apprentissage, en particulier pour ce qui concerne l'investigation et la production médiatique.

La production et l'utilisation des médias devraient favoriser une pédagogie centrée sur l'élève qui encourage la recherche et la réflexion chez les élèves. L'apprentissage par la pratique est une dimension importante de l'acquisition des connaissances au XXI^e siècle. La production de médias ouvre un boulevard de possibilités aux étudiants pour se plonger dans l'apprentissage par la pratique par le biais de la production de textes et d'images dans un environnement participatif. Les enseignants doivent jouer un rôle actif dans ce processus si les étudiants sont censés développer des compétences dans le domaine de l'apprentissage participatif.

32

Les contenus produits par les utilisateurs deviennent un attrait dominant pour les médias qu'ils soient nouveaux ou traditionnels. La motivation dominante des jeunes pour accéder à Internet sur différentes plates-formes de diffusion repose toujours sur le désir d'interagir avec d'autres usagers des réseaux sociaux. Cela ne se limite pas aux pays développés : en Afrique et en Asie du Sud, de plus en plus de citoyens ont accès aux médias mobiles qu'ils utilisent pour envoyer et recevoir des messages et participer aux débats sur les questions sociales et politiques qui affectent leurs vies.

Au fur et à mesure que les enseignants développent des compétences et prennent confiance dans leur démarche de production et d'utilisation des médias et de l'information pour leurs pratiques d'enseignement, ils tendent à devenir des éléments pionniers pour la promotion de l'éducation aux médias et à l'information au sein des programmes scolaires. En développant leurs compétences dans l'enseignement de l'EMI pour divers usages, les enseignants deviennent les porte-drapeaux de l'EMI dans le système scolaire et dans la société au sens large.

LES COMPÉTENCES DE BASE DES ENSEIGNANTS

Le tableau 2 présente les objectifs généraux du programme et les compétences de base des enseignants. Les enseignants doivent acquérir et justifier de ces compétences en fonction de chacun des éléments du cadre de programme d'EMI. Le tableau 2 présente l'ensemble des résultats attendus.

Tableau 2 : Objectifs du programme d'EMI de l'UNESCO et compétences des enseignants

Domaines du Programme	Objectifs du programme	Compétences des enseignants
Politique et vision d'ensemble	Sensibiliser les enseignants aux politiques et à la vision d'ensemble nécessaires à l'EMI	Les enseignants doivent comprendre les politiques nécessaires pour promouvoir l'EMI et envisager comment elles pourraient être mises en œuvre dans l'éducation (et la société). Ils doivent comprendre comment l'EMI contribue aux compétences de vie quotidienne et à une formation plus ample dans le contexte de l'éducation civique.
Programme et évaluation	Mettre l'accent sur l'utilisation des ressources en EMI et sur leur application	Les enseignants doivent comprendre comment l'éducation aux médias et à l'information pourrait être utilisée dans les programmes scolaires. Ils doivent être en mesure d'évaluer de façon critique les textes des médias et les sources d'information à la lumière de leurs fonctions attribuées. A cet effet, ils doivent sélectionner une large gamme de matériel pédagogique à partir des ressources médiatiques et d'information. Ils doivent avoir les compétences pour évaluer la compréhension de l'EMI par les élèves.
Maîtrise des médias et de l'information	Améliorer la connaissance de l'ensemble des médias et des autres diffuseurs d'informations tels que les bibliothèques, les archives et l'Internet.	Les enseignants doivent connaître et comprendre comment les médias et autres diffuseurs d'information ont évolué vers les formes actuelles. Ils doivent développer des compétences pour utiliser les technologies disponibles pour atteindre des publics différents, depuis la presse écrite jusqu'aux nouveaux médias. Ils doivent être en mesure d'utiliser divers médias et ressources d'information pour développer la pensée critique, les compétences de résolution de problèmes et les transmettre à leurs élèves.
Organisation et administration	Améliorer les capacités des enseignants à organiser l'espace de la classe pour une participation effective à tout enseignement et apprentissage, et pour que les médias et les ressources d'information soient parties intégrantes de sa réalisation.	Les enseignants éduqués aux médias et à l'information doivent comprendre comment s'organise une classe. Ils doivent être capables de créer les conditions d'enseignement et d'apprentissage qui maximisent l'utilisation de divers médias et autres diffuseurs d'information pour l'éducation civique et l'apprentissage tout au long de la vie, y compris dans l'organisation de l'apprentissage de manière à faire que la salle de classe devienne un espace où l'on respecte les différents points de vue et perspectives indépendamment de l'origine et du sexe.
Pédagogie	Introduire dans les pratiques pédagogiques des enseignants les changements nécessaires à l'éducation aux médias et à l'information.	Les enseignants éduqués aux médias et à l'information doivent acquérir les compétences pédagogiques nécessaires pour enseigner. Ils doivent avoir les compétences pour enseigner l'EMI, dans une perspective de bonne gouvernance, de développement et de dialogue interculturel. Ils doivent s'intéresser aux interactions ou réactions des élèves avec les médias comme première étape dans le processus de développement de leur apprentissage des médias et de l'information. En outre, les enseignants doivent comprendre les concepts essentiels, les outils de recherche, et les structures de la discipline de l'EMI pour créer des expériences d'apprentissage compréhensibles par les étudiants et les préparer à leur rôle de citoyens.

Domaines du Programme	Objectifs du programme	Compétences des enseignants
Développement professionnel des enseignants	Promouvoir la formation des enseignants sur la base de l'utilisation des médias et des ressources d'information à l'apprentissage tout au long de la vie et au développement professionnel.	Ils doivent avoir les compétences nécessaires pour utiliser les médias et la technologie afin d'accéder à l'information et acquérir des connaissances disciplinaires et pédagogiques indispensables à leur propre développement professionnel.

Ce cadre présente neuf modules principaux, deux modules complémentaires et trois unités visant à compléter certains modules du programme d'EMI. Les modules fournissent un aperçu du contenu et des activités qui peuvent être adaptés par les enseignants et les institutions de formation des enseignants dans leurs pays respectifs. La liste des compétences qui suit est présentée avec des liens vers les modules du programme, les séquences et les thèmes d'EMI. Elle met en lumière connaissances et compétences spécifiques que les enseignants doivent acquérir au fur et à mesure de leur progression dans les modules. Lorsque les modules sont sélectionnés pour un programme particulier d'EMI dans la formation des enseignants, ils doivent couvrir la plupart de ces compétences.

Compétence EMI 1 : Comprendre le rôle des médias et de l'information dans la démocratie

34

Les modules du programme d'EMI associés à cette compétence comprennent :

Module 1, La citoyenneté, la liberté d'expression et d'information, l'accès à l'information, le débat démocratique et la formation tout au long de la vie ; **Module 2**, Comprendre les informations, la déontologie des médias et l'éthique de l'information ; **Module 9**, La communication, l'EMI et l'apprentissage - un module de synthèse.

L'enseignant en EMI commencera à se familiariser avec les fonctions des médias et autres diffuseurs d'information et comprendre leur importance pour la citoyenneté et la prise de décision éclairée.

L'acquisition de cette compétence doit permettre à l'enseignant d'être capable de :

- Identifier, décrire et évaluer les fonctions des médias de service public et autres diffuseurs d'information dans les sociétés démocratiques.
- Faire preuve d'une compréhension de concepts clés tels que la liberté d'expression, l'accès à l'information et les droits fondamentaux inscrits à l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme (DUDH).
- Interpréter et décrire la relation entre l'éducation aux médias et à l'information, la citoyenneté et la démocratie.
- Décrire le pluralisme des médias, les liens entre les médias et les diffuseurs d'information, le dialogue interculturel et leur importance.
- Décrire l'indépendance éditoriale.

- Expliquer le journalisme comme discipline de contrôle dans le cadre d'une mission de service public.
- Décrire les règles déontologiques des médias et l'éthique de l'information et être en mesure de déterminer à quel moment elles ont été violées.

Compétence EMI 2 : Comprendre le contenu des médias et ses utilisations

Les modules du programme d'EMI associés à cette compétence comprennent :

Module 2, Comprendre les informations, la déontologie des médias et l'éthique de l'information ; **Module 3**, La représentation dans les médias et l'information ; **Module 4**, Les langages dans les médias et l'information ; **Module 10**, Le public ; **Module 5**, La publicité.

L'enseignant d'EMI sera en mesure de démontrer une connaissance et une compréhension des usages que les gens font des médias dans leur vie personnelle et publique, les relations entre les citoyens et le contenu des médias, ainsi que l'utilisation des médias à des fins diverses.

L'acquisition de cette compétence doit permettre à l'enseignant d'être capable de :

- Interpréter et établir des liens entre les documents médiatiques, leur contexte et les valeurs mises en avant par les médias.
- Utiliser des stratégies d'analyse des stéréotypes dans les médias (par exemple, reconnaître les stéréotypes qui servent les intérêts de certains groupes dans la société au détriment des autres ; identifier les techniques qui perpétuent les stéréotypes dans les médias visuels).
- Identifier, analyser et critiquer une variété de techniques utilisées dans la publicité qui sont en contradiction avec les normes internationales et les codes de bonnes pratiques.
- Explorer les représentations, les fausses représentations et le manque de représentation dans les documents médiatiques et d'information.
- Comprendre et décrire les caractéristiques et l'importance des télédiffuseurs de service public (TSP).

35

Compétence EMI 3 : Accéder à l'information de façon efficace et efficiente

Les modules du programme EMI associés à cette compétence comprennent :

Module 1, La citoyenneté, la liberté d'expression et d'information, l'accès à l'information, le débat démocratique et la formation tout au long de la vie ; **Module 7**, Les opportunités et les défis de l'Internet ; **Module 8**, La maîtrise de l'information et les compétences documentaires.

L'enseignant d'EMI sera en mesure de déterminer le type d'information nécessaire pour une tâche précise et d'accéder à l'information d'une manière efficace et efficiente.

L'acquisition de cette compétence doit permettre à l'enseignant d'être capable de :

- Sélectionner les approches efficaces et efficientes pour accéder aux informations dont il/elle a besoin à des fins d'investigation ou récupération d'informations.
- Identifier les mots clés et les termes associés pour accéder aux informations requises.
- Identifier une variété de types et de formats pour les potentielles sources d'informations.
- Décrire les critères utilisés pour prendre des décisions et faire des choix d'informations.

Compétence EMI 4 : Évaluer l'information et les sources d'information de manière critique

Les modules du programme d'EMI associés à cette compétence comprennent :

Module 3, La représentation dans les médias et l'information ; **Module 5**, La publicité ; **Module 7**, Les opportunités et les défis de l'Internet ; **Module 8**, La maîtrise de l'information et les compétences documentaires ; **Module 9**, La communication, l'EMI et l'apprentissage - un module de synthèse.

36

L'enseignant d'EMI pourra évaluer de façon critique l'information et ses sources et saura intégrer les informations choisies pour la résolution de problèmes et l'analyse des idées.

L'acquisition de cette compétence doit permettre à l'enseignant de :

- Démontrer sa capacité à examiner et à comparer les informations provenant de diverses sources afin d'évaluer leur fiabilité, validité, exactitude, autorité, actualité et positionnement.
- Utiliser un ensemble de critères (ex : la clarté, la précision, l'efficacité, le positionnement, la pertinence des faits) pour évaluer les médias d'information (ex : les sites web, les documentaires, les publicités, les programmes d'informations).
- Reconnaître les préjugés, la tromperie ou la manipulation.
- Reconnaître les contextes culturels, sociaux ou autres au sein desquels l'information a été créée et comprendre l'impact du contexte sur l'interprétation des informations.
- Comprendre la gamme de technologies liées aux médias et étudier l'interaction des idées.
- Comparer les connaissances nouvelles aux connaissances antérieures pour déterminer la valeur ajoutée, les contradictions ou d'autres caractéristiques particulières de l'information.

- Déterminer le degré de précision en interrogeant la source des données, les limites des outils ou des stratégies de collecte de l'information et la cohérence des conclusions.
- Utiliser toute une gamme de stratégies pour interpréter les textes médiatiques (ex : tirer des conclusions, faire des généralisations, synthétiser des ressources, se référer à des images ou à des informations dans les médias visuels pour justifier une opinion, déconstruire les médias afin de déterminer les partis pris implicites et décoder le message sous-jacent).

Compétence EMI 5 : Utiliser les formats de médias traditionnels et nouveaux

Les modules du programme EMI associés à cette compétence comprennent :

Module 6, Les Médias nouveaux et traditionnels ; **Module 7**, Les opportunités et les défis de l'Internet ; **Module 3**, Unité 5, L'édition numérique et la retouche informatique ; **Module 4**, Unité 4, Les prises de vue et les angles transmettant le sens

L'enseignant d'EMI sera en mesure de comprendre les usages de la technologie numérique, des outils et des réseaux de communication pour la collecte de l'information et la prise de décisions.

L'acquisition de cette compétence doit permettre à l'enseignant de :

- Comprendre les bases de la technologie numérique, des outils et des réseaux de communication et leur utilisation dans différents contextes à des fins diverses.
- Utiliser une large gamme de « textes » médiatiques afin d'exprimer ses propres idées à travers des supports multiples (ex. : imprimé traditionnel, électronique, etc.).
- Entreprendre des recherches élémentaires d'informations en ligne.

37

Compétence EMI 6 : Situer le contexte socioculturel du contenu des médias

Les modules du programme d'EMI associés à cette compétence comprennent :

Module 1, La citoyenneté, la liberté d'expression et d'information, l'accès à l'information, le débat démocratique et la formation tout au long de la vie ; **Module 2**, Comprendre les informations, la déontologie des médias et l'éthique de l'information ; **Module 3**, La représentation dans les médias et l'information ; **Module 11**, Les médias, la technologie et le village mondial.

L'enseignant d'EMI sera en mesure de démontrer une connaissance et une compréhension de ce que tout contenu médiatique est produit dans un contexte social et culturel

L'acquisition de cette compétence doit permettre à l'enseignant de :

- Analyser et expliquer comment les règles et les attentes qui régissent les genres médiatiques peuvent être manipulées à des effets ou des objectifs particuliers.
- Produire des textes médiatiques en fonction des perspectives et représentations diverses
- Démontrer la capacité à évaluer de manière critique le contenu des médias locaux et les messages qu'ils reçoivent ou produisent pour l'exercice d'une citoyenneté démocratique et la diversité culturelle.
- Comprendre comment le montage façonne le sens dans les médias visuels et leurs messages (ex. : omission de perspectives alternatives, points de vue filtrés ou implicites, accent mis sur des idées précises, etc.)

Compétence EMI 7 : Promouvoir l'EMI parmi les étudiants et gérer les changements requis

Les modules du programme EMI associés à cette compétence comprennent :

Module 1, La citoyenneté, la liberté d'expression et d'information, l'accès à l'information, le débat démocratique et la formation tout au long de la vie ; **Module 9**, La communication, l'EMI et l'apprentissage – un module de synthèse; Les médias et l'information pour l'apprentissage ; Le débat démocratique ; et tous les autres modules.

38

L'enseignant d'EMI sera en mesure d'utiliser les connaissances et les aptitudes acquises pour promouvoir l'éducation aux médias et à l'information chez les étudiants et gérer les changements nécessaires dans le milieu scolaire.

L'acquisition de cette compétence doit permettre à l'enseignant de :

- Comprendre comment des élèves différents intègrent les productions et les événements médiatiques dans leur propre vie.
- Comprendre et utiliser les différentes activités pédagogiques pour stimuler les compétences des élèves dans la maîtrise des médias et de l'information.
- Démontrer la capacité à aider les élèves à choisir les approches les plus appropriées (ex. : les systèmes de recherche d'informations) pour accéder aux informations nécessaires.
- Démontrer la capacité à aider les élèves pour évaluer de manière critique l'information et ses sources au moment d'intégrer une information pertinente dans leur base de connaissances.
- Utiliser la connaissance des techniques de communication verbales et non verbales des médias afin de favoriser la recherche active, la collaboration et la communication libre et ouverte entre les élèves.
- Comprendre et utiliser des stratégies d'évaluation formelle et informelle pour développer chez les étudiants les connaissances et les compétences pour lire, regarder et écouter de façon critique.

- Utiliser les outils de l'éducation aux médias et à l'information pour favoriser un environnement d'apprentissage plus participatif pour les étudiants.
- Utiliser les anciennes ou les nouvelles technologies des médias pour créer un lien avec les connaissances acquises à l'école et en dehors de l'école, en particulier pour les étudiants qui ne sont plus scolarisés.
- Utiliser les TIC en classe pour aider les élèves à les utiliser dans le cadre de leur apprentissage et les sources de médias mises à leur disposition à travers les TIC.
- Utiliser l'éducation aux médias et à l'information pour élargir la participation à l'apprentissage.
- Utiliser les connaissances et les compétences acquises dans la formation pour développer les aptitudes des élèves à utiliser les ressources médiatiques et documentaires comme outils de recherche et d'apprentissage.
- Utiliser les connaissances et les compétences acquises dans la formation pour développer les aptitudes des élèves à évaluer les médias et l'information ainsi qu'à comprendre les questions éthiques liées à l'éducation aux médias et à l'information.

LES PÉDAGOGIES DANS L'ENSEIGNEMENT ET L'APPRENTISSAGE DE L'EMI : UTILISER LE PROGRAMME

Les approches pédagogiques présentées ci-dessous sont à la base des stratégies utilisées tout au long des modules du programme d'EMI.

I. L'approche « problématique – recherche »

L'approche « Problématique-Recherche » est une approche d'apprentissage centrée sur l'élève où la recherche principale met l'accent sur les questions liées à l'éducation aux médias et à l'information dans la société contemporaine. Cet apprentissage intègre de nombreux points liés à l'apprentissage de la recherche, à la résolution de problèmes et la prise de décision, par lesquels les apprenants acquièrent de nouvelles connaissances et compétences à partir des étapes de recherche suivantes : identifier la 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. C'est une méthode appropriée pour enseigner l'EMI car les étudiants ont l'occasion d'explorer les problématiques en profondeur.

40

Voici quelques exemples de cette approche dans l'EMI : étudier les représentations des races et des genres par l'analyse des médias ; explorer les relations entre la vie privée et les médias par l'analyse de documents primaires et secondaires ; explorer le thème de la cyber-intimidation au moyen d'une recherche ethnographique.

II. L'apprentissage par problèmes (APP)

L'apprentissage par problèmes est un programme et une méthode didactique qui développe simultanément chez les élèves les bases et les aptitudes liées à la connaissance interdisciplinaire, ainsi que la pensée critique et les stratégies de résolution des problèmes. C'est à la Faculté de Médecine de l'Université McMaster dans l'Ontario, que cette méthode a vu le jour. C'est un mode d'apprentissage coopératif très structuré visant à améliorer les connaissances individuelles et collectives en engageant les étudiants dans une démarche de recherche critique et approfondie à partir de problèmes de la vie réelle. Les objectifs d'apprentissage, les questions et les méthodes de recherche et les résultats sont tous gérés par les étudiants.

Un exemple d'apprentissage par problèmes en EMI serait la conception d'une campagne efficace de marketing social pour un public particulier.

III. L'enquête scientifique

Une enquête scientifique renvoie à un ensemble de techniques qu'utilisent les scientifiques pour explorer le monde naturel et proposer des explications fondées sur les preuves qu'ils trouvent. Le processus d'enquête est souvent présenté sous la forme d'un ensemble simplifié d'étapes appelé le cycle d'enquête, qui comprend des activités telles que : faire des observations ; poser des questions ; vérifier ce qui est déjà connu ; planifier les recherches ; revoir les connaissances anciennes à la lumière des preuves expérimentales ; utiliser des outils afin de recueillir, analyser et interpréter les données ; proposer des explications ; et communiquer les résultats. Cette méthode pourrait aussi être adaptée à l'enseignement de l'EMI.

Exemples d'enquête scientifique : réaliser une étude sur l'impact de la violence dans les médias ; étudier le rôle des communautés en ligne.

IV. L'étude de cas

La méthode de l'étude de cas implique un examen en profondeur d'une seule situation ou d'un événement unique. Elle se pratique de façon intensive à la Harvard Business School, où les étudiants utilisent des incidents pris dans la vie réelle pour voir comment les connaissances théoriques peuvent être appliquées à des cas réels. Cette approche est adaptée à l'enseignement d'EMI car les élèves sont exposés quotidiennement à diverses formes de messages tirés des médias et d'autres diffuseurs d'informations. Elle offre une méthode systématique d'observation des événements, de collecte de données, d'analyse de l'information et de communication des résultats, ce qui en retour permet un apprentissage par la recherche pour les élèves. Les élèves peuvent acquérir une compréhension plus profonde et plus minutieuse des raisons pour lesquelles des événements ou des situations ont surgi comme ils l'ont fait. L'étude de cas se prête également à la production et à l'épreuve d'hypothèses.

Par exemple, les élèves peuvent entreprendre une étude de cas sur la stratégie d'une campagne de marketing, la sortie d'un film à succès, d'un livre de meilleure vente ou d'un autre produit de grande diffusion médiatique.

V. L'apprentissage coopératif

L'apprentissage coopératif renvoie à une approche pédagogique qui fait travailler les élèves ensemble pour atteindre des objectifs communs. 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. Ils visent tous à acquérir des aptitudes comme le développement de la compréhension des concepts et d'une pensée plus élaborée, de meilleures compétences interpersonnelles, une attitude plus positive envers soi-même et l'école, et une réflexion sur la façon de gérer l'hétérogénéité dans les classes qui ont un large éventail de niveaux dans les compétences de base. C'est une méthode appropriée pour l'apprentissage et l'enseignement de l'EMI qui nécessitent de partager les idées et d'apprendre les uns des autres.

Un exemple de l'apprentissage coopératif : travailler en collaboration dans un espace wiki.

VI. L'analyse textuelle

Les étudiants apprennent à entreprendre une analyse textuelle en identifiant les codes et les conventions de différents genres médiatiques. Cette analyse sémiotique doit permettre de parvenir à une compréhension plus poussée des concepts clés. Ainsi, 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 élèves apprennent à identifier les codes «techniques», «symboliques» et «narratifs» pour n'importe quel texte médiatique. Là où cela est possible, ce type d'analyse textuelle doit se produire dans des contextes significatifs, plutôt que comme un exercice académique sans autres objectifs.

Un exemple on pourrait demander aux élèves de choisir un extrait de texte médiatique pour lequel ils ont de l'intérêt. Cela pourrait être un article d'informations, une vidéo de YouTube ou un clip vidéo tiré d'une source d'informations en ligne. Mettez les élèves en groupes et aidezles à analyser le public, le but, l'auteur, les caractéristiques techniques et textuelles ainsi que le contexte.

VII. L'analyse contextuelle

On montre aux élèves comment procéder à une analyse contextuelle de base en s'appuyant en particulier sur les concepts clés d'institutions et de technologies, mais aussi sur un ensemble d'approches théoriques.

42 Exemples d'analyse et de pédagogie contextuelles : aider les élèves à connaître des sujets tels que les systèmes de classification pour le cinéma, la télévision et les jeux vidéo existant en Australie, les liens entre la propriété et la concentration des médias et les questions de démocratie et de liberté d'expression.

VIII. Les réécritures

Cette approche pédagogique peut prendre différentes formes et peut être utilisée pour une variété de supports médiatiques. Les élèves peuvent prendre un article de journal qu'ils ont écrit au sujet d'un incident au lycée ou à l'université et le transformer en un sujet d'information radiophonique podcastable. Ou bien ils voient un bref extrait de film pour enfants et travaillent en petits groupes pour dessiner un story-board qui correspond à la scène, en identifiant les plans, les angles et les transitions qui ont été utilisés.

D'autres exemples : les élèves peuvent également choisir un conte de fées et le convertir en story-board à filmer. Ils peuvent également rassembler une série de documents visuels existant liés à la vie d'une personne et les utiliser comme point de départ pour préparer et réaliser un court documentaire sur cette personne.

IX. Les simulations

La simulation est fréquemment utilisée comme stratégie dans les unités de programmes relatifs au cinéma et aux médias. Les formateurs utilisent la simulation pour montrer aux élèves à quoi « ressemble » l'apprentissage des médias. Le formateur prend le rôle de l'enseignant et les formés celui d'écoliers, du moins pour ce qui est de réaliser les activités. Cette stratégie est discutée avec les étudiants comme un processus pédagogique.

Exemples : les élèves tiennent le rôle d'une équipe de télévision produisant une émission de télévision pour les jeunes, ou celui de journalistes de web-radio interrogeant un enseignant de médias pour une diffusion en podcast, ou encore celui d'une équipe de marketing de l'université réalisant une vidéo promotionnelle sur la vie à l'université et destinée aux futurs étudiants.

X. La production

Cette approche implique d'apprendre par la pratique ce qui est une dimension importante de l'acquisition du savoir au XXI^e siècle. Les élèves doivent être encouragés à envisager l'apprentissage à un niveau plus profond et plus significatif. La production de contenu médiatique et informationnel offre aux étudiants l'occasion de se plonger dans l'apprentissage par la découverte et la pratique. Par la production de textes médiatiques (ex. : audio, vidéo et/ou imprimé), les élèves peuvent découvrir la créativité et exprimer leurs propres opinions, idées et perspectives.

Par exemple, les étudiants utilisent des logiciels comme iMovie ou Moviemaker (ou bien d'autres logiciels libres et gratuits) afin de créer un récit numérique d'une minute sur un problème lié à l'environnement ou à un autre sujet d'intérêt.

ANNEXE : Sélection de ressources en éducation aux médias et à l'information

1. L'éducation aux médias : un kit pour les enseignants, les élèves, les parents et les professionnels

Il est publié en anglais, français et arabe par l'UNESCO. Le kit est en partie un produit du projet MENTOR initié par l'UNESCO et soutenu par la Commission européenne. Il s'agit d'une première tentative pour créer un kit complet dans le domaine de l'EMI. Ce programme d'EMI pour enseignants complète et renforce le kit en se centrant particulièrement sur la formation des enseignants.

Parmi les questions abordées par le kit on trouve : En quoi consiste l'éducation aux médias ? Qui doit s'en charger ? Comment l'inclure dans un programme d'enseignement ? En dehors des écoles, les familles ont-elles leur mot à dire en la matière ? Les professionnels peuvent-ils y participer et comment ? Quelles stratégies le public doit-il adopter pour gérer les intérêts et les limites des médias ?

Le kit contient une proposition pour un programme modulaire, un manuel pour les enseignants, un manuel pour les étudiants, un guide pour les parents, un guide des relations déontologiques avec les professionnels et un manuel de maîtrise de l'Internet.

Consultez ce lien : <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278f.pdf>

2. Indicateurs de développement des médias de l'UNESCO

Il s'agit d'un ensemble d'indicateurs internationalement approuvés, traduits en plusieurs langues, choisis afin d'évaluer si les conditions nécessaires pour que les médias et services d'information puissent remplir leurs fonctions de service public. Les indicateurs doivent aider à suivre cinq types de conditions liées entre elles : le système de régulation ; le pluralisme et la diversité des médias ; les médias comme plateforme pour un débat démocratique ; le renforcement des capacités professionnelles ; et les capacités infrastructurelles.

Consultez ce lien : <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102f.pdf>

3. Réunion internationale sur « L'éducation aux médias – Avancées, obstacles, orientations nouvelles depuis Grünwald : vers un changement d'échelle ? »

Cette rencontre internationale a été organisée à Paris en juin 2007 par la Commission française pour l'UNESCO en partenariat avec l'UNESCO, et avec le soutien du Ministère français de l'éducation et du Conseil de l'Europe.

Consultez le lien : http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Synthesis_en.pdf

4. L'autonomisation par l'éducation aux médias

Il s'agit d'une publication produite par NORDICOM, Centre d'information international, à l'Université de Göteborg avec le soutien de l'UNESCO. Le livre s'appuie sur la première Conférence internationale sur l'éducation aux médias dans le Moyen-Orient qui s'est tenue à Riyad en mars 2007 (également soutenue par l'UNESCO) et sur la réunion internationale sur « L'éducation aux médias - Avancées, obstacles, orientations nouvelles depuis Grünwald : vers un changement d'échelle ? » qui s'est tenue à Paris en juin 2007.

45

Quand on débat de sujets relatifs à la démocratie et au développement, nous oublions souvent qu'une condition préalable à leur établissement est l'existence de citoyens éduqués aux médias. Une condition préalable importante pour l'autonomisation des citoyens repose sur un effort concerté pour améliorer la maîtrise des médias et de l'information - les compétences contribuant à renforcer les capacités critiques et les aptitudes de communication qui permettent à l'individu d'utiliser les médias et la communication à la fois comme outils et comme moyen d'articuler le processus de développement et de changements sociaux, en améliorant la vie quotidienne et donnant aux gens les possibilités d'influencer le cours de leur propre vie.

L'éducation aux médias et à l'information est nécessaire pour tous les citoyens, et elle est d'une importance décisive pour la jeune génération - tant dans le cadre de leur rôle de citoyens et de membres actifs dans la société, que dans leur apprentissage, leur expression culturelle et leur épanouissement personnel. L'éducation aux médias est un élément fondamental pour le développement d'une société éduquée aux médias et à l'information. Mais on discute trop souvent de ces questions en ayant comme cadre de référence la culture médiatique du monde occidental. Il devient prioritaire de s'ouvrir davantage aux idées non occidentales et aux approches interculturelles. L'internationalisation est à la fois enrichissante et nécessaire du fait de notre intérêt commun pour des paradigmes plus larges et plus inclusifs.

Consulter le lien : http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=258&me=3

5. Introduction à la maîtrise de l'information

Dans cette publication, le Programme d'information pour tous de l'UNESCO (PIPT) définit la maîtrise de l'information dans un langage simple et sans jargon technique. La publication s'adresse à un public très diversifié tel que les représentants du gouvernement, les fonctionnaires intergouvernementaux, les professionnels de l'information, les enseignants, les gestionnaires de ressources humaines dans tous les types d'organisations qu'elles soient à but lucratif ou non.

Un extrait : « Tout au long de la vie, plus on apprend et plus on connaît, mais surtout plus vite on maîtrise et adopte des capacités, habitudes et attitudes d'apprentissage efficaces- trouver comment, où, auprès de qui et quand rechercher et extraire l'information dont on a besoin mais qu'on n'a pas encore acquise- plus on maîtrise l'information. L'aptitude à appliquer et à utiliser ces capacités, habitudes et aptitudes permet de prendre des décisions judicieuses en temps opportun pour faire face aux difficultés qui peuvent survenir sur les plans personnel et familial comme sur les plans de la santé et du bien-être, de l'éducation, de l'emploi, de la citoyenneté et autres. »

Consultez le lien : <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020f.pdf>

6. Vers des indicateurs de la maîtrise de l'information

46

Ce document fournit un cadre conceptuel de base pour mesurer la maîtrise de l'information. La publication comprend une définition de la maîtrise de l'information ; un modèle qui relie la maîtrise de l'information à d'autres compétences des adultes, telles que les compétences en TIC et une description des standards de la maîtrise de l'information dans l'éducation.

La maîtrise de l'information fait partie d'un ensemble intégré de compétences que les individus ont besoin d'acquérir pour être efficaces dans tous les domaines de leur vie. Dérivée de la Proclamation d'Alexandrie de 2005, la maîtrise de l'information se définit comme la capacité des gens à :

- Reconnaître leurs besoins d'informations ;
- Localiser et évaluer la qualité de l'information ;
- Stocker et extraire l'information ;
- Faire de l'information un usage efficace et éthique ; et
- Utiliser l'information pour créer et communiquer des savoirs.

Le développement d'indicateurs de la maîtrise de l'information, qui permettent de mieux évaluer les avancées réalisées et de mieux cibler les efforts à accomplir, est une priorité tant au niveau national qu'international. La maîtrise de l'information est une condition indispensable à de nombreux Objectifs du Millénaire pour le Développement, par exemple, la lutte contre les maladies et l'amélioration des possibilités d'emploi. Les indicateurs de la maîtrise de l'information peuvent aider les pays à identifier l'effet des politiques visant à favoriser le développement de la maîtrise de l'information et à savoir dans quelle mesure leurs citoyens sont en mesure de participer à une société du savoir.

Consultez le lien à : <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001587/158723e.pdf>

7. Standards de compétences TIC pour les enseignants

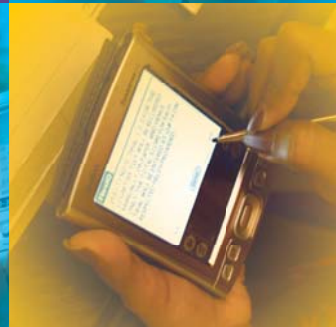
Reconnaissant la nécessité de fournir des normes pour aider les secteurs éducatifs nationaux à encourager les TIC, l'UNESCO a travaillé en coopération avec Cisco, Intel et Microsoft, ainsi qu'avec l'Association internationale pour la technologie dans l'éducation (ISTE), l'Institut polytechnique de Virginie et l'Université d'Etat (Virginia Tech) pour mettre en place le projet des « Standards de compétences TIC pour les enseignants » (TIC-SCE) .

L'objectif du projet des TIC-SCE est de fournir des conseils sur la façon d'améliorer la pratique des enseignants grâce aux TIC et de donner une nouvelle dimension à leurs compétences indépendamment du lieu où ils exercent pour mettre en place une meilleure éducation et former des étudiants hautement qualifiés.

La publication sur les Standards de compétences TIC pour les enseignants comprend une série de trois livrets :

- Un cadre de politique expliquant les raisons, la structure et la démarche du projet TIC-SCE ;
- Une structure de modules de standards de compétences, qui combine les éléments de réforme de l'éducation avec différentes approches politiques pour créer une matrice d'ensembles de compétences pour les enseignants ; et
- Des lignes directrices offrant un programme détaillé de compétences spécifiques devant être acquises par les enseignants pour chaque ensemble ou module de compétences.

Consultez le lien : <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/ict-competency-standards-for-teachers-policy-framework>



Partie 2

Modules
principaux et
complémentaires



— INTRODUCTION :	
COMMENT UTILISER CE PROGRAMME D'EMI	57
Le public cible du Programme d'EMI	57
Les principales caractéristiques du programme	58
Le processus d'adaptation du programme d'EMI : Recommandations	59
Les stratégies d'intégration	60

MODULES PRINCIPAUX 63

— MODULE 1 : LA CITOYENNETÉ, LA LIBERTÉ D'EXPRESSION ET D'INFORMATION, L'ACCÈS À L'INFORMATION, LE DÉBAT DÉMOCRATIQUE ET L'APPRENTISSAGE TOUT AU LONG DE LA VIE	64
CONTEXTE ET JUSTIFICATION	65

UNITÉ 1 :

COMPRENDRE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION : UNE ORIENTATION	67
--	----

THÈMES CLÉS	67
-------------	----

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	67
---------------------------	----

APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS	67
-------------------------------------	----

UNITÉ 2 :

L'EMI ET LA PARTICIPATION CIVIQUE	71
-----------------------------------	----

THÈMES CLÉS	71
-------------	----

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	72
---------------------------	----

APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS	72
-------------------------------------	----

UNITÉ 3 :

INTERAGIR AVEC LES MÉDIAS ET LES AUTRES DIFFUSEURS D'INFORMATIONSTELS QUE LES BIBLIOTHÈQUES, LES ARCHIVES ET L'INTERNET	76
---	----

THÈMES CLÉS	76
-------------	----

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	76
---------------------------	----

APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS	76
-------------------------------------	----

UNITÉ 4 :

L'EMI, ENSEIGNER ET APPRENDRE	79
-------------------------------	----

THÈMES CLÉS	79
-------------	----

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE	80
---------------------------	----

APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS	80
-------------------------------------	----

RESSOURCES POUR CE MODULE	83
---------------------------	----

— MODULE 2 : COMPRENDRE LES INFORMATIONS, LA DÉONTOLOGIE DES MÉDIAS ET L'ÉTHIQUE DE L'INFORMATION	85
CONTEXTE ET JUSTIFICATION	85

UNITÉ 1 :	
JOURNALISME ET SOCIÉTÉ.....	86
THÈMES CLÉS.....	86
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	87
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	87
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	88
THÈMES À APPROFONDIR.....	88
UNITÉ 2 :	
LIBERTÉ, DÉONTOLOGIE ET RESPONSABILITÉ.....	88
THÈMES CLÉS.....	88
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	89
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	89
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	91
THÈMES À APPROFONDIR.....	91
UNITÉ 3 :	
CE QUI FAIT L'INFORMATION – EXPLORER LES CRITÈRES.....	92
THÈMES CLÉS.....	92
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	92
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	92
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	94
THÈMES À APPROFONDIR.....	94
UNITÉ 4 :	
L'ELABORATION DE L'INFORMATION D'ACTUALITE :	
AU-DELÀ DES SIX QUESTIONS DE BASE.....	94
THÈMES CLÉS.....	94
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	95
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	95
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	96
THÈMES À APPROFONDIR.....	97
RESSOURCES POUR CE MODULE.....	97
— MODULE 3 : LA REPRÉSENTATION DANS LES MÉDIAS	
ET L'INFORMATION.....	99
CONTEXTE ET JUSTIFICATION	99
UNITÉ 1 :	
LE REPORTAGE D'ACTUALITE ET LE POUVOIR DE L'IMAGE.....	101
THÈMES CLÉS.....	101
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	101
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	101
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	104
UNITÉ 2 :	
LES CODES DE L'INDUSTRIE SUR LA DIVERSITÉ	
ET LA REPRÉSENTATION.....	104
THÈMES CLÉS.....	104
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	104
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	104
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	105

UNITÉ 3 :	
LA TÉLÉVISION, LES FILMS, L'ÉDITION DES LIVRES.....	105
THÈMES CLÉS.....	105
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	106
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	106
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	107
UNITÉ 4 :	
LES VIDÉOS MUSICALES ET LA REPRÉSENTATION	108
THÈMES CLÉS.....	108
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	108
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	108
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	109
RESSOURCES POUR CE MODULE.....	110
— MODULE 4 : LES LANGAGES DANS LES MÉDIAS	
ET L'INFORMATION.....	111
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	111
UNITÉ 1 :	
LIRE DES TEXTES MÉDIATIQUES ET INFORMATIONNELS.....	112
THÈMES CLÉS.....	112
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	113
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	113
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	113
UNITÉ 2 :	
LE MEDIUM ET LE MESSAGE : LES INFORMATIONS IMPRIMÉES	
ET DIFFUSÉES	114
THÈMES CLÉS.....	114
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	114
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	114
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	115
UNITÉ 3 :	
LES GENRES FILMIQUES ET LA NARRATION	115
THÈMES CLÉS.....	115
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	115
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	116
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	116
THÈMES À APPROFONDIR.....	117
RESSOURCES POUR CE MODULE.....	117
— MODULE 5 : LA PUBLICITÉ.....	118
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	118
UNITÉ 1 :	
LA PUBLICITÉ, LES RECETTES ET LA RÉGLEMENTATION	120
THÈMES CLÉS.....	120
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	120
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	120
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	120

UNITÉ 2 :	
LES MESSAGES D'INTÉRÊT PUBLIC	122
THÈMES CLÉS.....	122
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	122
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	122
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	122
UNITÉ 3 :	
LA PUBLICITÉ : LE PROCESSUS CRÉATIF	125
THÈMES CLÉS.....	125
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	125
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	125
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	125
UNITÉ 4 :	
LA PUBLICITÉ ET L'ARÈNE POLITIQUE	127
THÈMES CLÉS.....	127
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	127
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	127
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	127
— MODULE 6 : LES MÉDIAS NOUVEAUX ET TRADITIONNELS	130
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	130
UNITÉ 1 :	
DES MÉDIAS TRADITIONNELS AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES	
MÉDIATIQUES UNITÉ 1 : LA PUBLICITÉ, LES RECETTES ET LA	
RÉGLEMENTATION	
THÈMES CLÉS.....	131
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	131
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	132
UNITÉ 2 :	
LES UTILISATIONS DES NOUVELLES TECHNOLOGIES MÉDIATIQUES	
DANS LA SOCIÉTÉ – COMMUNICATIONS DE MASSE	
ET COMMUNICATIONS NUMÉRIQUES	133
THÈMES CLÉS.....	133
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	133
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	134
UNITÉ 3 :	
LES UTILISATIONS D'OUTILS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS,	
Y COMPRIS LES JEUX NUMÉRIQUES, DANS LES CLASSES.....	136
THÈMES CLÉS.....	136
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	136
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	137
RESSOURCES POUR CE MODULE.....	138
— MODULE 7 : LES OPPORTUNITÉS	
ET LES DÉFIS D'INTERNET.....	139
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	139

UNITÉ 1 :	
LES JEUNES DANS LE MONDE VIRTUEL.....	140
THÈMES CLÉS.....	140
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	140
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	140
UNITÉ 2 :	
LES DÉFIS ET LES RISQUES DANS LE MONDE VIRTUEL.....	142
THÈMES CLÉS.....	142
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	142
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	143
— MODULE 8 : LA MAÎTRISE DE L'INFORMATION	
ET LES COMPÉTENCES DOCUMENTAIRES.....	147
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	147
UNITÉ 1 :	
LES CONCEPTS ET LES APPLICATIONS DE LA MAÎTRISE DE	
L'INFORMATION	149
THÈMES CLÉS.....	149
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	149
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	149
UNITÉ 2 :	
LES ENVIRONNEMENTS D'APPRENTISSAGE	
ET LA MAÎTRISE DE L'INFORMATION	152
THÈMES CLÉS.....	152
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	152
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	153
UNITÉ 3 :	
LA MAÎTRISE DE L'INFORMATION NUMÉRIQUE.....	155
THÈMES CLÉS.....	155
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	155
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	156
RESSOURCES POUR CE MODULE.....	157
— MODULE 9 : LA COMMUNICATION, L'EMI	
ET L'APPRENTISSAGE – UN MODULE DE SYNTHÈSE.....	158
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	158
UNITÉ 1 :	
LA COMMUNICATION - ENSEIGNER ET APPRENDRE.....	159
THÈMES CLÉS.....	159
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	159
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	160
UNITÉ 2 :	
LESTHÉORIES DE L'APPRENTISSAGE ET L'EMI.....	161
THÈMES CLÉS.....	161
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	161
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	161

UNITÉ 3 :	
GÉRER LE CHANGEMENT POUR FAVORISER UN ENVIRONNEMENT PROPICE À L'EMI DANS LES ÉCOLES.....	163
THÈMES CLÉS.....	163
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	163
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	163
RESSOURCES POUR CE MODULE.....	165

MODULES COMPLÉMENTAIRES 167

— MODULE 10 : LE PUBLIC.....	168
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	168
THÈMES CLÉS.....	169
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	169
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	170
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	171
RESSOURCES POUR CE MODULE.....	171
— MODULE 11 : LES MÉDIAS, LA TECHNOLOGIE ET LE VILLAGE PLANÉTAIRE.....	173
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	173
UNITÉ 1 :	
LA PROPRIÉTÉ DES MÉDIAS DANS LE VILLAGE PLANÉTAIRE D'AUJOURD'HUI.....	175
THÈMES CLÉS.....	175
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	176
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	176
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	177
THÈMES À APPROFONDIR.....	177
UNITÉ 2 :	
LES DIMENSIONS SOCIO-CULTURELLES ET POLITIQUES DES MÉDIAS MONDIALISÉS.....	178
THÈMES CLÉS.....	178
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	178
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	179
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	180
THÈMES À APPROFONDIR.....	180
UNITÉ 3 :	
LA MARCHANDISATION DE L'INFORMATION.....	181
THÈMES CLÉS.....	181
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	181
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	181
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	182
THÈMES À APPROFONDIR.....	182

UNITÉ 4 :	
L'ESSOR DES MÉDIAS ALTERNATIFS.....	183
THÈMES CLÉS.....	183
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	183
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	184
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	185
THÈMES À APPROFONDIR.....	185
RESSOURCES POUR CE MODULE.....	185

— MODULE 3, UNITÉ 5 : L'ÉDITION NUMÉRIQUE ET LA RETOUCHE INFORMATIQUE.....	187
THÈMES CLÉS.....	187
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	187
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	188
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	189

— MODULE 4, UNITÉ 4 :	
LES PRISES DE VUE ET LES ANGLES – TRANSMETTRE LE SENS.....	190
THÈMES CLÉS.....	190
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	190
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	191
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	193

56

— MODULE 5, UNITÉ 5:	
LA PUBLICITÉ TRANSNATIONALE ET LES « SUPERBRANDS »	194
THÈMES CLÉS.....	194
OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE.....	194
APPROCHES PÉDAGOGIQUES ET ACTIVITÉS.....	195
RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION.....	196

GLOSSAIRE	197
------------------------	------------

INTRODUCTION :

COMMENT UTILISER CE PROGRAMME D'EMI

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

Dans une société fondée sur l'information et la connaissance,

- L'EMI est importante pour la participation des citoyens dans la société et pour leur survie ;
- Les médias et l'information sont au cœur des processus démocratiques ;
- Les médias et autres diffuseurs d'information jouent un rôle déterminant dans l'élaboration des perceptions, des croyances et des attitudes ;
- Les contenus générés par les utilisateurs, l'utilisation des espaces virtuels et le journalisme citoyen sont en nette augmentation.

En réunissant les domaines de l'éducation aux médias et de la maîtrise de l'information, le programme d'EMI présente une approche holistique de l'alphabétisation ou l'initiation (literacy) nécessaire à la vie et au travail d'aujourd'hui. Ce programme reconnaît la nécessité d'une définition élargie de l'alphabétisation qui prenne en compte les médias et les services d'information sur tout support : papier, écran ou électronique. En outre, l'EMI reconnaît que les bibliothèques et les centres de documentation, les archives et les musées jouent un rôle important en tant que diffuseurs d'informations.

57

LE PUBLIC CIBLE DU PROGRAMME D'EMI

Les enseignants constituent le principal groupe cible du programme. Plus précisément, les enseignants des niveaux primaire, secondaire et tertiaire qu'ils soient en formation ou en activité. Ce programme est un outil spécialement conçu pour les instituts de formation d'enseignants, qu'ils concernent le premier ou le second cycle universitaire. Cependant, étant donné que ce programme a été élaboré avec l'idée de pouvoir l'adapter, il peut être utilisé dans d'autres départements universitaires pour lesquels l'EMI est un domaine pertinent d'études. Ce programme peut également être utilisé pour les ONG, les ministères, les structures publiques et autres organisations sociales.

LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME

L'éducation aux médias et à l'information s'efforce de rassembler des disciplines séparées et distinctes. L'EMI se rapporte à la connaissance et à la compréhension des fonctions des médias, des bibliothèques, des archives et d'autres diffuseurs d'informations, à leurs modes de fonctionnement, à leurs modes de diffusion des messages et des valeurs, à la façon dont on peut les utiliser et aussi les évaluer de façon critique.

Le programme d'EMI comprend tout ce qui semble nécessaire. Il a été développé avec une approche non prescriptive et avec l'idée de pouvoir l'adapter. Il est présenté sous forme de modules.

Dans ce document, les modules comprennent tout ou une partie des sections suivantes :

- Contexte et justification ;
- Thèmes clés ;
- Objectifs d'apprentissage ;
- Approches pédagogiques et exemples d'activités ;
- Recommandations pour l'évaluation ;
- Thèmes à approfondir ;
- Ressources.

58 **Les objectifs d'apprentissage** identifient les principaux objectifs de chacun des modules pour les enseignants. Ils identifient également les compétences et les connaissances dont les enseignants doivent faire preuve à la fin de chaque module. Pour toute démarche d'adaptation, ceux-ci doivent être pris en compte dans le contexte global du **modèle de programme à l'EMI et du cadre de compétences** qui fait partie de cet ensemble.

La **section sur le contexte et la justification** explore le thème du module pour les enseignants en soulignant et décrivant le contenu et le contexte. Il est important de noter que le commentaire n'est pas supposé être exhaustif mais il sert plutôt à donner des exemples de considérations et d'orientations possibles que les enseignants pourraient explorer.

Il en est de même pour **les approches pédagogiques et les exemples d'activités**. Ceux-ci ont été élaborés pour illustrer les nombreuses façons dont les compétences et les connaissances acquises dans chaque module peuvent être mises en oeuvre. Ces approches et activités pédagogiques doivent être considérées comme des exemples. Les enseignants sont encouragés à les utiliser comme une base pour préparer des activités plus pertinentes localement ou culturellement. Pour aider les enseignants dans leurs efforts, l'UNESCO facilitera la mise en place d'une banque de données d'activités liées à l'EMI.

La section sur **les recommandations pour l'évaluation** inclut des suggestions pour l'évaluation formative et sommative. Ces recommandations visent à mettre en évidence les possibilités d'évaluation qui comprennent l'évaluation *pour* l'apprentissage, l'évaluation *de* l'apprentissage et l'évaluation *comme* apprentissage.

Enfin, certains modules s'achèvent avec **une section de ressources** recommandées pour accompagner les modules. Les enseignants peuvent ajouter à cette liste leurs propres ressources locales.

LE PROCESSUS D'ADAPTATION DU PROGRAMME D'EMI : RECOMMANDATIONS

Pour mettre en œuvre et adapter tout document du programme, il faut bien prendre en compte les réalités à l'œuvre dans toute institution impliquée dans la formation des enseignants : les priorités et les objectifs de l'institution, le contenu et les priorités du programme existant, les contraintes de calendriers et d'horaires. Voici quelques recommandations à prendre en compte pour s'assurer que le programme réponde bien aux besoins des institutions et à ceux des enseignants du primaire et du secondaire.

- Identification des principales parties prenantes et mise en place d'un comité de pilotage.
- Dans un premier temps, il est indispensable de procéder à un examen complet du programme d'EMI et du cadre de programme et de compétences. Cela permettra aux institutions d'identifier les domaines prioritaires du programme qui peuvent le mieux répondre à leurs besoins. Un guide va être produit pour aider à cet examen.
- Il faut entreprendre une évaluation des programmes de formation d'enseignants dans les institutions ou les pays respectifs afin de déterminer si oui ou non des éléments de l'EMI sont déjà présents dans les programmes. Cela permettra évidemment d'éviter des répétitions et des chevauchements inutiles mais aussi d'identifier les lacunes des programmes et de les combler à l'aide du programme d'EMI.
- Chaque institution devra déterminer la meilleure façon de mettre en œuvre l'EMI, en tenant compte des ressources nécessaires et du temps disponible (à la fois matériel et personnel). Les questions clés à prendre en compte ici sont : comment l'EMI doit-elle être enseignée ? Comment doit-elle être intégrée ? Existe-t-il une expertise en EMI au sein de l'institution ? Si non, où peut-on la trouver ? Peut-on accéder au matériel et aux ressources nécessaires ? Si non, où peut-on y accéder ? Comment ces besoins identifiés influencent-ils la stratégie d'adaptation souhaitée ?
- Ce programme-cadre est préparé de façon à être facilement adapté, ce qui signifie que localement, il sera peut-être nécessaire de préparer une version adaptée du programme d'EMI tenant compte des recommandations ci-dessus. La plate-forme de ressources éducatives libres (REL) de l'UNESCO (www.unesco.org/webworld/en/oer) peut être utilisée pour effectuer le processus d'adaptation. Les ressources éducatives libres sont des documents d'apprentissage qui ont été publiés sous une licence de propriété intellectuelle libre comme Creative Commons qui permet leur libre utilisation (voir l'encadré à la fin de cette section pour plus de détails).
- Une fois que le programme adaptable ou sa version adaptée aura été mis au point, il est important qu'un test-pilote soit mis en place. Cette étape de test devra être suivie par des observateurs et les résultats du pilote seront évalués.
- Sur la base de l'évaluation du test-pilote, les modifications nécessaires seront apportées au programme adapté, y compris celles concernant les recommandations pour la mise en œuvre.
- À ce stade, l'intégration du programme à l'échelle de l'institution sera prête, sur la base de la stratégie d'intégration que celle-ci aura choisie (voir ci-dessous).

- Il serait important de prévoir des rapports, des observations et des évaluations tout au long du programme. Le cas échéant, on pourrait mettre en place des études de cas et les publier afin de partager les meilleures pratiques et d'informer la communauté éducative dans son ensemble des travaux en cours dans divers établissements.

LES STRATÉGIES D'INTÉGRATION

Les stratégies suivantes pour l'intégration du programme d'EMI sont proposées à la réflexion.

- **Cours autonome :** le programme d'EMI peut être offert comme cours unique pour acquérir une ou plusieurs unités de valeurs. Il peut être proposé comme cours obligatoire ou facultatif à tous les enseignants. Pour les enseignants en poste, le programme peut être adapté comme un programme de certification pour la progression des compétences.
- **Approche institutionnelle :** cela implique une période de formation intensive d'une ou deux semaines en face à face, suivie de l'attribution d'un projet que les enseignants doivent mener à bien en deux à trois mois. Ce programme de formation peut aussi donner lieu à des unités de valeurs.
- **Intégration à composants multiples :** les différents éléments du programme d'EMI peuvent être intégrés à différents cours déjà proposés aux enseignants. Par exemple : la technologie éducative, « l'alphabétisation » ou l'initiation, les études sociales, etc. C'est peut-être la plus complexe des stratégies proposées ici. Pour que cette intégration soit efficace, il faudra la planifier minutieusement en tenant compte des objectifs généraux du programme et de son évaluation.
- **Cours en ligne :** le cours pourrait être offert en ligne aux enseignants au titre de la formation initiale ou continue. Elle pourrait se faire en partenariat avec une autre institution nationale ou étrangère. Il est important de noter que l'institution de formation des enseignants n'aurait pas à mettre en place son propre cours en ligne, mais pourrait le faire en partenariat avec une université qui possède les installations nécessaires. L'institution peut envisager de proposer ce cours dans le cadre d'un programme certifiant ou diplômant.

À long-terme, on peut même envisager de combiner deux stratégies ou plus. Bien évidemment, les processus d'adaptation et les stratégies d'intégration employées varieront d'un établissement à l'autre selon un certain nombre de facteurs déterminants. Parmi les plus évidents il y a le niveau de préparation, la disponibilité des ressources et de l'expertise, et la profondeur et la portée de l'intégration du programme.

Adapter et partager les programmes d'EMI à travers la nouvelle plate-forme de ressources éducatives libres de l'UNESCO

La plate-forme de ressources éducatives libres de l'UNESCO (www.unesco.org/webworld/fr/oer) est une initiative récente et innovante qui offre une sélection de publications de l'UNESCO sous la licence Ressources Educatives Libres (REL). Les REL sont des supports pédagogiques qui ont été publiés sous licence de propriété intellectuelle de type Creative Commons* qui permet une utilisation libre par d'autres.

Avec la plate-forme REL de l'UNESCO, les communautés de pratique à l'échelle mondiale - y compris les enseignants, les apprenants et les professionnels de l'éducation - pourront librement copier, adapter et partager leurs ressources, y compris le programme d'EMI.

Il faut persuader et aider les instituts de formation des enseignants à partager leurs programmes d'EMI adaptés sur la plateforme sous des licences entièrement REL. Pour les professeurs, les développeurs de programmes ou les inspecteurs qui cherchent à développer leurs propres programmes, il s'agit d'une occasion unique de choisir et de comparer facilement et intuitivement des programmes déposés par des institutions de proximité ou internationales dans leur propre langue. Ils peuvent alors facilement, légalement et gratuitement, « copier » le contenu qui se rapproche le plus de leurs besoins pour l'adapter localement.

La plate-forme favorise les occasions de collaboration et de partenariat entre les institutions similaires et associe plus fortement les institutions à l'UNESCO en vue d'amélioration future du programme d'EMI. Après son lancement à la fin 2011, la plate-forme REL de l'UNESCO pourra aider au renforcement des capacités sur les Creative Commons. Elle aidera aussi à transformer et transférer des REL aux institutions prêtes à partager leurs adaptations.

* Les licences Creative Commons s'appuient sur les pratiques du droit d'auteur traditionnel et permettent aux créateurs de définir quels droits ils se réservent et à quels droits qu'ils renoncent au profit de bénéficiaires ou d'autres créateurs (<http://creativecommons.org>)

Modules
principaux



MODULE 1 : LA CITOYENNETÉ, LA LIBERTÉ D'EXPRESSION ET D'INFORMATION, L'ACCÈS A L'INFORMATION, LE DÉBAT DÉMOCRATIQUE ET L'APPRENTISSAGE TOUT AU LONG DE LA VIE

64

« S'il était possible de définir la mission générale de l'éducation, on pourrait dire que son but fondamentale est de veiller à ce que les élèves bénéficient d'un apprentissage qui leur permette de participer pleinement à la vie publique, communautaire et économique ».

New London Group

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La croissance rapide des médias¹ et des technologies de l'information et de la communication (TIC) ainsi que la convergence de la communication et de l'information qui l'accompagne, font de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) un élément vital pour rendre les gens autonomes et responsables. L'EMI est devenue un prérequis important pour tirer un vrai parti éducatif des TIC et favoriser un accès équitable à l'information et au savoir. Les sociétés dans lesquelles nous vivons aujourd'hui sont dirigées par l'information et la connaissance. Nous ne pouvons pas échapper à l'omniprésence des médias, de toutes les formes de TIC et au rôle qu'ils jouent dans nos vies personnelles, économiques, politiques et sociales. De nouvelles formes de compétences (connaissances, aptitudes et attitudes) sont clairement requises pour que les personnes puissent intervenir convenablement et réussir à tous les stades de la vie dans les sociétés de l'information et de la connaissance. C'est ce qui explique que l'éducation aux médias et à l'information devienne de plus en plus importante pour l'enseignement et l'apprentissage.

Selon les statistiques les plus récentes de la base internationale d'indicateurs TIC de l'Union internationale des télécommunications (UIT), il y avait en 2009 dans le monde 1,3 milliards de ménages (les $\frac{3}{4}$), soit 4,9 milliards de personnes, qui disposaient d'une télévision; 600 millions de ménages, soit 1,9 milliards de personnes qui avaient accès à un ordinateur. On estime qu'il y avait 4,6 milliards d'abonnements de téléphonie mobile et ajoutés à cela, plus de 2,5 milliards de récepteurs radio. L'Association mondiale des journaux indique que le nombre de lecteurs de la presse payante dans le monde atteignait plus de 1,4 milliards en 2007. Par ailleurs, l'Institut statistique de l'UNESCO estime que près de 1 million de nouveaux livres sont publiés chaque année dans le monde.

Pris ensemble, le nombre de postes de télévision et de radio, de journaux, de téléphones mobiles, d'accès à l'Internet, de livres, de bibliothèques, de panneaux d'affichage et de jeux vidéo détermine une grande partie de ce que nous apprenons sur nous-mêmes, notre pays, nos cultures ainsi que sur le monde qui nous entoure.

Les médias et les autres diffuseurs d'informations sont essentiels à la démocratie et à la bonne gouvernance, à la fois comme plate-forme pour le débat démocratique et comme diffuseurs d'informations et de connaissances. Si les médias doivent être des soutiens pour la démocratie, il faut que les citoyens comprennent comment les utiliser avec un esprit critique, en sachant comment interpréter les informations qu'ils reçoivent, y compris l'utilisation de métaphores, de l'ironie et de la façon partielle dont les histoires et les événements sont présentés. En tant que citoyens, les gens ont besoin de compétences spécifiques (connaissances, aptitudes et attitudes) pour tirer profit des médias et, à terme, maîtriser leurs processus politiques et la gouvernance, mais aussi pour utiliser convenablement les ressources fournies par les médias, les bibliothèques, les archives et autres diffuseurs d'informations. L'éducation aux médias et à l'information offre un ensemble de compétences nécessaires pour le XXI^e siècle.

Par de nombreux aspects, les savoirs de base traditionnels ont été redéfinis. Il ne suffit plus pour les personnes d'apprendre à lire, écrire et compter. L'importance de ces compétences

1 À la fin de ce programme, indépendamment de la nature et des technologies utilisées, les médias sont définis comme une source d'informations crédibles fournies par un processus éditorial déterminé par des valeurs journalistiques et attribuables à une organisation ou une personne morale. Dans la mesure où les médias sont un élément important du système de communication de chaque société, leur structure constitutionnelle peut s'associer avec une variété de diffuseurs d'informations non-médias, tels que les bibliothèques, les musées, les archives, l'Internet et autres organismes d'informations ainsi que les citoyens qui produisent leur propre contenu.

fondamentales ne peut pas être sous-estimée. Mais en intégrant l'éducation aux médias et à l'information dans les programmes les jeunes doivent aussi comprendre les fonctions et les rôles des médias et savoir chercher, évaluer, utiliser et créer des informations pour des objectifs personnels, sociaux, professionnels et éducatifs. Ils doivent aussi posséder des compétences de base pour développer une pensée critique afin de les analyser et les utiliser pour s'exprimer, apprendre de façon autonome, devenir des producteurs d'informations, des citoyens informés, des professionnels et pour participer à la gouvernance et aux processus démocratiques de leurs sociétés (cf. Rapport du forum national sur la maîtrise de l'information, 2005).

- Ce module est bâti sur trois piliers : la pensée critique, la libre expression et la participation. Il considère que l'EMI est pertinente pour des disciplines variées qui se recoupent et examinera des questions comme :
- Comment définir l'information ? Comment définir les médias ? Pourquoi en faire un sujet d'enseignement ? Pourquoi sont-ils importants ?
- Qu'est-ce que l'éducation aux médias ?
- Qu'est-ce que la maîtrise de l'information ?
- Pourquoi une éducation aux médias et à l'information ?

Le module présentera l'EMI comme un processus d'enseignement et d'apprentissage plutôt que comme une discipline. Par conséquent, il initiera de façon générale les enseignants aux questions clés et aux concepts du domaine qui seront abordés plus en détail dans d'autres modules en leur permettant de comprendre la différence entre « enseigner sur » et « enseigner à travers » l'éducation aux médias et à l'information. L'objectif est que les enseignants eux-mêmes soient éduqués aux médias et à l'information et développent les compétences et les aptitudes nécessaires pour intégrer l'EMI dans les programmes scolaires du primaire et du secondaire.

UNITÉS

- 1. Comprendre l'éducation aux médias et à l'information : une orientation**
- 2. L'EMI et la participation civique**
- 3. Interagir avec les médias et les autres diffuseurs d'informations tels que les bibliothèques, les archives et l'internet**
- 4. L'EMI, enseigner et apprendre**

UNITÉ 1 : COMPRENDRE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION : UNE ORIENTATION

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Définir l'information et les médias.
- Découvrir l'importance des médias et autres diffuseurs d'information.
- Décrire les principaux résultats d'apprentissage de l'éducation aux médias et à l'information.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module les enseignants doivent être capables de :

- Identifier les principaux résultats d'apprentissage liés à l'éducation aux médias et à l'information.
- Comprendre l'éducation aux médias et à l'information ainsi que son importance et sa pertinence pour la vie des étudiants et des enseignants d'aujourd'hui.
- Étudier les rôles des médias et autres diffuseurs d'informations tels que les archives, les bibliothèques et l'Internet.
- Étudier ces rôles dans les documents médiatiques et des textes d'information variés.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

LES MULTIPLES RÔLES DES MÉDIAS

Les médias et autres diffuseurs d'informations jouent un rôle central dans les processus d'information et de communication. Ils constituent un moyen de communication de l'information, même si leur rôle est bien plus large que cela. Pour l'application du programme d'EMI, les médias sont définis (indépendamment de la nature et des technologies utilisées) comme des sources d'informations crédibles et actuelles élaborées dans le cadre d'un processus éditorial déterminé par des valeurs journalistiques et dont la responsabilité éditoriale peut être attribuée à une organisation spécifique ou à une personne morale.

Les médias jouent plusieurs rôles :

- Ils agissent comme canaux d'informations et de connaissances grâce auxquels les citoyens communiquent entre eux et prennent des décisions informées ;
- Ils facilitent la tenue de débats argumentés entre divers acteurs sociaux ;
- Ils nous fournissent une grande partie des connaissances que nous avons de ce monde au-delà de notre expérience immédiate ;
- Par leur intermédiaire, une société peut apprendre à se connaître et développer un sentiment de communauté ;
- Ils ont un rôle de surveillance du gouvernement sous toutes ses formes pour promouvoir la transparence dans la vie publique et favoriser le contrôle public des détenteurs de quelque pouvoir que ce soit en révélant la corruption, la mauvaise gestion ou les malversations de certaines sociétés ;
- Ce sont des animateurs essentiels du processus démocratique et l'un des garants de la tenue d'élections libres et équitables ;
- Ils sont un véhicule d'expression culturelle et de cohésion culturelle au sein des nations et entre elles ;
- Ils fonctionnent comme défenseur et acteur social à part entière tout en respectant le pluralisme des valeurs².

— LES SOURCES D'INFORMATIONS

L'utilisation correcte d'informations fournies par les médias et par divers diffuseurs d'informations dépend de la capacité des gens à comprendre quels sont leurs besoins en information et à localiser, extraire et évaluer la qualité des informations auxquelles ils accèdent. Aujourd'hui, il y a une offre extrêmement large et diverse de contenus et de sources d'information disponibles, en particulier sur Internet. Leur précision, leur fiabilité et leur valeur varient considérablement. De plus, ces informations existent sous des formes diverses (par ex : sous forme de texte, d'image ou de statistiques en format électronique ou imprimé) qui peuvent être fournies par des bases de données en ligne et des portails, des bibliothèques virtuelles et réelles, des collections documentaires, des archives, des musées, etc. Le facteur le plus important est que la qualité de cette information peut varier de «très bon» à «très mauvais».

Avant d'évaluer les sources d'information, il est important de réfléchir à quoi sert cette information et dans quel domaine. Cela aidera à identifier les sources d'information crédibles. Les questions clés pourraient être : quelle source ou quel type de source serait la plus crédible pour fournir l'information dans ce cas particulier ? Quelles sont les sources susceptibles d'être justes, objectives, sans motifs cachés et démontrant un réel contrôle de qualité ?

Nous pouvons penser que l'information est détenue par les médias et autres diffuseurs d'informations, tels que les bibliothèques, les musées, les archives et l'Internet. Ces fournisseurs de service d'informations jouent un certain nombre de rôles notamment :

- informer ;
- éduquer ;
- faciliter les processus d'enseignement et d'apprentissage ;

2 Adpaté des Indicateurs de développement des médias de l'UNESCO.

- donner accès à tous types d'informations (souvent gratuites, plurielles, fiables et sans restrictions) ;
- servir de passerelle vers l'information ;
- promouvoir les valeurs universelles et les droits civiques tels que la liberté d'expression et d'information ;
- servir de mémoire collective pour la société ;
- collecter les informations ;
- préserver le patrimoine culturel ;
- divertir.

— ACTIVITÉS

- Enquêter dans les médias pour trouver des ressources ou des textes médiatiques qui sont des exemples des fonctions énumérées ci-dessus. Identifier les textes qui illustrent ces rôles au niveau local, national et international.
- Enquêter dans les facultés, universités ou les bibliothèques publiques pour trouver des livres ou autres ressources disponibles qui fournissent des informations sur la démocratie, d'autres parties du monde, différentes cultures, la vie sociale et économique, etc. Réfléchir à des questions telles que : qui décide du niveau des ressources qui devraient être allouées aux bibliothèques ? Qui décide des livres qui devraient figurer dans une bibliothèque ou en être exclus ? Qui décide des livres les plus importants ? Les bibliothèques remplissent-elles leur rôle ? (une activité similaire pourrait être organisée pour les musées ou les archives).
- Les médias jouent un rôle important en encourageant le développement et la construction d'une nation. Débattre sur comment des restrictions exagérées imposées aux médias peuvent les empêcher d'exercer cette fonction. Pensez au contenu des médias dans votre pays. Combien de points de vue différents peut-on trouver sur le développement, la construction de la nation, les intérêts nationaux et à partir de quelles perspectives ?
- Rechercher sur le web des histoires relatives à la destruction délibérée de bibliothèques, de musées, d'archives ou de certains livres à cause de la guerre, de conflits ethniques, etc. Comment pouvez-vous vérifier que cette histoire est vraie ? Étant donné qu'il s'agit de la première unité, les enseignants peuvent ne pas avoir acquis les compétences nécessaires pour répondre à cette question, aussi il ne faut pas passer trop de temps dessus et vaut mieux traiter d'autres questions. En quoi la destruction de médias, de bibliothèques, d'archives et autres diffuseurs d'informations ainsi que de ressources disponibles et de services fournis par ces institutions concerne-t-elle les gens, leur histoire ou leur culture ? D'après vos observations, quelles autres conséquences pourraient avoir de tels actes ?
- Qu'est-ce que le domaine public informationnel ? Cherchez comment le domaine public informationnel est traité par deux institutions publiques dans votre pays. Débattre de la pertinence (ou non) des informations fournies par ces institutions. Y a-t-il des politiques nationales concernant la façon dont l'information devrait être rendue publique ? Y a-t-il des lois donnant le droit d'accès à l'information dans votre pays ? Sont-elles utilisées ? Quels sont les droits des citoyens mentionnés à l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme³ ?

³ Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit.

- A partir des réponses fournies à l'issue de l'activité proposée ci-dessus, indiquez les conséquences pour l'éducation aux médias et à l'information (ce qu'une personne éduquée aux médias et à l'information devrait être en mesure de faire). Quel est le sens de chaque terme ?
- Faire une liste des médias présents dans la vie quotidienne des élèves et des enseignants aujourd'hui. Quels sont les principaux rôles et fonctions remplis par chacun de ces médias ? Que pensez-vous que signifie être « éduqué » quand il s'agit d'utiliser des médias et d'autres diffuseurs d'information ? Quelles sont les connaissances, aptitudes et attitudes nécessaires ?
- Tenez un journal pendant 24 heures dans lequel vous enregistrerez votre utilisation et votre interaction quotidienne avec les médias et autres diffuseurs, tels que les fournisseurs publics et privés de services d'informations sur Internet. Quelles grandes tendances émergent de votre usage personnel ? Combien d'heures passez-vous en relation avec les médias comme Internet, la télévision ou la radio ? Quels rôles ces médias et autres diffuseurs d'informations jouent-ils dans votre vie ?
- Faites un tour à pied autour de votre école ou dans votre quartier. Faites une liste des exemples de médias et autres diffuseurs d'information présents dans ces environnements. Parmi les rôles énumérés ci-dessus, lesquels sont illustrés par ces exemples ?
- Imaginez que vous vous réveillez un jour et qu'il n'existe plus ni média, ni bibliothèque, ni Internet ni téléphone mobile. Par ailleurs, tous les journaux, magazines, stations de radio et chaînes de télévision ont disparu. Analysez en petits groupes ce qui arriverait aux citoyens :
 - Comment pourraient-ils être informés désormais ?
 - Comment pourraient-ils communiquer les nouvelles, les faits et les événements ?
 - Qu'en est-il des décisions que vous prenez habituellement ?
 - Qu'est-ce qui vous manquerait -personnellement- le plus dans une telle situation ?
 - Qu'est-ce que la société perdrait dans ces circonstances ?
- Rédiger « une lettre au rédacteur en chef » avec vos conclusions sur la valeur des médias et de l'information dans une société démocratique.

IMPORTANCE DE L'EMI POUR LES CITOYENS

L'éducation aux médias et à l'information (EMI) rassemble des disciplines qui étaient autrefois séparées et distinctes. Le but de l'EMI est de donner aux gens une compréhension de l'importance des médias et autres diffuseurs d'informations pour :

- (a) prendre des décisions éclairées ;
- (b) s'informer sur le monde autour d'eux ;
- (c) développer le sens de la communauté ;
- (d) maintenir un débat public ; et
- (e) s'engager dans l'apprentissage tout au long de la vie.

En outre, l'EMI devrait inciter les citoyens à produire activement des informations, à innover dans leur usage de produits médiatiques et d'informations et à développer une pensée critique. L'EMI devrait les pousser à utiliser les médias nouveaux et traditionnels

pour leur expression, leur créativité et une plus grande participation à la vie démocratique de leur pays et au réseau mondial d'informations.

— ACTIVITÉS

- Reprenez les caractéristiques de l'EMI décrites dans le schéma 1 du programme de l'éducation aux médias et à l'information et du cadre de compétences pour les enseignants. Discutez chaque caractéristique. Écrivez ce que chacune d'elles signifie pour vous. Pensez-vous que cette description est complète ? Que pensez-vous qu'il faudrait y ajouter ?
- Examinez les terminologies suivantes liées aux différents types d'éducation à l'EMI et utilisées par différents acteurs dans le monde :
 - L'éducation aux médias
 - La maîtrise documentaire
 - La maîtrise de l'informatique
 - La sensibilisation à la liberté d'expression
 - L'initiation à l'Internet
 - L'éducation numérique
 - La compréhension de l'actualité
 - L'éducation au cinéma
 - L'éducation aux jeux

En utilisant l'Internet ou une bibliothèque, cherchez des définitions différentes de chacun de ces termes. Qu'observez-vous à propos de la relation entre ces termes et la notion d'EMI ? Écrivez un paragraphe décrivant ce que serait votre argumentaire pour combiner l'éducation aux médias et la maîtrise de l'information sous l'EMI ?

71

UNITÉ 2 : L'EMI ET LA PARTICIPATION CIVIQUE

► DURÉE: 2 heures

THÈMES CLÉS

- Les fonctions des médias et autres diffuseurs d'informations tels que les bibliothèques, les archives et l'Internet.
- Ce que les citoyens doivent attendre des médias et des autres diffuseurs d'informations tels que les bibliothèques, les archives et internet.
- L'EMI et son importance pour la démocratie et la bonne gouvernance.
- La liberté d'expression, l'indépendance éditoriale des médias, le pluralisme et la diversité dans les médias et les autres diffuseurs d'informations.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Comprendre et décrire les fonctions des médias et des autres diffuseurs d'informations en ce qui concerne l'accès à l'information et au savoir, l'expression individuelle et la participation aux processus démocratiques ; et
- Identifier les conditions nécessaires pour que les médias et autres diffuseurs d'informations puissent remplir ces fonctions.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Le Journalisme et les sources de médias jouent un rôle important dans toute société. Sans les journalistes et sans les médias d'information, il n'y aurait pas de « fenêtre sur le monde » - nous aurions peu de moyens de savoir ce qui se passe dans nos communautés ou dans le monde au-delà de notre expérience immédiate. Il y a plusieurs éléments clés que les pratiques journalistiques doivent respecter et que les citoyens attendent du journalisme :

- **Organiser les connaissances** - faire de l'information chaotique un ensemble organisé et compréhensible et aller au-delà des positions officielles pour découvrir les intérêts particuliers.
- **La véracité** - dans les médias, les sources d'information doivent être clairement indiquées afin que les citoyens puissent juger de la pertinence, de la fiabilité et d'éventuelles partialités ; les questions importantes sans réponse doivent être notées et suivies s'il existe une controverse.
- **L'intérêt public** - dans leur travail, les journalistes peuvent faire beaucoup pour promouvoir l'intérêt public en fournissant aux citoyens les informations dont ils ont besoin pour prendre part aux affaires publiques.
- **L'indépendance** - il devrait être clair que le débat citoyen devrait faire fi des préjugés personnels ; les commentateurs doivent examiner « les deux côtés de la médaille » (càd discuter des idées qu'ils approuvent et désapprouvent) et les journalistes doivent faire preuve d'indépendance d'esprit dans leur travail.
- **Le forum pour les critiques du public et la résolution de problèmes** - les médias doivent offrir plusieurs canaux d'interaction avec le public (lettres, e-mail, contact téléphonique ou forum public) ; les citoyens attendent également des médias qu'ils leur donnent accès à un espace ou à un temps d'antenne pour leur permettre de converser dans leur propre « langage » avec leurs concitoyens ; en outre, ils attendent qu'une large représentation d'opinions et de valeurs soit perceptible dans la couverture des informations d'actualité.
- **La responsabilisation** - les médias doivent exercer un contrôle sur tous ceux qui exercent un pouvoir, non seulement les gouvernements, mais aussi les organismes publics et privés influents ; en demandant des comptes aux détenteurs du pouvoir, les médias peuvent alimenter la réflexion des collectivités.
- **Les informations proportionnelles et pertinentes** - les citoyens ont besoin d'être informés en temps opportun des questions et des orientations importantes ; les reportages ne doivent pas surestimer ou sous-estimer la véritable nature des menaces et des risques lorsqu'ils existent.
- **Trouver l'équilibre entre le respect de la vie privée et le droit de savoir** - Les citoyens attendent des professionnels des médias qu'ils sachent faire la part des choses entre le droit à l'information du public et le droit individuel à la vie privée.
(cf. Fackson Banda, UNESCO, 2009)

L'ACCÈS À L'INFORMATION

L'accès à l'information est essentiel tant pour la démocratie que pour le développement. Les citoyens ont droit à la liberté d'expression et l'accès à l'information publique car cette information est également la propriété des citoyens. Les médias et autres diffuseurs d'information tels que les bibliothèques, les archives et l'Internet devraient contribuer à garantir le droit à la liberté d'information pour chaque citoyen.

Le rôle des médias et autres diffuseurs d'informations évolue avec la diffusion rapide des technologies, telles que les Technologies de l'information et de la communication (TIC).

Les TIC offrent un accès à l'information et au savoir presque instantané. Les médias et les diffuseurs d'information, tels que les bibliothèques, les archives et l'Internet peuvent fournir de nouveaux services et dépassent le simple rôle de centres de ressources ou services d'informations. Ces nouvelles possibilités offrent de nouvelles opportunités pour répondre de façon efficace et efficiente aux besoins des citoyens en matière d'apprentissage tout au long de la vie, de recherche et de divertissement, et pour relier les communautés entre elles.

Les médias et les diffuseurs d'informations ont plusieurs fonctions clés, qui sont notamment de :

- Fournir un accès ouvert aux ressources d'informations sans distinction de race, de sexe, de profession ou de religion ; les bibliothèques publiques, en particulier, fournissent un accès gratuit ;
- Protéger la vie privée et la confidentialité du lecteur en ce qui concerne les contenus consultés sur place ou en ligne ;
- Fournir l'accès aux ressources d'informations diverses et plurielles, fondées sur le professionnalisme et sans parti politique, religieux ou moral pris ;
- Collecter et conserver l'information pour les générations futures.

73

— ACTIVITÉS

- En utilisant les ressources appropriées dans les bibliothèques et sur l'Internet, recherchez entre cinq et dix reportages de presse de l'année écoulée publiés à un niveau national ou international. Identifiez les attentes énumérées ci-dessus qui vous semblent avoir été remplies par ces articles. Quels sont les éléments clés de ces récits qui en font des exemples pertinents ? Pour les récits qui ne répondent pas à ces attentes, proposez des modifications qui auraient pu être apportées pour les améliorer.
- Rédigez un court essai en faisant valoir que les lecteurs ont l'obligation d'aborder les informations avec un esprit ouvert et non pas seulement avec le désir que les informations renforcent leur opinions.
- Choisissez la couverture par les médias d'un sujet ou d'une histoire locale et examinez-la attentivement. Être éduqué(e) aux médias et à l'information consiste en partie à être conscient et capable d'appliquer les critères ci-dessus à la couverture médiatique de différents sujets. Dans quelle mesure répond-on aux attentes des citoyens dans l'exemple d'information locale ? Quel impact la couverture médiatique a-t-elle eu sur la communauté locale ? Lorsque les attentes des citoyens ne sont pas satisfaites, quel recours les citoyens ont-ils pour résoudre ces problèmes ? Quels rôles l'éducation aux médias et à l'information peut-elle jouer dans le soutien des citoyens ?

- Pensez-vous qu'un citoyen bien informé est plus qualifié pour prendre des décisions et participer à une société démocratique ? Pourquoi ? Rédigez un éditorial exprimant votre opinion.
- Débattre : comment le rôle de l'information est-il considéré et valorisé dans votre société ? Selon vous, quelle est la relation entre l'information et la connaissance et entre l'information et le pouvoir ?

LA LIBERTÉ D'EXPRESSION, L'INDÉPENDANCE ÉDITORIALE, LE PLURALISME ET LA DIVERSITÉ

La liberté d'information et la liberté d'expression sont deux piliers de l'éducation aux médias et à l'information. Dans ce contexte, l'utilisation de l'expression *liberté de l'information* fait référence à l'accès à l'information publique. « L'information est essentielle à notre compréhension du monde qui nous entoure, à notre capacité à y trouver un rôle qui ait du sens et à notre capacité à tirer parti des ressources dont nous disposons. Lorsque l'information est concentrée entre les mains de quelques-uns, ou seulement entre les mains des élites, la capacité du public à prendre des décisions et à évaluer les décisions est très limitée. Des médias éthiques et pluralistes peuvent garantir la transparence, la responsabilisation et la primauté du droit » (Coffret Liberté d'expression de l'UNESCO). Des médias indépendants tirent leur pouvoir de la façon responsable dont ils informent les communautés au service desquelles ils sont.

74

— LA LIBERTÉ D'EXPRESSION ET DE LA PRESSE

La liberté d'expression est la liberté d'exprimer et d'échanger des points de vue et des opinions sans crainte de menaces ou de mesures punitives. La liberté d'expression est un droit humain fondamental. Le droit à la liberté d'expression protège non seulement la liberté de parole, mais tout acte visant à chercher, recevoir et communiquer des informations ou des idées, quel que soit le support utilisé. La liberté de la presse est un fondement nécessaire de ce droit car elle permet à la libre expression d'être publique et partagée. Elle est donc essentielle à la création et à la défense des communautés et de la société civile. La liberté d'expression peut promouvoir un véritable sentiment d'appartenance à la société en permettant à des individus ordinaires d'examiner et d'exprimer des pensées et des opinions différentes. La liberté d'expression est *une partie intégrante* de la responsabilité civique, et elle est essentielle à la pensée critique. Des limites à la liberté d'expression ne sont autorisées que lorsque ces restrictions sont nécessaires pour protéger les libertés d'autrui. Les limites, comme les lois interdisant «les incitations à la haine », doivent être strictement définies pour éviter les abus.

— LE PLURALISME DES MÉDIAS

Un secteur des médias pluraliste – qui associe les plates-formes médiatiques (imprimée, télédiffusée, en ligne) et les perspectives locales (nationale, provinciale ou communautaire) et politiques – permet aux sociétés de mieux réfléchir sur elles-mêmes. Lorsque le pouvoir des médias est réparti entre plusieurs mains, les opinions qui ne sont pas populaires peuvent parvenir à trouver un forum. Un mélange réussi de débouchés médiatiques au niveau international, national et local peut donner aux gens la possibilité de participer aux processus démocratiques. La plus large diffusion possible d'informations provenant de sources diverses et contradictoires est essentielle au bien-être des peuples. Des journaux

et des télédiffuseurs appartenant à des groupes différents se critiquent généralement sur leurs contenus réciproques, alors que la concentration des médias entre les mains d'un seul groupe est loin de permettre cette démarche critique mutuelle et pourrait conduire à la constitution de médias de propagande servant des intérêts particuliers.

— L'INDÉPENDANCE ÉDITORIALE

L'indépendance éditoriale fait référence à la liberté professionnelle confiée le plus souvent aux rédacteurs en chef pour prendre des décisions éditoriales, sans ingérence des propriétaires des médias ou de tout autre acteur gouvernemental ou non. L'indépendance éditoriale est éprouvée, par exemple, quand un média publie des articles qui peuvent être impopulaires auprès de ses propriétaires ou des annonceurs.

— ACTIVITÉS

- En utilisant les ressources de l'Internet et des bibliothèques, cherchez qui a aujourd'hui la propriété et le contrôle des grands groupes médiatiques et des monopoles d'État. Faites la liste de leurs acquisitions majeures. Quel impact cela peut-il avoir sur l'accès, le choix et la liberté d'expression ? Recherchez les lois en vigueur dans votre pays ou dans votre communauté pour réglementer la propriété et le contrôle des médias.
- Évaluer le rôle des médias indépendants ou alternatifs dans votre communauté. Sélectionnez un exemple, et décrivez les principaux éléments qui font qu'il est *indépendant*. De quelle manière cela permet-il aux gens de participer au processus démocratique ? En quoi est-il différent des médias traditionnels ?
- Recherchez le travail d'organisations qui promeuvent la liberté d'expression ou protègent les journalistes, comme l'Article 19, le Comité pour la Protection des Journalistes, Reporters sans Frontières ou des ONG régionales et nationales. Intéressez-vous au travail des journalistes défendus par ces organisations et identifiez les éléments clés de leur travail qui justifient ce soutien.
- Expliquez pourquoi le gouvernement devrait respecter le droit des médias à l'indépendance éditoriale et, en particulier, devrait s'abstenir de faire pression sur les médias pour ce qui concerne leurs informations et la couverture des actualités. Dans ce contexte, discutez la citation suivante de Corazon Aquino, ancienne présidente des Philippines, qui a piloté la réforme de son pays en démocratie.

« La démocratie est si étroitement liée au concept de liberté de la presse qu'un dirigeant doit considérer toute tentative d'y imposer des limites, même les plus légales, avec beaucoup de soin. Les risques sont grands, non seulement pour sa réputation comme leader démocratique, mais aussi pour sa sincérité et son engagement envers la démocratie. Car la tentation totalitaire est immense et il y a toujours des sycophantes qui seraient disposés à nous aider à étirer le sens de la démocratie pour y inclure une multitude de péchés despotiques. »

Élargir le débat à d'autres influences potentielles sur l'indépendance éditoriale et proposez des moyens afin d'éviter ces influences injustifiées.

- Discutez de ce que l'on entend par une loi au sens strict.

UNITÉ 3 : INTERAGIR AVEC LES MÉDIAS ET LES AUTRES DIFFUSEURS D'INFORMATIONS TELS QUE LES BIBLIOTHÈQUES, LES ARCHIVES ET L'INTERNET

► DURÉE: 2 heures

THÈMES CLÉS

- Comment les médias communiquent du sens.
- La question de la représentation : comment les médias et autres diffuseurs d'informations présentent l'information, les gens, les cultures, les images, les lieux, etc. ?
- Le rôle des usagers, des citoyens et du public.
- Se lancer dans les médias à travers la production de contenu généré par l'utilisateur.

76

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Comprendre et décrire les concepts clés utilisés par les médias et autres diffuseurs d'informations ;
- Comprendre comment la connaissance de ces concepts permet aux usagers/citoyens d'interagir de façon critique avec les médias et autres diffuseurs d'informations.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Un élément clé de l'éducation aux médias est de comprendre comment les médias construisent différents types de récits, comment leurs présentations façonnent l'information et quelles techniques ils utilisent pour organiser une matière qui, autrement, serait chaotique et difficile à comprendre. Il est important d'avoir une compréhension de base des différentes techniques employées par les médias, des « codes » qu'ils utilisent et de leurs interprétations. Il peut aussi être pertinent de se demander qui produit et organise la matière et vérifier à quel point les consommateurs de médias et d'informations sont actifs ou interactifs - si leur propre perception a un impact sur la façon dont l'information est présentée.

En ce qui concerne l'EMI, les domaines clés suivants devraient être examinés attentivement afin de comprendre comment les médias et autres diffuseurs d'informations agissent, comment ils véhiculent du sens, comment ils peuvent être utilisés, et comment

l'information présentée peut être évaluée. Les domaines suivants sont également des éléments fondamentaux pour des modules présentés plus loin dans ce programme d'EMI :

LES LANGAGES DES MÉDIAS ET DE L'INFORMATION

- Comment les producteurs d'un texte médiatique utilisent-ils des techniques ou des modes de représentation en fonction des types d'informations à communiquer ?
- Comment ces usages sont-ils identifiés et acceptés par le grand public ?
- Quels sont les codes, les conventions, les « ingrédients clés » ou la grammaire d'un média particulier ?
- Un commentateur des médias, Marshall McLuhan a écrit que « le médium c'est le message »⁴, ce qui signifie que le médium lui-même – imprimé, télédiffusé ou en ligne – affecte la façon dont nous comprenons le monde. Comment le choix des médias influence-t-il le type d'information que nous recevons ? Comment cela façonne-t-il le message véhiculé par les médias ?

LA REPRÉSENTATION DANS LES MÉDIAS ET L'INFORMATION

- Observer des images ou des représentations médiatiques.
- Analyser une image ou un texte médiatique.
- Analyser le contexte.
- Qui bénéficie des représentations médiatiques et qui en pâtit ?
- Comment ces images influencent-elles la façon dont nous nous voyons nous-mêmes et dont nous voyons les autres ?
- Comment influencent-elles nos connaissances et notre compréhension du monde au-delà de notre expérience immédiate ?
- Comment influencent-elles notre point de vue sur l'égalité des genres, l'autonomisation des femmes, des personnes handicapées, des populations autochtones et des groupes de minorité ethnique ?
- Observer dans quelle mesure l'indépendance éditoriale se traduit dans le texte des médias.

77

LA PRODUCTION ET LE CONTENU GÉNÉRÉ PAR LES UTILISATEURS

- Les notions « d'agent humain » sont importants ici : qui crée le média et le texte « informationnel » et pourquoi ;
- Liens avec les droits de communication et d'expression pour les citoyens et les professionnels ;
- Liens avec la liberté d'expression, la citoyenneté active et l'éducation aux médias et à l'information ;

4 McLuhan & Fiore 1967. *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*. Penguin Modern Classics.

- Les ressources (humaines, financières, technologiques, etc.) et les réglementations à traiter ici.

LE PUBLIC COMME CITOYENS ET USAGERS/CONSOUMMATEURS

- Publics cibles et publics actifs ;
- Les citoyens actifs et des usagers/consommateurs organisent leurs propres significations en fonction de ce qu'ils apportent à un texte ;
- Les publics attendent des entreprises médiatiques que leurs activités soient fondées sur la transparence, la responsabilité et l'équité ;
- Les usagers/consommateurs ont des besoins d'informations personnelles, économiques, sociales et culturelles.

LES CITOYENS COMME USAGERS/ CONSOUMMATEURS DE SERVICES D'INFORMATIONS

- Comment les diffuseurs d'informations choisissent-ils leurs ressources et quels sont leurs critères principaux de sélection ?
- Comment les diffuseurs d'informations comme les bibliothèques s'abonnent-ils ou achètent-ils des ressources comme les livres, les périodiques et les bases de données ?
- Comment les diffuseurs d'informations, y compris les prestataires publics et privés de services d'informations sur Internet, sont-ils financés ?
- Comment les diffuseurs d'informations génèrent-ils les revenus de leurs services d'information ?

78

QUESTIONS-CLÉS

- Quel est le but de ce texte d'informations ?
- Comment est-il produit ?
- Qui l'a créé ?
- Quel est le public visé ? Comment le savez-vous ?
- Quel est le message essentiel ?
- Qui en profite et que gagne-t-il ?
- Quels sont mes besoins d'informations ?
- Comment puis-je identifier et définir ce besoin ?
- L'information dont j'ai besoin existe-t-elle sous la forme nécessaire ? Sinon, que puis-je faire ?
- Comment faire pour comprendre, organiser et évaluer l'information trouvée ?
- Comment puis-je présenter cette information dans des formats utilisables ?
- Comment puis-je conserver, stocker, enregistrer et archiver l'information ?

— ACTIVITÉS

- Choisissez un média et un texte d'informations de votre choix et répondez aux questions clés énumérées ci-dessus. Que pouvez-vous apprendre sur les industries et la production médiatiques, sur les messages transmis, ainsi que sur le public visé ?
- Pensez à une activité personnelle ou économique que vous souhaitez entreprendre. Notez-la. Appliquez les questions clés ci-dessus en commençant par « quels sont vos besoins d'informations ? »
- Notez toutes les activités que vous faites lors d'une journée, du réveil le matin, jusqu'au coucher le soir. Analysez en petits groupes : avez-vous besoin d'informations pour participer à ces activités ? Écrivez à côté de chaque activité les informations dont vous avez besoin. Par exemple vous avez besoin de connaître la température extérieure afin de vous habiller ; vous avez besoin de connaître l'état de la circulation avant de prendre le bus ; vous devez vous informer sur la situation « économique » afin de savoir si vous allez demander un prêt. Débattre. Quelle est l'importance des informations dans votre vie quotidienne ? Combien de décisions auriez-vous des difficultés à prendre sans informations ?
- En utilisant la bibliothèque ou l'Internet, cherchez les meilleurs programmes de télévision ou de radio, films ou publicités, de l'année écoulée. Quels sont les thèmes-clés évoqués dans la liste ci-dessus qui ont été à l'origine de leur succès ? Décrivez la manière dont un ou plusieurs de ces thèmes sont mis en évidence par cet/ces exemple(s).
- Expliquez pourquoi les journalistes devraient avoir le droit de ne pas divulguer les sources de leurs informations, si ce n'est auprès de leurs responsables éditoriaux.
- « Le journalisme est une discipline de vérification. » Débattre du sens de cette affirmation et de sa pertinence.

UNITÉ 4 : L'EMI, ENSEIGNER ET APPRENDRE

► **DURÉE** : 2 heures

THÈMES CLÉS

Connaissance de base de l'EMI et du processus d'enseignement et d'apprentissage :

- Approches pédagogiques pour l'EMI.
- Enseigner sur et à travers l'EMI.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Identifier la façon dont l'EMI peut améliorer le processus d'enseignement et d'apprentissage ;
- Explorer les approches pédagogiques associées à l'EMI ;
- Développer certaines activités qui utilisent ces approches pédagogiques.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Approches pédagogiques pour enseigner l'EMI :

APPROCHE PROBLÉMATIQUE-RECHERCHE

L'approche « Problématique-Recherche » est une approche d'apprentissage centrée sur l'élève où la recherche principale met l'accent sur les questions liées à l'éducation aux médias et à l'information dans la société contemporaine. Cet apprentissage intègre de nombreux points liés à l'apprentissage de la recherche, à la résolution de problèmes et la prise de décision, par lesquels les apprenants acquièrent de nouvelles connaissances et compétences à partir des étapes de recherche suivantes : identifier la 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. C'est une méthode appropriée pour enseigner l'EMI car les étudiants ont l'occasion d'explorer les problématiques en profondeur.

Voici quelques exemples de cette approche dans l'EMI : étudier les représentations des races et des genres par l'analyse des médias ; explorer les relations entre la vie privée et les médias par l'analyse de documents primaires et secondaires ; explorer le thème de la cyber-intimidation au moyen d'une recherche ethnographique.

L'APPRENTISSAGE PAR PROBLÈMES (APP)

L'apprentissage par problèmes est un programme et une méthode didactique qui développe simultanément chez les élèves les bases et les aptitudes liées à la connaissance interdisciplinaire, ainsi que la pensée critique et les stratégies de résolution des problèmes. C'est à la Faculté de Médecine de l'Université McMaster dans l'Ontario, que cette méthode a vu le jour. C'est un mode d'apprentissage coopératif très structuré visant à améliorer les connaissances individuelles et collectives en engageant les étudiants dans une démarche de recherche critique et approfondie à partir de problèmes de la vie réelle. Les objectifs d'apprentissage, les questions et les méthodes de recherche et les résultats sont tous gérés par les étudiants.

Un exemple d'apprentissage par problèmes en EMI serait la conception d'une campagne efficace de marketing social pour un public particulier.

L'ENQUÊTE SCIENTIFIQUE

Une enquête scientifique renvoie à un ensemble de techniques qu'utilisent les scientifiques pour explorer le monde naturel et proposer des explications fondées sur les preuves qu'ils trouvent. Le processus d'enquête est souvent présenté sous la forme d'un ensemble simplifié d'étapes appelé le cycle d'enquête, qui comprend des activités telles que : faire des observations ; poser des questions ; vérifier ce qui est déjà connu ; planifier les recherches ; revoir les connaissances anciennes à la lumière des preuves expérimentales ; utiliser des outils afin de recueillir, analyser et interpréter les données ; proposer des explications ; et communiquer les résultats. Cette méthode pourrait aussi être adaptée à l'enseignement de l'EMI.

Exemples d'enquête scientifique : réaliser une étude sur l'impact de la violence dans les médias ; étudier le rôle des communautés en ligne.

ÉTUDE DE CAS

La méthode de l'étude de cas implique un examen en profondeur d'une seule situation ou d'un événement unique. Elle se pratique de façon intensive à la Harvard Business School, où les étudiants utilisent des incidents pris dans la vie réelle pour voir comment les connaissances théoriques peuvent être appliquées à des cas réels. Cette approche est adaptée à l'enseignement d'EMI car les élèves sont exposés quotidiennement à diverses formes de messages tirés des médias et d'autres diffuseurs d'informations. Elle offre une méthode systématique d'observation des événements, de collecte de données, d'analyse de l'information et de communication des résultats, ce qui en retour permet un apprentissage par la recherche pour les élèves. Les élèves peuvent acquérir une compréhension plus profonde et plus minutieuse des raisons pour lesquelles des événements ou des situations ont surgi comme ils l'ont fait. L'étude de cas se prête également à la production et à l'épreuve d'hypothèses.

Par exemple, les élèves peuvent entreprendre une étude de cas sur la stratégie d'une campagne de marketing, la sortie d'un film à succès, d'un livre de meilleure vente ou d'un autre produit de grande diffusion médiatique.

L'APPRENTISSAGE COOPÉRATIF

L'apprentissage coopératif renvoie à une approche pédagogique qui fait travailler les élèves ensemble pour atteindre des objectifs communs. 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. Ils visent tous à acquérir des aptitudes comme le développement de la compréhension des concepts et d'une pensée plus élaborée, de meilleures compétences interpersonnelles, une attitude plus positive envers soi-même et l'école, et une réflexion sur la façon de gérer l'hétérogénéité dans les classes qui ont un large éventail de niveaux dans les compétences de base. C'est une méthode appropriée pour l'apprentissage et l'enseignement de l'EMI qui nécessitent de partager les idées et d'apprendre les uns des autres.

Un exemple de l'apprentissage coopératif : travailler en collaboration dans un espace wiki.

ANALYSE TEXTUELLE

Les étudiants apprennent à entreprendre une analyse textuelle en identifiant les codes et les conventions de différents genres médiatiques. Cette analyse sémiotique doit permettre de parvenir à une compréhension plus poussée des concepts clés. Ainsi, 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 élèves apprennent à identifier les codes « techniques », « symboliques » et « narratifs » pour n'importe quel texte médiatique. Là où cela est possible, ce type d'analyse textuelle doit se produire dans des contextes significatifs, plutôt que comme un exercice académique sans autres objectifs.

Un exemple on pourrait demander aux élèves de choisir un extrait de texte médiatique pour lequel ils ont de l'intérêt. Cela pourrait être un article d'informations, une vidéo de YouTube ou un clip vidéo tiré d'une source d'informations en ligne. Mettez les élèves en groupes et aidez-les à analyser le public, le but, l'auteur, les caractéristiques techniques et textuelles ainsi que le contexte.

ANALYSE CONTEXTUELLE

On montre aux élèves comment procéder à une analyse contextuelle de base en s'appuyant en particulier sur les concepts clés d'institutions et de technologies, mais aussi sur un ensemble d'approches théoriques.

82 Exemples d'analyse et de pédagogie contextuelles : aider les élèves à connaître des sujets tels que les systèmes de classification pour le cinéma, la télévision et les jeux vidéo existant en Australie, les liens entre la propriété et la concentration des médias et les questions de démocratie et de liberté d'expression.

RÉÉCRITURES

Dans le cadre de cette approche, les élèves prennent l'information présentée dans un média et la convertissent ou la « réécrivent » dans un autre langage pour un autre média.

Par exemple:

- Prendre un article de journal qu'ils ont écrit sur un incident au lycée ou à l'université et le transformer en un sujet d'information radiophonique podcastable ;
- Visionner un bref extrait de film pour enfants et travailler en petits groupes pour dessiner un story-board qui correspond à la scène, en identifiant les plans, les angles et les transitions qui ont été utilisés ;
- Prendre un conte de fées et le transformer en un story-board pour être filmé ;
- Rassembler une série de documents visuels existant liés à la vie d'une personne et l'utiliser comme point de départ pour préparer et réaliser un court documentaire à ce sujet.

SIMULATIONS

La simulation est fréquemment utilisée comme stratégie dans les unités de programmes relatifs au cinéma et aux médias. Les formateurs utilisent la simulation pour montrer aux élèves à quoi « ressemble » l'apprentissage des médias. Le formateur prend le rôle de l'enseignant et les formés celui d'écoliers, du moins pour ce qui est de réaliser les activités. Cette stratégie est discutée avec les étudiants comme un processus pédagogique.

La simulation pourrait être utilisée de la manière suivante :

- Les élèves tiennent le rôle d'une équipe de télévision réalisant un documentaire pour une émission de télévision pour les jeunes ;
- Les élèves prennent le rôle de journalistes de web-radio qui enquêtent sur l'éducation aux médias et doivent interroger une personne enseignant les médias et diffuser l'interview en podcast.
- Les élèves assument le rôle d'une équipe de marketing de l'université réalisant une courte vidéo présentant la vie à l'université à de futurs étudiants.

PRODUCTION

Cette approche implique d'apprendre par la pratique ce qui est une dimension importante de l'acquisition du savoir au XXI^e siècle. Les élèves doivent être encouragés à envisager l'apprentissage à un niveau plus profond et plus significatif. La production de contenu médiatique et informationnel offre aux étudiants l'occasion de se plonger dans l'apprentissage par la découverte et la pratique. Par la production de textes médiatiques (ex : audio, vidéo et/ou imprimé), les élèves peuvent découvrir la créativité et exprimer leurs propres opinions, idées et perspectives.

Par exemple, les étudiants utilisent des logiciels comme iMovie ou Moviemaker (ou bien d'autres logiciels libres et gratuits) afin de créer un récit numérique d'une minute sur un problème lié à l'environnement ou à un autre sujet d'intérêt.

— ACTIVITÉS

- Demander aux enseignants d'identifier et de décrire des exemples se rapportant à l'une des dix approches pédagogiques énumérées ci-dessus, puis leur demander d'identifier les éléments clés qui les rendent efficaces dans l'enseignement et l'apprentissage de l'EMI.
- Dans le cadre d'un travail de groupe, aider les enseignants à développer des activités qui permettraient d'illustrer ces stratégies dans leur propre travail.

RESSOURCES POUR CE MODULE

- Un manuel de formation en éducation civique pour les professionnels des médias, <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001804/180402e.pdf>
- Introduction à la maîtrise de l'information, <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020f.pdf>

- Big6, www.big6.com
- Indicateurs du développement des médias : cadre pour l'évaluation du développement des médias, <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102f.pdf>
- Comité des journalistes engagés, <http://www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights>
- Journalisme.com, <http://www.journalisme.com> ou <http://journalism.org/resources/principles>
- L' éducation aux médias : un kit à l'intention des enseignants, des élèves, des parents et des professionnels, <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278f.pdf>
- Vers des indicateurs de la maîtrise de l'information : cadre conceptuel, http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/wp08_infolit-fre.pdf



MODULE 2 : COMPRENDRE LES INFORMATIONS, LA DÉONTOLOGIE DES MÉDIAS ET L'ÉTHIQUE DE L'INFORMATION

85

« L'objectif central du journalisme est de dire la vérité afin que l'information permette au peuple d'être souverain. »

Jack Fuller, dans News Reporting and Writing

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, la portée et l'impact des médias traditionnels (radio, télévision et journaux) ont été démultipliés. L'information et l'actualité sont devenues plus accessibles que jamais. À l'ère de l'information, les journalistes, professionnels de l'information et médias d'actualité (anciens et nouveaux) jouent un rôle central. Ils nous donnent accès à des éléments bien au-delà de notre expérience immédiate et facilitent la participation des citoyens à la bonne gouvernance et au développement des sociétés ouvertes, démocratiques et stables.

Ce module explore le rôle et la fonction des médias d'information (nouveaux et traditionnels) et des autres diffuseurs d'information dans nos vies personnelles et dans les sociétés démocratiques. Ce sont, par exemple, le renforcement de la liberté démocratique et de l'éthique de l'information, l'édification de la responsabilité civique et de la citoyenneté,

l'exigence et la promotion de la transparence et de la responsabilité. Il donne également un aperçu de l'évolution du rôle des médias d'information qui ne servent plus simplement de miroir de la société mais deviennent un gardien de l'information, avec une fonction de contrôle et d'équilibre, de facilitateur de débat public et de promoteur de la participation citoyenne.

Le module permettra aux enseignants d'étudier des questions comme la liberté d'information et la liberté d'expression, ainsi que l'importance de la précision, de la responsabilisation et de la transparence dans la façon de rapporter les actualités.

Grâce aux nouvelles technologies, nous assistons également à la croissance rapide des contenus générés par les utilisateurs, à des témoignages directs de citoyens etc. Alors que ce phénomène nous offre une grande diversité d'expressions et de perspectives, il renforce encore la nécessité d'évaluer de façon critique les nombreuses sources d'informations disponibles aujourd'hui. En devenant des experts des médias et de l'information, les enseignants pourront analyser et évaluer l'information et les nouvelles dont ils disposent au quotidien. Ils pourront aussi exercer leur responsabilité de citoyen en exigeant que les informations soient traitées de façon honnête et précise et en plaidant en faveur de médias libres, indépendants et pluralistes.

UNITÉS

1. Journalisme et société
2. Liberté, éthique et responsabilité
3. Ce qui fait l'information : explorer les critères
4. L'élaboration de l'information d'actualité : au-delà des six questions de base

86

UNITÉ 1 : JOURNALISME ET SOCIÉTÉ

► DURÉE: 2 heures

THÈMES CLÉS

- « Liberté d'expression » et « presse libre » : évolution des notions et des pratiques.
- Objectif du journalisme dans la société, son rôle dans la structure de la démocratie (ex : la liberté, la responsabilité civique, la transparence et la responsabilisation).
- Rôle et responsabilités des journalistes au XXI^e siècle au plan national et international (ex : miroir, gardien, chien de garde, facilitateur, animateur).
- Journalisme d'intérêt public, indépendance éditoriale vis-à-vis de l'influence des groupes propriétaires.
- Rôle des règles déontologiques de l'information.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Retracer l'évolution de la notion et de la pratique des notions de « liberté d'expression » et de « presse libre » ;
- Définir le but du journalisme et son rôle dans le renforcement ou la poursuite de la démocratie et de la bonne gouvernance ;
- Evaluer l'évolution du rôle et des responsabilités des journalistes et des professionnels de l'information, sur la scène nationale et internationale et dans la perspective de l'intérêt public.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

« La civilisation a produit une idée plus puissante que les autres - la notion que les gens puissent se gouverner eux-mêmes. Et elle a créé une théorie très imprécise de l'information pour soutenir cette idée, appelée le journalisme. Les deux progressent et régressent ensemble ».

Bill Kovach et Tom Rosenstiel. *Les éléments du journalisme*

87

La liberté d'expression - ou liberté de parole - a longtemps été considérée comme un droit fondamental, indispensable à la pleine réalisation de notre potentiel humain, comme le fondement d'autres droits et libertés et comme un soutien au développement social et économique. Mais pour être effective, la liberté d'expression a besoin de plates-formes publiques qui permettent l'échange d'informations et d'idées, d'où le rôle important des médias qui fournissent ces plates-formes. Pour remplir ce rôle, les médias doivent être indépendants de tout contrôle du gouvernement. Cette liberté vis-à-vis de la réglementation confère en retour aux journalistes une obligation de se comporter de façon éthique, ce qui conduit à l'élaboration de codes professionnels liés aux normes du journalisme.

Pour aborder ces questions, l'animateur de la formation peut développer une activité comme celles qui suivent :

— ACTIVITÉS

- Les enseignants doivent faire une recherche et un compte rendu sur l'évolution de la « liberté d'expression » et de la « presse libre » dans leur pays. Le compte rendu comprendra une frise chronologique présentant des étapes/points forts comme :
 - Les développements historiques dans l'évolution de la théorie et de la pratique de « la liberté d'expression » et de la « presse libre » ;
 - Les journalistes et/ou agents médiatiques qui ont contribué de façon spécifique à la liberté de la presse et à la démocratie ;

- Les événements dans les mouvements démocratiques au cours desquels les médias et la couverture des événements ont joué un rôle important.
- Si possible, l'animateur demande aux enseignants d'interviewer des journalistes sur leur façon de voir le rôle du journalisme dans la promotion ou la poursuite de la démocratie. Les personnes interrogées seront invitées à citer des cas précis où la couverture médiatique a joué un rôle clé au plan national ou international, ainsi que dans la gestion des tensions potentielles entre les intérêts de groupes privés et l'intérêt public. À partir de ces entretiens, les professeurs rédigeront un texte de réflexion de deux pages précisant la fonction spécifique de ce média, la façon dont il a fonctionné et les questions clés qui ont été abordées.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Texte de réflexion à la suite de lectures et/ou d'interviews.
- Essai ou intervention sur un blog à propos de questions liées aux médias et à la démocratie.
- Participation à des activités d'apprentissage en groupe (ateliers, débats en classe, etc.).

THÈMES À APPROFONDIR

88

- Etudes de cas d'une presse sous contrôle.
- Propagande contre le journalisme.

UNITÉ 2 : LIBERTÉ, DÉONTOLOGIE ET RESPONSABILITÉ

► DURÉE : 2 HEURES

THÈMES CLÉS

- La liberté de la presse, la liberté d'expression, la liberté d'information et l'éthique de l'information.
- Les codes déontologiques, les bonnes pratiques et les valeurs communes dans les rédactions : règles pour les journalistes et les professionnels de l'information.
- L'éthique journalistique dans la collecte et le traitement des informations (comités d'éthique, médiateur, conseils de presse indépendants, commissions des plaintes en matière de presse, etc.)

- Les défenseurs de la liberté de la presse et les observateurs des médias
- Les droits et responsabilités des citoyens : relier le journaliste et le citoyen.
- Journalisme citoyen et contenu généré par l'utilisateur.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Décrire les principes universels de la liberté de la presse, de la liberté d'expression et de la liberté d'information, et leurs implications pour la quête d'informations ;
- Analyser la façon dont la déontologie s'applique à la pratique du journalisme et à celle des professionnels de l'information au niveau personnel, professionnel et international ;
- Apprécier le rôle des défenseurs de la liberté de la presse et des observateurs des médias dans l'accompagnement et la protection de la liberté de la presse et de la responsabilité ;
- Expliquer les droits et les responsabilités correspondants des citoyens qui participent à la pratique du journalisme d'une part et des professionnels de l'information d'autre part ;
- Comprendre et analyser le journalisme citoyen ou l'évolution du rôle des citoyens ou des journalistes non professionnels comme participants actifs à la production de contenus médiatiques ainsi que dans le processus démocratique du débat public.

89

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

« Au bout du compte, le journalisme est une activité qui exige surtout du caractère. »

Bill Kovach et Tom Rosenstiel, *Les éléments du journalisme*

Si l'Etat cherche à réglementer les médias, il interfère avec l'indépendance des journalistes et leur capacité à couvrir des événements comme ils le souhaitent. Pourtant, les médias sont des acteurs sociaux qui peuvent exercer un grand pouvoir dans la société. Aussi pense-t-on généralement que pour protéger leur liberté et éviter réglementations et contrôles, les journalistes doivent se réguler eux-mêmes en adoptant des codes de déontologie ou en définissant des règles professionnelles sur la façon dont les informations ou les événements devraient être couverts.

APPLICATION – LE CODE DE DÉONTOLOGIE DES JOURNALISTES

- Examiner le code de déontologie établi par des journalistes - un exemple pourrait être la charte rédigée par la Fédération internationale des journalistes, d'autres exemples pourraient être les normes professionnelles de la BBC, etc. Évaluer le but recherché par chaque élément du code.

- Discuter des raisons pour lesquelles un code de déontologie doit être élaboré et accepté par les membres de la profession eux-mêmes et non pas imposé par des agents ou des autorités extérieures.
- Discuter quels sont les mécanismes nécessaires pour faire appliquer le code de déontologie.

APPLICATION – LE CODE DE DÉONTOLOGIE POUR LES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION

- Examiner le code de déontologie élaboré par des professionnels de l'information, tels que les bibliothécaires ou les archivistes y compris les principes et valeurs fondamentaux (par exemple le code de déontologie des archivistes établi par le Conseil international des archives ou les règles professionnelles élaborées pour les bibliothécaires dans certains pays, comme celui de l'Association américaine des bibliothécaires).
 - Discutez des questions de déontologie de l'information liées à la propriété, à l'accès, à la vie privée, à la sécurité et à la communauté.
 - Discutez de la façon dont la déontologie de l'information influence les décisions personnelles, la pratique professionnelle et la politique publique.
 - Discutez comment l'évolution des formats d'information et l'apparition de besoins nouveaux influencent les principes éthiques et comment ces codes sont appliqués (par exemple, la conservation numérique, les relations entre le respect de la vie privée et l'accès à l'information publique).

90

— ACTIVITÉS

- L'enseignant est tenu de rechercher l'indice de liberté de la presse de « Freedom House » (www.freedomhouse.org), l'indice de liberté de la presse dans le monde de « Reporters sans frontières », ou une mesure régionale pertinente comme « l'Afrobaromètre des médias » et de vérifier la note que son pays a reçue. L'apprenant devra (1) préciser si il ou elle est d'accord avec la note, (2) identifier et expliquer les facteurs ou variables qui ont influé sur l'évaluation de la liberté de la presse dans son pays. Critères couverts par ces indices :
 - Le degré de liberté de la presse écrite, télédiffusée et en ligne (Internet),
 - L'environnement juridique des médias,
 - Les pressions politiques qui influencent l'information,
 - Les facteurs économiques qui affectent l'accès à l'information,
 - La concentration de la propriété des médias,
 - Les attaques directes contre les journalistes et les médias,
 - L'existence d'un monopole d'Etat dans les médias,
 - L'existence de la censure et de l'autocensure dans les médias,
 - Les difficultés rencontrées par des journalistes étrangers,
- Il existe, dans le monde, de nombreuses organisations qui font campagne pour défendre les journalistes. Certaines sont internationales comme International Media Support (IMS) au Danemark, l'Article 19 à Londres et le Comité pour la protection des journalistes à New York. Demandez-vous s'il existe des organisations de liberté

de la presse actives dans votre pays et considérez la façon dont elles ont contribué à la protection de la liberté de la presse et de la liberté d'expression.

- L'enseignant montrera des exemples de reportages vidéos qui témoignent de préjugés, y compris l'élaboration de stéréotypes, de mythes, des cas d'obscénité et des images. Les enseignants seront amenés à discuter de l'importance des règles et des orientations générales concernant les journalistes et présenteront un rapport sur les questions présentées dans la vidéo.
- L'enseignant interroge un médiateur des médias ou un représentant d'un observatoire des médias (ou l'équivalent) pour en savoir plus sur les critiques ou les plaintes courantes concernant de présumés manquements éthiques ou professionnels de journalistes ou d'organismes de presse. L'enseignant passe en revue les dispositions des codes de déontologie et examine si les questions soulevées sont correctement couvertes dans les codes professionnels existants. Les participants appellent des médias locaux pour vérifier s'ils ont des codes de conduite pour leurs journalistes. Ils peuvent aller plus loin en enquêtant sur la manière dont les dispositions de ces codes sont appliquées ou mises en œuvre.
- L'enseignant fait l'inventaire de la couverture dans le cadre du journalisme citoyen d'un événement ou d'un sujet très largement abordé par les médias traditionnels. Il ou elle vérifie s'il y a des erreurs factuelles ou des traces de partialité.
- Les étudiants sont tenus de tenir chaque jour un journal ou un agenda en notant des observations sur ce sujet (ex : les violations de la liberté de la presse, d'expression, d'information et/ou des exemples de pratiques contraires à l'éthique du journalisme). Ces observations seront reprises pour rédiger un résumé et une synthèse à la fin du cours.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Journal sur les médias.
- Textes de recherche sur divers sujets (ex : notation de la liberté de la presse, codes de conduite, journalisme citoyen).
- Textes de réflexion sur des entretiens et des visionnages de téléfilms.
- Participation aux activités de groupe (ex : des ateliers, des débats en classe).

THÈMES À APPROFONDIR

- Droit du public à savoir et principes de la liberté d'information : Article 19.
- Liberté d'information et d'expression : accords internationaux, conventions, déclarations et chartes et les législations nationales (dispositions constitutionnelles, lois sur la diffamation, la sécurité nationale).
- L'accès aux lois sur l'information, aux procédures ainsi qu'aux déclarations, chartes et recommandations.
- Les éléments d'une bonne loi sur la liberté de l'information et d'une bonne pratique
- Autorégulation et médiateur des médias.
- Les droits des journalistes.

UNITÉ 3 : CE QUI FAIT L'INFORMATION – EXPLORER LES CRITÈRES

► LA DURÉE: 3 HEURES

THÈMES CLÉS

- Critères pour évaluer la valeur des informations et leur pertinence journalistique
- Considérations sur le jugement de l'information et sur la mise en forme des informations

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

Après avoir complété cette unité, les enseignants seront capables de :

- Décrire les critères utilisés pour l'évaluation de la valeur de l'information ou de la pertinence des événements, des personnes et des idées traités ; et
- Discuter de façon critique des principes de base pour l'appréciation des informations ou pour la mise en forme des informations.

92

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

« La théorie du journalisme dont nous avons hérité constitue la base du journalisme du nouveau siècle, un journalisme qui donne du sens en s'appuyant sur la synthèse, la vérification et une farouche indépendance. »

Bill Kovach et Tom Rosenstiel, *Les éléments du journalisme*

Les journalistes ont besoin de donner un sens à une vaste quantité d'informations et de savoir comment les organiser de façon à mettre en évidence les questions les plus importantes et à les rendre compréhensibles à un public dont le niveau de compréhension est très hétérogène. Les jugements en question impliquent de choisir les événements considérés comme dignes d'intérêt et de décider comment présenter l'information. Inévitablement, le format de présentation de ces informations (parfois appelé le « cadrage ») reflétera l'expérience et les prises de position des journalistes eux-mêmes. Il est important que le public comprenne ces cadrages et les considère de façon critique.

ANALYSE TEXTUELLE

- L'enseignant analyse la pertinence journalistique de chaque sujet à la Une d'un grand journal (ou de son édition en ligne), sur la base des critères d'évaluation de la valeur informationnelle d'un sujet. Cela comprend généralement des facteurs tels que :
 - L'opportunité
 - L'impact et l'importance
 - La prééminence, le côté frappant
 - La proximité
 - Le conflit
 - L'intérêt humain
 - La crédibilité
 - La nécessité

Il ou elle analyse ensuite les récits sur la base des facteurs à prendre en considération pour juger des informations ou pour façonner les informations. Ce sont :

- La véracité : la précision (rapporter les faits correctement) et la cohérence (donner du sens aux faits)
- L'engagement pour l'intérêt public
- L'information, plutôt que la manipulation du public
- La complétude
- La diversité (intégrer des nouvelles de toutes les communautés, et pas seulement du public cible)

Il faut également être attentif à l'emplacement des articles, aux titres et à la taille des polices de caractères utilisées, aux photographies et aux légendes incluses, etc.

93

ANALYSE CONTEXTUELLE

- L'enseignant examine les couvertures de deux médias, CNN et Al Jazeera (ou autres médias de qualité et pertinents) sur un sujet particulier, un jour particulier et compare les deux couvertures sur le plan des angles (càd la présentation d'un point de vue ou d'une perspective particulière) et du traitement (à savoir les informations fournies, les sources reconnues, les interviews fournies, tout support visuel des reportages).

ANALYSE ET AUTOÉVALUATION DE L'ACTUALITÉ

- Les étudiants disposent de deux articles de presse différents sur le même sujet et sont priés d'expliquer quel article a le plus d'impact, lequel est le plus informatif et comment l'autre article pourrait être amélioré (pour les critères à utiliser, veuillez vous référer à l'analyse textuelle ci-dessus).

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Texte de réflexion à partir de l'analyse textuelle, l'analyse contextuelle et l'analyse de l'actualité.
- Participation aux activités de groupe (ex : ateliers, débats en classe).

THÈMES À APPROFONDIR

- Paramètres des informations (influences socioculturelles, politiques et économiques sur les informations).
- Effets des paramètres d'informations sur la valeur des informations et les processus éditoriaux.
- Flux international d'informations et mise en forme des informations.
- Les organes médiatiques internationaux (CNN, Al Jazeera, BBC, Fox News, etc.).

94

UNITÉ 4 : L'ÉLABORATION DE L'INFORMATION D'ACTUALITÉ : AU-DELÀ DES SIX QUESTIONS DE BASE

► DURÉE : 3 heures

THÈMES CLÉS

- Identifier les informations et reconnaître les modalités du récit (processus d'élaboration de l'information d'actualité).
- La vérification comme cœur du journalisme.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Décrire le processus d'élaboration depuis l'idée jusqu'à la collecte des données et la rédaction de l'information ;
- Comprendre les principes fondamentaux de la discipline de vérification, contrairement au journalisme d'affirmation et expliquer comment ces principes sont appliqués au processus de développement de l'information ;

- Analyser la façon dont le traitement de l'information applique les techniques de vérification en cohérence avec les règles journalistiques de véracité et d'exactitude ;
- Comprendre et décrire la relation entre les journalistes, les sources d'information, les rédacteurs en chef et les propriétaires de groupes de presse.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

« Les nouvelles du jour quand elles arrivent au journal sont un mélange incroyable de faits, de propagandes, de rumeurs, de suspicions, d'indices, d'espoirs et de craintes et le travail de sélection et d'organisation de ces informations est une fonction sacrée et un sacerdoce dans une démocratie. »

Walter Lippmann, *dans Reportage des actualités et écriture*

UNE SORTIE PÉDAGOGIQUE DANS UN ORGANE DE PRESSE

Une sortie peut être organisée dans une entreprise de presse pour échanger avec le rédacteur-en-chef ou un responsable d'édition et observer le processus d'élaboration des informations au niveau des bureaux de la rédaction. Les participants seront invités à rédiger un texte de réflexion sur ce qu'ils ont observé et appris pendant la visite.

ENQUÊTE SUR LE PROCESSUS (UNE JOURNÉE DANS LA VIE D'UN REPORTER)

Le stagiaire accompagne un journaliste pendant un reportage et renseigne les points suivants : (a) quels éléments d'informations ont été choisis et rapportés, par rapport à ce qui s'est passé sur le terrain (ou le processus de sélection des données recueillies) et (b) comment et pourquoi le journaliste raconte l'histoire (donne un sens aux données) comme il ou elle le fait.

ANALYSE TEXTUELLE

- L'enseignant analyse les comptes rendus de presse sur un sujet ou un événement important et examine les informations fournies. Il ou elle explique l'évaluation, en prenant en compte les facteurs et le processus « d'identification des informations et de reconnaissance du récit » :

- Éléments des informations : six questions de base (Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? et Comment ?) et les redéfinir. Les informations sont des données dotées de sens : **qui** est le personnage, **quoi** évoque l'intrigue, **quand et où** fixent le décor, **pourquoi** représente la motivation ou le lien de causalité, **comment** désigne la narration.
- Le journalisme, c'est « raconter une histoire avec un but » : trouver les informations dont les gens ont besoin pour leur vie et leur donner du sens, de la pertinence et de la séduction.

L'enseignant contrôlera la vérifiabilité, fondée sur les principes de base de la vérification : ne pas en rajouter, ne pas tromper le public ; être aussi transparent que possible sur les méthodes et les motifs ; se fier à son propre travail journalistique et faire preuve d'humilité.

L'enseignant appliquera au moins une technique de vérification : la rédaction sceptiques, liste de contrôles d'exactitude, méthode de vérification de faits présumés, règles sur les sources anonymes, etc. (référence : Kovach et Rosentiel, *Les éléments du journalisme*).

LA PRODUCTION

- L'animateur de la formation ou l'enseignant, en coordination avec le conseiller d'une publication scolaire (ou d'une station de radio scolaire), s'organise pour permettre aux stagiaires de mettre au point un plan d'attribution pour la prochaine publication ou programme. Le plan comprend la liste des articles ou des histoires à écrire ou à produire et les bases pour leur intégration : l'intérêt de chaque histoire, l'angle possible ou le traitement de chaque histoire.

96

LE JOURNAL DE MÉDIAS

- Les enseignants sont priés de tenir chaque jour un journal ou un agenda afin d'y noter leurs observations (ex : la valeur des informations, leurs jugements personnels sur des informations, des critères de vérification, le journalisme citoyen). Ces observations seront reprises pour en faire un résumé et une synthèse à la fin du cours.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Journal de médias
- Production
- Rapports sur une visite pédagogique, l'immersion, l'analyse textuelle
- Participation à des activités d'apprentissage en groupe (ex : ateliers, débats en classe)

THÈMES À APPROFONDIR

- Sources d'informations et techniques de collecte d'informations (y compris l'utilisation des TIC)
- Le goût et la pertinence dans la couverture de l'information

RESSOURCES POUR CE MODULE

- Joseph Ammu (2005). Media Matter - Citizens Care. Consulté le 17 mai 2011 sur http://portal.unesco.org/ci/en/files/19137/11164945435advocacy_brochure.pdf/advocacy_brochure.pdf
- Article 19 (1999, juin). Le droit de savoir du public : principes sur la législation de la liberté d'information. Séries de normes internationales. Consulté le 27 mai 2009 sur www.article19.org/pdfs/standards/righttoknow.pdf
- ASLIB Training Suite. Liberté d'information (2004). Consulté le 15 février 2004 sur <http://www.aslib.com/training>
- Bertrand Claude-Jean (2003). Déontologie des médias et systèmes de responsabilisation. New York : Hampton Press.
- Coblenz, W. (Producteur) et Goldman, W. (Rédacteur). Pakula, Alan J. (1976). Les Hommes du président (Film). Warner Bros
- Comité pour la protection des journalistes, <http://www.cpj.org/fr>
- Dominick J. R. (2007). *The Dynamics of Mass Communications*. 9th Ed. Boston : McGraw-Hill
- Humanext (2009). Ethics Trainings. Ankerstar et Dalke's Balancing Personal and Professional Ethics (programme avec manuel de formateur, exercices reproductibles, photocopiés, études de cas) ; 2 séminaires du Dr Louis V. Larimer sur le Raisonnement éthique (avec profil d'indicateur de type éthique – manuel de formation). Consulté le 22 avril 2009 sur <http://www.newtrainingideas.com/ethics-training.html>
- Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2001). *Éléments de journalisme: ce que les hommes de presse devraient savoir et ce que le public devrait en attendre*. New York : Three Rivers Press de Random House
- Mencher Melvin. (2006). *News Reporting and Writing* (10th Ed.). Boston : McGraw-Hill
- Toby Mendel (2008). *Liberté de l'information : étude juridique comparative* (2^e édition révisée et mise à jour.) Paris : UNESCO, http://portal.unesco.org/ci/en/files/26159/12284883325freedom_information_fr.pdf/freedom_information_fr.pdf
- Poynter Institute, <http://www.poynter.org>
- Reporters sans frontières, <http://fr.rsf.org>
- Tom Rosenstiel et A. Mitchell (2003). *Thinking Clearly : Cases in Journalistic Decision-Making*. New York : Columbia University Press
- L'état des médias d'information, <http://stateofthedia.org>
- Ward S.J.A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics* 20:1, 3-21
- Woodward Bob et Carl Bernstein (1974). *All the President's Men*. New York Simon et Schuste. Traduction française par Claudine Cowen (1974). *Les Fous du Président*. Paris : Gallimard

- UNESCO. (2009) Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy. Paris : UNESCO sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf>
- UNESCO (2009). *Modèles de cursus pour la formation au journalisme*. Paris : UNESCO sur <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209f.pdf>
- University of Kansas. History of American Journalism (2009). Consulté le 22 avril 2009 sur <http://ehub.journalism.ku.edu/history/1920/1920.html>



MODULE 3 :

LA REPRÉSENTATION DANS LES MÉDIAS ET L'INFORMATION

99

« La façon dont on nous voit détermine en partie la façon dont on nous traite ; la façon dont nous traitons les autres s'appuie sur la façon dont nous les voyons ; cette façon de voir vient de la représentation. »

Richard Dyer, *The Matter of Images*

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La représentation dans les médias peut prendre plusieurs formes. Nous vivons dans une culture de l'image, et nous sommes quotidiennement cernés par les représentations médiatiques sur les sites web, à la télévision, dans les longs métrages, dans les reportages et dans les livres.

Reporters, auteurs, vidéastes, annonceurs, publicitaires, éditeurs et cinéastes utilisent des images, des messages audio et écrits pour transmettre une information sur un événement, une histoire ou un sujet. Ils sont habituellement confrontés à des contraintes de temps, d'espace, de ressources et à d'autres contraintes éditoriales pour travailler ces récits

et les présenter au public. Aussi, selon l'histoire racontée ou le message véhiculé, il est souvent nécessaire de «re-présenter» des situations ou des événements en se référant à des caractéristiques comme l'origine, le genre, la sexualité, l'âge ou la classe sociale. Par la force des choses, ceux qui travaillent dans les médias se doivent de faire un choix dans les contenus présentés au public. Ce choix n'est pas dénué de subjectivité et conduit parfois à des représentations stéréotypées ou simplistes, qui peuvent être utilisées pour étiqueter les individus et justifier des croyances ou des comportements étriqués. Cela peut ou non avoir été intentionnel de la part de l'auteur ou du journaliste. Cela provient parfois de l'interprétation du récepteur (spectateur, lecteur ou auditeur). Lorsque les médias et autres diffuseurs d'information deviennent un instrument partisan, de conflit ou de discrimination, il est logique qu'ils soient responsables de leurs actes comme tout autre acteur social. Mais en tant que plate-forme pour le débat public, ils doivent pouvoir présenter les débats et les informations sans contrôle d'aucun parti ou gouvernement.

Il faut aussi prendre en compte que les médias et les autres diffuseurs d'information travaillent dans un contexte social précis et que ce sont des acteurs sociaux dans ce contexte social. Les médias sont influencés par la société et ils influencent la société à leur tour. Nous devons étudier plus en profondeur le contexte national spécifique dans lequel des médias particuliers fonctionnent.

Pour acquérir la maîtrise des médias et de l'information, nous devons observer les images ou les représentations dans les médias et analyser non seulement l'image ou le texte médiatique lui-même, mais aussi son contexte que nous négligeons souvent. Il est important de reconnaître que si les médias ont beaucoup de pouvoir pour proposer direction et défis à la société, ils sont aussi le reflet de cette société en offrant le genre d'histoires et de représentations que nous exigeons d'eux et acceptons.

Beaucoup d'industries médiatiques dans les différentes régions du monde ont élaboré volontairement des codes de la diversité, pour garantir un engagement vis-à-vis de contenus et d'initiatives inclusifs et reflétant la diversité. De nombreuses industries médiatiques suivent également un code de déontologie qui interdit tout contenu abusif ou discriminatoire du point de vue de l'origine ethnique, l'âge, le genre, les capacités physiques ou le statut matrimonial.

Les questions clés de ce module sont les suivantes : qui gagne à accepter des représentations médiatiques inappropriées et qui en pâtit ? Comment ces images influencent-elles notre perception de nous-mêmes et des autres ? Comment influencent-elles nos connaissances et notre compréhension du monde au-delà de notre expérience immédiate ?

UNITÉS

- 1. Le reportage d'actualité et le pouvoir de l'image**
- 2. Les codes de l'industrie sur la diversité et les représentations**
- 3. La télévision, les films, l'édition des livres**
- 4. Les vidéos musicales et la représentation**

UNITÉ 1 :

LE REPORTAGE D'ACTUALITÉ ET LE POUVOIR DE L'IMAGE

► **Durée:** 3 heures

THÈMES CLÉS

- Étude de cas : reportage d'actualité
- Le pouvoir du visuel
- Représentation des catastrophes
- Représentation des genres

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Analyser les représentations présentes dans la couverture médiatique d'événements particuliers
- Examiner les traitements d'informations qui offrent des représentations différentes de celles diffusées par les médias dominants
- Évaluer l'impact des représentations sur l'audience et sur le sujet traité
- Analyser les représentations des genres dans les médias et les services d'information

101

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- En raison de notre dépendance vis-à-vis des médias visuels, certains critiques des médias ont exprimé leur inquiétude sur la façon dont certains événements, en particulier les catastrophes, y sont présentés. Examinez la couverture médiatique d'actualités et de certains sujets et évaluez dans quelle mesure cette inquiétude est justifiée. Discutez des réactions aux images de personnes personnellement touchées par une tragédie ou un désastre. Recherchez et réfléchissez sur les stratégies utilisées par les journalistes travaillant dans des médias traditionnels et alternatifs pour traiter l'impact émotionnel des événements tout en respectant l'intimité des personnes et leur dignité.
- Recherchez et analysez la couverture d'un événement majeur comme le tremblement de terre en Haïti, le tsunami en Asie ou le génocide au Rwanda. Cette étude de cas devrait se focaliser sur les images et les représentations des personnes et des problèmes liés à ces événements⁵. Les enseignants peuvent rechercher sur l'Internet les images de ces

5 Par exemple www.rwanda-genocide.org/multimedia.html

événements publiées par des médias traditionnels. Les questions suivantes peuvent être utilisées pour analyser la couverture en images et leurs particularités.

- Décrire ce qui a été représenté à la télévision et dans les journaux. Identifier les images qui ont été utilisées le plus souvent. Examiner comment ces représentations sont construites (compte tenu des angles utilisés par le photographe, de la composition d'une photographie, des types de prises), ce qui est montré dans les images ou la photo et ce qui en est exclu.
- Quel message transmet l'utilisation de ces images ? Quelle histoire les images racontent-elles ? Évaluer la possibilité pour ces images de devenir des icônes. Quel pourrait être l'impact de ces images sur le public ? Pensez à l'effet des images sur la compréhension du sujet par le spectateur et sur la relation qu'il établit.
- Discuter si oui ou non des informations sans images resteront dans les mémoires. Étudier le pouvoir des images pour « effacer » les informations sans images. Quelles en sont les implications pour une citoyenneté informée ?

ÉGALITE DES GENRES ET AUTONOMISATION DES FEMMES

- Les questions relatives au genre sont de plus en plus importantes dans les politiques de développement des organisations internationales (comme les Nations Unies), des gouvernements nationaux et régionaux, mais aussi dans celles des organisations issues de la société civile. En 1995, la Déclaration de Pékin et la Plateforme d'Action, adoptées lors de la quatrième conférence des Nations Unies sur les Femmes, insistait sur le rôle clé des médias pour promouvoir l'égalité des sexes dans tous les domaines. Tous les acteurs sont appelés à unir leurs forces pour combattre « les stéréotypes sur les femmes et l'inégalité dans l'accès et la participation des femmes à tous les systèmes de communication, en particulier aux médias ».
- Il faut clairement mettre l'accent sur le rôle des médias et des autres sources d'informations comme les bibliothèques, les archives et l'Internet, pour atteindre les objectifs de cette Déclaration. Dans une discussion au sein d'une classe, explorer des questions du type : Comment les médias et les autres sources d'information peuvent-ils convenablement évaluer leur sensibilité à la question du genre, et comment la société civile peut-elle, en retour, évaluer cette sensibilité ? Les médias sont-ils de simples transmetteurs d'informations relatives à l'égalité des sexes ou sont-ils des partenaires pour mettre en œuvre la Déclaration de Pékin, en favorisant la création de savoir et en démultipliant ses résultats ? Comment les médias peuvent-ils convenablement jouer ce rôle en tant que partenaires ?
- Longtemps, les intervenants se sont surtout concentrés sur le développement des médias pour traiter les sujets liés à l'égalité des sexes et à l'autonomisation des femmes. L'EMI est nécessaire aux usagers des médias et des services d'information pour contribuer à promouvoir dans les médias des comportements sensibles à la question du genre . Avec l'EMI, les publics (lecteurs, spectateurs et auditeurs) développent des compétences (connaissances, aptitudes et attitudes) nécessaires pour apprécier la sensibilité des médias et des services d'information à cette question et pour y participer.
- Demander aux professeurs de mener une petite étude pour répondre à certaines des questions suivantes : Les institutions médiatiques promeuvent-elles l'EMI dans votre pays ? Comment le font-elles ? Quelles sont les preuves de cette action ? Donner

des exemples précis si possible. De quelles manières l'EMI peut-elle permettre de favoriser l'égalité des sexes. Quels sont les programmes de développement local liés à la question du genre dans vos pays et vos communautés ? Quels défis suscite la mise en œuvre de ces programmes ? Dans quelle mesure les médias et diffuseurs d'information sont-ils impliqués dans ces projets ? De quelle façon innovante peut-on utiliser l'EMI pour faire du genre une question essentielle dans les médias et l'information et améliorer la représentation des femmes ? A partir de ces questions et d'autres, rechercher des expériences et des bonnes pratiques et faire des recommandations concernant l'égalité des sexes et l'éducation aux médias et à l'information. Quelles sont vos opinions personnelles sur l'égalité des sexes ? Comment vos opinions et votre expérience peuvent-elle influencer votre vision de la représentation des genres dans les médias et autres sources d'information ?

- On trouve deux principales approches sur la question des femmes et des médias et autres diffuseurs d'information. L'une concerne le statut des femmes travaillant dans les médias et autres diffuseurs d'information, l'autre traite de la couverture ou de l'image des femmes dans les médias et autres sources d'information.
 - Réfléchissez à certaines des conclusions du **Projet mondial de monitoring des médias de 2010** et le **Rapport mondial sur le statut des femmes dans les médias** (voir la liste des ressources à la fin de cette unité) ou de toute autre recherche ayant trait aux liens entre les femmes et les médias et les autres sources d'information. Discutez certaines de ces questions : Quelles sont les implications individuelles et collectives de ces travaux ? Quelles images de femmes dominent-elles dans les médias ? Quels facteurs sociaux, économiques, politiques et culturels peuvent favoriser ces images ? Doit-on s'en inquiéter ? Votre gouvernement devrait-il prendre des mesures pour lutter contre ces images négatives ? Si oui, décrivez-les. Que devrait faire la société civile pour traiter ces questions ? Pensez vous qu'il est préférable que les médias s'autorégulent plutôt que les gouvernements ou des institutions externes imposent des mesures ? Expliquez. Les choses doivent-elles être différentes selon qu'il s'agit de médias et autres sources d'informations financés sur fonds publics ou de médias privés ? Pensez vous que les médias financés par des fonds publics ont une responsabilité particulière en matière d'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes ? L'EMI vous a-t-elle permis d'agir ? Comment ? Quelles sont vos opinions personnelles sur l'égalité des sexes ? Comment vos opinions et expériences influencent-elles votre interprétation de la représentation des genres dans les médias et autres sources d'information ? Pensez vous que si plus de femmes travaillaient dans les médias et autres diffuseurs d'information l'image des femmes par rapport aux hommes changerait ? Pourquoi pensez-vous ainsi ? Qu'en dit la recherche ?
- Le formateur doit envisager de développer des activités comparables à celles décrites ci-dessus à propos du genre pour d'autres groupes marginalisés comme les handicapés physiques, les populations autochtones, les minorités ethniques, les communautés pauvres en ville et à la campagne, etc. L'objectif est d'explorer la représentation de ces groupes dans les médias pour comprendre comment ces représentations sont élaborées et pour qui, et de s'interroger sur qui en profite, si ces représentations sont acceptées et qui en pâtit.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse et évaluation des éléments visuels dans les rubriques d'actualité - y compris les composants techniques et de style.
- Identification et évaluation des procédures de présentation de l'information qui contribuent le mieux au développement d'une citoyenneté éclairée.
- Évaluation de l'impact des éléments visuels sur le public.

UNITÉ 2 : LES CODES DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS SUR LA DIVERSITÉ ET LA REPRÉSENTATION

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

104

- Les codes et l'éthique des médias.
- Applications des codes à divers médias.
- L'évaluation des codes et des réglementations.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Observer la question de la diversité et des codes déontologiques pour différentes industries médiatiques ;
- Appliquer les codes des médias et leur déontologie à des images et des textes médiatiques différents ;
- Évaluer des textes médiatiques en s'appuyant sur les codes et la déontologie des médias ;
- Évaluer l'objectif et l'efficacité de ces codes ;
- Recommander des suggestions sur les changements à apporter aux codes et à la déontologie des médias.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

La nécessité d'éviter un contrôle étatique a conduit l'industrie des médias dans différentes régions du monde à élaborer de sa propre initiative différents codes visant à garantir

un engagement vis-à-vis de contenus et d'initiatives inclusifs et reflétant la diversité. Beaucoup d'industries suivent également un code de déontologie qui interdit l'utilisation de contenu abusif ou discriminatoire pour ce qui concerne l'origine ethnique, l'âge, le sexe, les capacités physiques ou le statut matrimonial.

— ACTIVITÉS

- Rechercher les codes de bonnes pratiques et les directives déontologiques qui existent dans votre région du monde. Déterminer qui est responsable de l'élaboration de ces codes de bonnes pratiques. Résumer les domaines clés qui y figurent et en expliquer leur but. Comment peuvent-ils soutenir les intérêts des citoyens et des consommateurs ? Quels effets ces règles peuvent-elles avoir sur l'industrie ?
- Appliquer le code de bonnes pratiques aux représentations dans les informations de l'exercice précédent. Évaluer dans quelle mesure les règles sont respectées. Assurez-vous d'examiner le texte et le contexte dans votre évaluation. Donner des exemples précis de la couverture de l'actualité à l'appui de votre réponse. Dans les cas où le traitement des informations viole les règles, quels sont les recours possibles pour les individus ?
- Examiner d'autres domaines des médias couverts par ces codes (ex : la représentation des genres dans la publicité). Évaluer dans quelle mesure les réglementations sont respectées. Donner un aperçu des commentaires que vous feriez à l'organisme de régulation et/ou aux producteurs de ces textes médiatiques.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

105

- Résumé des principaux domaines des codes sur la diversité et des codes de déontologie.
- Application de ces codes à divers textes médiatiques.
- Recommandations pour des changements et des ajouts aux codes et à la déontologie.

UNITÉ 3 : LA TÉLÉVISION, LES FILMS, L'ÉDITION DES LIVRES

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Longs métrages - formules du succès.
- La représentation au cinéma.
- La représentation dans les livres.
- Hollywood, histoires communautaires et autochtones.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Examiner la réussite de programmes de télévision et de films actuels ;
- Évaluer les représentations dans les films, à la télévision et dans les médias imprimés (y compris les livres) ;
- Elaborer un traitement pour le cinéma et /ou la télévision ;
- Examiner la programmation à la télévision dans le cadre d'un réseau ;
- Analyser la représentation des genres dans la publicité ;
- Analyser les stratégies techniques dans les représentations ;
- Etudier des histoires autochtones, alternatives à la télévision et au cinéma.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Le film est l'un des médias les plus puissants de ces cent dernières années, qui a attiré un public de masse dans le monde entier. Ces dernières années, la télévision et l'Internet ont également atteint une audience considérable dans de nombreuses régions du monde. Dans le même temps, les livres restent une source importante d'idées et d'informations. Ces quatre médias et les diffuseurs d'information peuvent jouer un rôle important dans la manière dont une société se comprend en racontant des récits nationaux et en favorisant des versions particulières de l'histoire nationale. Une partie importante de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) consiste à comprendre comment ces médias façonnent nos appréhensions du monde dans lequel nous vivons

— ACTIVITÉS

- Utiliser l'Internet pour chercher de grands films récents à succès. Visiter un site web tel que Box-office Guru. Faites une liste des cinq films qui sont des succès aux box-offices locaux ou internationaux. Si possible, visionner les bandes annonces en ligne pour chacun de ces films ou sélectionnez un film et regardez-le dans son intégralité. Décrire ce qui est représenté comme l'élément central de l'intrigue. Expliquer pourquoi cette représentation pourrait être attrayante pour les publics.
- Demander aux enseignants d'identifier les différentes versions de la représentation d'événements historiques. Par exemple, Napoléon en Russie et livres publiés pendant et autour de cette période ; les films créés dans différents genres ; des œuvres d'art ou des images ; tout autre élément visuel - photos, vidéos musicales. Visiter un musée ou une archive et recueillir des ressources pour préparer un essai sur vos observations.
- Sélectionner un livre ou un article sur votre pays. Il peut s'agir de votre communauté, culture ou d'un événement particulier. Identifier comment les différents aspects du sujet choisi sont représentés. Êtes-vous d'accord avec ces représentations ? Expliquer votre appréciation.
- Trouver un ensemble de publicités sur Internet, dans les journaux locaux ou sur des chaînes de télévision locales. Essayez de faire en sorte que ces publicités mettent en scène des femmes et des hommes. En petits groupes, discuter de la façon dont les femmes sont représentées dans ces publicités par rapport aux hommes. Notez certaines de vos observations. Discutez des implications possibles de certaines de

ces représentations. Certaines représentations sont-elles perçues différemment par certains membres du groupe ? Pourquoi pensez-vous qu'il en est ainsi ?

- Un certain type de films à succès tourne autour du mythe archétypal du « voyage initiatique ». Les mythes représentent des systèmes de croyances implicites exprimant les craintes, les désirs et les aspirations d'une culture donnée. Dans ces histoires, le héros – ignorant de son destin - est appelé à entreprendre une quête importante. Il passe généralement par plusieurs étapes dans le cadre de sa quête, notamment : sa « naissance » ou le commencement, la prise de conscience de sa « vocation » ou de son destin, l'expérience de l'aventure amoureuse, la confrontation aux ennemis, les conseils d'un vieux sage et enfin, le retour chez lui.
 - Dresser une liste des films qui s'appuient sur ce modèle. Justifier leur attractivité. Décrire le héros, en expliquant dans quelle mesure il représente les désirs et les valeurs de l'individu dans la société.
 - Décrire le travail de la caméra ainsi que l'utilisation du son et de la musique. Évaluer la façon dont ces éléments techniques renforcent les représentations au cœur de l'histoire (c'est-à-dire, l'impression créée d'un méchant ou d'un héros romantique). Expliquer comment le sens de certaines scènes du film pourrait être modifié si, par exemple, la bande-son était différente.
- « Notre but est d'obtenir qu'une variété de points de vue soit représentée dans le cinéma et à la télévision. Augmenter le nombre de points de vue disponibles sur l'écran n'enlève rien à personne. Cela conduit plutôt à une programmation plus abondante et de meilleure qualité, à de nouvelles visions sur l'écran » (Joan Pennefather, la première femme présidente de l'Office national du film du Canada, dans *Maclean's*, 29 mars 1993) :
 - Allez sur les sites web des médias grand public, communautaires ou autochtones qui présentent des alternatives à la superproduction hollywoodienne. Parcourez une sélection des histoires racontées par ces sociétés ou organisations. Comparez ces histoires à celles qui sont produites par les grands studios hollywoodiens. Évaluez ces structures « indépendantes » dans leur capacité à offrir une représentation ou des expressions à des histoires autochtones alternatives.
 - Discutez de la responsabilité des industries du cinéma et de la télévision envers leurs spectateurs. Pourquoi tous les spectateurs devraient-ils se reconnaître dans les histoires à l'écran ? Discutez des conséquences des récits et des représentations dominantes pour des publics variés. Étudiez comment les chaînes spécialisées, les divers sites Internet, les blogs et les nouvelles technologies influent sur l'art de la narration et offrent des représentations alternatives au public.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse d'exemples actuels de programmes de télévision et de films.
- Évaluation de l'impact des stratégies et de la forme technique sur le contenu et les représentations.
- Étude et évaluation des organisations cinématographiques nationales et des sociétés de production indépendantes dans la fourniture d'histoires alternatives indigènes.

UNITÉ 4 : LES VIDÉOS MUSICALES ET LA REPRÉSENTATION

► DUREE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Analyse de vidéos musicales.
- Représentation.
- Musique et changement social.
- Utilisation de story-boards.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Elaborer un story-board et un traitement pour une vidéo musicale ;
- Analyser une vidéo musicale, en mettant l'accent sur les représentations du genre, de l'origine et de la sexualité ;
- Examiner les représentations dans la musique « alternative » ;
- Comparer des représentations dans les médias alternatifs et dans les médias grand public.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

La musique joue un rôle essentiel dans toute société humaine. La musique est généralement perçue comme un divertissement, mais elle joue aussi un rôle important dans de nombreuses pratiques religieuses et culturelles, et elle est fréquemment utilisée dans les conflits politiques. Comprendre comment la musique touche le public fait partie de l'EMI.

- En utilisant Internet, étudiez les enregistrements vidéos des artistes les plus célèbres du moment. Analyser les messages et les valeurs portés par une vidéo musicale de qualité (en fonction de la disponibilité des paroles des chansons ainsi que de la vidéo ou du clip de la chanson). L'analyse devra comprendre les éléments suivants :
 - L'examen du contenu des paroles, y compris une description de la façon dont les images dans la vidéo se rapportent aux paroles et à la mélodie de la chanson, et à l'interprétation des paroles.
 - L'examen des composants techniques de la vidéo, en particulier l'utilisation de la couleur, l'éclairage, le montage (rythme, juxtaposition, coupes sur tempo), les effets spéciaux et le rapport entre les composants audio et vidéo.

- L'examen des questions sociales traitées dans la vidéo, en envisageant en quoi ces messages changeraient si des gens d'une autre classe sociale ou d'une autre origine y figuraient, ou si les personnages masculins et féminins inversaient leurs rôles.

Interprétez les messages présentant des valeurs ou des idéologies dans une vidéo en vous aidant des questions suivantes:

- La vidéo présente-t-elle les croyances d'un groupe particulier ?
- Décrire les représentations des hommes et des femmes dans la vidéo. Des stéréotypes ont-ils été utilisés ? Si oui, à quel effet ?
- Qui est en position de pouvoir ? Qui ne l'est pas ? Qui en bénéficie ?
- La vidéo exclue-t-elle des groupes de personnes ou leurs croyances ?
- Quelles sont les définitions implicites du bonheur, du succès ou de la moralité ?

Déterminez le public-cible. Évaluez dans quelle mesure la vidéo pourrait exercer un attrait au-delà de ce public-cible.

- Évaluez le pouvoir de la culture et de la musique populaire comme outil de changement. Dans quelle mesure les musiciens et les artistes ont-ils un rôle dans la fourniture de commentaires politiques et sociaux et dans la promotion de la justice sociale ? Regardez le travail de l'organisation « Freemuse » installée au Danemark, qui aide les musiciens qui ont été impliqués dans des causes sociales et politiques. Quels sont les sujets et les événements présents dans leur musique ? Pour quel effet ?
- Sélectionnez des paroles de chansons et préparez un story-board original pour une vidéo musicale qui porte le message de la chanson. Réfléchissez soigneusement aux images qui représenteront les paroles. Identifiez et sélectionnez les éléments techniques qui permettront de renforcer cette représentation.
 - Si une vidéo de cette chanson existe déjà, comparez la maquette avec la vidéo déjà produite, en notant les différences et les similitudes dans la mise en images et dans les choix techniques.
- Visitez le site Internet d'une organisation telle que MediaWatch (www.mediawatch.org), engagée à combattre « le racisme, le sexisme et la violence dans les médias par l'éducation et l'action ». Enquêtez sur les objectifs et les campagnes de cette organisation et d'organisations similaires.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse et évaluation d'exemples actuels de vidéos musicales fondées sur des représentations, des éléments techniques, des messages idéologiques et des messages de valeur
- Elaboration de story-board (s) pour des paroles de chansons de votre choix

RESSOURCES POUR CE MODULE

Les six premières sources citées ci-dessous ne figurent qu'à titre d'illustration et viennent principalement d'Amérique du Nord. Elles peuvent ne pas être appropriées à l'extérieur de cette région. Aussi, les formateurs sont invités à développer ou rechercher leurs propres ressources en fonction de leur région géographique.

- Reconstructions, un site lancé par les membres de la communauté MIT Comparative Media Studies dans les jours suivant les événements du 11 Septembre 2001 : <http://web.mit.edu/cms/reconstructions>
- Imob, large éventail de liens vers la musique, les enregistrements, les films, la technologie et les cours de production : www.imob.com
- BIRTH, les archives historiques de la télévision européenne : <http://www.birth-of-tv.org/birth>
- Synopsis, informations gratuites quotidiennes pour l'industrie de la télévision : www.synopsis.com
- Box-office Guru, des chiffres du box-office américain et international, à la fois actuels et passés : <http://boxofficeguru.com>
- The Internet Movie Data Base, le site le plus complet pour la recherche sur les films et la télévision. Il y a une foule de renseignements sur des titres individuels, des comptes rendus, des chats, des acteurs, des réalisateurs, des genres filmiques : www.imdb.com
- Quatrième conférence mondiale des Nations Unies sur les femmes. Déclaration de Pékin et Plateforme pour l'Action (1995) : http://www.unesco.org/education/nfsunesco/pdf/BEIJIN_F.PDF
- Fédération internationale des journalistes (2009, Bruxelles, Belgique). Rétablir l'équilibre : égalité des genres dans le journalisme : <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001898/189885F.pdf>
- Association mondiale pour la communication chrétienne (2010, Toronto, Canada). Who Makes the News ? Projet Mondial de Monitoring des Médias : www.whomakesthenews.org
- International Women's Media Foundation (2011, Washington DC, Etats-Unis d'Amérique). Rapport mondial sur le statut des femmes dans les médias : <http://www.iwmf.org/pdfs/IWMF-Global-Report.pdf>



MODULE 4 : LES LANGAGES DANS LES MÉDIAS ET L'INFORMATION

111

« Le langage est source de malentendus. »

Antoine de Saint-Exupéry (1900 - 1944)

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

« Le message, c'est le médium », une citation célèbre, écrite par Marshall McLuhan en 1964. Bien que le média puisse affecter la façon dont les messages sont reçus, l'expérience et l'histoire personnelle des utilisateurs et du public peut également avoir une incidence sur l'interprétation des messages. La première étape importante en devenant un expert de l'information et des médias est de comprendre comment l'information, les idées et le sens sont communiqués à travers et par divers médias et autres diffuseurs d'informations comme les bibliothèques, les archives, les musées et l'Internet. Chaque média possède son propre « langage » ou « grammaire » qui fonctionne pour transmettre du sens d'une manière unique. Le « langage » dans ce cadre recouvre les composants techniques et symboliques, ou les codes et conventions, que les professionnels de l'information et des médias peuvent choisir d'utiliser dans le but de communiquer des idées, des informations et des connaissances, ou de transmettre un certain sens. Les codes techniques comprennent le son, les angles de caméra, les types de plans et la lumière. Ainsi, les codes techniques peuvent évoquer de la musique menaçante pour informer d'un danger dans un film, ou des plans de caméra grand angle pour créer un sentiment de puissance dans une photographie. Les codes symboliques comprennent la langue, les vêtements ou les

actions des personnages ou des symboles iconiques aisément compréhensibles. Une rose rouge peut être utilisée pour signifier symboliquement une histoire d'amour, ou un poing serré peut être utilisé pour communiquer une impression de colère. Les langages des médias peuvent également comprendre l'utilisation répétée de certains mots, expressions et images, également connus comme langage verbal ou visuel. Lorsque l'on étudie les langages des médias, il faut se poser trois questions principales : comment les langages sont-ils compris par le public des médias ? Quels sont les principaux codes et conventions utilisés par les personnes travaillant dans les médias et l'information aujourd'hui ? Une autre question importante est de savoir si des personnes différentes peuvent avoir des lectures différentes du même texte ou du même élément d'information.

Ce module vise à former les enseignants à acquérir des connaissances sur des langages médiatiques variés. Elles leur permettront de comprendre les façons dont information et messages peuvent être transmis et les liens entre leur interprétation des informations et des messages et les langages utilisés.

UNITÉS

1. Lire des textes médiatiques et informationnels
2. Le médium et le message : les informations imprimées et diffusées
3. Les genres filmiques et la narration

UNITÉ 1 : LIRE DES TEXTES MÉDIATIQUES ET INFORMATIONNELS

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Examen des codes et des conventions dans les textes d'information.
- Analyse du sens - les symboles et le langage visuel.
- Étude des langages des médias - collages photos et vidéo.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Identifier les codes et les conventions utilisées pour transmettre un sens dans différents médias et textes d'information ;
- Identifier des signes et symboles utilisés à diverses fins dans des communautés locales et internationales.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- Faites la liste des codes techniques et symboliques et des conventions qui sont utilisées dans les médias et les textes d'information suivants : séries, brochures touristiques, films documentaires, comédies, et messages politiques. Quels sont les messages et les informations qui sont véhiculés par ces codes ?
- Identifiez les signes et symboles utilisés dans votre communauté pour transmettre des informations variées (ex : pour les directions, les lieux d'attractions, etc.) Décrire les « langages » verbaux et visuels utilisés dans ces signes et symboles afin de les rendre compréhensibles par les gens. Pensez à l'utilisation des polices de caractères, des images stylisées, du design, etc.
- Examinez une série de cartes postales variées de votre pays ou de votre communauté. Identifiez pour chacune d'entre elles les principaux codes symboliques et techniques utilisés. Quelles informations sur votre pays sont-elles communiquées par l'utilisation de ces codes ? Quelles sont les informations omises ? Créez une carte postale d'un lieu ou d'un organisme de votre choix. Quels sont les principaux codes symboliques et techniques que vous utiliseriez pour transmettre des informations importantes et créer l'impression désirée ?
- En utilisant des images fixes ou vidéos, créer un collage d'images pour faire ressentir l'importance de votre école à un public particulier. Pensez à utiliser les icônes, les symboles, le langage visuel et verbal, la musique, les couleurs, les plans et les angles appropriés pour captiver et parler à ce public. Le public de ce montage pourrait être constitué de futurs étudiants potentiels, des parents de ces étudiants, des membres du conseil d'administration, d'un politicien etc.

113

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse des codes et des conventions dans des textes variés.
- Analyse des signes et des symboles présents dans la communauté.
- Analyse et évaluation des codes utilisés dans des cartes postales locales ou nationales.
- Création du collage.

UNITÉ 2 : LE MEDIUM ET LE MESSAGE : LES INFORMATIONS IMPRIMÉES ET DIFFUSÉES

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Analyse des codes et des conventions dans les médias d'information.
- Application des codes et des conventions à un reportage.
- Les langages des médias et le sens - évaluation et analyse de l'actualité et de l'information.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Analyser des codes et des conventions qui peuvent être utilisés dans la couverture d'un événement à la télévision, à la radio et dans la presse ;
- Appliquer ces codes et conventions à un reportage particulier ;
- Évaluer la manière dont un média et ses codes et conventions spécifiques peuvent façonner le message véhiculé ;
- Évaluer l'information qui peut être transmise par l'utilisation d'un média particulier.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- Un gouvernement décide de modifier la législation qui aura une incidence sur la protection de l'environnement. Un responsable du gouvernement vient de faire un discours pour justifier cette position. Un groupe important de jeunes sont présents pour protester et une bagarre éclate entre les manifestants et la police.
 - Essayez de prévoir comment cet événement sera couvert par un journal, une radio et une chaîne de télévision. En quoi pensez-vous que la couverture sera différente et pourquoi ? Dans quelle mesure cette différence serait-elle basée sur les seules caractéristiques de chaque média ?
- Sélectionnez un événement d'actualité ou une question d'intérêt, comme une nouvelle politique éducative, un événement récent culturel ou politique, ou un problème de santé. En travaillant en groupes, élaborer un reportage sur cet événement qui passera

à la radio, dans un journal et sur un programme d'informations télévisées. Pour la radio, le sujet ne peut pas durer plus de 20 secondes ; pour le journal, 210 mots, et pour la télévision, 1-2 minutes. Après avoir terminé les sujets, discutez des résultats en vous aidant des questions suivantes :

- Comment les différents médias influent-ils sur le type de couverture et les informations qui peuvent être données ?
- Quels sont les codes et les conventions utilisés dans le développement de chaque reportage ?
- Comment cet exercice illustre-t-il l'expression « le message, c'est le médium » ?
- Créez un collage d'images ou de symboles qui pourraient être utilisés pour promouvoir une école ou une autre institution en prenant en compte public-cible et information transmise.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

Description et évaluation du type de couverture médiatique possible dans des médias différents

- Développement et analyse d'un sujet d'information pour la radio, la télévision et les journaux.

115

UNITÉ 3 : LES GENRES FILMIQUES ET LA NARRATION

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Genres filmiques.
- Codes symboliques et techniques dans le film.
- Préparer le story-board d'une scène de film.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Identifier les genres de films variés ainsi que les codes et les conventions qui y sont associés (l'utilisation des techniques de film, le sujet, le thème, les personnages, les intrigues conventionnelles, les situations et les décors).
- Identifier des codes techniques et symboliques spécifiques utilisés pour transmettre un message dans un film.
- Elaborer un scénario en images ou storyboard pour une scène de film qui comprenne les codes et les conventions d'un genre particulier.
- Identifier des codes et des conventions utilisées dans un genre cinématographique populaire dans un autre pays.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- Dressez une liste de genres filmiques que vous aimez. Identifiez les éléments clés qui définissent chaque genre. Regardez une scène d'un de ces films. Notez les points suivants : histoire, décor, types de personnages, musique, éclairage, effets spéciaux, montage et prises de vue. Quels sont les messages et les valeurs véhiculées par l'utilisation de ces éléments dans le film ? Expliquer comment le sens de la scène peut être modifié en changeant divers éléments (ex : le décor, la musique, etc.).
- En groupes, créez un storyboard pour une scène d'un film du genre de votre choix. Expliquez la façon dont le « langage » du genre est véhiculé dans chaque scène.
- Montrez aux enseignants un extrait d'un film populaire d'un pays étranger. Comparez et mettez en contraste les « langages » utilisés dans ce film avec ceux en vigueur dans leur propre pays. Discutez de l'effet des différentes techniques utilisées. Qu'est ce qui est communiqué par le biais de ces techniques ? Quel est, selon vous, le public cible pour le film ?
- En utilisant l'Internet ou la bibliothèque locale, repérez deux affiches du même film qui seront montrées dans différents pays et réfléchir aux questions suivantes :
 - Quelle impression du film est véhiculée par les affiches ?
 - Quels sont les codes techniques et symboliques utilisés ? Pour quel effet ?
 - Pouvez-vous identifier le public-cible de chaque film à partir des affiches ?
 - Quelles informations sur chaque film véhiculent les affiches ?

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse d'une scène de film.
- Création du story-board pour une scène de film.
- Analyse d'affiche de films.
- Comparaison de films.

THÈMES À APPROFONDIR

- Utilisation des bandes sons dans un film.
- Travail des bruiteurs qui créent des effets sonores.
- Les conventions du cinéma documentaire.

RESSOURCES POUR CE MODULE

Les ressources citées ci-dessous sont purement illustratives et essentiellement tirées des États-Unis et du Royaume-Uni. Elles ne sont pas forcément pertinentes en dehors de ces régions. Les enseignants devront donc développer ou rechercher leurs propres ressources dans leur région.

- Goodman, Steve. (2003). *Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change*. NY: Teacher's College Press.
- Hitchcock, Peter. (1992). *Videography: A Guide to Making Videos*. Ontario, Canada: Peter Hitchcock Productions.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide*. US: New York University.
- McLuhan, Eric and Zingrone, Frank. (1995). *Essential McLuhan*. Canada: Anansi.
- Bone, Jan and Johnson, Ron. (2001). *Understanding the Film: An Introduction to Film Appreciation*. US: Glencoe McGraw Hill.
- Bordwell, David and Thompson, Kristin. (1998). *Film Art: An introduction*. 6th edition. US: McGraw Hill.
- Film Education, 91 Berwick Street, London UK W1F 0BP. Ceci comprend une variété de ressources pédagogiques gratuites et des guides d'étude dont la plupart peut être téléchargée de www.filmeducation.org.
- Film Study Guides for High School. Written for Pacific Cinematheque and distributed by Open Learning Agency of BC, Canada. Ceux-ci comprennent des guides d'étude pour les films individuels. www.cinematheque.bc.ca
- Conseil national du film du Canada. www.nfb.ca. Le CNF travaille avec les écoles, les bibliothèques publiques et les musées pour unir les films documentaires et l'éducation.
- Office national du film du Canada. www.onf-nfb.gc.ca. L'ONF travaille avec les écoles, les bibliothèques, les musées et propose des ressources variées et bien documentées sur les films de toutes catégories.
- Howard, Sue ed. (1998). *Wired-Up: Young People and the Electronic Media*. UK: Routledge. Cette anthologie est conçue comme une introduction accessible à une partie importante de recherche concernant les nouvelles technologies de communication.



MODULE 5 : LA PUBLICITÉ

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

118

La publicité s'appuie sur l'utilisation rémunérée des médias (imprimés et électroniques), en termes de temps ou d'espace, pour promouvoir un message, un service ou un produit. De manière générale, il existe deux types de publicité : la publicité commerciale et les annonces de service public, parfois appelées le marketing social. La publicité commerciale implique classiquement la promotion d'une personne, d'un produit, d'un service ou d'une entreprise afin de générer des ventes (ex. : les spots publicitaires et les publicités imprimées pour les entreprises de l'habillement, les boissons gazeuses, les films, etc.), alors que les annonces de service public renvoient à la promotion de messages et de services qui profitent à tous (ex. : messages de santé et de sécurité, promotion de l'alphabétisation etc.). Ces deux formes de publicité constituent la principale source de revenus pour les médias traditionnels et nouveaux. Le revenu que les médias et autres diffuseurs d'information reçoivent de la publicité est utilisé pour financer les coûts d'exploitation et le développement de contenus (ex. : programmes de télévision, contenus pour un site Web, articles de magazines, programmes de radio, etc.). Sans ces revenus, la plupart des entreprises de médias privées, qui sont partie intégrante du dispositif luttant pour la démocratie et les libertés dont nous jouissons, ne pourraient pas survivre.

Il est important pour les médias d'attirer l'argent de la publicité en offrant des possibilités ou des « véhicules » qui attireront les annonceurs et les sponsors. Par conséquent, les médias développent souvent les contenus demandés par le public ou susceptibles d'attirer des groupes variés de citoyens ou de consommateurs. Ces groupes peuvent être répartis en fonction de l'âge, de l'origine, du sexe, du revenu, des convictions politiques, etc.

La publicité, sous une forme ou une autre, est présente presque partout dans le monde. Les entreprises, les organisations, les citoyens et les gouvernements l'utilisent pour promouvoir produits et services, et pour transmettre des informations, des croyances et des valeurs. L'information ou les messages véhiculés par la publicité sont essentiels à la prise de

décisions. Étant donné le rôle important qu'elle joue dans nos sociétés, les enseignants doivent comprendre ce qui se joue dans la création d'une publicité efficace et être en mesure de les évaluer en tant que sources d'information. En outre, les enseignants doivent connaître les mécanismes en place qui permettent aux citoyens de réagir à certaines annonces auprès de l'industrie et des instances officielles.

Cependant, la publicité peut avoir un effet négatif sur les médias. La pression exercée par les annonceurs peut conduire des journalistes à éviter de traiter des sujets controversés. Elle peut écarter le contenu d'intérêt général en faveur du divertissement plus attrayant pour certains. À l'exception des médias qui cloisonnent clairement leurs activités commerciales et éditoriales, ce qui est de moins en moins le cas, les intérêts économiques de l'entreprise médiatique peuvent influencer sur le contenu et la couverture de l'information de façon invisible.

Alors que les possibilités en matière de publicité ont augmenté avec l'explosion des médias et de la technologie, l'industrie continue d'être réglementée par des codes spécifiques qui ont été mis en place pour aider à maintenir la confiance du public. D'une manière générale, ces codes fonctionnent au niveau national et sont créés par l'industrie de la publicité. Les codes sont conçus pour aider à garantir que la publicité est bien honnête, juste et précise. Dans de nombreux pays, les consommateurs, s'ils ont des questions ou des plaintes concernant les pratiques de l'industrie, peuvent contacter le conseil de la publicité ou des associations de défense des consommateurs.

Aujourd'hui la publicité est bien au-delà de son rôle traditionnel. Elle ne se limite plus à des spots télévisés, des publicités dans les magazines ou des panneaux d'affichage. Les publicités pour de plus en plus de produits, d'informations, de messages ou d'idées passent désormais par des pop-ups sur des sites web, des téléphones mobiles et autres technologies nomades, par des placements de produits dans les programmes de cinéma et de télévision, et des accords de parrainage. Car les entreprises recherchent sans cesse de nouveaux moyens pour apporter leurs informations jusqu' au public. Les gouvernements, les politiciens et les organisations non gouvernementales (ONG) utilisent également des stratégies publicitaires lorsqu'ils tentent de promouvoir et de faire approuver des politiques ou des programmes et parfois d'améliorer leur image.

Dans de nombreux pays, la publicité locale privée n'est pas suffisante pour soutenir tous les médias qui existent. Par conséquent, les entreprises médiatiques doivent aussi parfois dépendre de la publicité des sociétés étrangères ainsi que du gouvernement. De plus, les entreprises internationales et les organisations qui veulent atteindre des publics locaux vont acheter l'espace publicitaire dans les médias locaux. Ces dernières années, nous avons assisté à l'émergence de « superbrands », correspondant à des produits ou sociétés dont la publicité et les efforts dans la stratégie de marque se sont « mondialisés ».

UNITÉS

1. La publicité, les recettes et la réglementation
2. Les messages d'intérêt public
3. La publicité - le processus de création
4. La publicité et l'arène politique

UNITÉ 1 : LA PUBLICITÉ, LES RECETTES ET LA RÉGLEMENTATION

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Analyse de la réglementation de la publicité.
- Application des réglementations aux publicités actuelles.
- La publicité comme modèle de revenu.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

A l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Appréhender la publicité comme source importante de recettes pour la télévision ;
- Examiner et évaluer l'objectif et l'efficacité de la réglementation dans le secteur de la publicité;
- Appliquer les réglementations existant à des exemples actuels de publicité ;
- Évaluer l'impact de la publicité sur la programmation et sur le contenu des médias.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- En vous aidant d'Internet ou d'une bibliothèque, renseignez vous sur les réglementations qui existent dans votre région pour l'industrie de la publicité. Identifiez où se situent les instances de régulation susceptibles d'aider les citoyens qui ont besoin d'accéder à cette information. Identifiez quels individus ou groupes ont créé ces réglementations. Résumez les principaux domaines couverts par ces réglementations et expliquez leurs buts. Expliquez comment et en quoi ils soutiennent les intérêts des citoyens et des consommateurs. Expliquez l'impact potentiel de ces réglementations sur l'industrie.
- Appliquez les réglementations à différentes annonces trouvées dans les médias locaux. Évaluez dans quelle mesure les réglementations sont ou non suivies d'effet. Donnez des exemples spécifiques tirés de chaque annonce pour étayer votre réponse. Dans les cas où une publicité est en infraction, enquêtez sur les recours possibles pour les consommateurs.
- Recherchez si les besoins des annonceurs ont affecté le type ou la qualité de la programmation ou de la couverture d'information dans les médias. Étudiez la publicité comme modèle de revenu pour un média particulier. Par exemple, examinez la grille de programme pour la télévision ou la radio à des heures de grande écoute

dans votre région. Notez les programmes diffusés entre 20h et 23h et la place qu'y occupent les publicités.

- Sélectionnez une station particulière, et regardez ou écoutez une ou deux heures de cette programmation, en listant les annonces diffusées durant ce laps de temps. Expliquez le raisonnement justifiant le placement d'annonces au cours de programmes spécifiques. Notez également toutes les publicités, tous les placements de produits qui passent au sein des programmes eux-mêmes. Évaluez l'efficacité des stratégies publicitaires utilisées au cours de cette grille horaire pour atteindre les publics cibles.
- Enquêtez sur les classements des 10 premiers programmes de télévision les plus regardés dans votre région. Choisissez un seul réseau de télévision et déterminez les produits ou services dont vous choisiriez de faire la publicité au cours d'un programme ou d'un créneau horaire particulier. Expliquez vos choix, en identifiant le public cible qui pourrait être atteint au cours de cette période. Menez des recherches pour connaître les revenus générés par une publicité de 30 secondes à ce moment là.
 - Dans la mesure où la publicité est une source primordiale de revenus pour les médias, les principes de la liberté d'expression, la liberté de la presse ou l'accès libre à l'information devraient-ils être sacrifiés pour satisfaire les annonceurs, les grandes entreprises ou le gouvernement ? Quelles en sont les implications ? Le gouvernement devrait-il rendre publiques les subventions qu'il accorde aux médias et aux autres fournisseurs publics d'informations ? Les médias et les autres fournisseurs d'information qu'ils soient financés sur fonds publics ou privés devraient-ils être responsables devant le gouvernement du fait de percevoir des revenus de la publicité ?
 - L'objectif premier des médias et autres fournisseurs d'information est de faire des profits. Discutez cette affirmation. Donnez des arguments pour ou contre cette affirmation. Les médias et autres fournisseurs d'information peuvent-ils fonctionner sans publicité ? Quelles actions devraient-elles être entreprises par les citoyens si les médias et autres fournisseurs d'information sacrifiaient le bien public pour les revenus de publicité ? Pourquoi certaines actions devraient-elles être entreprises ?

— NOTE :

Cet exercice pourrait également être adapté à d'autres types de médias : journaux, magazines, sites Web, etc.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse de publicité et évaluation s'appuyant sur la réglementation.
- Etude et évaluation des liens entre programmation de télévision, publicité et recettes.

UNITÉ 2 : LES MESSAGES D'INTÉRÊT PUBLIC

► DURÉE : 3 heures

THÈMES CLÉS

- Analyse de messages d'intérêt public (MIP)
- Le processus de création et la planification d'un MIP

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Analyser un certain nombre de MIP en les envisageant comme moyens de communiquer des informations sur différentes questions ;
- Élaborer un projet pour un MIP original à propos d'une question de votre choix, comprenant une déclaration d'intention, un message, un public cible, des stratégies créatives et techniques ;
- Produire un MI ;
- Évaluer l'efficacité des stratégies de communication et du MIP pour transmettre l'information et le message prévu et atteindre le public cible.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Périodiquement, les gouvernements souhaitent communiquer avec leurs citoyens par l'intermédiaire des médias pour atteindre un objectif de politique publique particulier. Les exemples classiques pourraient être des campagnes de santé publique pour limiter la propagation du SIDA et de l'infection par le VIH, des campagnes pour encourager l'adoption des moustiquaires pour réduire le paludisme ou pour favoriser l'alphabétisation. Elles sont connues comme des messages d'intérêt public (MIP).

- À partir des exemples donnés ici, discutez de la signification et du but des MIP. Expliquez en quoi les MIP sont différents de la publicité commerciale. Dressez une liste des questions abordées dans les MIP que vous avez vus. Identifiez les différentes utilisations des MIP dans votre région géographique.
- Visitez l'un des sites de service public suivants (ceux-ci ne sont que des exemples pour illustrer les activités décrites ici ; d'autres sources, adaptées à diverses régions, pourraient être utilisées à leur place) :

- <http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>
 - <http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html>
 - <http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>
 - Un exemple en français : http://www.gnb.ca/0048/DAW2011/PromotionalItems/PSA_e-mail2011-f.asp
- Examinez un certain nombre de MIP - imprimés et vidéos - et discutez des caractéristiques clés de chacun. Identifiez les informations clés et le message principal véhiculé et analysez la façon dont ils sont présentés. Tenez compte des stratégies techniques et créatives à l'oeuvre.
- Analysez l'utilisation de l'émotion dans les divers MIP. Identifiez toutes les revendications exprimées par ces MIP et si elles sont ou non étayées par des faits. Analysez la façon dont les éléments techniques du MIP renforcent son sens ou son message. Expliquez les effets créés par l'utilisation de certaines prises de vue et d'angles divers. Expliquez comment le son peut être utilisé pour transmettre le sens dans ce type de messages.
- Les enseignants pourraient « déconstruire » un MIP choisi dans les sites évoqués, en recréant son storyboard à partir de ce qu'ils ont vu. Ils auront besoin de voir le MIP plus d'une fois, et le facilitateur devra mettre en pause le MIP sur chaque image pour que les enseignants puissent ajouter sur leur story-board ce qu'ils voient et entendent. Des échantillons de storyboards peuvent être consultés à l'adresse suivante : www.storyboardsinc.com
- Élaborez un projet original pour un MIP concernant une question sociale ou culturelle importante. Dressez une liste de questions possibles comme base pour le MIP. Discutez du but et du public. Cette discussion, à son tour, aidera à formuler le message à véhiculer. Réfléchissez à l'information clé et au message principal que vous avez besoin de transmettre.
- Examinez maintenant *qui* vous voulez atteindre et *comment*. L'information et le message doivent être adressés à un public-cible spécifique.
 - Décrivez le concept, et développez une liste de stratégies qui peuvent être utilisées dans la création du MIP. Il peut s'agir de stratégies créatives (les idées de contenu) et de stratégies techniques (les composantes de la réalisation).
 - Complétez un schéma du MIP, comprenant une déclaration décrivant le concept, les stratégies techniques et créatives, et le public.

LIGNES DIRECTRICES POUR UN MESSAGE D'INTÉRÊT PUBLIC (MIP)

Adapté à partir de Think Literacy www.edu.gov.on.ca/eng/.../thinkliteracy/library.html

Concept : défini par vous-même pour satisfaire les objectifs de l'organisation ou du client et pour expliquer le but ou la fonction de la campagne.

Stratégies : *créatives* (une explication de vos idées, y compris une description de la façon dont les objectifs peuvent être satisfaits) et *techniques* (quels médias peuvent être utilisés et de quelle manière pour satisfaire les objectifs du client).

Public : quel est votre public cible ? Qui avez-vous besoin d'atteindre ? Fournissez une description détaillée de votre public (par exemple l'âge, le sexe, l'origine, la classe, la nationalité, leur degré de maîtrise de cette forme de média, etc.).

Texte : le message essentiel de la campagne, qui doit être lié aux objectifs, et à la stratégie créative indiquée ci-dessus (c'est-à-dire les informations clés, le point de vue, le fil de l'histoire, des images, des hommes et des femmes, la langue, les costumes, le comportement des personnages). Prenez en compte l'utilisation de revendications particulières et l'attrait émotionnel.

Production : un schéma pour ce qui doit être produit. Cela doit être lié à votre stratégie technique. Examinez les lieux, les prises de vue, le son, la voix over, les effets spéciaux, les graphiques, l'animation, etc. Décidez quelles technologies transmettront le sens que vous souhaitez et complétez votre message.

Diffusion : Expliquez et défendez les choix de canaux de diffusion et l'heure ou les heures de diffusion de votre MIP. En outre, un MIP diffusé à la télévision, à la radio ou sur Internet doit inclure des éléments de publicités adaptés à ces médias, comme un slogan / indicatif sonore, des éléments et demandes spécifiques, un script qui comprend la scène appropriée, des accessoires et des costumes, et un story-board incorporant des instructions appropriées à la vidéo et / ou à l'audio..

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Le concept et les esquisses pour un MIP.
- Le produit final : le MIP comme texte médiatique - présentation et discussion.

UNITÉ 3 : LA PUBLICITÉ : LE PROCESSUS CRÉATIF

► DURÉE : 3 heures

THÈMES CLÉS

- Publicité et parrainage - lieu, messages et public.
- Évaluation des réclamations et recours dans la publicité.
- Examen de la conception et de la production de publicités.
- Le placement de produits dans les programmes.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Analyser le processus publicitaire comme moyen de communication et d'information ;
- Explorer l'élaboration du concept dans la publicité, y compris l'élaboration de stratégies techniques et créatives ;
- Déconstruire les composants essentiels qui entrent dans une publicité et son caractère émotionnel ;
- Évaluer l'impact des messages publicitaires sur des publics cibles spécifiques ;
- Expliquer la façon dont la notion de publics « actifs » s'applique à la publicité, ou plus précisément, comment les publics négocient le sens (comment expliquer le succès de certaines publicités et l'échec d'autres) ;
- Identifier les tendances les plus récentes dans la publicité ;
- Identifier les placements de produits dans les programmes comme des publicités indirectes (mélange de contenu éditorial et commercial).

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- Faites une visite imaginaire de votre école/ campus et de votre quartier. Identifiez les types de publicité, les messages d'intérêt public (MIP), les promotions ou les parrainages qui y figurent. Fournissez une brève description de chaque exemple de publicité, MIP ou parrainage. Décrivez le message et l'image créée pour chaque exemple et évaluez leur efficacité à transmettre l'information nécessaire. Identifiez la source pour chacun des exemples (qui l'a créé ou qui en profite).

- Expliquez pourquoi les entreprises et institutions peuvent choisir d'avoir leurs noms, produits ou logos placés à cet endroit. Expliquez de quelles façons ces parrainages/promotions diffèrent de la publicité « traditionnelle ».
- Des communautés s'interrogent sur l'intérêt de vendre ou non des droits de dénomination à des domaines, sites ou bâtiments. Discutez des avantages et des responsabilités de telles stratégies de publicité pour l'annonceur, la communauté et l'individu.
- Étudiez une collection de magazines, visionnez des publicités à la télévision et faites le tour d'un certain nombre de sites Web de grandes entreprises. Décrivez les stratégies de publicités utilisées dans les exemples actuels. Choisissez un certain nombre de publicités et examinez-les de près. Décrivez la « personnalité » du produit vedette de chaque annonce et identifiez les émotions que l'annonceur essaie d'évoquer. Quelles promesses ou solutions la publicité ou le MIP offrent-ils ? Jusqu'à quel point sont-elles réalistes ? Quelles images du bonheur ou du succès communiquent-ils ?
 - Identifiez les informations, messages et valeurs véhiculés par chaque annonce. Débattre de la nécessité de faire une distinction explicite entre contenu éditorial et publicitaire. Y a-t-il des revendications spécifiques dans ces annonces ? Quels sont les faits présentés pour étayer ces revendications ? Y a-t-il des informations trompeuses ou confuses ? À partir de votre analyse, quelles recommandations feriez-vous au public à propos de cette annonce ? En d'autres termes, acceptez-vous l'information telle qu'elle est présentée ? Expliquez votre choix. Quels changements suggéreriez-vous pour compléter ou améliorer le message ou l'information ? Expliquez en vous appuyant sur des exemples.

- Choisissez une publicité imprimée pour l'observer attentivement. Cet exercice nécessite de prendre en compte les éléments de conception utilisés dans la publicité, l'information et le message véhiculés, et le public cible. Comment les éléments de conception (composition, angle, lumière, couleur, choix des mots, etc.) renforcent-ils le message et les informations transmis ? En d'autres termes, comment la **forme** renforce-t-elle le **contenu** ?
- Le placement de produit consiste à placer un produit commercial en évidence dans un programme de radio, de télévision, un livre ou un film, mais aussi de plus en plus sur Internet, sans l'identifier comme une publicité, pour satisfaire le fabricant du produit qui a parrainé le programme (payé entièrement ou pris en charge sur quelques coûts associés). Certains régulateurs acceptent le placement de produits à condition que les téléspectateurs en soient clairement informés au début et à la fin du programme. Choisissez des exemples de placements de produits dans votre pays : sont-ils identifiés comme tels ? Si des réglementations relatives au placement de produit existent dans votre pays, quelles actions les citoyens peuvent-ils entreprendre ? Quel est le message transmis sur ce produit, dans ce contexte ? Quels sont les messages transmis par le produit lui-même et par le contexte ? Un contexte ou un placement différent modifieraient-ils l'image du produit et son message ?
 - Faites une liste des acteurs impliqués dans le secteur de la publicité. Elle doit comprendre des individus et des institutions/organisations. Décrivez leurs rôles respectifs. Regardez attentivement une publicité audiovisuelle. Pensez-vous que le rôle de chacun des acteurs clés que vous avez repérés apparaisse explicitement ? En quoi pensez-vous que votre connaissance des personnes impliquées dans la création et la diffusion de cette publicité puisse vous aider à mieux interagir avec elle ou à évaluer son utilité à fournir des informations dont vous avez besoin ? (note :

à cet égard, la série documentaire « The Persuaders » peut être intéressante - voir une description de ce programme dans la liste des références à la fin de ce module.)

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse d'une publicité, l'attrait émotionnel, les composants techniques et de conception, et le public cible
- Entrées du journal des médias - réponse à la déconstruction de publicités et au visionnement

UNITÉ 4 : LA PUBLICITÉ ET L'ARÈNE POLITIQUE

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Analyse de la publicité politique et électorale
- Evaluation de directives concernant la publicité politique
- Evaluation des organismes de régulation pour la publicité électorale
- Réglementation des médias applicables pendant les élections nationales

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Évaluer la publicité politique et électorale ;
- Évaluer les directives en place pour la publicité politique ;
- Analyser les recours à l'émotion dans la publicité politique et électorale ;
- Recommander des stratégies pour le maintien d'une citoyenneté informée, au vu des composantes émotionnelles utilisées dans la publicité politique ;
- Expliquer la procédure à laquelle peuvent avoir recours les citoyens pour interpeller l'organisme de régulation au cours d'une élection.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- Rassemblez des exemples de publicité politique de votre pays ou de votre région. Si nécessaire, effectuez des recherches dans votre bibliothèque locale. Analysez ces publicités en utilisant les lignes directrices de l'Unité 2. Examinez les raisons pour lesquelles le citoyen moyen serait intéressé par la publicité politique. Évaluez l'efficacité de chaque annonce, en prenant en compte la finalité, l'information et le message véhiculés, ainsi que le public-cible. Expliquez comment la conception et la forme des annonces sont utilisées pour renforcer le contenu.
- Examinez plusieurs annonces tirées de la même campagne politique. Évaluez l'efficacité de la campagne dans son ensemble à travers l'utilisation de lignes graphiques, d'images, slogans et messages.
- Utilisez l'Internet et/ou les ressources de la bibliothèque, enquêtez sur les organismes de régulation mis en place pour contrôler la publicité politique. Examinez les directives choisies pour contrôler la publicité utilisée par les candidats durant les élections. Évaluez dans quelle mesure les annonces sélectionnées respectent ces directives.
- Étudiez la façon dont ces organismes de régulation représentent les intérêts des citoyens. Examinez le rôle que les citoyens peuvent jouer en s'assurant que la publicité politique soit honnête, juste et précise. Décrivez toutes les suggestions que vous feriez à un organisme de régulation en matière de publicité politique.
- Faites une liste des réglementations des médias (établies par la commission électorale nationale ou la commission nationale de contrôle de la campagne électorale selon les pays) sur leur façon de traiter des élections. Regardez s'il y a des lignes directrices sur l'utilisation des sondages d'opinion, la répartition du temps d'antenne aux différents partis politiques par les organismes nationaux de radio-télévision, la diffusion des résultats des élections, etc.
- Le consultant politique Frank Luntz raconte à ses clients du monde politique que « 80% de notre vie sont faits d'émotion et seulement 20% de réflexion. Je suis beaucoup plus intéressé de savoir ce que vous éprouvez plutôt que ce que vous pensez. » Examinez la publicité politique à la lumière de ce commentaire. Expliquez dans quelle mesure les publicités politiques sont fondées sur l'émotion. Analysez le langage utilisé pour « vendre » un candidat, ses idées ou ses politiques. Évaluez si le langage utilisé est exact, précis ou trompeur.
- Étant donné l'utilisation de la charge émotionnelle dans la publicité politique, recommandez des stratégies pour conserver une citoyenneté éclairée.

THÈMES À APPROFONDIR

- Le parrainage par les entreprises et les collectivités (y compris le parrainage et la publicité dans les écoles)
- Les vedettes dans la publicité

- « Prendre soin du capitalisme » - en lien avec l'implication de célébrités, bien que l'accent soit mis sur la promotion de l'altruisme dans le marketing et la stratégie de diverses sociétés
- Variables psychographiques et recherche sur les publics

RESSOURCES POUR CE MODULE

Veillez noter que la majeure partie de ces ressources proviennent de l'Amérique du Nord et ne peuvent pas être considérées comme utilisables partout dans le monde. Les formateurs doivent chercher à identifier d'autres ressources documentaires locales ou régionales qui offrent des exemples plus pertinents pour les stagiaires.

- *Adbusters* - www.adbusters.org - offre une critique de la publicité et de la culture populaire, célèbre pour ses « fausses » annonces.
- *Advertising Age* - www.adage.com - une publication de l'industrie, avec les frais de publicité, des rapports sur les stratégies, etc.
- *Ads of the World* - <http://adsoftheworld.com> - une archive de la publicité et un forum pour discuter du travail de la publicité à travers le monde.
- *The Persuaders* - Frontline - www.pbs.org - ce programme explore la façon dont les stratégies de marketing et de publicité en sont venues à influencer non seulement ce que les gens achètent, mais aussi comment ils se voient et voient le monde autour d'eux. Ce documentaire de 90 minutes s'appuie sur un éventail d'experts et d'observateurs du monde du marketing/publicité. Le programme complet peut être consulté en ligne sur le site de PBS en six parties. Pour ce module, voir si possible les chapitres 1 et 2 du programme - *High Concept Campaign and Emotional Branding*.
- <http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>
- <http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html>
- <http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>
- *The Merchants of Cool* – Frontline - www.pbs.org – un document disponible en ligne qui explore comment les annonceurs ciblent la jeunesse.
- *Think Literacy, Media*, Grades 7-10 (2005) – une ressource pour créer les messages d'intérêt public - <http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentssuccess/thinkliteracy/library.html>.
- *Rejected Online* - <http://bestrejectedadvertising.com/html> - annonces rejetées par les clients pour des raisons esthétiques, commerciales ou stratégiques. Comprend également les publicités rejetées, bannies, frauduleuses et les plus critiquées.



MODULE 6 : LES MÉDIAS NOUVEAUX ET TRADITIONNELS

130

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Ce module présente aux enseignants le rôle que les nouvelles technologies et la convergence jouent dans l'élargissement de la participation des citoyens au changement social, économique et politique. Il explique comment les médias traditionnels ont évolué vers de nouvelles formes numériques et électroniques (nouvelles en ligne, blogs, Wikipedia, YouTube, applications des réseaux sociaux, jeux vidéo, etc.) et comment cela favorise un accès plus large à l'information et aux connaissances, à la liberté d'expression, à la bonne gouvernance et à la participation aux processus démocratiques.

La coexistence de médias imprimés, de médias audiovisuels (radio et télévision), de l'Internet, des téléphones mobiles, etc. permet aux contenus des médias de circuler à travers diverses plates-formes. Il permet aussi d'élargir l'accès à l'information et de créer une culture participative où les citoyens ne se contentent pas de consommer de l'information, mais participent activement à sa production et à sa diffusion. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) ont rendu possible la participation d'un plus large public au partage de l'information et des connaissances et incitent désormais les gens à s'engager activement dans le processus démocratique en provoquant l'ouverture de nombreuses sociétés vers l'extérieur.

De fait, les nouveaux médias et les technologies convergentes créent de nouveaux espaces d'expression individuelle et de participation au débat public pour un large éventail de questions sociales, économiques et politiques. Les nouveaux supports médias permettent aux citoyens de s'engager consciemment dans le processus démocratique au sein de leurs

sociétés, et aident à acheminer informations et grands sujets internationaux au plus près des sociétés locales.

UNITÉS

1. Des médias traditionnels aux nouvelles technologies médiatiques **unité 1 : la publicité, les recettes et la réglementation**
2. Les utilisations des nouvelles technologies médiatiques dans la société – communications de masse et communications numériques
3. Les utilisations d'outils multimédias interactifs, y compris les jeux numériques, dans les classes

UNITÉ 1 : DES MÉDIAS TRADITIONNELS AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES MÉDIATIQUES

► DURÉE : 2 heures

131

THÈMES CLÉS

- Changement et continuité – une brève histoire des médias.
- Qu'est ce que la convergence des médias ?
- Les médias numériques comme nouveaux médias.
- Les principales différences entre les médias traditionnels et les nouveaux médias.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Décrire comment les nouvelles technologies ont conduit à la convergence des médias traditionnels et nouveaux ;
- Décrire les différences entre les médias traditionnels et les nouveaux médias et la façon dont ces derniers ont renforcé la démocratie participative.

- Une des conséquences importantes du développement des médias numériques est le passage d'un modèle de communication traditionnel de « un vers plusieurs » caractéristique de la presse imprimée et des médias audiovisuels, à un modèle «peer to peer » (« de pair à pair ») qui facilite la création collaborative et le partage de contenu. Comme le contenu est numérisé, il devient accessible à partir d'une multitude d'appareils, y compris la radio, la télévision, l'ordinateur personnel et, peut-être plus encore, à partir du téléphone mobile qui est en train de devenir la plate-forme dominante pour transmettre des contenus de toutes sortes. La numérisation de la voix, de l'image, du son et des données - connue sous le nom de convergence - crée de nouvelles possibilités d'interaction.
- Les stagiaires travaillant en groupes se voient confier la tâche de faire des recherches sur l'évolution des médias jusqu'à l'émergence de l'Internet. Ils notent quels ont été les premiers usages de l'Internet et comment ils se sont considérablement élargis dans leur société. Ils doivent en évaluer les applications et les avantages pour l'éducation, la société civile et la gouvernance. Le résultat de ce travail doit être présenté pour une discussion en classe.
- Les stagiaires recherchent jusqu'à quel point les médias numériques présentent des possibilités pour la liberté d'expression dans leur société. Dans leurs recherches, ils devraient porter attention à la façon dont les gens utilisent les nouveaux médias pour leur expression individuelle. Ils doivent aussi noter la façon dont les médias traditionnels (journaux, radio et télévision) convergent avec les nouveaux médias dans leur société (ex : les sites d'information avec accès multimédia). Les stagiaires doivent présenter leurs conclusions à la classe en utilisant PowerPoint ou d'autres formes de présentation.
- Les stagiaires recherchent, au sein de leur société, dans quelle mesure les nouveaux médias défient les médias d'actualité traditionnels, quels sont les différents types de médias utilisés par les gens pour exprimer leurs propres opinions sur d'importantes questions d'actualité, qui sont les utilisateurs des différentes plateformes médiatiques et quelles sont les questions dont ils débattent. La conclusion de cette recherche doit être présentée pour alimenter une discussion de groupe et un débat.

— ACTIVITÉS

- Écrivez un court essai sur les principales différences entre médias traditionnels et nouveaux médias – en discutant dans quelle mesure les différences sont réelles ou artificielles. Dans cet essai, évaluez similitudes et différences entre médias traditionnels et médias électroniques ou numériques. Les questions de responsabilités éditoriales, de vérification et d'autres principes journalistiques doivent être mises en évidence.
- Une des caractéristiques des médias traditionnels est que le contenu des médias passe par un processus éditorial organisé conçu pour authentifier les informations et les imputer à un média d'information plutôt qu'à un individu. Le journaliste citoyen en ligne ne travaille pas de cette façon. Dans ce contexte, discutez de la différence entre l'information partisane d'un blogueur individuel et un article figurant dans la version en ligne d'un journal.
- Produisez un compte rendu appréciant dans quelle mesure la connaissance et l'information ont changé ou non depuis que les nouveaux médias et les nouvelles technologies médiatiques sont apparues dans votre société.

- Préparez un essai sur la manière dont l'émergence des nouveaux médias a modifié la façon dont les gens interagissent et dont cela leur profite. Demandez vous aussi comment les nouveaux médias ont un impact sur la vie sociale et professionnelle des enseignants et quels sont les défis et les possibilités à exploiter pour faire progresser l'accès généralisé aux médias numériques.

UNITÉ 2 : LES UTILISATIONS DES NOUVELLES TECHNOLOGIES MÉDIATIQUES DANS LA SOCIÉTÉ – COMMUNICATIONS DE MASSE ET COMMUNICATIONS NUMÉRIQUES

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Nouveaux médias et interactions sociales - réseaux sociaux, etc.
- Technologie de la communication et développement.
- Interrelations entre les changements dans la communication de masse résultant de nouvelles technologies et les changements dans les institutions démocratiques.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Analyser les effets de la communication numérique sur la vie sociale et politique d'une société ;
- Décrire l'utilisation d'une ou deux formes de nouveaux médias pour partager les connaissances et les informations sur un sujet d'actualité dans la société ;
- Évaluer la façon dont les nouveaux médias sont utilisés dans la communication de masse et leur impact sur les institutions et processus démocratiques dans la société.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Recherche et discussion en classe : les stagiaires entreprennent des recherches à petite échelle pour évaluer l'impact des technologies de communication numériques sur le développement ; ceci doit inclure l'apprentissage sur les plateformes médias utilisées dans leur pays et la façon dont les médias présentent leurs pays au monde extérieur. Les stagiaires doivent aller voir sur le site Web de leur pays et discuter en groupes de la façon dont le pays se projette et dont il se compare avec les pays voisins. Ils doivent faire une liste d'autres caractéristiques qu'ils aimeraient inclure dans l'image de leur pays telle qu'elle est montrée au monde extérieur. Une discussion en classe permettra de débattre des conclusions.

Enquête et présentation de groupe : les stagiaires réalisent une enquête à petite échelle pour étudier l'impact des communications de masse traditionnelles et des nouveaux médias (ex : la radio communautaire ; les journaux privés, régionaux et nationaux, l'Internet) sur la participation du public dans le débat social, économique ou politique. Les exemples de sujets pour l'enquête pourraient être l'éducation sur le VIH/SIDA ou la justice sociale pour les groupes minoritaires. En particulier, il pourrait être utile de se concentrer sur le rôle des téléphones mobiles et des applications de réseaux sociaux (tels que Facebook et Twitter) comme outils de mobilisation. Plus généralement, les stagiaires pourraient discuter des points suivants : qui sont les propriétaires de médias ? Qui crée les messages, et quel est le message essentiel qui est transmis ? Quels publics tentent-ils d'atteindre et pourquoi les ciblent-ils ? Qui sont leurs sponsors/investisseurs et que feraient-ils différemment ? Comment les médias traditionnels et en ligne varient-ils à cet égard ?

134

Discussion en classe : l'enseignant-tuteur doit conduire une discussion générale en classe sur les nouveaux médias les plus utilisés dans l'environnement des stagiaires : l'Internet, les technologies mobiles (ex : les SMS, les applications de téléphones intelligents ou smartphones), la télévision numérique, la radio numérique, les jeux vidéo/jeux en ligne (par exemple les jeux de réalité virtuelle, tels que les SIMS). La discussion doit explorer les avantages et les inconvénients de ces nouveaux médias. Avant cette activité, les stagiaires doivent mener des entretiens, si possible à la fois dans des collectivités rurales et urbaines, quant à l'utilisation des téléphones mobiles. À partir de ces entretiens, ils doivent présenter à la classe ce qu'ils considèrent comme l'impact des téléphones mobiles sur la vie sociale, économique et politique des utilisateurs.

— ACTIVITÉS

- Effectuez une étude à petite échelle sur la façon dont les nouveaux médias et les nouvelles technologies transforment les modes sur lesquels les personnes communiquent dans votre société, et comment cela modifie les interactions, les échanges d'informations et même le processus décisionnel des individus.
- Faites une recherche/étude de cas sur la façon dont les médias de masse et les nouvelles technologies sont utilisés pour la communication de masse et sur la façon dont ils influencent la vie quotidienne, les valeurs et l'opinion du public. Comment par exemple la technologie du téléphone mobile a-t-elle contribué à combler le fossé de communication entre les riches et les pauvres dans la société ? Quels sont les écarts qui perdurent ? Explorez comment la communication numérique modifie la façon dont les gens dans votre société interagissent, partagent les connaissances et échangent de l'information.

- Élaborez une stratégie pour l'utilisation d'un site de réseau social pour promouvoir l'interaction sur un sujet particulier que vous souhaitez enseigner. Quels sont les risques et les défis auxquels les enseignants vont vraisemblablement devoir faire face en utilisant des réseaux sociaux à des fins éducatives ? Identifiez les risques et suggérez des façons de réduire leur impact.
- L'e-gouvernance implique de nouvelles formes dynamiques de la gouvernance dans lesquelles les TIC jouent un rôle-clé. L'utilisation des TIC a influencé la gouvernance de nombreuses manières. Celles-ci incluent : 1) l'e-démocratie qui facilite la participation grâce à un accès accru à l'information et au savoir, véritables bases de la prise de décision ; 2) l'e-service qui automatise les tâches fastidieuses telles que compléter les déclarations d'impôts, vérifier le statut des demandes ; et 3) l'e-administration qui améliore les procédures administratives et les fonctionnements internes du secteur public grâce aux nouvelles procédures de traitement de l'information fondées sur les TIC. Les TIC sont ainsi devenus un moyen très utile pour améliorer les procédures de gouvernance.

L'e-gouvernance et l'e-gouvernement sont des concepts associés qui se distinguent subtilement l'un de l'autre. Le second fait référence aux systèmes par lesquels les procédures du gouvernement sont automatisées alors que le premier concerne les systèmes qui permettent que les procédures administratives deviennent ouvertes et inclusives (voir UNESCO 2007).

- Les enseignants devront utiliser l'Internet pour rechercher si l'e-gouvernance existe dans leur pays. Ils devront choisir deux exemples qui montrent que de telles activités existent. Les enseignants devront indiquer dans quelle mesure ils sont impliqués ou consultés dans la gouvernance. Les citoyens sont-ils consultés en général ? Discutez de la réalité de ces projets d'e-gouvernance. Quels en sont les bénéfices et les inconvénients ? Menez une recherche de base sur des projets similaires liés à la gouvernance locale dans la région ou au niveau international. Quel genre de projet d'e-gouvernance recommanderiez-vous à votre gouvernement local ? Pourquoi ?
- L'accès aux TIC ou aux nouvelles technologies est tout aussi important pour l'autonomisation des hommes, des femmes, des personnes handicapées et des autres groupes marginalisés tels que les minorités ethniques et les populations autochtones ainsi que pour ceux qui vivent dans des communautés reculées.
 - Utilisez des sources locales ou internationales pour faire une recherche de base sur l'accès aux TIC et aux nouvelles technologies pour les femmes, les personnes handicapées et les membres de communautés éloignées. Les femmes ont-elles le même accès que les hommes ? Dans quelle mesure les personnes handicapées ou celles vivant dans des communautés éloignées y ont-elles accès ? Quelles en sont les implications ? Que faudrait-il faire lorsque certains groupes sont marginalisés pour l'accès aux nouvelles technologies ? Si de telles données ne sont pas disponibles pour votre pays ou votre région, essayez de trouver pourquoi. Quelle organisation devrait-elle être concernée par l'absence de telles données ? Que peut-on faire à ce propos ?

UNITÉ 3 : LES UTILISATIONS D'OUTILS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS, Y COMPRIS LES JEUX NUMÉRIQUES, DANS LES CLASSES

► DURÉE : 3 heures

THÈMES CLÉS

- Outils multimédias interactifs, ressources éducatives libres, et types de solutions pour améliorer l'éducation.
- Outils multimédias interactifs/jeux numériques pour créer des climats d'apprentissage convivial.
- Jeux des médias comme outil pour accroître la sensibilisation et la promotion des enjeux mondiaux.
- Jeux éducatifs opposés à jeux de divertissement.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants doivent être capables de :

- Identifier la valeur des outils multimédia interactifs, dont les sites web interactifs, les présentations, les débats en ligne, les blogs, les wikis, les wikibooks, les livres électroniques, le pod, video et vodcasting, et les jeux pour l'enseignement et l'apprentissage ;
- Développer les compétences sociales, intellectuelles et spatio-temporelles, à l'aide d'outils multimédias interactifs, en particulier les jeux ;
- Mettre en application les outils multimédias interactifs, les jeux numériques en particulier, dans l'enseignement et l'apprentissage ;
- Utiliser les outils ou les jeux multimédias interactifs traditionnels et de pointe pour introduire des concepts à partir de disciplines scolaires (ex : les mathématiques, les sciences, les sciences sociales, etc.) ;
- Analyser les différents outils multimédias interactifs développés en utilisant un logiciel libre ou de marque déposée et évaluer implications et impact vis-à-vis de l'enseignement et de l'apprentissage ;
- Évaluer l'impact et les possibilités offertes par les ressources éducatives libres dans les processus d'enseignement et d'apprentissage.

Outils multimédias interactifs : pensez au domaine que vous enseignez. Utilisez un moteur de recherche pour identifier et répertorier des outils multimédia interactifs, y compris les jeux numériques, qui pourraient être utilisés pour organiser un cours particulier (ou des cours) à un groupe d'enseignants. Vous devez identifier un certain nombre de ces outils. Priorisez ces outils en termes d'utilité pour vos besoins spécifiques. Quels critères avez-vous utilisés ? Recherchez les critères utilisés par les experts pour l'utilisation des outils multimédias interactifs dans l'éducation. Maintenant comparez vos critères avec ceux des experts. Quelles sont vos observations ? Etes-vous d'accord avec les critères proposés par les experts ?

Dans votre liste d'outils multimédias interactifs, pouvez-vous identifier ceux qui pourraient de façon significative modifier et faciliter la coopération et le débat dans le processus enseignement/apprentissage ? Pourquoi avez-vous choisi ces outils ? Comment pensez-vous que les technologies multimédias permettront aux étudiants et aux enseignants d'interagir avec l'information d'une façon nouvelle, de changer le contenu, et de créer leurs propres connaissances ?

Jeux en ligne : jouez, selon votre choix, à un jeu de simulation humanitaire en ligne gratuit, tel que *Peacemaker*, *Food Force* ou *Darfur is Dying*. Comment un jeu électronique peut-il vous aider à réfléchir de façon créative à des enjeux mondiaux ? Quels sont les résultats de ces jeux pour l'apprentissage ? S'il y a peu ou pas d'accès à Internet dans l'établissement d'enseignement, on doit encourager les enseignants à utiliser d'autres sources Internet publiques. Lorsque l'accès à l'Internet est très limité, l'enseignant peut essayer d'acquérir des jeux au format CD-ROM ou DVD, ou utiliser des jeux qui ont été préconfigurés sur les ordinateurs. Les stagiaires doivent être encouragés à :

- Elaborer des études de cas de jeux électroniques dans des disciplines particulières (ex : la langue maternelle, les mathématiques, la géographie, etc.) et piloter l'utilisation d'un ou deux jeux dans un contexte d'apprentissage spécifique. Rédigez un compte rendu sur la façon dont le jeu a été utilisé et dont il a permis la réalisation des objectifs du cours ;
- Développer un plan de cours utilisant un jeu électronique comme partie de l'enseignement et de l'apprentissage, pour sensibiliser à des questions internationales, telles que la faim, les conflits et la paix. Faites ce cours et écrivez un bref rapport sur les réponses des enseignants aux questions, en notant les questions qu'ils ont soulevées et comment les jeux ont aidé à les traiter.

Ressources éducatives libres (REL) : les ressources éducatives libres (REL) sont des ressources d'apprentissage et des outils - y compris les cours à temps plein, les modules, les matériels didactiques, les manuels, les clips vidéo, les tests, les logiciels et tout autre matériel (interactif ou non-interactif). Ils sont utilisés pour soutenir l'accès au savoir, dans un format de document ouvert, publié sous une licence libre permettant une utilisation, réutilisation et personnalisation libre selon les besoins spécifiques d'un groupe donné d'utilisateurs (c'est-à-dire les apprenants, les formateurs de formateurs, les animateurs, etc.) Les stagiaires doivent être encouragés à :

- Identifier plusieurs sites web qui donnent accès à des ressources éducatives libres ;
- Identifier les exigences/critères pour que les ressources éducatives soient utilisées en tant que REL ;

- Analyser la façon dont les REL sont créées, utilisées, distribuées et adaptées à des enseignements, des environnements d'apprentissage et des besoins spécifiques ;
- Analyser la façon dont, par exemple, les jeux numériques pourraient devenir des REL et comprendre ce qui doit être fait afin de se conformer aux exigences des REL, y compris les lois sur les droits d'auteur.

Recherche documentaire et débat en classe : les stagiaires doivent identifier, analyser et critiquer différentes techniques utilisées dans les jeux électroniques qui leur sont familiers. Comparez les jeux électroniques avec les jeux traditionnels ou des jeux culturels particuliers sur les plans de leur valeur pédagogique et de leurs limites. Les stagiaires doivent présenter leurs conclusions sous forme de présentations PowerPoint ou utiliser des graphiques.

Discussion en classe : produisez un plan de cours et un ensemble d'activités pour l'enseignement, qui incluent de simples outils multimédias interactifs ou des jeux numériques dans le cadre du processus d'enseignement et d'apprentissage. Les stagiaires doivent examiner les avantages et les inconvénients de l'intégration des jeux numériques dans les pratiques d'enseignement. Un groupe doit présenter les avantages et l'autre groupe les défis et les inconvénients de l'utilisation des jeux numériques dans l'enseignement et l'apprentissage (pour plus de détails, voir le chapitre 3 de http://ames.eun.org/2009/09/teachers_handbook_on_how_to_us.html).

RESSOURCES POUR CE MODULE

138

Veillez noter que ces exemples pour la plupart nord-américains ont été inclus à titre indicatif seulement. Les formateurs doivent identifier les ressources locales et régionales chaque fois que possible.

- *Youth Protection Toolkit*, www.yprt.eu
- Lenhart, A. 2009. It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between *Teens and Adults*. *Teens, Social Networking, Generations*. Présentation à la reunion annuelle de l'Association internationale de communications. (Mai 2009). www.pewinternet.org/Presentations/2009/19-similarities-and-Differences-in-Online-Social-Network-Use.aspx
- M. Madden. 2009. Eating, Thinking and Staying Active with New Media. *Health, Education, Teens, Families, Web 2.0*. Présentation à l'Institut national de la santé des enfants et développement humain. (Juin 2009). www.pewinternet.org/Presentations/2009/15-Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx



MODULE 7 : LES OPPORTUNITÉS ET LES DÉFIS D'INTERNET

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

139

Il est essentiel pour les citoyens de tous âges de participer à la société de l'information. L'Internet offre de grandes opportunités pour améliorer la vie de tous les utilisateurs. Il a des effets positifs sur l'éducation, le monde du travail et la croissance économique. Avec la numérisation facile, le stockage de l'information, l'accessibilité grâce à un large éventail de dispositifs, l'Internet a considérablement accru les ressources d'information disponibles pour les personnes. Dans de nombreux cas, les enfants et les jeunes connaissent bien ses applications et peuvent bénéficier considérablement de son utilisation, mais ils sont aussi vulnérables. Des risques et des menaces accompagnent ce développement positif, souvent en parallèle avec ceux qui existent déjà dans le monde réel.

Décider de mesures pour protéger les mineurs peut aider à prendre en compte le problème. Cependant, aussi utiles que ces mesures puissent être, on ne peut se contenter de stratégies de protection pour aider les jeunes à utiliser Internet de manière responsable. La meilleure façon de les aider à rester hors de danger est de renforcer leur autonomie et de les éduquer à la prise en compte des risques liés à l'utilisation d'Internet. Les technologies peuvent jouer un rôle utile et porteur dans ce domaine, surtout lorsque les enfants et les jeunes sont concernés.

UNITÉS

1. Les jeunes dans le monde virtuel
2. Les défis et les risques dans le monde virtuel

UNITÉ 1 : LES JEUNES DANS LE MONDE VIRTUEL

► **Durée : 3 heures**

THÈMES CLÉS

- Le Web 2.0 et le monde virtuel.
- L'utilisation d'Internet et les habitudes en ligne des enfants et des jeunes.
- Les conventions internationales et autres instruments relatifs aux droits des enfants.

140

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants doivent être capables de :

- Comprendre les habitudes d'usages d'Internet par les jeunes et leurs intérêts ;
- Décrire les conditions générales, les codes de conduite et la réglementation en matière de vie privée dans le cadre de l'utilisation de l'Internet ;
- Développer la capacité à utiliser des méthodes éducatives et des outils de base pour aider les jeunes à utiliser l'Internet de manière responsable et à prendre conscience des possibilités, des défis et des risques qui y sont liés.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

« Web 2.0 » est une expression raccourcie qui désigne les aspects d'Internet qui facilitent l'interaction et la production de contenus par les utilisateurs (tels que les applications de téléphonie mobile).

On peut travailler sur cette unité à l'aide de ressources que vous trouverez en ligne, comme des vidéos libres de droits sur Internet, ses fonctionnalités croissantes et leur impact sur la société. Sinon vous pouvez préparer une courte présentation Power Point sur le Web 2.0. Elle doit inclure autant d'éléments clés du monde virtuel que possible.

Organisez des discussions sur ces éléments clés en petits groupes. Demandez à chaque groupe de préparer et de faire une courte présentation sur les avantages du Web 2.0.

- Demandez aux enseignants s'ils appartiennent à des réseaux sociaux et/ou s'ils utilisent le web, et si oui, avec quelle fréquence. Demandez leur de naviguer sur le web, de créer un profil, de chercher les profils des autres, de télécharger du contenu sur ou vers certaines plateformes Internet (par exemple Wikipedia) et prendre part à des discussions, des collaborations en ligne, des blogs et à Twitter. Une discussion avec les stagiaires après cette activité doit se centrer sur les avantages éducatifs et l'utilisation responsable du web, ses défis et ses risques. Écrivez et débattrez sur certains de vos intérêts personnels à utiliser le web.
- Les stagiaires en groupes conçoivent et utilisent un Wiki pour partager des informations sur un point de politique ou de pratique éducative. Cette tâche doit bénéficier d'un temps suffisant pour générer un engagement réel (par exemple pendant un trimestre). Les tuteurs et les formés doivent développer des critères pour évaluer l'efficacité du wiki, sa pertinence et son impact sur les participants.
- Demandez aux enseignants de s'organiser en petits groupes. Chaque groupe doit discuter et faire la liste d'au moins cinq activités principales, qu'ils pensent être celles des jeunes sur l'Internet. Demandez leur de classer ces activités sur une échelle de 1 à 5. Chaque groupe doit présenter les résultats de ses discussions, en expliquant comment ils se sont organisés et ce qui a influencé leurs décisions. Le formateur doit alors présenter des statistiques réelles (préparées avant cette session sur la base des ressources existantes) sur l'usage de l'Internet par les enfants, si ces chiffres sont disponibles. Comparez les résultats du travail de groupe avec ce que disent les statistiques réelles. Echangez. Y a-t-il des surprises ? Y a-t-il des statistiques sur l'usage d'Internet spécifiques à votre région ou à votre pays ? Si non, quelles en sont les implications ? Discutez de ce qui peut être fait par rapport à l'absence de telles statistiques.
- Débattrez de la mesure dans laquelle les jeunes utilisent le web à des fins éducatives, pour regarder des informations, pour participer au processus politique de leur pays, pour apprendre davantage et interagir avec des gens de cultures différentes, etc. Y a-t-il des signes de niveaux élevés pour ces usages ? Que peut-on faire pour inciter les jeunes à utiliser le web de manière positive ? Demandez aux enseignants stagiaires (en petits groupes ou individuellement) de préparer une courte leçon dans le cadre de leur discipline en intégrant l'utilisation d'Internet. La leçon doit démontrer non seulement comment ses objectifs peuvent être atteints grâce à l'utilisation de l'Internet, mais aussi à quel point cela motive les élèves.
- Discutez avec les enseignants des conditions générales, des codes de conduite et de la réglementation en matière de vie privée dans le cadre de différentes applications d'Internet. Ensuite, poussez les à élaborer un code de conduite type, en mettant l'accent sur l'utilisation d'Internet par les enfants et les jeunes.
- Analysez le comportement en ligne des enfants et leurs profils : les stagiaires enquêtent en groupes sur l'utilisation d'Internet par les enfants âgés de 6 à 17 ans. Les rapports de groupe doivent mettre en évidence l'ampleur de leur utilisation d'Internet et leurs types d'usages, puis comparer ces résultats aux connaissances et à l'utilisation d'Internet des parents. Quelles possibilités et quels défis l'Internet présente-t-il pour les enfants et les parents ?

- Organisez une discussion autour d'une clause de la déclaration des droits de l'homme, la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant ou d'autres instruments juridiques dans votre pays ou région en rapport avec l'usage d'Internet et les jeunes – le droit à l'information, la liberté d'expression, la protection des mineurs, et le rôle des parents, des gouvernements et de la société civile. Discutez de ces questions une par une et examinez ensuite ce qui les relie. La liberté d'expression et le droit à l'information sont-ils incompatibles avec la protection ? Sont-ils tous les deux nécessaires ? La liberté d'expression et le droit à l'information doivent-ils être sacrifiés à la protection ? Pourquoi ou pourquoi pas ? Filles et garçons devraient-ils avoir un accès égal à l'information, à l'Internet et aux nouvelles technologies ? Que se passe-t-il dans votre région dans ce domaine ? Comment ceci peut-il être traité ? Demandez aux enseignants de préparer un court poème sur certains droits et libertés et sur la nécessité de protéger les mineurs.

UNITÉ 2 : LES DÉFIS ET LES RISQUES DANS LE MONDE VIRTUEL

► **Durée : 3 heures**

142

THÈMES CLÉS

- Comprendre les défis et les risques de l'utilisation d'Internet.
- Autonomisation et utilisation responsable de l'Internet.
- La vie privée et la sécurité.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants seront en mesure de :

- Répertorier et décrire les défis et les risques de l'utilisation d'Internet et les occasions dans lesquelles ils sont le plus susceptibles de se produire ;
- Développer les connaissances sur les éventuels risques et menaces accompagnant les récentes applications d'Internet ;
- Comprendre les interdépendances entre le comportement des utilisateurs et leur probabilité de devenir victime ou auteur d'un délit ;
- Utiliser ces connaissances pour permettre aux enseignants de pratiquer l'Internet de façon plus responsable.

Défis et risques liés au contenu en ligne

Adapté de *Youth Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009*

Contenu inapproprié à l'âge : L'Internet offre une richesse de contenus pour tous les groupes d'utilisateurs. Les intérêts traditionnels sont satisfaits autant que les intérêts particuliers. Néanmoins, tout le contenu ne doit pas être accessible pour les enfants et les jeunes. Il faut définir soigneusement quel contenu est approprié à quel groupe d'âge. Une attention spéciale doit être donnée au contenu qui n'est pas illégal en général, mais qui pourrait nuire aux plus jeunes utilisateurs. Le contenu inapproprié à l'âge comme la pornographie adulte pourrait nuire surtout aux jeunes enfants lorsqu'ils y sont exposés involontairement. Le risque de faire face à des contenus inappropriés à l'âge - peut découler de la conduite de l'utilisateur s'il le recherche délibérément, aussi bien que lorsqu'il le trouve sans le vouloir. Le contenu qui n'est pas approprié pour tous les groupes d'âge peut être fourni pour des raisons commerciales, mais peut également être généré par les utilisateurs eux-mêmes.

L'accès à la première catégorie peut être limité à des groupes d'utilisateurs fermés, tandis que les contenus générés par les utilisateurs sont le plus souvent à la disposition du public et doivent donc susciter une attention particulière. Puisqu'aujourd'hui de nombreux enfants et jeunes ont un téléphone mobile avec des fonctionnalités multimédia et un accès à l'Internet à portée de doigt, on doit prendre en compte qu'ils pourraient accéder à des contenus inadaptés lorsqu'ils sont seuls sans un adulte à leur côté pour les aider. Les appareils mobiles permettent également aux enfants de produire leur propre contenu numérique en toute circonstance et de contribuer ainsi à l'augmentation du volume de contenus.

Le contenu illégal (c'est-à-dire le racisme, la pornographie juvénile) : le type de contenu classé comme illégal repose avant tout sur le droit national, bien que certains types de contenus soient illégaux dans la plupart des pays. Néanmoins, le contenu illégal est disponible et peut être consulté involontairement ou délibérément par les enfants et les jeunes. Il faut porter attention au fait qu'enfants et jeunes peuvent être victimes de contenus illégaux, par exemple en prenant et en publiant des images ou des vidéos de maltraitances d'enfants.

Le manque de vérification des contenus : étant donné que les contenus disponibles par l'Internet ne sont pas souvent vérifiés par une source indépendante, il est important que les jeunes apprennent à lire les contenus d'un œil critique et à ne pas prendre tout ce qui est dit pour argent comptant. Les contenus générés par les utilisateurs, l'environnement Web 2.0, peuvent souvent être partiels, partiels ou inexacts. Les jeunes utilisateurs doivent être conscients des dangers de croire tout ce qu'ils lisent en ligne.

L'incitation à la mise en danger : Il existe de nombreux sites sur le web incitant les utilisateurs à se faire du mal (ex : les sites Web promouvant le suicide, l'anorexie ou les sectes). Avec le web 2.0 et les possibilités croissantes de publier les contenus des utilisateurs, le risque d'être exposé à des contenus incitant au préjudice augmente. En particulier, les enfants et les jeunes ne sont souvent pas en mesure d'évaluer de façon réaliste les risques qu'il y aurait à suivre les instructions données dans ces sites web.

Violation des droits de l'homme / diffamation : Dans l'anonymat du web, la propagande contre certains groupes ou individus peut facilement être diffusée. De plus, on peut présumer que les personnes se comportent différemment en ligne quand elles ne doivent pas affronter en direct leurs homologues ou victimes et ne sont donc pas confrontées aux conséquences de leur conduite. Ainsi, le risque de violation des droits de l'homme et celui d'être une victime de la diffamation est beaucoup plus susceptible de se produire en ligne que dans la réalité. Un contenu diffamatoire est également nocif pour les enfants et les jeunes dont l'opinion pourrait être influencée par des informations trompeuses.

Publicité et marketing inappropriés pour enfants : la publicité inappropriée recouvre les risques de recevoir ou d'être exposés à la publicité pour des produits et/ou services inappropriés pour les enfants (comme la chirurgie esthétique). Plus les utilisateurs donnent d'informations privées (càd nom, âge ou sexe), plus ils sont susceptibles de recevoir de la publicité ou d'être invités à participer à des loteries. Comme les enfants sont dans de nombreux cas inconscients des conséquences qu'il y a à taper leurs noms dans des formulaires et des encadrés sur le web, ils sont profondément exposés à ce risque. Avec la diffusion élevée des téléphones mobiles chez les enfants et les jeunes, il faut aussi les alerter sur ce canal supplémentaire de diffusion de la publicité.

Vie privée : dès leur publication sur le web, les contenus peuvent se propager rapidement à travers le monde et continuer à exister indéfiniment. Les utilisateurs, et en particulier les enfants et les jeunes, sont souvent inconscients des conséquences à court terme et à long terme de publication de textes et d'images qu'ils ne voudraient pas rendre publiques plus tard. Les données stockées sur un serveur ou une plate-forme peuvent être facilement accessibles par d'autres et les gens ne peuvent pas être conscients de l'insécurité de leurs données personnelles. Il est important que les gens, lorsqu'ils utilisent l'Internet, comprennent bien dans quel environnement ils travaillent.

Infraction au droit d'auteur : l'infraction au droit d'auteur est un risque largement lié à la conduite des utilisateurs eux-mêmes. Indépendamment du fait que des droits d'auteur soient violés délibérément ou non, l'infraction est considérée comme une fraude par le titulaire et fait peser un risque de sanction sur le contrevenant.

Risques liés à un contact en ligne

Adapté de *Youth Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009*

Les conseils nuisibles : forums, blogs et autres domaines liés au contact de l'Internet fournissent une plate-forme pour l'échange d'informations et de conseils entre utilisateurs. Cela pourrait être une aide précieuse, mais peut aussi faciliter le contact avec des conseillers inappropriés ou encore plus nuisibles. Le risque de recevoir des conseils nuisibles, en particulier pour les enfants et les jeunes, survient le plus souvent des plates-formes de la communauté sociale ou d'autres applications web 2.0 que sur les sites web réguliers.

Le vol d'identité : en détenant et en utilisant l'identité électronique d'autres gens (ex : le nom d'utilisateur et mot de passe) dans le but de causer la fraude commerciale ou autre et d'en bénéficier est appelé vol d'identité. Le vol d'identité est un risque croissant comme le nombre des identités virtuelles augmente avec le nombre de gens en ligne et en particulier ceux utilisant des services personnalisés.

Le vol d'argent / l'hameçonnage (pushing) : l'hameçonnage ou le phishing désigne le processus de récolte d'informations bancaires, en particulier les numéros d'identification personnels (NIP) et les numéros d'authentification de transaction (NAT), dans le but de piller des comptes bancaires d'autres personnes. Les jeunes sont plus susceptibles de ne pas reconnaître un faux site web et de donner leurs coordonnées bancaires.

La fraude commerciale : la fraude commerciale se passe lorsque les vendeurs prétendent vendre des biens ou des services qui, après le paiement, soit ne montrent pas les attributs promis ou ne sont pas livrés du tout. Elle peut aussi résulter du vol d'identité et du phishing. Une autre source de la fraude commerciale peut être la vente de services numériques, par exemple une sonnerie, à un prix déraisonnable et injuste souvent lié à un abonnement permanent au service qui n'était pas prévue par l'acheteur. Dans la majorité des cas, les utilisateurs, et en particulier les jeunes et enfants, ne sont pas conscients des conséquences de ces contrats conclus en ligne.

Le cyberprédateur : un cyberprédateur se réfère à des pédophiles utilisant l'Internet comme moyen de contacter des enfants et des jeunes tout en dissimulant leur identité d'adulte. Ils construisent souvent leur stratégie sur l'aspiration à l'amitié et la familiarité des enfants. Tous les domaines de l'Internet qui fournissent des plates-formes pour les contacts personnels et l'échange sont susceptibles de fournir une base pour les cyberprédateurs. Comme mentionné précédemment, le téléphone mobile (comme dispositif complémentaire pour contacter les autres et accéder à des réseaux sociaux) doit être pris en considération ici, notamment parce que les enfants considèrent leur téléphone mobile comme une part particulière de leur vie privée lorsque ils l'utilisent. Ainsi, avec l'augmentation des technologies de communication mobile et des réseaux sociaux, le risque d'être victime d'une attaque de cyberprédateur et ensuite d'accepter une invitation dangereuse est devenu beaucoup plus grand.

L'intimidation : différents types d'intimidation semblent toujours faire partie de la vie des gens. L'intimidation l'un après l'autre est certainement facilitée par l'Internet en raison de l'anonymat. Les enfants et jeunes en particulier risquent à la fois d'être victimes d'intimidation et d'être les contrevenants. D'où l'intimidation est liée à sa propre conduite ainsi que la conduite des autres. Même si la publication de contenus comme des images diffamatoires peuvent faire partie de l'intimidation, le phénomène est principalement lié au contact en ligne. Comme mentionné précédemment, les téléphones portables multifonctions sont souvent utilisés pour prendre des photos avec l'intention d'intimider et ensuite télécharger les images à l'Internet ou les envoyer par messagerie multimédia (MMS) aux autres. Comme de nombreux enfants et jeunes ont un téléphone mobile équipé d'un appareil photo numérique, l'intimidation est de plus en plus facile.

La divulgation de renseignements personnels : lorsque vous configurez un profil sur une plate-forme sociale communautaire, les utilisateurs sont invités à communiquer des informations privées pour se présenter à la communauté. Aussi dans les forums de discussion et les utilisateurs de forums, on peut divulguer des données privées à des tiers, tels que leur adresse ou numéro de téléphone. Les jeunes en particulier ne sont pas en mesure de prévoir les conséquences de la publication de leurs données privées. Ils ne sont pas souvent au courant qu'un forum de discussion n'est pas un lieu privé mais un espace public.

Le profilage : avec le nombre croissant de profils qu'une personne peut publier sur différentes plates-formes, il y a un plus grand risque que les données personnelles publiées sur une seule plate-forme soit concentrée avec les données publiées sur d'autres plates-formes ou soient données ailleurs, c'est-à-dire dans les sondages ou autres. Ainsi, les profils sont créés et permettent de s'attaquer directement à la personne avec des contenus, services et publicités potentiellement indésirables. Le profilage peut être effectué à partir du site web quand les données personnelles sont affichées publiquement, mais une pratique plus dangereuse est quand les profils des utilisateurs (ou leurs profils partiels) sont récoltés à partir de la base de données derrière le site web et vendues par le fournisseur de la plate-forme à des tiers.

- Il est important de comprendre ce qu'on entend par les contenus préjudiciables en ligne. Le droit international relatif aux droits de l'homme spécifie un certain nombre de restrictions acceptables sur la liberté d'expression – particulièrement lorsque la liberté d'expression est en conflit avec d'autres droits. Des exemples de questions qui pourraient être restreintes comprennent l'incitation à la violence ou à la haine raciale, des images sexuelles d'enfants et la diffamation. Dans chaque cas, le droit international stipule que les restrictions sont détaillées avec précision et supervisées par les tribunaux.
 - Demander aux enseignants de partager toute expérience qu'ils avaient eux-mêmes ou un de leurs amis avec l'un des défis décrits ci-dessus. Comment l'ont-ils traité ? Quel a été le résultat final ? Quelles leçons ont-ils appris ?
- Considérer par exemple le vol d'identité, le vol d'argent/l'hampeçonnage, la violation des droits de l'homme, la diffamation ou tout autre abus sur Internet. Grâce à la recherche, ou à l'aide de ressources fournies dans le programme d'éducation aux médias et à l'information pour les enseignants, identifier et faire la liste des mesures à prendre et des caractéristiques exactes que les enseignants doivent chercher pour reconnaître les demandes frauduleuses en ligne pour les informations, les sites web frauduleux, et les contenus qui violent les droits humains. Quels sont certains des avantages des services bancaires électroniques et du commerce ? L'Utilisation des ressources pour cette activité doit être pratique et représenter des cas réels autant que possible. Les enseignants en formation pourraient réaliser cette activité pour tous les risques énumérés ci-dessus.
- Faire une recherche en ligne de la richesse des informations médicales disponibles (ou autre catégorie) sur l'Internet. Est-ce que les sites web médicaux peuvent vous aider à diagnostiquer tous problèmes de santé que vous avez ? Est-il sûr de prendre les décisions qui concernent votre santé sur la base des conseils sur le web ? Faire une liste et discuter des principaux moyens pour déterminer l'authenticité et l'autorité d'un site web médical.
- Si vous faites partie d'un réseau social, effectuer une recherche de votre nom sur Google. Combien de renseignements personnels à votre sujet sont disponibles dans le domaine public ? Pouvez-vous trouver encore des informations sur vous et que vous avez supprimés de votre réseau social ? A quels risques mentionnés ci-dessus est-ce lié ?
- Prenez un extrait de la déclaration des droits et responsabilités sur Facebook, Article 2⁶ « Partage de vos contenus et des informations » (ou de tout autre réseau social ou

6 <http://www.facebook.com/terms.php>

même un logiciel qui est fourni avec votre ordinateur). En petits groupes, analysez si l'extrait que vous avez sélectionné peut avoir un effet sur la vie privée de quelqu'un et peut-être sa sécurité. Comment les utilisateurs peuvent-ils contrôler leurs contenus publiés en ligne ? Analysez et discutez qui détient les droits d'auteur pour certains types de contenus (photos, vidéos, etc.) mis sur les réseaux sociaux ou sur le web.

- Examinez la Convention relative aux droits de l'enfant (<http://www.unicef.org/crc/>). Elle énonce les droits fondamentaux de tous les enfants : le droit à la survie, de se développer au maximum, à la protection contre les influences nocives, les sévices et l'exploitation, et de participer pleinement à la vie familiale, culturelle et sociale. Y a-t-il des articles de la Convention qui nécessitent le développement des lignes directrices appropriées pour protéger les enfants de l'information et du matériel préjudiciable à leur bien-être ?
- Selon le *Rapport Technology Watch 10* de l'Union internationale des télécommunications, des actions pour répondre aux préoccupations de la vie privée et la sécurité sont la priorité numéro un pour améliorer la vie dans le monde numérique et sur Internet (UIT 2009). L'absence de sécurité solide met à risque inévitablement tous les systèmes et procédés qui reposent sur la communication électronique, y compris les médias (UIT 2006). La faiblesse (ou l'absence de) la sécurité conduit à des événements grandissants de délits informatiques. Cette menace est si grave que le Partenariat international multilatéral contre les cyber-menaces (IMPACT) a été créé pour promouvoir la coopération internationale pour rendre plus sûr le cyberspace. Le Secrétaire général de l'UIT, Hamadoun Touré, stipule que « l'accès à la communication est inutile si la paix et la sécurité en ligne ne peut être garantie... », et ajoute que nous devons voir le monde numérique comme « une communauté fermée où les utilisateurs peuvent avoir à sacrifier certaines libertés et l'anonymat en échange d'une meilleure sécurité... » (*Nouvelles de l'UIT*).
- Cependant, de nombreux activistes qui travaillent pour la liberté sur Internet sont préoccupés par l'ingérence et le contrôle du gouvernement. Il est à craindre que l'Internet devienne un espace clos contrôlé plutôt que d'un espace d'intérêt public ouvert, et soit de plus en plus dominé par les gouvernements et les sociétés. Il se peut que pour certains gouvernements et commerces, la sécurité soit la préoccupation dominante, alors que ce n'est pas le cas pour de nombreux citoyens.
 - Discutez des déclarations faites par le Secrétaire-général Touré ci-dessus. Pensez-vous que les gouvernements doivent prendre des mesures pour sécuriser le monde virtuel ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Acceptez-vous que la vie privée devra être sacrifiée dans une certaine mesure ? Quelles sont les conséquences ? Pourquoi pensez-vous qu'il n'est pas possible ou souhaitable de réglementer l'Internet, comme c'est le cas pour la télévision et la radio ? Que se passerait-il si l'Internet était contrôlé par un pays ou une région du monde ?
- Effectuez une recherche sur plusieurs (5-10) types d'outils utilisés pour la sécurité de l'Internet – le blocage, le filtrage, les contrôles légaux et ainsi de suite. Discutez de leurs avantages et leurs inconvénients.
- Sélectionnez un site web de réseau social ou un logiciel que vous utilisez. Faites des essais avec les paramètres de confidentialité. Cherchez dans les « conditions d'utilisation » les termes « confidentialité et sécurité ». Pensez-vous que les mesures de protection de la vie privée sont suffisantes pour vous aider à éviter certains risques décrits dans cette section (voir cases sur les risques liés au contenu de l'Internet et de contact) ? Quelles sont certaines des répercussions lorsque vous mettez les paramètres de confidentialité au niveau maximum ?



MODULE 8 : LA MAÎTRISE DE L'INFORMATION ET LES COMPÉTENCES DOCUMENTAIRES

147

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Les enseignants auront été initiés aux bases de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) dans l'unité d'introduction du Module 1 et les unités suivantes. Le but de ce module est de montrer que beaucoup d'autres compétences relatives à l'information sont aussi des composantes essentielles de l'EMI.

Ce module met l'accent sur les fondements de la maîtrise de l'information. De nombreux cours se concentrent sur la distribution de connaissances plutôt que sur « apprendre à apprendre ». Toutefois, l'importance croissante accordée à la valeur de l'EMI dans l'éducation et dans la société met en évidence combien il est important que les utilisateurs soient des apprenants qualifiés. Cela signifie qu'ils doivent apprendre à reconnaître leurs besoins en informations, savoir avec efficacité et efficacité rechercher, localiser/récupérer, analyser, organiser et évaluer cette information, ainsi que l'utiliser, l'appliquer, la reproduire et la communiquer pour prendre des décisions spécifiques et régler certains problèmes (UNESCO, 2008).

Les enseignants doivent acquérir pour eux-mêmes et développer chez leurs élèves un ensemble de compétences (connaissances, aptitudes et attitudes) permettant d'obtenir, comprendre, adapter, stocker et présenter des informations aux fins d'analyse des problèmes et de prise de décision. Ces compétences s'appliquent à tout contexte

d'enseignement et d'apprentissage, que ce soit dans le milieu de l'éducation, le travail en général, l'environnement professionnel ou l'enrichissement personnel. Un enseignant éduqué aux médias et à l'information est capable de comprendre informations et messages médiatiques issus de différentes sources. Il est aussi capable d'évaluer et d'utiliser cette compréhension pour résoudre certains problèmes. Il ou elle a également acquis des compétences de base de la maîtrise documentaire et est capable de maximiser l'utilisation des ressources documentaires pour apprendre et partager de l'information. L'enseignant éduqué aux médias et à l'information comprend et apprécie les fonctions qu'assurent les médias et les autres diffuseurs d'information, tels que les bibliothèques, les musées, archives, l'Internet et les institutions d'éducation et de recherche travaillant dans ce domaine.

Les diffuseurs d'information mettent à la disposition des personnes d'importants services pour accéder à l'information et, dans certains cas, stocker leurs propres informations. Au-delà des médias, les gens utilisent aussi bien d'autres sources très diverses, comme les avis de santé, les rapports gouvernementaux, des informations communiquées oralement, de façon informelle ou dans des débats publics. Celles-ci peuvent être transmises par voie électronique (ex : lors de débats électoraux à la télévision) ou en face-à-face (ex : lors de réunions publiques). Ces événements peuvent être médiatisés par « les médias » ou par des personnes. Essentiellement, l'EMI englobe toute une série de compétences autour de la maîtrise documentaire, l'étude et la recherche, et la technologie.

Ce module se concentre sur le développement de la compréhension et des aptitudes en maîtrise de l'information, maîtrise documentaire éducation numérique dans le but de résoudre des problèmes et prendre des décisions dans des contextes éducatifs. Il doit permettre aux enseignants de comprendre les **concepts d'information, de maîtrise de l'information et de technologie numérique** et la relation entre eux afin de les rendre plus compétents dans l'accès et l'utilisation de la vaste gamme de ressources d'informations disponibles dans le monde d'aujourd'hui. Ces compétences leur offriront des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie par l'accès à l'information, assurant ainsi la participation continue des enseignants à une activité intellectuelle active.

UNITÉS

1. Les concepts et les applications de la maîtrise de l'information
2. Les environnements d'apprentissage et la maîtrise de l'information
3. La maîtrise de l'information numérique

UNITÉ 1 : LES CONCEPTS ET LES APPLICATIONS DE LA MAÎTRISE DE L'INFORMATION

► **Durée** : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Introduction à l'information et à la maîtrise de l'information.
- Concepts clés de la maîtrise de l'information.
- Impact de l'information sur les sociétés et nouvelles compétences.
- Normes et applications dans la maîtrise de l'information.
- Étapes de la maîtrise de l'information.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Décrire le rôle et l'importance de l'information et la nécessité de la maîtrise de l'information dans les sociétés de l'information et du savoir ;
- Démontrer une compréhension des étapes/principaux éléments de la maîtrise de l'information applicable dans tous les domaines ;
- Identifier et explorer les sources d'informations générales (imprimées et électroniques) ;
- Analyser les normes de la maîtrise de l'information ;
- Identifier et discuter des utilisations éthiques et responsables des outils et ressources d'informations.

149

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Les termes « information », « maîtrise de l'information », « TIC » et « compétences clés » pour le XXI^e siècle sont fréquemment utilisés dans les discussions sur la société de l'information et du savoir. Les citoyens ont besoin de nouvelles compétences (connaissances, aptitudes et attitudes) pour participer et contribuer à la société. Avant de s'engager dans la formation, mieux vaut d'abord commencer par une compréhension claire de la notion d'information.

DÉFINITION DE L'INFORMATION

Discutez des définitions de l'information ci-dessous :

- L'information est faite de données qui ont été collectées, traitées et interprétées de façon à être présentées sous une forme utilisable.
- L'information est « ce qui nous change » (Stafford Beer, 1979).
- L'information est « ce qui atteint la conscience de l'homme et contribue à sa connaissance » (Blokdijk et Blokdijk, 1987).
- « L'information représente des données qui ont été transformées sous une forme qui ait du sens pour leur récepteur et dont on perçoit la valeur dans l'action ou la prise de décisions sur le moment ou plus tard » (Davis et Olsen, 1984).

Qu'est-ce qui est commun à ces définitions ? Pensez-vous qu'elles soient pertinentes au XXI^e siècle ? Cherchez d'autres définitions de l'information. Pouvez-vous trouver des définitions qui offrent une description plus large du terme ?

DÉFINITION DE LA MAÎTRISE DE L'INFORMATION

Définissez le terme « maîtrise de l'information » :

- « La maîtrise de l'information est un droit humain fondamental dans le monde numérique » (La Proclamation d'Alexandrie, 2005).
- La maîtrise de l'information est un ensemble de compétences individuelles nécessaires pour identifier, évaluer et utiliser l'information de la façon la plus éthique, efficiente et effective dans tous les domaines, métiers et professions.
- La maîtrise de l'information permet aux gens de faire bon usage des technologies de l'information et de la communication.

150

Définissez l'esprit critique. Discutez du rôle de l'analyse, de la synthèse et de l'évaluation de l'information dans la pensée critique. Présentez un cas significatif et intéressant pris dans le contexte de la vie quotidienne des élèves.

Les étapes/éléments de la maîtrise de l'information comprennent :

- Identifier et reconnaître les besoins d'informations ;
- Déterminer les sources d'information ;
- Localiser ou rechercher l'information ;
- Analyser et évaluer la qualité de l'information ;
- Organiser, stocker ou archiver l'information ;
- Utiliser l'information d'une façon éthique, efficiente et effective ;
- Créer et communiquer de nouvelles connaissances.

Discutez des étapes/éléments de maîtrise de l'information (voir Woody Horton Jr, 2007, Introduction à la maîtrise de l'information. Paris, UNESCO, pages 9-13 et l'annexe B).

Demandez aux enseignants de préparer une liste de compétences clés nécessaires pour chaque étape/élément du processus de maîtrise de l'information. Comment cela s'applique-t-il dans différents contextes de résolution de problèmes ? Comment pourriez-vous identifier et définir avec précision l'information nécessaire pour résoudre un problème ou prendre une décision (ex. : « l'information sur les conseils financiers pour traiter d'un problème financier ») ?

Les sources d'informations peuvent être classées en trois grandes catégories : les sources primaires, secondaires et tertiaires. Décrivez ces sources d'informations aux enseignants et aidez-les à en donner des exemples.

LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION ET DU SAVOIR

Il y a un changement significatif dans la façon dont le monde fonctionne aujourd'hui. Générés par une croissance technologique rapide, l'information et le savoir sont devenus le moteur de la vie économique, sociale, politique et culturelle. *La société de l'information ou les sociétés du savoir* émergent de ce phénomène.

- Effectuez une recherche dans votre bibliothèque ou sur Internet sur le terme « société de l'information ». Décrivez les hypothèses clés sous-jacentes à la société de l'information. Discutez de la pertinence de ces hypothèses pour vivre et apprendre à notre époque. Effectuez une tâche similaire pour le terme « société du savoir ». Observez-vous des similitudes entre les deux termes. Si oui, lesquelles ?
- Demandez à des enseignants d'écrire quelles compétences la maîtrise de l'information, y compris la maîtrise documentaire, implique, selon eux. Ils doivent également faire une liste de cinq raisons pour lesquelles ces compétences sont pertinentes pour survivre dans la société de l'information.
- Demandez aux enseignants de tracer un diagramme décrivant la relation entre l'information, la société de l'information, les TIC, la surcharge d'informations et l'éducation aux médias et à l'information.
- Discutez avec les enseignants de l'évolution du niveau de la maîtrise de l'information au cours de la vie, en particulier entre le début et la fin des études universitaires et avec l'acquisition d'un niveau professionnel (dans un contexte d'apprentissage tout au long de la vie). Discutez du cycle de production de l'information et du savoir. Analysez le rôle, les fonctions et les responsabilités de diffuseurs d'informations dans la société. Discutez de la façon dont les compétences de la maîtrise de l'information se développent avec l'utilisation des TIC.
- Décrivez ce que fait un étudiant maîtrisant l'information.
- Comparez comment différents types d'informations sont générés, leurs caractéristiques communes, leurs utilisations, l'intérêt pour la santé et le bien-être, la vie sociale, le secteur de l'éducation, le travail et l'activité économique.
- Lancez une recherche et un débat sur un des points suivants :
 - L'information est une contribution à l'action ou à la prise de décision et pas simplement pour un transfert (pour référence, voir «Vers des indicateurs de la maîtrise de l'information », UNESCO, 2008, page 14).
 - La disposition de l'information et son accès est une source de pouvoir et de contrôle dans la société.
 - La maîtrise de l'information exige-t-elle des compétences distinctes des TIC ? Par exemple, les gens peuvent-ils maîtriser l'information en l'absence des TIC ?
- Discussion sur les attitudes culturelles vis-à-vis de l'information. Comment l'information est-elle considérée et valorisée dans votre société ? Comment comparer les points de vue tirés de l'information imprimée (ex. : dans les principaux journaux) avec les informations produites dans les médias électroniques ? Quelle est la relation entre l'information et le pouvoir, la presse écrite et les médias électroniques ? Qui est derrière l'information produite ? Est-il important de le savoir et pourquoi ? Proposez les activités suivantes aux enseignants :

- Évaluez la valeur de l'information tirée de la presse écrite (journaux, magazines, etc.) et les coûts associés à son stockage, sa récupération et son utilisation. On doit également aborder les questions suivantes : la valeur de l'information fondée sur les bénéfices qu'on en tire, la valeur réaliste de l'information fondée sur sa disponibilité ou non, et les conséquences pour les usagers si l'information est indisponible.
- En quoi la maîtrise de l'information permet-elle de lutter contre les maladies, d'augmenter les possibilités d'emploi, ou d'améliorer les pratiques pédagogiques d'un enseignant ?
- En utilisant l'Internet, la bibliothèque de l'école ou les deux, choisissez un sujet d'enquête dans l'un des domaines suivants : éducation civique, sciences, sciences sociales, histoire ou géographie. Présentez les résultats de votre recherche en utilisant une présentation Power Point. Après la présentation, réfléchissez sur les points suivants : comment avez-vous choisi ce que vous vouliez présenter dans la masse d'informations disponibles sur le sujet ? Souhaitiez-vous obtenir des informations auxquelles vous n'avez pas pu accéder, en quoi cela a-t-il modifié votre présentation ? Enfin, avez-vous transformé l'information que vous avez recueillie pour l'intégrer au contexte que vous aviez choisi ? Comment et pourquoi ?

UNITÉ 2 : LES ENVIRONNEMENTS D'APPRENTISSAGE ET LA MAÎTRISE DE L'INFORMATION

152

► **Durée : 3 heures**

THÈMES CLÉS

- Les Big 6 – Guide de résolution de problèmes d'information en 6 étapes.
- Utilisation des bibliothèques.
- Environnements d'apprentissage et diffuseurs d'informations.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants devront être capables de :

- Comprendre les différences entre transmettre l'information et s'informer pour apprendre ;
- Décrire et démontrer leur compréhension des principaux aspects de l'organisation de l'information, à l'aide des schémas de classification permettant de localiser

l'information et la connaissance (les classifications des collections des bibliothèques, l'index, les résumés, les bibliographies, les bases de données, etc.) ;

- Utiliser efficacement une bibliothèque pour apprendre et évaluer les possibilités offertes par une bibliothèque pour des recherches sur une question d'actualité ;
- Appliquer les étapes des Big 6 pour résoudre des problèmes d'information.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Demandez aux enseignants de prendre connaissance du cadre suivant en 6 étapes pour la maîtrise de l'information et la résolution de problèmes (pour une description plus détaillée du cadre, voir le tableau à la fin de cette unité) :

- 1. Définition de la tâche :** de quel problème s'agit-il et quelles sont les informations nécessaires ?
 - 2. Stratégies de recherche de l'information :** quelles sont toutes les sources possibles et quelles sont les meilleures ?
 - 3. Localisation et accès :** où se trouvent ces sources et où se trouvent les informations ?
 - 4. Utilisation de l'information :** se lancer (ex : lire, écouter, voir, toucher) et extraire l'information pertinente.
 - 5. Synthèse :** organiser l'information provenant de ces multiples sources et la présenter.
 - 6. Évaluation :** juger le produit (efficacité) et le processus (efficience).
- Comparez cela à d'autres taxonomies du cycle de l'information, comme le processus proposé par Woody Horton Jr. (2007) ou la taxonomie révisée de Bloom pour la maîtrise de l'information. Pensez-vous que les six étapes prévues dans les Big 6 constituent les éléments essentiels de la maîtrise de l'information ? Sinon, que faut-il ajouter et pourquoi ? En réalité, pensez-vous que ces six étapes se produisent dans l'ordre exact dans lequel il est présenté ?
 - Maintenant suivez les enseignants à chaque étape du processus de résolution de problème d'information à travers le tableau présenté à la fin de l'unité, et assurez-vous qu'ils y consacrent suffisamment de temps pour aborder tous les thèmes/questions posés dans le tableau.
- Accédez à un journal en version papier ou en format électronique dans votre bibliothèque d'école ou centre de documentation (ou la bibliothèque municipale) sur l'éducation (la formation des enseignants, l'éducation spécialisée, l'éducation comparée, etc.). Identifiez dans le journal un sujet que vous souhaitez approfondir. Résumez les principaux résultats/questions présents dans les articles. Quelle est l'utilité de l'information pour votre pratique professionnelle d'enseignant ? Cette information est-elle applicable dans votre contexte national ? Si oui, comment l'utiliserez-vous ?
 - Rencontrez le/la bibliothécaire ou documentaliste de l'école et discutez des compétences en information dont vos élèves ont besoin pour maximiser l'utilisation de la bibliothèque. Définissez des tâches qui demandent aux élèves d'utiliser la gamme complète des ressources de la bibliothèque, amenez-les à comparer les informations recueillies dans la bibliothèque avec d'autres sources (ex : l'Internet) et évaluez leur utilité en termes de spécifications des tâches.

- Évaluez les besoins en maîtrise de l'information d'un établissement scolaire et formulez des recommandations précises qui permettraient d'améliorer le niveau des étudiants.
- Les Big 6 et la résolution de problèmes d'information : utilisez les ressources de la bibliothèque pour explorer un sujet local ou d'actualité (comme le droit de vote, la démocratie, le VIH/SIDA, etc). Utilisez les étapes des Big 6 pour explorer ce sujet.
- A l'aide d'un ordinateur et d'une connexion, accédez à l'information sur un sujet important et présentez les informations (texte ou numérique) dans un tableau ou un graphique. Comparez la quantité, la qualité et l'utilité des informations tirées de la bibliothèque avec celles de l'Internet.
- Comment l'utilisation de la webradio ou du téléphone mobile change-t-elle la production et l'utilisation de l'information dans votre pays ? Rédigez un essai à ce sujet et faites en une présentation à l'aide de Power Point.

TABLEAU : le cadre en 6 étapes pour la maîtrise de l'information et la résolution de problèmes d'information

ÉTAPES	SUJETS/QUESTIONS
<p>Étape 1 : Définir les besoins en information ou les problèmes</p>	<p>Qu'est-ce que je veux savoir ? Quel est le problème que je cherche à résoudre ? Est ce que je comprends la nature du problème ou le sujet à l'étude ? Puis-je définir clairement mon besoin en informations ou le problème ? Quelles connaissances préalables ai-je sur le sujet ? Quelle quantité d'informations est-ce que je veux sur le sujet ?</p>
<p>Étape 2 : Stratégies de recherche d'informations</p>	<p>Combien de temps je dispose pour trouver cette information ? Où dois-je chercher l'information ? Les enseignants doivent être guidés vers les meilleures sources pour certains types d'informations et savoir pourquoi. Selon le contexte, il peut s'agir (i) des sources primaires, ou sources d'origine, où l'information n'est pas interprétée tels que rapports de recherche, reçus de ventes, discours, e-mails, dessins originaux, manuscrits, photos, agendas, lettres personnelles, histoires orales/entretiens ou dossiers diplomatiques ; (ii) des sources secondaires, fournies par les diffuseurs d'informations, où l'information a été interprétée, analysée ou résumée (ex. : livres savants, revues, magazines, critiques, interprétations ; et (iii) les sources tertiaires, qui représentent des compilations, des index ou d'autres sources organisées (des résumés, des bibliographies, des manuels, des encyclopédies, des chronologies, des bases de données, etc.). Dois-je consulter la bibliothèque physique, l'Internet (y compris les bibliothèques numériques), les musées, les archives, etc. ? À qui puis-je demander de l'aide?</p>
<p>Étape 3 : Localiser et accéder</p>	<p>Les enseignants doivent être guidés pour rechercher l'information dans les sources mentionnées à l'étape 2. Ceci doit inclure : (1) des conseils pour la recherche sur Internet, recherche générale et recherche spécialisée sur un domaine particulier (ex. : le pays des étudiants), la compréhension des noms de domaine (edu, gov, org, eu.), la recherche sur le web pour les images et le son (audio et vidéo), la recherche des sites web universitaires (Googlescholar) ; (2) des conseils pour utiliser l'index et la table des matières efficacement dans un livre et chercher dans les fichiers PDF, etc. ; (3) des conseils pour utiliser les bibliothèques (consulter les catalogues de bibliothèques, des périodiques, des index et des résumés, des ouvrages de référence); 4) des conseils pour rechercher les bases de données (ex : bases de données populaires comme AGRICOLA, AGRIS/CARIS, EBSCO ou Expanded Academic ASAP et d'autres dans le pays ou la région des élèves), rechercher dans les bases de données (recherches par mots clés, identifier les synonymes et les variations d'orthographe, rechercher par sujet ou par auteur, combiner les mots clés avec des opérateurs booléens (« et », « ou », « sauf »), utiliser la troncature et les caractères génériques, et les limites de recherche telles que la date, la langue, le type de publication et les travaux révisés par des pairs ; et 5) utiliser un fil RSS pour recevoir automatiquement les informations dont vous avez besoin.</p>

ÉTAPES	SUJETS/QUESTIONS
Étape 4 : Évaluation critique	Les critères d'évaluation nécessaires pour évaluer/valider la fiabilité, l'authenticité ou la qualité de l'information extraite de livres, des sites web, d'autres sources en ligne, etc.
Étape 5 : Synthèse	Qu'est-ce qu'une synthèse ? Quelle est ma synthèse ? Quel lien avec le problème à résoudre ? Comment puis-je bien réorganiser les informations pertinentes provenant de sources multiples ? Comment présenter l'information ? Avec quels outils ? De quels outils ai-je besoin ?
Étape 6 : Utilisation de l'information, partage et distribution	Utiliser l'information trouvée pour résoudre mon problème. Référencer et tracer les sources en utilisant la bibliographie disponible et les outils de référence comme Zotex, Refwork, etc. Outils disponibles pour le partage, la distribution et la coopération avec d'autres qui ont les mêmes besoins ou problèmes d'informations (ex. : avec Google Documents, wikis, Slash, etc.). Comprendre le droit d'auteur et le plagiat.

UNITÉ 3 : LA MAÎTRISE DE L'INFORMATION NUMÉRIQUE

► **Durée** : 3 heures

155

THÈMES CLÉS

- La nature de l'information en ligne.
- Explorer le matériel informatique et les logiciels.
- Les lois sur les droits d'auteur à l'ère de l'information numérique. Protéger les logiciels et les données électroniques.
- Les services numériques, y compris la traduction automatique, la synthèse de texte à partir de la parole et la transcription audio.
- L'apprentissage par Internet (l'e-learning).
- La préservation numérique et les formats numériques.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de ce module, les enseignants seront capables de :

- Décrire ce qui est numérique par opposition à l'analogique, y compris la création, le stockage, le transport, la distribution et les phases de préservation de l'information numérique ;
- Utiliser les fonctionnalités de base des outils pour le traitement de texte, le stockage de fichiers, l'accès aux sources d'informations à distance et la communication interpersonnelle ;

- Utiliser la technologie de l'information pour redéfinir de nombreux aspects de son parcours universitaire et personnel ;
- Comprendre et appliquer les lois sur le droit d'auteur y compris les creative commons et les licences de droits d'auteur ;
- Faire une recherche en ligne à l'aide des techniques adaptées (moteurs de recherche, répertoires de sujets, portails);
- Comprendre le rôle des centres d'informations (bibliothèques, musées et archives) pour la préservation de l'information numérique.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- Stocker des informations sous forme numérique, implique que l'on puisse y accéder depuis un large éventail de dispositifs, contrairement à d'autres formes d'information analogique. Cet accès flexible donne tout son intérêt à la numérisation et souligne la nécessité de faire acquérir des compétences numériques avec des compétences informationnelles. La culture numérique comprend l'analyse, la localisation, l'organisation, l'évaluation, la création et l'utilisation d'informations en utilisant la technologie numérique. Discutez des avantages d'avoir des informations sous forme numérique (transmission efficace, stockage, recherche, manipulation, intercompatibilité, etc.)
- Si les enseignants ont peu ou pas de connaissance des ordinateurs et des logiciels, organisez une série de séances de laboratoire informatique (physique ou virtuel). Aidez l'enseignant à se familiariser avec les rudiments concernant matériels, logiciels, réseaux et serveurs. On peut aussi inclure des compétences de base sur le clavier et la souris, les types de fichiers et le classement. On doit aussi les initier aux bases des logiciels libres et ouverts et de la technologie à faible coût. Fournissez aux enseignants une liste de logiciels propriétaires et d'équipements informatiques largement répandus. Demandez aux enseignants de chercher sur Internet au moins deux exemples de logiciels libres et ouverts et d'équipements informatiques à faible coût avec des fonctionnalités similaires à celles de chacun des outils propriétaires sélectionnés. Évaluez de manière critique les avantages et les inconvénients de chacun.

ACTIVITÉS

- Explorez l'Internet et d'autres ressources en ligne, comme les bases de données et les bibliothèques électroniques pour recueillir des informations sur un sujet particulier. Réduisez les sources d'informations possibles pour vous adapter à l'objet de votre recherche. Recherchez des mots clés, des opérateurs booléens (ex : et, ou, sauf) et déterminez ce qui fonctionne le mieux et pourquoi.
- Produisez un plan d'activité ou un ensemble d'activités permettant de faire utiliser aux élèves diverses ressources médiatiques numériques afin de préparer un projet, une évaluation ou des devoirs. Discutez des caractéristiques offertes aux personnes handicapées par les nouvelles technologies pour accéder à l'information numérique (accessibilité du web et création de documents numériques en formats accessibles).
- Étudiez un site Internet utilisé pour la formation des enseignants ou tout autre programme éducatif. Observez la façon dont cette information est organisée et accessible sur ce site. Quelles sont les ressources numériques d'information utilisées ? Comment les

ressources numériques sont-elles intégrées dans le matériel de cours ? Exercez vous à utiliser ce site et discutez de son intérêt et de ses limites pour l'apprentissage. Discutez des avantages et inconvénients.

- Visitez différents « blogs » et « wikis », créés individuellement ou à travers une collaboration d'individus. Quel type d'échange d'informations y a-t-il sur ces médias en ligne ? À quel but sert l'information ? Qui fournit l'information ? Quelles sont d'après vous leurs motivations ?
- Visitez un wiki éducatif et analysez comment il propose des cours ou des programmes. Mettez en place un site wiki sur un sujet d'actualité éducative locale (ex. : améliorer la lecture et les compétences de base en arithmétique à l'école primaire). Organisez un forum de discussion pour une mission de formation d'enseignants sur le wiki et passez en revue points forts et limites de cette plate-forme pour le partage d'informations.
- Faites l'expérience d'écrire un blog sur un sujet lié à l'éducation dans votre pays. Il faut choisir un sujet qui suscitera l'intérêt et le désir de répondre (ex. : améliorer l'accès à l'école primaire ou secondaire pour les plus pauvres, diversifier l'accès à l'information pour les élèves du secondaire pour améliorer la qualité de l'enseignement, pourquoi les pauvres deviennent de plus en plus pauvres à une époque où les connaissances et l'information ne cessent d'augmenter, etc.).
- Discutez quelles informations numériques devraient être conservées du point de vue des étudiants ? Quels sont les facteurs principaux de sélection et les solutions techniques disponibles, et comment peut-on être assuré de leur durabilité ? Quelles sont les autres dimensions de cette question de conservation ?
- Identifiez les instruments internationaux disponibles sur la question de la préservation de l'information numérique (ex. : la Charte de l'UNESCO sur la conservation du patrimoine numérique, l'archivage numérique et les directives de conservation).
 - Visitez le site web de la Bibliothèque numérique mondiale.
 - Discutez de l'importance de la préservation et de la promotion du patrimoine documentaire dans le contexte d'une catastrophe naturelle, comme le tremblement de terre en Haïti, et réfléchir au travail à accomplir par les archivistes des Archives nationales d'Haïti. Trouvez un article qui illustre cette situation en Haïti après le tremblement de terre de janvier 2010.
 - Demandez aux élèves pourquoi l'archivage du web est nécessaire et comment il est fait.

RESSOURCES POUR CE MODULE

- <http://dis.shef.ac.uk/literacy>. Ce site traite des aspects de la maîtrise de l'information. Il fournit également des liens vers d'autres sites web et ressources en maîtrise de l'information.
- UNESCO (2008). *Vers des indicateurs de la maîtrise de l'Information - cadre conceptuel*. Paris. UNESCO.
- <http://www.big6.com>. Ce site propose une mine de ressources sur les étapes de la maîtrise de l'information.
- Gaunt, J., Morgan, N., Somers, R., Soper, R., et Swain, E. 2007. *Handbook for Teaching Information Literacy* (Manuel pour l'enseignement de la maîtrise de l'information). Cardiff, Université de Cardiff.



MODULE 9 :

LA COMMUNICATION, L'EMI ET L'APPRENTISSAGE – UN MODULE DE SYNTHÈSE

158

« L'innovation dans les contenus nécessite l'innovation dans l'enseignement »

Source inconnue

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Ce document de programme sur l'éducation aux médias et à l'information (EMI) doit être examiné dans le vaste domaine de la communication, en le rattachant aux théories modernes de l'apprentissage. L'enseignement et l'apprentissage sont étroitement liés et font partie intégrante du processus de communication. De fait, ils ne peuvent être efficaces l'un sans l'autre (Ndongko, 1985). Les enseignants et les élèves consciemment ou non appliquent, dans la salle de classe, des éléments d'un processus de communication simple et parfois complexe.

Il est plus stimulant d'enseigner et d'apprendre lorsque les nouvelles technologies, les médias de masse (radio, télévision, et journaux) ou les bibliothèques sont intégrées dans la classe. L'acquisition de compétences en EMI par les enseignants et les élèves permet d'enrichir l'environnement éducatif et de promouvoir un processus plus dynamique d'enseignement-apprentissage.

L'interaction des enseignants et des étudiants avec les médias et d'autres diffuseurs d'informations peut aider à créer des environnements d'apprentissage démocratiques et pluralistes, favorisant également la création de savoir. Le suivi de ces dynamiques intervenant dans la salle de classe met en lumière les processus cognitifs et métacognitifs identifiés dans les théories de l'apprentissage.

Ce module, le dernier dans la section de base du programme, sert de synthèse en s'appuyant sur les contenus abordés dans les modules précédents. Il explore certains liens entre la communication et l'apprentissage (y compris les théories de l'apprentissage), et indique comment l'EMI peut renforcer cette relation. Il se termine par une réflexion sur la gestion du changement afin de favoriser un environnement propice à l'EMI.

UNITÉS

1. La communication - enseigner et apprendre
2. Les théories de l'apprentissage et l'EMI
3. Gérer le changement pour favoriser un environnement propice à l'EMI dans les écoles

UNITÉ 1 : LA COMMUNICATION - ENSEIGNER ET APPRENDRE

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Définir la communication.
- Les théories de base de la communication.
- Explorer l'enseignement et l'apprentissage comme processus de communication et envisager comment l'EMI peut améliorer ce processus.
- Les stratégies d'enseignement à travers et au sujet de l'EMI.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Faire la preuve d'une compréhension de base de la communication ;

- Identifier et analyser les théories de base de la communication et leur relation avec le processus d'enseignement-apprentissage en tenant compte des compétences d'EMI.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Si nous utilisons les médias, les bibliothèques, les archives et autres diffuseurs d'informations (y compris l'Internet ou autres technologies) dans la classe, nous devons examiner nos façons d'enseigner : comment utilisons-nous les médias et les autres diffuseurs d'informations ? Comment influent-ils sur la façon dont l'information est communiquée aux étudiants ?

Les modèles de communication peuvent fournir un cadre pour conceptualiser la place de l'EMI dans l'expérience de l'enseignement et de l'apprentissage. Ces modèles offrent la possibilité d'examiner de près le rôle des enseignants, des étudiants et des autres diffuseurs d'informations dans la classe. Beaucoup de ces modèles ont en commun les éléments énumérés ci-dessous (Shannon et Weaver, 1948, Schramm, 1954, Berlo, 1960) :

- Émetteur (auteur/source).
- Message (contenu).
- Canal (mode de communication).
- Récepteur (répondeur/décodeur).
- Information en retour (du récepteur à l'expéditeur et vice-versa tant que le circuit fonctionne).

160

Identifiez la façon dont ce modèle pourrait être appliqué à l'expérience d'apprentissage dans votre classe. Quels rôles endossez-vous en tant que professeur ? Quels sont les rôles disponibles pour vos élèves ? Comment l'expérience d'apprentissage est-elle façonnée par ces rôles ? Comment l'information en retour est-elle gérée dans le processus d'enseignement et d'apprentissage ? Comment pouvez-vous utiliser la connaissance de l'EMI pour améliorer ce processus ?

Envisagez les possibilités que les étudiants ont de critiquer les plates-formes par lesquelles ils reçoivent les informations dans votre classe. Les notions d'enseignement aux ou par les médias, les bibliothèques, les archives et les autres fournisseurs d'informations sont liées à cette question.

Quel est l'impact de ces médias sur la mise en oeuvre de l'enseignement et de l'apprentissage ? Identifiez les médias et les sources d'informations auxquels les étudiants ont accès dans votre classe. Expliquez selon quelle justification et quel processus de sélection vous les incluez dans le programme.

Enseigner l'EMI nécessite une veille et une analyse des médias, des bibliothèques et d'autres fournisseurs d'informations et du rôle qu'ils jouent dans l'apprentissage tout au long de la vie ainsi que dans la transmission et la mise en forme d'informations et de messages. Autrement dit, les médias et les technologies deviennent un objet d'études dans la classe. Enseigner avec les médias et les autres fournisseurs d'information nécessite que les enseignants analysent à la fois leur propre rôle et celui des médias et de la technologie au sein du processus d'enseignement et d'apprentissage. Formulés différemment, qu'est-ce qui est enseigné par les médias et/ou la technologie en classe ? Enseigne-t-on quelque chose de particulier en utilisant la technologie ou les médias ? Comment les enseignants peuvent-ils utiliser des compétences en EMI dans le cadre de leur enseignement ?

Identifiez des exemples généraux de l'enseignement aux médias et par les médias, bibliothèques, archives et autres fournisseurs d'informations. Décrivez des activités spécifiques/exemples pour lesquels ces deux approches sont utilisées. Qu'est-ce que ces approches offrent aux élèves pour leur apprentissage ?

UNITÉ 2 : LES THÉORIES DE L'APPRENTISSAGE ET L'EMI

THÈMES CLÉS

- La pédagogie et l'EMI.
- Qu'est-ce-que la métacognition ?
- La métacognition et l'EMI : faire le lien.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Développer des stratégies pédagogiques adaptées aux élèves de l'EMI.
- Identifier et développer des stratégies métacognitives pour les élèves.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- Examinez les compétences suivantes qui sont essentielles pour l'éducation aux médias et à l'information:
 - Définition de la tâche
 - Recherche de l'information
 - Localisation et accès
 - Analyse des messages et de l'information
 - Évaluation du contexte des messages et de l'information
 - Utilisation de l'information
 - Synthèse
 - Évaluation

Identifiez les moyens par lesquels les élèves peuvent développer et témoigner de leurs compétences dans votre classe. Décrivez les stratégies pédagogiques spécifiques ou les activités qui les rendent possibles.

- Élaborez un plan de leçon ou une unité de programme qui intègre ces stratégies et activités. Préparez un cours isolé ou un scénario pédagogique en EMI ou qui intègre l'EMI dans un cours existant. Identifiez les réflexions/aménagements que les enseignants doivent produire pour permettre aux élèves de faire la preuve de ces compétences.
 - En considérant le modèle de communication décrit dans la section précédente, expliquez et justifiez les rôles que les médias, les bibliothèques, les archives et d'autres fournisseurs d'informations joueront dans votre leçon. Quel rôle(s) assumerez-vous en tant que professeur ? Quel(s) rôle(s) sera (seront) disponible(s) pour vos élèves ? Comment ces rôles amélioreront-ils le processus d'apprentissage ?
 - Les connaissances de la métacognition et les stratégies métacognitives sont importantes pour la réussite des élèves. La métacognition peut être définie comme « la cognition sur la cognition » ou « le savoir sur le savoir ». Elle peut prendre de nombreuses formes et comprend des connaissances sur quand et comment utiliser des stratégies particulières pour l'apprentissage ou pour régler des problèmes. En pratique, ces capacités sont utilisées pour réguler sa propre cognition, maximiser son potentiel pour penser et apprendre, et évaluer les règles d'éthique appropriées (adapté de Wikipedia).
 - Examinez la liste des compétences pour l'EMI ci-dessus. Pour chaque compétence, énumérez et décrivez une stratégie métacognitive que les élèves pourraient utiliser pour appuyer leur expérience d'apprentissage. Par exemple, la définition des tâches pourrait être renforcée par l'utilisation d'une carte conceptuelle, alors qu'une analyse de messages et d'informations pourrait être enrichie par l'utilisation d'un schéma qui identifie différentes parties d'un texte d'informations accompagnées de questions critiques.
- 162
- Sélectionnez plusieurs activités à partir d'un module de votre choix. Identifiez les compétences dont les élèves ont besoin pour mener à bien chaque activité. Quel rôle peut jouer la métacognition pour faciliter le transfert d'une activité d'apprentissage à une véritable relation avec les médias et les autres fournisseurs d'information à l'extérieur de la classe ?
 - Reportez vous au Module 1, Unité 4 sur les stratégies pédagogiques pour l'enseignement de l'EMI. Dans le cadre de votre propre discipline, sélectionnez une stratégie spécifique et adaptez-la ou développez-la pour vos élèves. Comment cette approche intègre-t-elle la théorie de la communication et l'EMI dans l'apprentissage ? Comment cette stratégie est-elle reliée aux attentes de votre discipline ? Comment les élèves sauront-ils s'ils ont réussi ? (càd où cette stratégie s'intègre-t-elle en termes d'évaluation ?)
 - Examinez le rôle des bibliothèques et des musées dans le développement des compétences d'EMI. Concevez une activité qui illustre la façon dont une stratégie pédagogique pourrait être utilisée dans un de ces environnements. Envisagez les caractéristiques uniques de ces environnements susceptibles d'influencer positivement l'enseignement et l'apprentissage.
 - À partir d'activités de l'un des modules de ce programme ou à partir de votre propre travail, expliquez en quoi un programme d'EMI offre des possibilités pour un enseignement et un apprentissage différenciés (càd l'apprentissage kinesthésique, l'apprentissage visuel, l'apprentissage auditif etc.).

UNITÉ 3 : GÉRER LE CHANGEMENT POUR FAVORISER UN ENVIRONNEMENT PROPICE À L'EMI DANS LES ÉCOLES

THÈMES CLÉS

- La dynamique internationale autour de l'éducation aux médias et à l'information : un aperçu des actions, des politiques en cours d'élaboration à travers le monde.
- L'environnement favorable nécessaire pour l'adoption de l'EMI dans les écoles.
- Les défis à relever pour intégrer l'EMI dans les écoles et les stratégies à concevoir pour les surmonter.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Identifier et décrire les initiatives d'EMI mises en œuvre localement et globalement ;
- Promouvoir l'éducation aux médias et à l'information auprès de différents groupes d'intervenants ;
- Décrire les questions clés à prendre en compte pour préparer l'intégration de l'EMI dans les écoles.

163

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- À l'aide de moteurs de recherche et d'autres ressources, effectuez une recherche sur les programmes, projets ou initiatives dans le domaine de l'éducation aux médias et à l'information qui existent actuellement dans les instituts de formation d'enseignants. Prenez en compte à la fois les exemples locaux et internationaux. Choisissez en un et identifiez quels sont les principaux sujets abordés. En quoi le programme choisi diffère-t-il de celui-ci qui inclut l'EMI ? De quelles façons peut-il servir de ressource pour les enseignants intéressés à l'EMI ?
- Effectuez une recherche sur les associations et institutions qui appuient les objectifs de l'EMI. Quelles informations et ressources (humaines, matérielles) ces programmes offrent-ils aux enseignants ?
 - De nombreux experts ont mis au point des recommandations visant à garantir le succès des programmes d'EMI. Quelques-unes de ces recommandations sont énumérées ci-dessous. Expliquez la manière dont elles pourraient être appliquées à votre situation particulière. Identifiez quelles recommandations supplémentaires vous feriez pour assurer le succès de l'EMI dans votre département ou établissement.

Les recommandations proposées :

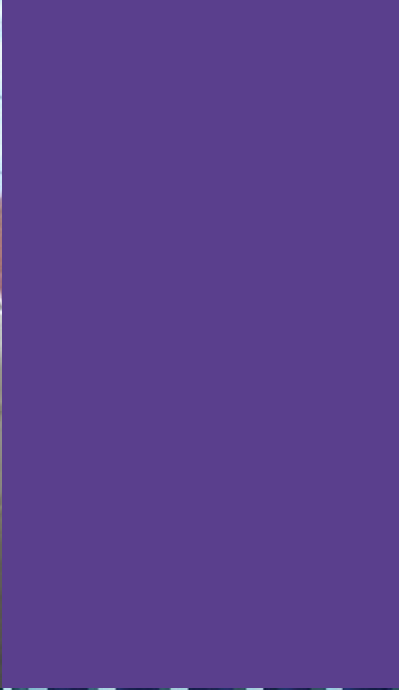
- Identifier le contenu
- Identifier les principaux participants et soutiens pour la mise en place du programme et plus largement d'une politique
- Élaborer une stratégie pour la mise en œuvre / intégration, etc.
- Élaborer un plan pour promouvoir l'EMI
- Identifier les institutions/associations soutenant l'EMI
- Identifier les ressources disponibles et nécessaires
- Développer des outils d'évaluation pour les cours et les programmes d'EMI

Cette liste change-t-elle si l'on se place du point de vue d'un programme réussi pour les étudiants ? Identifier les points à ajouter.

- Compte tenu des besoins de votre propre communauté éducative, quels sont les moyens par lesquels l'EMI pourrait être soit intégrée dans les programmes existants pour les enseignants, soit développée de façon autonome ? Quels sont les avantages et les inconvénients de chaque option ? Citez des exemples.
- Élaborez un plan pour promouvoir l'EMI auprès des décideurs politiques, des responsables de programme et des enseignants de votre établissement. Quelles sont les priorités clés ou les besoins de chaque groupe ? Expliquez comment ce programme d'EMI peut aider à répondre à ces besoins. Identifiez d'autres groupes à ajouter. Quel rôle chacun pourrait-il jouer dans la promotion de l'EMI ?

RESSOURCES POUR CE MODULE

- *Handbook for Information Literacy Teaching* (Manuel pour l'enseignement de la maîtrise de l'information) Service des bibliothèques de l'Université de Cardiff, troisième édition revue et corrigée, août 2009. Version numérique en anglais sur <http://www.cardiff.ac.uk>
- *Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers* (L'éducation aux médias dans le Pacifique : un guide pour les enseignants du secondaire). UNESCO, Paris, 2003.
- *Teaching information literacy through learning styles: The application of Gardner's multiple intelligence* (Enseignement de la maîtrise de l'information à travers les styles d'apprentissage : l'application des intelligences multiples de Gardner). Mokhtar Azura Intan, Wee Kim Wee, Ecole de communication et d'information (WKWSCI) à Nanyang Technological University (NTU), Singapour, 2008.
- *Teaching Information Literacy Through Literature* (Enseigner la maîtrise de l'information à travers la littérature). Big 6 eNewsletter. 2011. 11.1, 4. www.big6.com.



Modules complémentaires



MODULE 10 : LE PUBLIC

► DUREE : 8 heures

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

168

Nous avons tous une expérience d'appartenance au public d'un ou de plusieurs média(s). Les enfants et les adultes passent, chaque jour, une partie importante de leur temps dans des activités médiatiques et de communication. Une hypothèse commune répandue pose que le public est un groupe homogène d'individus passifs qui interpréteront un texte de la même manière. Plus exactement, il existe deux façons principales d'étudier les publics des médias. La première les situe en tant que consommateurs de produits médiatiques, ou ce que l'industrie des médias et de la communication décrit comme « des publics cibles ». La seconde est fondée sur la théorie de la réception, et les publics sont considérés comme des participants actifs à la lecture et l'interprétation des textes médiatiques et informationnels.

Les publics-cibles sont des groupes de lecteurs, téléspectateurs ou auditeurs définis par des caractéristiques telles que l'âge, le revenu, le sexe ou les centres d'intérêts. Il s'agit d'un groupe particulier pour lequel les médias et les autres structures élaborent des contenus et façonnent des messages. Par exemple, les annonceurs sont très soucieux d'acheter du temps ou de l'espace qui leur donnera accès à une tranche d'âge particulière ou à un certain public cible. À la télévision, les annonceurs achèteront des créneaux horaires au cours d'un programme particulier sur un certain réseau si ce programme attire le public qu'ils veulent atteindre.

Même si nous sommes considérés comme un public cible pour les médias, chaque fois que nous voyons ou entendons un texte médiatique, nous réagissons avec notre connaissance sociale individuelle et nos expériences. Lorsque nous recevons des messages ou des informations des médias, nous les interprétons avec notre idéologie et nos valeurs personnelles.

Il est aussi très possible, cependant, que nous *soyons dans une négociation* du sens, en acceptant certains éléments, et en rejetant d'autres. La façon dont le sens se construit dans des séquences de films ou des photographies (par les angles de caméra, les types de prises de vue, le montage, etc.) ont également un effet sur les interprétations du public.

Les chercheurs ont découvert que les lecteurs de magazines passent à peine plus de deux secondes sur une page. À la télévision, un « spot » commercial typique dure seulement entre 15 et 30 secondes et de nombreux téléspectateurs « zappent » pendant les pauses publicitaires ou « surfent » sur Internet, en ne restant que quelques secondes sur chaque site. Afin d'être rapidement en contact avec les consommateurs d'aujourd'hui, les producteurs de textes médiatiques usent souvent d'un fort attrait émotionnel fondé sur la recherche en démographie sociale ou en « psychographie », qui analyse attitudes, croyances, désirs et besoins des gens. Même si une équipe de créatifs ne peut pas prédire comment chaque individu réagira aux médias, leur recherche leur donnera une bonne idée de la façon dont les grands groupes de la population pourront le faire.

Pourquoi étudions-nous les publics ? L'étude du public aide à expliquer comment des personnes différentes voient certains sujets, en fonction de leur sexe, de leur âge, ou de leur groupe social. Elle nous aide également à comprendre la relation entre le producteur d'un texte et son public et comment les producteurs tentent d'influencer une lecture particulière. Elle nous aide à comprendre comment les jeunes donnent du sens aux textes médiatiques en-dehors de l'école. À l'âge de l'information, l'étude des publics peut également nous aider à créer nos propres textes médiatiques et à communiquer avec nos publics plus efficacement.

Ce module explorera plusieurs questions importantes : comment un producteur/auteur influence-t-il la compréhension d'un texte médiatique par un individu ? Comment la construction d'un texte guide-t-elle le processus interprétatif ? Comment un individu négocie-t-il le sens d'un texte médiatique ? Comment les publics utilisent-ils les médias dans leurs vies quotidiennes ?

THÈMES CLÉS

- Public et étude de marché.
- Identifier les publics cibles.
- Comment les publics négocient le sens.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Explorer la notion de public à la fois cible et acteur ;
- Identifier les raisons qui prédisposent aux interprétations des textes médiatiques ;
- Analyser la façon dont les publics sont identifiés et ciblés ;
- Expliquer comment les publics choisissent les médias qu'ils consomment et ceux avec lesquels ils inter-agissent ;

- Analyser comment les audiences réagissent aux textes médiatiques et expliquer les facteurs déterminants ;
- Examiner la relation entre la production, le message et le public.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

Recueillez et décrivez des exemples d'usages des médias de masse dans la vie quotidienne des gens. Envisagez l'utilisation des médias pour l'information, le divertissement, l'observation, l'accompagnement et l'identification. Trouvez sur l'Internet des documents sur des programmes de télévision ou de la musique très connus. Qu'est-ce que ces sources vous disent sur la façon dont ces publics utilisent ces médias et y prennent plaisir ? En quoi ces usages pourraient-ils différer de ce que les producteurs escomptaient ?

- Imaginez comment une famille d'un milieu ou d'une époque complètement différents pourrait interpréter certains programmes de télévision ou certaines publicités actuelles. Que diraient-ils des publics actuels des médias ?
- À l'aide de l'Internet, cherchez des réactions du public aux programmes de télévision les plus vus dans des pays variés. Comment ces programmes, leurs personnages principaux et leurs intrigues sont-ils « lus » ou interprétés par des publics divers ?
- Analysez les messages et les valeurs véhiculés par un texte médiatique grand public comme une émission de télévision. En quoi les messages seraient-ils modifiés si des personnes d'un groupe social différent (ex : âge, origine ethnique) y étaient inclus, ou si les personnages masculins et féminins inversaient leurs rôles ? En quoi cela aurait-il un effet sur le public ?
- À l'aide de l'Internet, recherchez les stratégies actuelles des annonceurs pour comprendre et cibler les publics telles que la psychographie ou la démographie sociale. Décrivez la méthode, identifiez les catégories et réfléchissez sur les hypothèses faites à propos des publics aujourd'hui.
- Recueillez dans des journaux et des magazines des annonces dont vous pensez qu'elles attireront des personnes de chacune de ces catégories

OU :

- Choisissez un produit et créez un projet de publicité susceptible d'attirer chacune des catégories de publics recherchées. Prenez en compte les mots clés et les images que vous utiliseriez pour chaque cas.
- Donnez deux lectures opposées d'un texte médiatique populaire, comme un film, un programme de télévision ou un article de journal. Déterminez les caractéristiques ou le milieu socio-culturel du public qui pourrait contribuer à chaque lecture critique. Comment cela explique-t-il la variété des réponses qu'un texte médiatique populaire engendre de la part du public ?
- Numérisez un certain nombre de journaux ou utilisez l'Internet pour accéder à des titres de films actuels. Sur la base des titres et de la publicité pour ces films, qu'attendez-vous à voir dans chacun de ces films ? Quel est selon vous le public-cible de chacun de ces films ?
- Dans de nombreuses salles de cinéma aujourd'hui, le public voit des publicités avant le début du film. En prenant en compte les films de l'exercice précédent, quels types d'annonces seraient les plus susceptibles d'être montrés au public avant ces films ?

- À l'aide d'images fixes et animées, créez un collage d'images que vous utiliseriez pour « vendre » votre école à un public particulier. Prenez en compte l'utilisation d'icônes, de symboles, d'éléments de langage visuel et verbal, de musique, de couleurs, de certains types de plans et d'angles, etc. pour attirer l'attention de ce public et lui parler. Le public de ce collage pourrait être composé d'étudiants potentiels de l'école, de leurs parents, des responsables de l'école, de politiciens, etc.
- Analysez le matériel promotionnel pour les collèges et universités de votre région. Quand les étudiants sont représentés, à quoi ressemblent-ils ? Que font-ils ? Quelle image de l'école montre-t-on dans ce matériel ? Quelle impression donnent-ils de l'école qu'ils représentent ? S'agit-il de vrais élèves ou d'acteurs ? Si les élèves ne figurent pas, quelles sont les images choisies et que disent-elles sur l'institution ? Sur la base de votre analyse du matériel, quel est le public cible ? Quel est le message véhiculé ?
- En-dehors des grandes entreprises de médias, on trouve aussi de nombreux labels, films, programmes de télévision et magazines alternatifs. Examinez certains de ces produits médiatiques pour savoir quelle est la valeur sociale, artistique ou commerciale qu'ils ont à offrir à leur public. Comment les producteurs ou créateurs financent-ils et commercialisent-ils leurs produits ?
- Étudiez la recherche de Blumer et Katz (1974) qui a posé que le public pourrait choisir et utiliser un texte médiatique pour une ou plusieurs des raisons suivantes :
 - **Diversion** : échapper à la vie quotidienne,
 - **Relations personnelles** : se voir soi-même relié à un personnage ou une « famille » de télévision,
 - **Identité personnelle** : être capable de s'identifier et d'apprendre à partir d'un comportement, attitudes ou valeurs reflétées par des textes médiatiques,
 - **Surveillance** : utiliser les médias et les textes d'informations pour apprendre ce qui se passe dans le monde alentour et obtenir des informations utiles pour la vie quotidienne (ex : les prévisions météorologiques, l'actualité, les résultats des élections, etc.).
- Identifiez dans votre vie ou dans la vie de vos élèves des exemples précis illustrant ces raisons d'utiliser des textes médiatiques et d'informationnels.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Développement d'un projet de campagne publicitaire
- Lectures positives et contradictoires de textes d'EMI
- Collage d'images de l'école
- Analyse textuelle
- Recherche Internet

RESSOURCES POUR CE MODULE

Ces sources sont issues de l'Amérique du Nord et ne sont citées qu'à titre indicatif. Des ressources plus pertinentes doivent être trouvées par les formateurs eux-mêmes dans leur région géographique ou pays.

- *Advertising Age* - www.adage.com

Une publication professionnelle présentant les chiffres de la publicité, les rapports sur les stratégies, la recherche de public cible, etc.

- *The Persuaders* - Frontline - www.pbs.org

Ce programme explore la façon dont les stratégies de marketing et de publicité en sont venues influencer non seulement ce que les gens achètent, mais aussi comment ils se voient et voient le monde autour d'eux. Ce documentaire de 90 minutes s'appuie sur un éventail d'experts et d'observateurs du monde du marketing / publicité. L'émission entière peut être consultée en ligne sur le site web de PBS en six extraits.

- *The Merchants of Cool* - Frontline - www.pbs.org

Ce programme explore le monde de l'étude de marché impliquant les jeunes, le travail de chasseurs de « cool » et la vente de « cool ».

- *The Internet Movie Data Base* - www.imdb.com

Le site le plus complet pour la recherche sur le cinéma et la télévision des pays industrialisés. Il y a une mine de renseignements sur des titres : commentaires, acteurs, directeurs, genres, recherche d'audience et recherche marketing, etc.



MODULE 11 : LES MÉDIAS, LA TECHNOLOGIE ET LE VILLAGE PLANÉTAIRE

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

173

La question de la propriété et du contrôle des médias de communication est une question cruciale car elle détermine les contenus et les méthodes des médias. Au moment même où les journalistes promeuvent la démocratie dans l'exercice de la liberté d'expression et d'une presse libre, cette liberté et l'indépendance des journalistes sont, selon certaines critiques, affectées par les préoccupations financières ou politiques des propriétaires de médias ou des employeurs – de façons subtiles dans certains cas et plus flagrantes dans d'autres. Un tel contrôle, y compris ses modalités et sa structure, est façonné principalement par des réalités politiques (et géopolitiques) omniprésentes et par les possibilités de concentration. C'est pourquoi l'indépendance éditoriale et le pluralisme des médias à la fois au niveau local et mondial deviennent si importants. En raison de la complexité géographique croissante des médias, les flux médiatiques ne sont plus seulement orientés du Nord vers le Sud, mais aussi du Sud vers le Nord et du Sud vers le Sud. Des médias régionaux influents modifient de façon conséquente la configuration du système médiatique international.

Dans la majorité des pays du monde, les institutions médiatiques sont des entreprises privées commerciales. D'autres sont privées mais non commerciales, comme celles qui sont gérées par des organisations non gouvernementales, tandis que d'autres encore sont publiques et contrôlées. En radiodiffusion, le modèle de service public de radiodiffusion offre une alternative à la fois aux médias commerciaux et aux médias sous contrôle strict du gouvernement. La popularité croissante des médias communautaires qui impliquent des résidents locaux dans l'élaboration du contenu et donnent la parole aux secteurs marginalisés de la société peut être considérée comme un développement positif.

Les progrès technologiques dans une économie de marché mondiale ont favorisé la croissance des groupes de médias mondiaux, dénommés conglomerats médiatiques transnationaux. Leur pouvoir et leur influence dépassent les barrières géographiques, économiques et politiques. Les groupes internationaux de médias comprennent aussi ceux qui opèrent au niveau régional. La convergence, en dépit des réglementations antitrust qui peuvent exister, a également facilité les fusions et les acquisitions de médias au niveau national et mondial. De nombreux médias de masse s'allient à des entreprises exerçant des activités dans les télécommunications, les applications web et le divertissement (films et jeux vidéo). Les nouvelles sociétés créées par ces coalitions sont devenues plus puissantes car leurs messages, images et voix peuvent maintenant être diffusés au niveau mondial et atteindre même les villages les plus reculés par le biais de diverses plates-formes - imprimées, télédiffusées et numériques.

L'émergence de médias mondiaux présente à la fois des défis et des opportunités. Certains théoriciens de la communication ont mis en garde contre les menaces de l'homogénéité culturelle, mais paradoxalement, les mêmes outils médiatiques offrent des opportunités pour la diversité culturelle et le pluralisme (il est maintenant plus facile de produire, partager et échanger des contenus médiatiques locaux). Les médias mondiaux ont également la capacité et les ressources pour établir des normes plus élevées de professionnalisme. De ce fait, de nombreux médias locaux doivent devenir plus compétitifs en améliorant la qualité de leur programmation. En outre, les questions de développement qui ont un impact mondial, comme le changement climatique, les pandémies ou les menaces à la biodiversité, peuvent être communiquées efficacement par les médias mondiaux. Il est également reconnu que de nombreuses histoires cachées au public local et national en raison des contraintes politico-économiques, sont révélées à un public international par des médias indépendants internationaux.

L'impact de l'industrie des médias sur le plan politique est également en train de changer. Les nouvelles technologies médiatiques favorisent les flux d'informations à double sens au sein et en-dehors des frontières nationales ainsi que l'apparition de plates-formes plus étendues pour le débat public. Tout cela encourage la tolérance et la compréhension. La question primordiale est alors : comment les médias peuvent-ils aider à promouvoir un plus large éventail d'options, de choix et de liberté ?

Le système dominant des médias commerciaux mérite une attention particulière parce que la publicité reste sa source principale de revenus. Comment les organisations de médias peuvent-elles conserver leur indépendance et la confiance du public, tout en restant viables (rentables) et durables (en termes d'opérations) ? Il faut prendre en compte les conséquences du fait d'accorder trop de poids à l'un ou l'autre de ces facteurs.

Ce module se termine sur une note optimiste avec un échange sur les médias alternatifs - particulièrement ceux qui sont situés dans les petites communautés - opérant dans le paysage médiatique mondial d'aujourd'hui. On évoquera aussi le nombre croissant de canaux d'information, y compris les sites d'informations en ligne, qui peuvent offrir des alternatives à la domination de quelques-uns. Les médias communautaires peuvent être mis en place dans les écoles, les communautés, les lieux de travail, les quartiers et sont des alternatives aux grands médias. Ces « petits » canaux médiatiques promeuvent le droit à l'information et offrent aux populations locales une voix venue des leurs.

UNITÉS

1. La propriété des médias dans le village planétaire d'aujourd'hui,
2. Les dimensions socio-culturelles et politiques des médias internationaux
3. La marchandisation de l'information
4. L'essor des médias alternatifs

UNITÉ 1 : LA PROPRIÉTÉ DES MÉDIAS DANS LE VILLAGE PLANÉTAIRE D'AUJOURD'HUI

► DURÉE : 2 heures

THÈMES CLÉS

- L'économie mondiale, le commerce électronique et la propriété des médias.
- Les schémas de communication, la propriété des médias et le contrôle.
- Les médias privés (commerciaux), les médias sous la propriété ou le contrôle du gouvernement et les médias de service public comme les sociétés publiques de radiodiffusion.
- Les médias communautaires.
- La convergence technologique (médias de masse, télécommunications et ordinateurs) et émergence de conglomérats médiatiques.
- Le pluralisme et la concentration (chaînes médiatiques et participations croisées).
- Les acquisitions, fusions, projets conjoints et consortiums.
- Transnationalisation (entreprises médiatiques internationales).
- Protocoles internationaux et nationaux sur la propriété des médias.
- Les lois antitrust.
- Limitations des règles de propriété en matière de participation étrangère.
- Autres politiques de réglementation et mécanismes.
- Propriété des médias, développement de contenu et programmation.
- Les contenus étrangers opposés aux contenus locaux.
- L'externalisation, la délocalisation et le télétravail à domicile.
- Tensions entre l'indépendance éditoriale et les intérêts des propriétaires.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Décrire les différents modèles de propriété des médias et de contrôle ;
- Discuter des travaux de l'économie internationale, de l'émergence des nouvelles technologies, et comment cela affecte la structure et les modèles de propriété des médias ;
- Déterminer comment la propriété et le contrôle des médias influent sur les politiques, les méthodes, les contenus et la diffusion des médias ;
- Démontrer comment la convergence médiatique facilite de nouvelles approches pour le développement du contenu éditorial (ex : l'externalisation, la délocalisation et le télétravail à domicile) ;
- Comprendre comment les conventions internationales existantes et les lois ou politiques nationales façonnent ou réglementent la structure de la propriété des médias.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

La propriété monopolistique des médias comme le contrôle de l'Etat peuvent constituer une menace sérieuse à la diversité et au pluralisme, et par conséquent à la liberté d'expression. La réglementation de la concurrence permet de limiter les monopoles tout comme le font le professionnalisme et l'indépendance des journalistes. La diversité des points de vue s'appuie également sur la variété des formes de propriété (publique, privée et à but non lucratif) et sur la variété des formes de médias (la presse écrite, la radio, la télévision, l'Internet, etc.)

À débattre : la diffusion la plus large possible d'informations provenant de sources diverses et contradictoires est essentielle au bien-être des populations. Alors que journaux et télédiffuseurs appartenant à des propriétaires différents critiquent mutuellement leurs contenus, la concentration des médias entre les mêmes mains tend à empêcher toute critique mutuelle et aboutit plutôt à une auto-promotion.

ÉTUDES DE CAS

Utilisez des textes déjà publiés évoquant l'influence exercée par des propriétaires de médias sur la couverture de certains sujets par intérêt politique et économique (reportez vous au Module 2, Unités 2 et 3, pour les points sur les valeurs dans l'information et le processus de développement de l'actualité). Il faudra identifier les facteurs qui déterminent le degré d'influence ou de contrôle.

ANALYSE CONTEXTUELLE

Identifiez une question nationale largement couverte par les grandes stations de télévision de tous types, comparez les points de vue et les perspectives, et le traitement (reportage ou manipulation) de ces informations. Référez-vous au Module 2, Unités 2 et 3, pour

plus d'informations sur les nouvelles valeurs dans l'information et les processus de développement de l'actualité.

Revoyez les politiques éditoriales de publications scolaires représentant différents contextes (sectaire contre non sectaire, privé contre public, et écoles d'état contre écoles locales) et découvrez comment la propriété influence sur la gestion de la publication, le contenu éditorial, etc.

Revoyez la couverture de *CNN* et d'*Al Jazeera* sur un **sujet particulier** et un jour particulier et comparez les angles et le traitement des sujets d'information.

PROJET DE RECHERCHE

Menez une étude sur les propriétaires officiels de grandes organisations médiatiques (tel qu'enregistrées par un organisme gouvernemental adéquat) et enquêtez sur les liens éventuels avec d'autres entreprises et intérêts politiques. Les résultats peuvent être présentés dans un tableau.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Compte rendu de recherche sur la propriété et le contrôle des médias.
- Participation aux études de cas.
- Réflexions par écrit fondées sur des exercices d'analyse contextuelle.

177

THÈMES À APPROFONDIR

Émergence des industries créatives liées aux médias

- Développement des jeux (logiciels de loisirs interactifs).
- Publication électronique.
- Film, vidéo et photographie.
- Logiciels et services informatiques.

UNITÉ 2 : LES DIMENSIONS SOCIO-CULTURELLES ET POLITIQUES DES MÉDIAS MONDIALISÉS

► DURÉE : 3 heures

THÈMES CLÉS

- Les dimensions socioculturelles des médias internationaux
 - Les médias et la culture populaire
 - Les stéréotypes culturels, les préjugés et les influences
 - La perception de la menace de l'homogénéisation culturelle
 - La promesse de diversité culturelle et le pluralisme
 - Les médias et la tolérance culturelle, la compréhension et la citoyenneté mondiale
- Impact politique des médias
 - Fournir des mécanismes pour l'information à double sens (ex : Nord-Sud, Sud-Sud)
 - Médias comme plate-forme pour l'élargissement de la sphère publique (discours démocratique)
 - Médias en tant que mécanismes de mobilisation politique et sociale
 - Le pouvoir des médias pour façonner l'opinion publique et l'ordre du jour du débat public
 - Promouvoir la bonne gouvernance grâce à la transparence et la responsabilité
- Les médias et les communautés de migrants.
- Comment les médias internationaux et la convergence technologique répondent-ils aux besoins des communautés de migrants ?
- Études de cas de canaux médiatiques de communautés de migrants/diasporas.

178

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de ce module, les enseignants seront capables de :

- Expliquer et illustrer la façon dont les médias influencent ou définissent la culture populaire ;
- Expliquer la dynamique de ce qui est considéré comme des contre-processus d'homogénéisation et de localisation culturelle ;
- Analyser comment les médias peuvent élargir ou restreindre la sphère publique, démocratiser l'accès et promouvoir la participation politique ;

- Discuter de la façon dont les médias internationaux (la télévision par satellite et par le câble, l'Internet) peuvent répondre aux besoins d'informations des communautés de migrants.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

ANALYSE TEXTUELLE DE DIFFÉRENTS FORMATS MÉDIATIQUES

Discutez de la façon dont les médias influencent ou définissent la culture populaire. Examinez si les médias encouragent une plus grande homogénéisation ou une plus grande diversité dans la nouvelle culture du divertissement.

Menez une analyse textuelle d'une chanson connue de vedettes populaires occidentales et locales. Identifiez les valeurs culturelles intégrées dans les paroles des chansons et faites une critique sur la pertinence et la désirabilité de ces valeurs pour le contexte local.

Visionnez un documentaire ou un film qui se focalise sur un groupe religieux, culturel ou ethnique particulier. Identifiez des images ou des mots utilisés dans des dialogues qui créent ou renforcent les stéréotypes. Identifiez les éléments qui reflètent les influences et les préjugés.

179

ANALYSE CONTEXTUELLE

Menez une enquête aléatoire parmi des élèves de l'école primaire sur leurs héros contemporains et leurs idoles et les raisons de leur choix. Après le regroupement des résultats de l'enquête, analysez les points suivants :

- (a) combien sont étrangers et combien sont locaux ;
- (b) les raisons possibles de leur choix (ex: élèves exposés à ces héros et idoles par les médias) ;
- (c) les valeurs illustrées par les héros ou les idoles sélectionnés dans divers médias.

Lisez plusieurs numéros d'une publication ou visionnez des programmes conçus pour les travailleurs migrants dans votre communauté. Identifiez les sujets ou thèmes habituels abordés dans la publication. Déterminez si les questions liées au pays d'adoption ou pays hôte et à leur pays d'origine sont présentées de façon adéquate.

ÉTUDES DE CAS

Allez voir un site web ou d'autres sites en ligne comme un blog, un réseau social, ou une vidéo téléchargée en ligne par un organisme de défense internationale (ex : WWF, Plan international, etc.) dédiés à un problème transfrontalier comme l'environnement, le développement durable, les droits de l'homme, etc. Examinez comment le dialogue et la

recherche du consensus parmi les citoyens du monde visitant le site sont promus par des fonctionnalités interactives.

APPROCHE PROBLÉMATIQUE-RECHERCHE

Les professeurs interrogent les membres d'une communauté immigrée sur les points suivants :

- (a) Les médias de masse qu'ils utilisent pour suivre l'évolution de l'actualité et des événements dans leur pays d'origine ;
- (b) La perception de la façon dont les médias internationaux traitent les questions sociopolitiques et les événements de leurs pays d'origine en termes de précision, de cohérence, d'exhaustivité, etc. ;
- (c) L'impact psychosocial du maintien de l'accès à l'actualité et aux informations du pays d'origine.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Rapport de recherche.
- Documents écrits sur les résultats d'exercices d'analyse textuelle/contextuelle et études de cas.
- Participation aux échanges en classe et aux autres activités d'apprentissage en groupes.

THÈMES À APPROFONDIR

- Les questions de genres, d'origines ou d'ethnies dans la couverture de l'information par les médias dominants, alternatifs, numériques.
- Le sexe et la violence dans les médias et la société.
- Le respect de la vie privée et une société de « je-dis-tout »
- L'affaiblissement des états-nations et l'émergence d'institutions supranationales (les nouveaux souverains du monde, comme la Banque mondiale et l'OMC).

UNITÉ 3 : LA MARCHANDISATION DE L'INFORMATION

► **Durée** : 2,5 heures

THÈMES CLÉS

- L'information comme produit social (public) et marchandise
 - La publicité, élément vital pour les médias commerciaux
 - Les classements et les chiffres de diffusion, jauges des produits et services médiatiques
 - La menace de la culture consumériste (besoins du public opposés aux souhaits et désirs).
- Stratégies et approches de la marchandisation de l'information.
- Droits de propriété intellectuelle et domaine public informationnel
 - Droit d'auteur et autres droits de propriété sur l'information
 - Domaine public informationnel
 - Logiciel libre et Creative Commons.

181

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de ce module, les enseignants seront capables de :

- Définir la marchandisation de l'information ;
- Reconnaître les différentes stratégies et approches dans la marchandisation de l'information ;
- Expliquer comment les médias alimentent une culture consumériste, ou plus précisément, comment les messages médiatiques créent des besoins, souhaits et désirs pour des idées, des produits et des services commerciaux ;
- Faire la distinction entre les droits d'information propriétaire protégée et les informations du domaine public, et évaluer l'utilisation des informations du domaine public pour promouvoir l'accès universel à l'information et servir le bien commun.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

ANALYSE CONTEXTUELLE

Faites une revue de presse des questions traitées dans la rubrique « affaires » d'un grand journal ou d'une chaîne d'informations pendant au moins deux ou trois jours. Chaque jour,

comptez le nombre de sujets publiés ou diffusés traitant des sociétés privées par rapport au nombre total d'articles de la rubrique. On peut également les classer comme «bonnes» nouvelles, «mauvaises» nouvelles ou «neutres» (vis-à-vis des sociétés).

APPROCHE PROBLÉMATIQUE-RECHERCHE

Les enseignants interrogent au moins dix enfants d'école primaire et leur demandent pourquoi ils préfèrent une marque particulière d'un produit particulier. Les stagiaires recueillent les réponses des enfants et comparent les meilleures réponses avec les annonces des produits les plus cités.

RECHERCHE SUR LES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE (DPI)

Les enseignants explorent les diverses dimensions des droits de propriété intellectuelle et leurs implications pour l'accès universel à l'information. Le document peut couvrir le contexte historique des DPI, leurs avantages et inconvénients, des cas spécifiques de problèmes venant des DPI, des questions sur les pays en développement opposés à ces droits, etc.

RÉFLEXION

Les enseignants se procurent la dernière série de chiffres de tirages des journaux audités ou les chiffres d'audience des stations de télévision nationale. Les stagiaires réfléchissent sur le contenu éditorial ou le style de programmation du journal ou de la chaîne de télévision qui arrivent respectivement en tête et rédigent un texte sur ce qu'ils ont appris.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Documents écrits sur les résultats des exercices d'analyses textuelles/contextuelles et recherches.
- Études de cas/compte rendu de recherche.
- Participation aux échanges en classe et aux autres activités de groupe.

THÈMES À APPROFONDIR

- La société de l'information et du savoir.
- Fracture numérique/de la connaissance.
- Questions sur l'accès universel à l'information : DPI et l'information du domaine public informationnel.

UNITÉ 4 : L'ESSOR DES MÉDIAS ALTERNATIFS

► DURÉE : 2,5 heures

THÈMES CLÉS

- Les médias alternatifs : pourquoi sont-ils apparus
 - la crédibilité publique des médias grand public
 - l'avènement des technologies de l'information et de la communication
 - changer les habitudes médiatiques et les préférences des consommateurs.
- Définir les médias alternatifs (par opposition aux médias grand public).
- Propriété et contrôle des médias alternatifs (càd démocratiser la propriété et le contrôle).
- Le public des médias alternatifs : différents secteurs (femmes, jeunes, enfants, ouvriers / employés, etc.), les groupes marginalisés (les communautés culturelles, les migrants, etc.).
- Le contenu des médias alternatifs (ex : les problèmes et préoccupations de la communauté ou du secteur).
- Méthodes journalistiques dans les médias alternatifs (ex : perspectives communautaires, approches participatives et interactives).
- Rôle des médias alternatifs dans la société (ex : la transparence, la diversité et la liberté d'expression).
- Planifier, gérer et maintenir un canal alternatif dans des contextes différents
 - Les médias alternatifs dans un milieu scolaire
 - Les médias alternatifs dans une communauté
 - Les modèles économiques des médias alternatifs.

183

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de ce module, les enseignants seront capables de :

- Définir les médias alternatifs - leur justification, les caractéristiques et les applications ;
- Analyser des exemples de médias alternatifs utilisant des formats différents - imprimés, télédiffusés, électroniques ;
- Décrire les processus éditoriaux choisis (y compris planification, production et distribution) qui distinguent les médias alternatifs des médias grand public ;
- Évaluer l'effet des médias alternatifs dans des communautés particulières (y compris des communautés virtuelles) en couvrant certains sujets et préoccupations de publics marginalisés et en leur donnant la parole ;
- Planifier la création d'un média alternatif pour une communauté ou dans un contexte scolaire.

ÉTUDES DE CAS

Les enseignants lisent des études de cas sur des médias alternatifs remarquables (certains sont disponibles en ligne) et dressent une liste de meilleures pratiques de planification et de gestion des médias alternatifs, en particulier dans les domaines suivants :

- Planification du numéro (à savoir identifier des idées d'articles) ;
- Production ou recherche des sources des faits ;
- Traitement/organisation des données et informations ;
- Impliquer les parties prenantes (publics) dans le processus éditorial ;
- Gérer les opérations éditoriales et de gestion ;
- Accroître et maintenir le public ;
- Générer des revenus.

Les stagiaires peuvent utiliser les caractéristiques suivantes comme une liste d'indicateurs des meilleures pratiques :

- Innovant ;
- Créatif ;
- Autochtone ;
- Efficace ;
- Efficient ;
- Participatif.

VISITE D'ÉTUDE D'UN MÉDIA ALTERNATIF/ IMMERSION COMMUNAUTAIRE

Les stagiaires font une visite de terrain dans un média alternatif, interrogent les rédacteurs en chef, les directeurs et les journalistes, observent les politiques éditoriales et de gestion ainsi que les pratiques en les comparant aux sociétés de médias grand public. Leur compte rendu doit décrire comment le média alternatif :

- Choisit des sujets d'articles.
- Sélectionne les sources d'information.
- Sélectionne les angles (c'est-à-dire: la promotion d'un point de vue spécifique) et le traitement (c'est-à-dire le reportage ou la transformation) des sujets.
- Génère une réaction des publics.
- Génère des revenus.
- Mesure le succès en fonction du classement et de la diffusion.

PRODUCTION DES MÉDIAS

Les enseignants visitent une communauté marginalisée et interrogent ses représentants et ses membres afin de déterminer leurs besoins et leurs demandes d'informations. L'équipe produit alors une vidéo ou un podcast et la/le télécharge sur YouTube. Ils peuvent ajouter de la musique et d'autres éléments pour l'améliorer.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Études de cas.
- Production de médias alternatifs.
- Document écrit sur la visite de terrain dans des médias alternatifs.
- Participation aux discussions en classe et à d'autres activités en groupe.

THÈMES À APPROFONDIR

- Reporters de communautés et radiodiffusion dans la communauté.
- Reportage sur les conflits, journalisme de paix.

RESSOURCES POUR CE MODULE

- Birdsall, W. F. (N.D.). The Internet and the Ideology of Information Technology. Accédé le 2 septembre 2009 sur http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm
- Fidler, R. (1997). *Media Morphosis : Understanding New Media*. California: Pine Forge Press.
- Green, Lelia. (2002). *Communication, Technology and Society*. London: Sage Publications.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*, trans. Thomas MacCarthy. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1994). Citizenship and National Identity. In B.V. Steenbergen (Ed.). *The Condition of Citizenship*. London: Sage Publications.
- Littlejohn, S. W. and K.A. Foss. (2008). *Theories of Human Communication* (9th ed). Belmont, California: Thomson Wadsworth.
- Marris, P. and S. Thornham (Eds.). (2002). *Media Studies: A Reader* (2nd ed.). New York: New York University Press.
- Pavlik, J. V. (1998). *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives* (2nd ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Servaes, J. (2003). *Approaches to Development. Studies on Communication for Development*. Paris : Secteur de la Communication et de l'information – UNESCO.
- Stevenson, N. (1995). *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication*. London: Sage Publications.

- Sussman, G. and J. Lent (Eds.). (1991). *Transnational Communications Wiring the Third World*. Newbury Park, California: Sage Publications.



MODULE 3, UNITE 5 : L'ÉDITION NUMÉRIQUE ET LA RETOUCHE INFORMATIQUE

► **Durée** : 2 heures

187

THÈMES CLÉS

- Identification et utilisation de la technologie et des logiciels pour la manipulation des images fixes et des vidéos.
- Exemples de l'utilisation de cette technologie dans les domaines de la mode et de l'actualité.
- Avantages et responsabilités liés à l'utilisation de cette technologie.
- L'impact de cette technologie sur la crédibilité du photojournalisme et sur la capacité d'un individu à accéder à des informations authentiques.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de l'unité, les enseignants seront capables de :

- Analyser des images manipulées, les messages et les valeurs transmises ;
- Observer l'utilisation de la technologie de manipulation d'image dans le photojournalisme et la photographie de mode ;

- Utiliser des logiciels de retouche d'images ;
- Identifier des images manipulées et évaluer leur impact sur les publics ;
- Analyser les aspects éthiques de la manipulation d'images.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- Donnez votre avis sur les déclarations et les citations ci-dessous. Discutez des implications de ces déclarations pour l'éducation aux médias et à l'information.
 - « Les ordinateurs ont rendu la retouche et la recréation complète des photos si rapides et si efficaces que les techniciens photo ont rejoint maintenant les ingénieurs spécialistes de la vidéo et de l'enregistrement dans la confrérie des manipulateurs modernes, chacun d'eux étant capable de réassembler des morceaux de réalité pour n'importe quel effet. » (Marshall Blonsky)
 - « À la fin de la décennie, nous nous retournerons sur 1992 et nous nous demanderons comment une vidéo de policiers battant un citoyen a pu pousser Los Angeles à se révolter. Le temps de l'innocence du caméscope s'évaporerait au moment où les adolescents transformeront systématiquement les plus prosaïques des images en fictions éclatantes et convaincantes. L'image astucieuse de publicité et les séquences d'information deviendront une forme d'art élevé. Nous n'aurons plus confiance en nos yeux lorsque nous regarderons la réalité médiatisée par la vidéo et nous rechercherons des indicateurs externes de fiabilité. » (www.saffo.com/essays/texthotnewmedium.php)
 - La manipulation d'images et de vidéos a de sérieuses implications sur l'exactitude de l'information et est inacceptable dans les médias d'information. Les images manipulées ne devraient pas servir dans des reportages ou des situations juridiques pour transmettre des éléments de preuve.
 - « J'ai la même liberté pour travailler avec des images photographiques que celle que les illustrateurs ont eue durant des siècles. Je ne suis plus gêné par les lois de la physique et de la réalité. » (photographe et retoucheur informatique, Barry Blackman).
- Faites une recherche sur les technologies de retouche et de manipulation vidéo actuellement disponibles.
- À partir de cette recherche, identifiez et décrivez des exemples de cas où cette technologie est utilisée dans les mondes de la mode et du reportage. Explorez la controverse entourant l'utilisation de cette technologie chez les personnes travaillant dans les industries de la mode et de l'information.
- Examinez dans quelle mesure la connaissance de cette technologie affecte la manière dont les personnes réagissent aux images dans les magazines de mode et le photojournalisme. Décrivez les avantages et les obligations de cette technologie pour les personnes et les événements représentés et pour le public qui regarde ces images.
- Si possible, accédez à des logiciels actuellement disponibles pour la manipulation de l'image. Scannez une photo et expérimentez le logiciel. Décrivez les types de modifications possibles de la photographie. Expliquez l'effet de ces changements sur l'impact ou le sens de la photographie.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse d'exemples actuels d'images manipulées tirées de médias imprimés et électroniques.
- Participation à des études de cas tirées du photojournalisme et de la photographie de mode.
- Participation à des exercices de production.



MODULE 4, UNITÉ 4 :

LES PRISES DE VUE ET LES ANGLES – TRANSMETTRE LE SENS

190

Durée : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Explorer et analyser les types de prises de vue et les angles dans des textes médiatiques.
- Constituer une liste de plans pour les prises de vue.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Identifier et analyser l'utilisation des plans et des angles dans différents textes médiatiques et d'informations ;
- Analyser l'effet de plans et d'angles particuliers sur les messages transmis et les publics ;
- Choisir pour les images les caractéristiques appropriées pour saisir un événement (un rassemblement politique, un débat, un festival dans une communauté ou une célébration).

- Enquêtez dans les médias pour trouver des exemples de textes médiatiques et informationnels qui utilisent efficacement un ou plusieurs types de plans et d'angles présentés dans l'encadré à la fin du module. Passez en revue des photographies de presse, des séquences d'actualités télévisées, des extraits de films ou de clips d'émissions de télévision. Décrivez le sens qui est véhiculé à travers les « langages » de l'image utilisés pour chacun des textes.
- Trouvez un exemple d'image fixe ou de photographie, de clip ou de séquence d'actualités. Examinez-le de près. Décrivez comment le sujet est placé dans la photo ou la séquence. Quelle impression en découle ? Décrivez comment le public est positionné par rapport au sujet. Si vous deviez choisir un autre angle ou un autre type de plan, en quoi cela changerait-il le sens véhiculé par la photo ou la séquence ?
- Imaginez que vous êtes un vidéaste ou un photographe couvrant un festival, une réunion politique ou un événement quelconque. Quels angles, types de plans, focales choisiriez-vous d'utiliser pour votre reportage et pourquoi ? Dressez une liste des plans prévus pour couvrir cet événement. Comment ces choix précis vous permettront-ils de transmettre les informations nécessaires et l'impression souhaitée ?

PRISES DE VUE ET ANGLES

— TYPES DE PLANS

Abréviation - sens : description (effet)

TGP - très gros plan : des yeux et du visage (agression, inconfort)

GP - gros plan : de la tête ou de la réaction (intimité)

PR - plan rapproché : de tête et des épaules

PT - plan taille : à la taille

PM - plan moyen : vue du corps complet

PL - plan large : pièce, vue normale

PE - plan d'ensemble : maison, décor

PG ou PGE- plan général ou de grand ensemble : paysage, totalité du décor

— ANGLES DE PRISE DE VUES

Contre-plongée : objectif vers le haut, sujet grossi (crée une impression de puissance)

Angle droit ou normal : objectif à hauteur des yeux, sujet au même niveau que le spectateur (le spectateur se sent égal et peut même s'identifier avec le sujet)

Plongée : objectif vers le bas, sujet rapetissé (crée une impression de faiblesse)

— VOCABULAIRE CINÉMATOGRAPHIQUE

Cadre : limite de l'image, ce qui est montré en une prise

Plan : images filmées à partir du moment où la caméra se met en marche jusqu'à l'arrêt sans coupures

Séquence : une série de scènes formant une unité sur le même sujet

Coup : arrêt d'un seul coup et second départ brusque (donne l'impression de lieux différents, en même temps)

Fondu à la fermeture/fondu d'ouverture : la scène s'assombrit progressivement jusqu'à ce que l'écran devienne entièrement noir / d'un fond noir, l'image apparaît progressivement (suggère le passage du temps le changement de lieu)

Panoramique : la caméra se déplace de gauche à droite ou de droite à gauche à travers la scène d'un sujet à un autre (peut être utilisé pour créer du suspense)

Zoom : la caméra se rapproche ou s'éloigne du sujet

Inclinaison : la caméra bouge verticalement de haut en bas ou de bas en haut

Adapté de Mass Media and Popular Culture Resource Binder. Toronto : Harcourt Brace & Company Canada

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Identification des choix de prises de vue dans des textes médiatiques différents.
- Analyse d'images fixes, de photos ou de séquences d'actualités télévisées à l'aide des codes symboliques et techniques.



MODULE 5, UNITÉ 5: LA PUBLICITÉ TRANSNATIONALE ET LES « SUPERBRANDS »

194

► **Durée** : 2 heures

THÈMES CLÉS

- Le rayonnement des «superbrands».
- Stratégies utilisées dans la création de grandes marques.
- L'efficacité des exemples actuels de «marques» pour communiquer un message et atteindre un public cible.
- Principaux thèmes et messages transmis par des campagnes publicitaires mondiales.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À l'issue de cette unité, les enseignants seront capables de :

- Analyser et évaluer les stratégies de marque et leur efficacité.
- Évaluer l'impact de la marque sur les communautés locales et internationales.
- Analyser les messages et les valeurs véhiculés par des stratégies de marques spécifiques.

- Évaluer le rôle des nouvelles technologies pour créer son image localement et mondialement.

APPROCHES PÉDAGOGIQUES et ACTIVITÉS

- « La Stratégie de commercialisation à l'échelle mondiale est si efficace que la subversion consciente n'est pas vraiment nécessaire. Le message 'nous voulons vous vendre une culture' a abouti à une campagne de publicité mondiale, à un message publicitaire unique utilisé dans tous les pays où un produit est fabriqué ou distribué. La publicité mondiale est plus économique et plus efficace, même si elle peut entrer violemment en conflit avec certaines conditions locales. » (Noreene Janus, *Advertising and Global Culture*, dans *Cultural Survival Quarterly*, 1983.)
 - Menez des recherches en ligne pour déterminer les stratégies de commercialisation utilisées par les sociétés transnationales. Consultez www.adage.com, le site web de la publication professionnelle *Advertising Age*. Identifiez les différentes stratégies utilisées par les plus grosses entreprises pour promouvoir leurs produits et «vendre» une culture. Discutez de ce qui est suggéré, directement ou non, à propos de la culture traditionnelle opposée à la culture contemporaine.
 - Visitez le site web d'une entreprise transnationale et choisissez une de leurs publicités pour l'examiner de près. Identifiez les composantes qui la rendent attirante. Observez l'utilisation des messages et de l'émotion. Si possible, comparez cette annonce avec une autre pour le même produit destinée à une région géographique ou à un marché différent. Identifiez les façons dont chaque annonce est construite pour son marché cible. Explorez dans quelle mesure il est possible pour quelqu'un de comprendre une publicité, si il ou elle ne comprend pas la langue utilisée (pensez à ce qui peut rendre une annonce et ses images « universelles »).
 - De nombreuses critiques disent que les annonces transnationales sont impliquées dans «la vente d'une culture ». Analysez la manière dont cette « vente » s'accomplit. Identifiez les messages et les valeurs transmis.
 - Créez un projet de publicité destinée à un produit ou à un service qui est très spécifique à une communauté ou à une région définie. Identifiez et expliquez les stratégies techniques et créatives qui seraient les plus efficaces pour atteindre ce public. Expliquez en quoi vos idées sont différentes de celles développées par les agences de publicité nord-américaines ou européennes qui ciblent le même marché.
- « Une caractéristique importante de la culture transnationale étant la vitesse et l'ampleur avec laquelle elle est transmise, les systèmes de communication et d'information jouent un rôle important, en permettant à un message d'être diffusé dans le monde entier par le biais de séries télévisées, de l'actualité, de magazines, de bandes dessinées, de films » (Noreene Janus, *Advertising and Global Culture*, dans *Cultural Survival Quarterly*, 1983), et peut-être plus important encore aujourd'hui, par le biais de l'Internet.
 - Cherchez des exemples actuels de publicité qui illustrent le pouvoir de la technologie dans la communication et la dissémination du message de l'annonceur. Expliquez comment la technologie est utilisée et avec quels effets.
 - À partir de cette recherche, élaborer un plan de commercialisation d'un produit fictif pour un marché international. Identifiez le public-cible. Expliquez les stratégies qui seraient les plus efficaces pour atteindre ce public. Vérifiez en quoi les nouvelles technologies pourraient le rendre possible.

- Observez des exemples de marques dans votre environnement local. Expliquez les éléments qui contribuent à l'élaboration d'une marque efficace. Évaluez dans quelle mesure l'exemple que vous avez développé serait efficace pour mettre en place une identification élevée de cette marque, transmettre une signification et atteindre un public-cible.

RECOMMANDATIONS POUR L'ÉVALUATION

- Analyse d'exemples et de stratégies tirés de publicités actuelles.
- Recherche en ligne.
- Création de projets pour des campagnes publicitaires.

GLOSSAIRE

Analyse contextuelle l'approche pédagogique qui se concentre sur l'étude et l'analyse des contextes techniques, narratifs et situationnels des textes médiatiques.

Apprentissage auditif apprendre par l'écoute - parfois groupé avec l'apprentissage visuel et l'apprentissage kinesthésique comme un des trois grands styles d'apprentissage.

Apprentissage kinesthésique se réfère à une approche de l'apprentissage qui implique une activité physique.

Apprentissage visuel style d'apprentissage fondé sur l'importance de voir l'information ou de regarder des dessins ou des renseignements écrits.

Archétype un modèle ou une forme idéale d'un sujet ou d'un objet qui est censé figurer les versions ultérieures de ce sujet ou de cet objet.

Autorégulation les règles imposées par les acteurs politiques ou économiques pour eux-mêmes. Pour les médias, l'autorégulation implique le respect des codes de déontologie et de pratique sans ingérence d'aucune source de l'administration ou de l'institution.

Blocage technique permettant d'entraver l'accès à des contenus numériques en empêchant l'accès à l'adresse URL (Universal Resource Locator dit aussi « adresse universelle »).

Blog un site web, habituellement créé et alimenté par une personne, où il ou elle inscrit des commentaires, des descriptions, des images fixes ou des vidéos. D'autres utilisateurs peuvent laisser des commentaires d'entrées de blogs mais seul le propriétaire peut éditer le vrai blog. Les blogs sont souvent évoqués comme « des journaux intimes en ligne ».

Centré(e) sur l'apprenant approche éducative qui place l'apprenant au centre du processus d'apprentissage. Les besoins et les aspirations des individus sont placés au centre de tout processus ou programme d'apprentissage, en se concentrant sur les expériences qu'ils apportent à la situation d'apprentissage. Cela englobe la notion de participation et valorise la contribution de l'apprenant à l'apprentissage.

Citoyen (actif) un membre reconnu d'une collectivité définie (politique, nationale ou sociale). La citoyenneté est souvent définie comme un ensemble de droits civils et politiques (voter, avoir accès à la protection sociale) et de responsabilités civiques (ex la participation). « La Citoyenneté active »

désigne la philosophie qui prône une contribution active à la société et où les citoyens doivent travailler à l'amélioration de leur communauté par la participation économique, le débat public, le bénévolat et tout autre moyen public ou privé visant le progrès de tous.

Citoyenneté / responsabilité civique le fait pour une personne d'être reconnue comme un membre d'une communauté particulière politique, sociale ou nationale. Le statut de citoyenneté, conformément à la théorie du contrat social, comporte autant de droits que de responsabilités.

Communication processus par lequel l'information est présentée, canalisée et transmise par un émetteur à un récepteur via un canal. Toutes les formes de communication nécessitent un émetteur, un message et un destinataire. Toutefois, le récepteur ne doit pas nécessairement être présent ou au courant de l'intention de l'expéditeur de communiquer au moment de la communication pour que l'acte de communication se produise.

Connaissance le fait ou la condition de disposer d'informations ou d'avoir appris.

Contenus générés par les utilisateurs (CGU) aussi appelés médias générés par les consommateurs (MGC), les CGU se réfèrent à différents types de contenus médiatiques accessibles publiquement, qui peuvent être produits par les utilisateurs de médias numériques. Ceux qui consomment les contenus produisent aussi des contenus.

Contexte ensemble de faits et de circonstances qui entourent un texte médiatique et aident à déterminer son interprétation.

Convention dans le contexte médiatique, se réfère à un standard ou à une norme qui agit comme une règle de comportement.

Convergence se réfère à la capacité à transformer différentes sortes d'informations, qu'elles passent par la voix, le son, l'image ou le texte, en un code numérique qui est alors accessible par une gamme d'appareils, depuis l'ordinateur individuel jusqu'au téléphone mobile, créant ainsi un environnement de communication numérique.

Copyright ensemble de droits reconnus à l'auteur ou au créateur d'un travail, visant à restreindre la capacité des autres à copier, redistribuer et remodeler les contenus. Les droits sont souvent détenus par les sociétés qui parrainent le travail plutôt que par les créateurs eux-mêmes et ils peuvent être achetés et vendus sur le marché.

Culture

système de valeurs, de croyances et d'attitudes symboliques apprises et partagées qui façonne et influence la perception et le comportement – un « projet mental » ou un « code psychique » abstrait. Se réfère aussi à un schéma intégré de connaissances, de croyances et de comportements humains qui dépend de la capacité de pensée symbolique et d'apprentissage social.

Culture numérique

capacité à utiliser la technologie numérique, les outils de communication ou les réseaux pour localiser, évaluer, utiliser et créer de l'information. Elle se réfère également à la capacité à comprendre et utiliser l'information dans des formats multiples à partir d'un large éventail de sources (quand elle est présentée par des ordinateurs) ou à la capacité d'une personne à effectuer des tâches de manière efficace dans un environnement numérique. La culture numérique comprend la capacité à lire et à interpréter les médias, à reproduire les données et images par des manipulations numériques et à évaluer et appliquer de nouvelles connaissances acquises dans des environnements numériques.

Culture « populaire »

la totalité des idées, des perspectives, des attitudes, des thèmes, des images et d'autres phénomènes qui sont préférés via un consensus informel au sein du courant dominant d'une culture donnée, en particulier la culture occidentale de la première moitié du XX^e siècle ; apparition d'un courant dominant mondial à la fin du XX^e siècle et début du XXI^e siècle.

Démocratie

système de gouvernement où le peuple a l'autorité finale qu'il exerce directement ou indirectement par ses agents élus choisis dans le cadre d'un système électoral libre. Elle implique également la liberté d'exercer des choix pour les décisions affectant la vie de l'individu et la protection des droits et libertés fondamentaux.

Déontologie / code d'usage / code de diversité ensemble de principes de conduite des journalistes qui décrivent le comportement approprié pour satisfaire les normes professionnelles les plus hautes dans le respect d'une éthique. Des exemples de codes ont été établis par la Fédération internationale des journalistes (FIJ). Malgré les différences entre divers codes existants, la plupart partagent des principes communs, dont les principes de véracité, d'exactitude, d'objectivité, d'impartialité, d'équité et de responsabilité publique, en lien avec l'obtention d'informations dignes d'intérêt et de leur diffusion auprès du public

Discours de haine

toute communication qui incite à la haine d'un groupe défini de personnes en raison de leurs caractéristiques collectives (origine ethnique, genre, la sexualité).

Diversité

respect et valorisation de la différence centrale pour l'idée de pluralisme. Les sociétés ou les systèmes démocratiques protègent et valorisent la diversité au nom des droits de l'homme et du respect de la dignité humaine.

Domaine public informationnel

terme appliqué à des travaux créatifs originaux, y compris la poésie, la musique, l'art, les livres, les films, la conception des produits et d'autres formes de la propriété intellectuelle comme les programmes informatiques. Être dans le domaine public signifie que le travail créatif peut être utilisé par n'importe qui et pour n'importe quel but souhaité par l'utilisateur. Les éléments du domaine public sont considérés comme faisant partie du patrimoine culturel collectif de la société en général, plutôt que comme la propriété d'un individu.

Droits de l'homme

ensemble de droits universels et de protections considérés comme nécessaires pour protéger la dignité et l'estime de soi d'un être humain. Ils sont généralement inscrits dans un document national et international qui articule ces droits (ex la Déclaration universelle des droits de l'homme, la Convention européenne des droits de l'homme, la Convention relative aux droits de l'enfant). Ils concernent également les droits de groupes ou de peuples et cherchent à protéger en particulier les pauvres et / ou des groupes marginalisés dans la société.

Éducation aux médias

compréhension et utilisation des médias de masse, comprenant entre autres une compréhension éclairée et critique des médias, des techniques qu'ils emploient et de leurs effets. Désigne aussi, la capacité de lire, analyser, évaluer et produire des messages de communication dans une variété de formes médiatiques telles que la télévision, la radio, la presse écrite, les médias numériques, etc. Une autre interprétation du terme est la capacité à décoder, analyser, évaluer et produire des contenus de communication dans des formes variées.

Égalité

l'idée que tout le monde, indépendamment de l'âge, du sexe, de la religion et de l'origine ethnique, a les mêmes droits. C'est un principe fondamental de la Déclaration universelle des droits de l'homme, évoqué dans les mots « la reconnaissance de la dignité inhérente à tous les membres de la famille humaine et de leurs droits égaux et inaliénables constitue le fondement de la liberté, de la justice et de la paix dans le monde ». L'idée de citoyenneté englobe les questions d'égalité.

EMI

L'EMI ou l'éducation aux médias et à l'information fait référence aux compétences essentielles (connaissances, aptitudes et attitudes) qui permettent aux citoyens de nouer une relation efficace avec les médias et les autres diffuseurs d'information et de développer une pensée critique et des compétences favorisant l'apprentissage tout au long de la vie dans une logique de socialisation et de citoyenneté active.

Film

forme de divertissement qui donne vie à une histoire par une séquence d'images et de sons créant l'illusion d'un mouvement continu.

Formation et apprentissage tout au long de la vie liée à l'idée de l'éducation centrée sur l'apprenant. On reconnaît que l'apprentissage ne commence pas et ne s'arrête pas après un programme d'enseignement développé dans un délai et un espace spécifique. Chaque individu est constamment en apprentissage, ce qui fait des médias et des technologies de l'information des éléments cruciaux pour ce type de processus. Le développement de l'éducation aux médias et à l'information ne se limite pas à un simple programme, mais s'étend au-delà des contextes d'éducation formelle. Elle se produit dans divers contextes - les lieux de travail, les activités collectives, les lieux de l'éducation non formelle, etc.

Gardien (gatekeeper)

terme générique et métaphorique appliqué à toute personne qui a le rôle de filtrer les idées et les informations pour une publication ou une diffusion, le processus décisionnel interne permettant de transmettre (ou de retenir) des informations des médias vers les publics. Cette surveillance s'exerce à tous les niveaux de la hiérarchie dans les médias depuis un journaliste décidant quelles sources inclure dans un papier jusqu'aux éditeurs décidant quels articles imprimer et où.

Genre

catégories de contenus médiatiques (ex. les divertissements, l'actualité, la publicité, les drames, les documentaires). Chacun a ses objectifs généraux et sa conception propre.

Gouvernance

mieux compris comme processus de direction qui implique l'interaction entre les institutions formelles et celles de la société civile. La gouvernance est concernée par toute personne exerçant un pouvoir, une autorité et une influence, par la façon dont elle en use et par les modalités qui président aux choix de politiques et aux décisions concernant la vie sociale et publique. La gouvernance embrasse autant les institutions de gouvernement que leurs pratiques et leurs comportements.

La bonne gouvernance

se résume en une politique prévisible, ouverte et éclairée, une bureaucratie imprégnée d'éthique professionnelle agissant pour faire progresser le bien public, l'état de droit, des procédés transparents et une société civile forte participant aux affaires publiques.

La faible gouvernance

est caractérisée par la politique arbitraire, la bureaucratie irresponsable, des systèmes légaux inappliqués ou injustes, des abus du pouvoir exécutif, une société civile sans engagement dans la vie publique et une corruption assez répandue.

Idéologie

doctrine, philosophie, ensemble de croyances ou de principes caractérisant un individu ou un groupe. Une idéologie peut être considérée comme une vision globale, comme une façon de voir les choses dans le sens commun et dans plusieurs tendances philosophiques ou comme un ensemble d'idées proposées par la classe dominante d'une société à tous les membres de cette société.

Image

représentation iconique réelle ou mentale de quelque chose (personne, objet, concept).

Indépendance éditoriale

la liberté professionnelle confiée aux éditeurs pour prendre des décisions éditoriales sans ingérence de la part du propriétaire des médias, de l'Etat ou de tout autre acteur.

Information

terme générique qui peut recouvrir des données ; des connaissances tirées de l'étude, de l'expérience ou de l'instruction ; des signaux ou des symboles. Dans le monde des médias, l'information est souvent utilisée pour décrire la connaissance d'événements ou de situations spécifiques qui ont été recueillies ou reçues par le biais de la communication, du renseignement ou de traitements journalistiques.

Informations d'actualité

la communication d'informations sur des événements d'actualité via des médias imprimés, télédiffusés ou numériques ou par le bouche à oreille à un tiers ou à un public de masse.

Intérêt public

concept de bien-être général ou d'avantage qui toucherait le public dans son ensemble, contrairement aux intérêts particuliers d'une personne ou d'un groupe. Il n'y a pas d'accord sur ce qui constitue l'intérêt public, mais le terme reflète le sentiment qu'il y a des intérêts qui se rapportent à tout le monde, indépendamment de leur statut ou de leur position et qui exigent une action pour les protéger.

Internet

un système mondial de réseaux informatiques interconnectés qui utilisent la norme TCP/IP pour servir des milliards d'utilisateurs à travers le monde. Il s'agit d'un réseau de réseaux qui se compose de millions de réseaux privés, publics, universitaires, d'entreprises et de gouvernements, de portée locale ou mondiale, reliés par un large éventail de technologies de réseaux électroniques et optiques.

Journal

publication programmée régulièrement contenant actualité, information et publicité, généralement imprimée sur papier relativement peu coûteux, de faible qualité comme le papier journal.

Journalisme

la collecte, la rédaction, et la présentation des articles d'actualité dans des journaux, des magazines, des émissions de radio ou de télévision ou sur Internet.

- Journalisme citoyen** se réfère à la capacité des gens, à l'aide des médias numériques, à interagir et à réorganiser l'actualité et les contenus en fournissant leurs propres informations, commentaires ou perspectives.
- Journaliste** personne qui recueille et diffuse des informations sur l'actualité, les gens, les tendances et les grandes questions. Son travail est reconnu en tant que journalisme.
- Langages médiatiques** les conventions, les formats, les symboles et les structures narratives qui spécifient le sens de messages médiatiques à un public. Symboliquement, le langage des médias électroniques fonctionne en grande partie de la même façon que la grammaire dans la presse imprimée.
- Liberté d'expression** un droit humain fondamental. Il est utilisé pour traiter non seulement de la liberté d'expression verbale, mais de tout acte permettant de rechercher, de recevoir et de communiquer des informations. La liberté de la presse est un corollaire de ce droit et est essentielle à la construction et au développement des collectivités et de la société civile.
- Liberté d'information** le droit des citoyens à accéder aux informations détenues par les organismes publics.
- Liberté d'opinion** la liberté de s'exprimer librement sans censure ni restriction. Le terme synonyme « la liberté d'expression » est parfois utilisé pour indiquer non seulement la liberté d'expression verbale, mais tout acte permettant de rechercher, de recevoir et de communiquer des informations ou des idées, quel que soit le support utilisé.
- Liberté de la presse** les médias en général (pas uniquement la presse imprimée) sont libres de toute censure ou de tout contrôle direct par le gouvernement. Cela n'empêche pas l'application du droit de la concurrence pour lutter contre les monopoles ou des textes concernant l'attribution par l'Etat de fréquences de radiodiffusion
- Logiciel** les programmes ou les applications qui donnent des instructions à un ordinateur sur la façon de traiter les données ou les opérations de toutes sortes. Les exemples nombreux vont de logiciels de bureau qui produisent et manipulent des données, aux logiciels qui contrôlent la mise en forme et des corrections d'images.
- Maîtrise de l'information** capacités à reconnaître les besoins d'information et de localiser, évaluer, utiliser efficacement et communiquer des informations sous différents formats.

Marketing

processus par lequel les entreprises créent l'intérêt des clients pour des biens ou des services. Le marketing génère la stratégie qui sous-tend les techniques de vente, la communication d'entreprise et les évolutions commerciales.

Médias

supports physiques utilisés pour communiquer ou communication de masse transitant par des supports physiques tels que la radio, la télévision, les papiers, etc. Le terme se réfère également à n'importe quel support physique utilisé pour communiquer des messages médiatiques. Les médias sont une source d'information crédible dans laquelle les contenus sont fournis à l'issue d'un processus éditorial déterminé par les valeurs journalistiques. La responsabilité éditoriale peut être attribuée à une organisation ou à une personne morale. Au cours des dernières années, le terme médias est souvent utilisé plus largement en incluant les nouveaux médias en ligne.

Médias communautaires toute forme de média créée et contrôlée par une communauté, que ce soit une communauté géographique, une communauté d'identité ou d'intérêt. Les médias communautaires sont séparés des autres types de médias (privés commerciaux, d'État, ou de services publics). Ils sont de plus en plus reconnus comme un élément crucial dans un système médiatique dynamique et démocratique.

Médias grand public

médias diffusés via les plus grands canaux de distribution, qui représentent donc ce que la majorité des consommateurs de médias est susceptible de rencontrer. Le terme désigne aussi les médias qui reflètent le plus souvent les courants dominants de pensée, d'influence ou d'activité.

Médias de masse

médias conçus pour être consommés par des publics importants en utilisant les agents de la technologie. Les médias de masse sont des canaux de communication à travers lesquels les messages circulent.

Médias d'information

section des médias de masse qui se concentre sur la présentation de l'actualité au public. Elle inclut la presse imprimée (journaux, magazines), les médias audiovisuels (radio, télévision) et de plus en plus les médias sur Internet (pages web et blogs).

Médias de service public médias financés par des fonds publics et appelés à jouer un rôle de soutien à l'intérêt public en offrant une programmation équilibrée et diversifiée représentative de la communauté dans son ensemble.

Médias visuels

médias qui s'appuient sur des images pour communiquer le sens, comme la télévision, le cinéma, l'Internet, etc.

Merchandising

activités visant à la vente de détail rapide de biens en utilisant le groupement, les techniques d'affichage, les échantillons

Message

gratuits, la démonstration sur le terrain, les prix, les offres spéciales et d'autres méthodes de point de vente.

informations qui sont envoyées d'un émetteur à un récepteur.

Multimédia

utilisation combinée de plusieurs médias, notamment à des fins d'éducation ou de divertissement. Il pourrait également signifier l'intégration de texte, de son, de vidéo ou de graphiques sous forme numérique.

Mythe

les mythes représentent les systèmes de croyances implicites qui expriment les craintes, les désirs et les aspirations d'une culture, comme le mythe du « voyage héroïque ». Dans ces histoires, le héros, inconscient de son destin, est appelé à une quête importante. Il passe souvent par plusieurs étapes dans le cadre de la recherche, notamment sa « naissance » ou le début, la prise de conscience de sa « vocation » ou son destin, l'expérience de l'amour, la rencontre d'ennemis, les conseils d'un vieux sage et enfin le retour à la maison.

Narration

façon de raconter une histoire ou une intrigue par une séquence d'événements. Dans le contexte d'un texte médiatique, c'est le séquençage cohérent des événements dans le temps et l'espace.

Nouveaux médias

contenu organisé et distribué sur des plateformes numériques.

Participation (participation civique)

la participation est au cœur de la démocratie dont l'objectif principal est d'assurer que chaque individu puisse prendre sa place dans la société et contribuer à son développement. C'est un élément important de la pratique démocratique qui est crucial pour les processus de prise de décision, considérés comme la pierre angulaire des droits humains fondamentaux.

Pensée critique

capacité à examiner et à analyser des informations et des idées afin de comprendre et d'évaluer leurs valeurs et leurs hypothèses plutôt que de simplement prendre les propositions pour argent comptant.

Pluralisme (des médias)

se caractérise par une diversité de médias, tant en termes de propriété (privé, public et communautaire) que par types de médias (presse écrite, radio, télévision et Internet). Plus largement, le pluralisme dans la société est caractérisé par une situation dans laquelle les membres de divers groupes ethniques, religieux, politiques ou sociaux conservent une participation autonome à leur culture traditionnelle ou à des intérêts ou opinions particuliers dans les limites des intérêts communs.

Podcasts

fichiers médias audios et vidéos qui sont publiés périodiquement et peuvent être écoutés sous forme de podcasts sur des appareils comme l'ordinateur et les smartphones.

<u>Presse</u>	média imprimé responsable de la collecte et de la publication de l'actualité sous forme de journaux ou de magazines.
<u>Presse imprimée</u>	médias faits de papier et d'encre, reproduits dans un processus d'impression qui est traditionnellement mécanique.
<u>Production</u>	le processus de rassembler le contenu des médias pour réaliser un produit médiatique fini. Cela peut également se référer au processus de création des textes médiatiques ainsi que les personnes engagées dans ce processus.
<u>Programme</u>	ensemble de cours dont le contenu est conçu pour fournir une approche séquentielle à l'apprentissage.
<u>Propagande</u>	une forme de communication qui vise à influencer l'attitude d'une collectivité envers une cause ou une position.
<u>Public</u>	groupe de consommateurs pour lequel un texte médiatique a été élaboré.
<u>Public actif</u>	théorie selon laquelle les gens reçoivent et interprètent les messages médiatiques à la lumière de leur histoire, expérience et perspective et posant ainsi que différents groupes de personnes peuvent interpréter le même message de différentes manières.
<u>Public cible</u>	groupe de personnes à qui un texte médiatique est spécifiquement destiné et uni par un ensemble de caractéristiques partagées comme l'âge, le sexe, la profession, la catégorie sociale, etc.
<u>Publicité</u>	ensemble de pratiques et de techniques qui attirent l'attention du consommateur sur des produits ou des services dans le but de les persuader de les acheter.
<u>Publicité d'intérêt public</u>	type de publicité qui concerne certains aspects de l'intérêt public, plutôt qu'un produit ou une marque.
<u>Racisme</u>	croyance que les facteurs génétiques qui constituent la race sont un déterminant essentiel des traits humains et des capacités et que les différences raciales produisent une supériorité intrinsèque d'une race particulière.
<u>Radio</u>	communication des signaux sonores encodés en ondes électromagnétiques. Transmission de programmes pour le public par la radiodiffusion.
<u>Rédacteur en chef</u>	personne responsable des aspects éditoriaux de la publication, déterminant le contenu final d'un texte, en particulier d'un journal ou d'un magazine. Ce terme doit être clairement différencié de celui de propriétaire du média, qui se réfère à la personne ou au groupe de parties prenantes qui sont propriétaires de la société de médias.

Règlementation (des médias) fait référence aux tentatives de contrôler ou de modifier le comportement des organisations de médias et des acteurs des médias en élaborant et en appliquant des règles et des codes pour leur comportement.

Représentation processus par lequel un texte médiatique construit symbolise, décrit ou représente les gens, les lieux, les événements ou les idées qui sont réels et ont une existence en dehors du texte.

Réseau social connexions en ligne entre personnes dans des réseaux autour d'un intérêt ou une activité commune. L'activité du réseau social fonctionne avec des personnes publiant leurs profils qui fournissent des informations sur eux-mêmes. Facebook est un exemple de réseau social populaire.

Sexisme préjugés ou discrimination fondés sur le sexe, en particulier la discrimination contre les femmes, le comportement, les conditions ou les attitudes qui favorisent les stéréotypes de rôles sociaux fondés sur le sexe.

Sources d'informations personnes, groupes et documents à partir desquels les informations sont obtenues.

Sphère publique la notion d'un espace public dans lequel les membres de la société peuvent librement échanger des informations et des opinions - un endroit où les gens se rencontrent et échangent des points de vue sur les questions d'intérêt commun en public sur la base de l'égalité et de l'inclusivité.

Stéréotypes il s'agit d'une forme de représentation par les médias qui utilise instantanément les caractéristiques reconnues pour marquer les membres d'un groupe social ou culturel. Il peut avoir des connotations négatives et positives.

Storyboard représentation picturale d'une séquence de film souvent décrite comme une série de dessins du style des bandes dessinées. Élément de préparation d'un réalisateur pour un tournage de film.

Symbolisme utilisation de symboles, dont les images, les concepts et les archétypes, pour représenter des aspects de la réalité.

Technologie matériel utilisé pour créer et communiquer avec les médias, par exemple les radios, les ordinateurs, les téléphones, les satellites, les presses imprimées, etc.

Télévision transmission d'images dynamiques ou parfois statiques, généralement avec accompagnement sonore, via des signaux électriques ou électromagnétiques ; le contenu visuel et audio de ces signaux ; les organisations qui produisent et diffusent des programmes de télévision.

Texte

le texte médiatique se réfère en général aux résultats individuels de production médiatique, à la fois écrite, auditive ou visuelle (ex. un épisode de série à la télévision, un livre, un numéro de magazine ou d'un journal, une publicité, etc.)

TIC

les technologies de l'information et de la communication se composent de tous les moyens techniques utilisés pour traiter l'information et faciliter la communication, dont les ordinateurs et le matériel de réseaux informatiques et les logiciels nécessaires. En d'autres termes, les TIC se composent de technologie de l'information ainsi que de la téléphonie et de tous les types de traitement et de transmission audio et vidéo. Il souligne le rôle de la communication (lignes téléphoniques et les signaux sans fil) dans les technologies modernes de l'information.

Valeurs des informations

parfois appelés critères d'informations, elles déterminent quelle importance un média accorde à un article et l'attention que lui porte le public. Certains des ingrédients favorisant les valeurs les plus importantes d'un sujet et de son traitement comprennent la fréquence, l'inattendu, la personnalisation, la pertinence, la compréhensibilité ou la dimension conflictuelle.

Village planétaire ou mondial

d'abord mentionné par Marshall McLuhan dans son livre «*La Galaxie Gutenberg*», ce terme décrit comment le globe a été contracté en un village par la technologie électronique et le mouvement instantané d'informations à chaque point en même temps. Il est identifié parfois avec Internet et le World Wide Web.

Web ou World Wide Web

service qui fonctionne sur Internet et met à disposition d'énormes volumes de contenus en offrant trois fonctions clés un format de publication avec le langage HTML (Hyper Text Markup Language) ; une adresse pour chaque élément d'information (connue sous le nom de Uniform Resource Locator ou URL) ; et un moyen de transférer des informations à travers le protocole de transfert hypertexte (HTTP).

Web 2.0

applications qui facilitent l'interactivité et qui permettent aux utilisateurs de concevoir leurs propres applications, leurs propres fonctionnalités de logiciels. Les applications web 2.0 soulignent l'importance de la collaboration et du partage.

Wiki

un site Web généralement alimenté par plus d'une personne où les utilisateurs collaborent au contenu. Ils ont souvent plusieurs pages et contenus liés entre eux comprenant le commentaire, la description des événements, les documents etc. Un wiki diffère d'un blog en ce que le contenu est généralement mis à jour par plusieurs utilisateurs et qu'une plus grande variété de matériels peut y être téléchargée.

YouTube

site de partage de vidéos où les utilisateurs téléchargent des vidéos sur n'importe quel sujet d'intérêt.

Nous vivons dans un monde où la qualité de l'information que nous recevons détermine largement nos choix et nos actions et en particulier, notre capacité à profiter des libertés fondamentales et notre possibilité d'autodétermination et de développement. Ce programme d'éducation aux médias et à l'information pour les enseignants est une ressource importante pour les États membres de l'UNESCO et une publication expérimentale. Elle est prospective et s'efforce de réaliser la convergence de la radio, la télévision, l'Internet, les journaux, les livres, les archives numériques et les bibliothèques sur une même plate-forme. Elle est aussi spécialement conçue pour permettre l'intégration de ce programme dans le système formel de formation des enseignants. L'UNESCO croit que ce programme sera une étape importante d'innovation et de progrès pour tous les niveaux d'éducation.

Jānis Kārklīšs,

Sous-directeur général pour la communication et l'information

<http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/>



Secteur
de la communication
et de l'information

ISBN 9-789232-041982



9 789232 041982